

## بررسی شیوه‌های مختلف جلب مشارکت مردم در منطقه کوی امام علی اراک در

سال ۸۴

دکتر فرید ثاقبی<sup>۱\*</sup>، دکتر منیژه کهبازی<sup>۲</sup>، دکتر علی چهرئی<sup>۳</sup>، مهدی مبارکی<sup>۴</sup>

- ۱- پزشک عمومی، پایگاه تحقیقات جمعیت اراک
- ۲- استادیار، متخصص کودکان، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی اراک
- ۳- دستیار پاتولوژی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان
- ۴- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه علوم و فرهنگ تهران، عضو پایگاه تحقیقات جمعیتی

### چکیده

**مقدمه:** شرکت فعالانه انسان‌ها در حیات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و به طور کلی ابعاد مختلف حیات را مشارکت می‌نامند. در مشارکت محلی دینفعان علاوه بر برخوردار شدن از مزایای هر پروژه‌ای بر جهت‌گیری و اجرای آن نیز تأثیر می‌گذارند. این مشارکت در جوامع محلی توانمندی و توسعه را به دنبال خواهد داشت که در پایگاه تحقیقات جمعیت اراک به همین منظور جهت انجام پژوهش‌های مشارکتی مبتنی بر جامعه از مردم دعوت به عمل آمد.

**روش کار:** در این تحقیق مقطعی برای جلب مشارکت مردم، از گروه‌های مختلف اجتماعی، جهت فعالیت در پایگاه، از ده شیوه استفاده شده که عمدتاً به سه گروه اصلی تقسیم می‌شوند در گروه اول از روش‌های سینه به سینه استفاده شد مانند فعالیت گروه‌های همسال، دعوت از دوستان، دعوت ساکنین محله‌ها و هم‌چنین ارائه خدمات مشاوره‌ای به مردم نیازمند منطقه. در گروه دوم از روش‌های تبلیغاتی مثل نصب بیلبورد در مناطق پر تردد، توزیع و نصب پوستر در معابر اصلی، تهیه و توزیع نشریه محلی، برگزاری جشن‌ها و مناسبت‌های ملی و مذهبی در پایگاه و دعوت از اقشار و گروه‌های مختلف در مراسم و در گروه سوم از روش‌های (گروه‌سازی) استفاده شد که در آن اعضاء گروه با هدف انجام یک کار مشخص، سازمان دهی می‌شدند. سپس از ۲۰۰ نفر از افرادی که حداقل ۱ ساعت در هفته فعالیت مشارکتی داشتند، پرسشنامه‌ای پر شد.

**نتایج:** اعضاء داوطلب جذب شده به پایگاه طی ۸ ماه از بین شیوه‌های مختلف جلب مشارکت در مجموع انواع روش‌های سینه به سینه را ۲۳۶ بار، روش‌های تبلیغاتی را ۱۰۴ بار، و روش‌های گروهی را ۶۲ بار به عنوان شیوه آشنایی شان با پایگاه انتخاب کردند. بیشترین گروه‌های جذب شده را جوانان با ۵۵/۵ درصد و زنان با ۷۴ درصد (۳۳ درصد زنان خانه دار) تشکیل می‌داده‌اند. از نظر هزینه بری، روش‌های سینه به سینه ۱۲۵۰۰۰۰۰ ریال، روش‌های تبلیغاتی ۴۲۰۰۰۰۰۰ ریال و روش‌های گروهی ۱۴۵۰۰۰۰۰ ریال هزینه بری داشته‌اند.

**نتیجه‌گیری:** مشخص شد که بهترین شیوه برای جلب مشارکت مردم شیوه‌های سینه به سینه ارتباط از طریق دوستان و بعد از آن روش‌های تبلیغاتی بوده است و روش‌های گروهی با کمترین استقبال مواجه شده است. هم‌چنین زنان به ویژه زنان خانه دار و جوانان بیشترین علاقه را به شرکت در فعالیت‌های پایگاه داشته‌اند. از نظر هزینه بری کم هزینه‌ترین روش شیوه سینه به سینه و پرهزینه‌ترین روش شیوه‌های تبلیغاتی بوده است.

**کلید واژه:** جلب مشارکت، توانمند سازی، گروه‌های همسال، ارتباطات اجتماعی، و پایگاه تحقیقات جمعیت اراک، گروه سازی.

\*نویسنده مسئول: اراک، پایگاه تحقیقات جمعیتی اراک

E-mail: frdsgei1351@yahoo.com

## مقدمه

مشارکت در تعریف کلی شرکت فعالانه انسان‌ها در حیات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و به طور کلی تمام ابعاد حیات دانسته شده است (۱). از نظر برخی محققین مشارکت محلی فرآیندی فعال است که در آن ذی‌نفعان به جای آن که صرفاً سهمی از مزایای پروژه دریافت کنند بر جهت‌گیری و اجرای پروژه‌های توسعه‌ای تأثیر می‌گذارند (۲). در این میان گسترش مشارکت در جهان سوم که به دلایل تاریخی و سیاسی، تمرین کمتری در عرصه مشارکتی داشته‌اند ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است (۳). تحقیقات مشارکتی مبتنی بر جامعه از جمله یکی از انواع مشارکت‌های مردمی در توسعه محلی به حساب می‌آید که بر اساس مشارکت ذی‌نفعان و با نظر و احساس نیاز خود آنها با رویکردی در توانمند سازی مردم در حل مشکلات منطقه‌ای تدوین و اجرا می‌شود (۴). شهرک امام علی واقع در منتهی‌الیه شمال غربی شهر اراک که از نظر فرهنگی و اجتماعی منطقه‌ای متوسط رو به پایین است، انتخاب و در فرآیند اجرای این طرح، پایگاه تحقیقات جمعیت دکتر محمد قریب در این منطقه راه اندازی شد. در ابتدا توسط گروه سرشماری از ساکنین منطقه سرشماری جمعیتی، زیست - محیطی به عمل آمد و در مرحله بعدی با روش‌های مختلف که بتواند گروه‌های سنی، جنسی، شغلی و تحصیلاتی را تحت پوشش قرار دهد، جلب مشارکت مردم صورت گرفت. این مقاله به بررسی شیوه‌های مختلف جلب مشارکت مردم از نظر نوع مخاطب، روش و هزینه بری این روش‌ها می‌پردازد.

## روش کار

این تحقیق از نوع مقطعی است که در راستای اهداف HSR بر روی مردم منطقه کوی امام علی در

سال ۸۴ انجام شده است. به طور کلی در این پژوهش از ده روش متفاوت جلب مشارکت مردم، چه به صورت مستقل و چه به صورت متوالی استفاده شده که عمدتاً مبتنی بر آگاه سازی به طور مستقیم و غیر مستقیم و ارائه خدمات به مردم بودند. با توجه به آن که اجرای هر روش نیاز به موضوعیت و بهانه خاصی داشت که از طرف مردم مورد استقبال قرار گیرد اقدام به یک بررسی سریع کیفی انگیزش سنجی با حجم نمونه‌ای حدود ۱۰۰ نفر جهت آشنایی با علایق و نیازهای مردم در منطقه شد و براساس نتایج آن موضوع هر برنامه جلب مشارکت مردم شکل گرفت. به طور خلاصه این روش‌ها شامل موارد زیر می‌باشند:

(۱) فراخوان خصوصی: در این روش گروه‌های خاص با توجه به موضوع‌های جذاب مورد علاقه به پایگاه دعوت می‌شدند مثل پخش تراکت در بین جوانان جهت گردهم آیی و برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت، دعوت از معتمدین محله‌ها برای بررسی مشکلات منطقه، دعوت از زنان دار با موضوع‌های مختلف و...

(۲) فراخوان عمومی: مخاطب این شیوه کلیه مردم ساکن در شهرک امام علی بودند که از طریق نصب بیلبوردهایی در مسیرهای اصلی و تهبی و توزیع پوسترهایی به زبان ساده با اهداف و زمینه‌های فعالیت پایگاه تحقیقات جمعیت آشنا شدند. هم‌چنین از طریق نشریه نیز به طور مکرر سعی می‌شد مردم با برنامه‌های پایگاه آشنا گردند.

(۳) دعوت حضوری: دعوت حضوری یا ارتباط سینه به سینه در ابتدا توسط کارشناسان و اعضاء سازمان‌های غیر دولتی همکار انجام می‌شد و بعد از جلب مشارکت مردم، توسط افراد جذب شده به پایگاه و در گروه‌های اجتماعی مختلف انجام شد. گروه‌های

دبستانی ثبت نام کنند و یا جوانانی که به دنبال شیوه‌ای برای گذراندن اوقات فراغت بودند.

۹) بحث متمرکز گروهی: در این روش سعی می‌شد مطابق با علایق و خواسته‌های مراجعین پایگاه، جلسات بحث متمرکز گروهی گذاشته شود و زمینه فعالیت بیشتر آنها در پایگاه فراهم شود مانند بررسی مشکلات خانوادگی، بررسی مشکلات جوانان، بررسی خواسته‌ها و انتظارات مردم و کسبه ....

۱۰) شیوه‌های غیر مستقیم: در این روش با استفاده از برنامه‌های تفریحی، فرهنگی و ورزشی نسبت به تبلیغ و آشنا کردن مردم با پایگاه اقدام شد که از جمله آنها، برگزاری مراسم افطار در ماه رمضان، مسابقات فوتبال، برگزاری جشن نیمه شعبان، مراسم عزاداری امام حسین، برگزاری نمایشگاه صنایع دستی زنان هنرمند منطقه و تشکیل کتابخانه و... بود.

افرادی که توسط روش‌های فوق با پایگاه و اهداف آن آشنا می‌شدند و اظهار تمایل می‌کردند که در برنامه‌های مختلف پایگاه اعم از برنامه‌های طرح جلب مشارکت و یا توانمند سازی شرکت نمایند، در صورتی که بیش از ۱ ساعت در هفته فعالیت می‌کردند اعضاء جلب مشارکت شده تلقی می‌شدند. این افراد بسته به میزان فعالیتشان از پایگاه کارت عضویت به رنگ‌های سفید برای اعضای با فعالیت کم، کارت زرد برای اعضا با فعالیت متوسط و قرمز برای اعضای بسیار فعال دریافت می‌کردند و پرسش‌نامه‌ای حاوی اطلاعات لازم جهت بررسی مشخصات فردی، گروه اجتماعی، منطقه جغرافیایی سکونت (طبق تقسیم بندی یازده گانه طرح سرشماری) و شیوه آشنا شدن و علاقه‌مندی به ادامه همکاری پایگاه، توسط خود ایشان تکمیل می‌گردید.

مختلف مراکز در شناسایی و جذب گروه‌های هم‌ردیف فعال می‌شدند.

۴) ارائه خدمات: استفاده از خدمات مشاوره‌ای و مددکاری نوعی حمایت فردی و اجتماعی ایجاد می‌کرد که از طریق آن عده‌ای جذب پایگاه شدند. این خدمات به طور متمرکز در فضای فیزیکی پایگاه انجام می‌شد.

۵) سخنرانی: با انجام سخنرانی‌های مختلف در مکان‌های عمومی مانند مساجد، مدارس و فضای فیزیکی پایگاه، مردم با اهداف و برنامه‌های پایگاه آشنا می‌شدند.

۶) رسانه‌ها: تنها رسانه‌های مورد استفاده در منطقه تلویزیون و نشریه بود که از تلویزیون در بخش خبری شبکه استانی درباره پایگاه و اهدافش اطلاع رسانی شد و در تهیه نشریه نیز ده شماره ویژه‌نامه محلی که به بررسی ظرفیت‌ها، مشکلات منطقه و نظرات مردم و مسئولین در مورد مشکلات موجود می‌پرداخت، اقدام شد که به طور رایگان در تمام محله‌ها و کوچه‌های کوی امام علی پخش شد.

۷) دوره‌های آموزشی: برگزاری دوره‌های آموزشی که از طریق نشریه، یا به صورت تراکت و یا حتی سینه به سینه تبلیغ می‌شد در فضای محدود پایگاه انجام شد که نزدیک به ۷۰۰ ساعت در زمینه‌های هنری، کامپیوتر، مهارت‌های زندگی اقتصاد خانواده، ورزش، خبرنگاری و... انجام شد.

۸) تشکل سازی: در این روش سعی شد گروه‌هایی که کمتر توسط روش‌های دیگر جذب می‌شوند از طریق تعریف اهداف مشترک سازماندهی و هدایت شوند. از جمله آقایانی که نسبت به مباحث عمرانی منطقه دغدغه خاطر داشتند یا مادرانی که به دلیل فقر مالی نمی‌توانستند فرزندانشان را در پیش

تشکیل می‌داند و میانگین سنی افراد جلب مشارکت شده ۲۴/۳۳ (۲۰/۵۳-۳۸/۱۲) سال بود. میانگین سنی افراد جلب مشارکت شده در بین گروه‌های آقایان و خانم‌ها اختلاف آماری معنی داری نداشت. نمای تحصیلات افراد جلب مشارکت شده دیپلم با ۷۳ نفر (۳۶ درصد) بود، هم‌چنین ۱۲ نفر کارشناس، ۱ نفر حوزوی، ۶ نفر سیکل، ۵۱ نفر ابتدایی و ۴ نفر بی سواد بودند.

۷۰ درصد افراد جلب مشارکت شده مجرد بودند و محصلین و افراد خانه دار به ترتیب با ۴۱/۵ درصد و ۲۴ درصد بیشترین گروه‌های جلب مشارکت شده در مقایسه با سایر مشاغل بودند این در حالیست که ۱۵/۵ درصد افراد جلب مشارکت شده بی‌کار و به ترتیب ۱/۵ درصد و ۰/۵ درصد ایشان کارمند و کارگر بودند. ۷۹/۵ درصد افراد جلب مشارکت شده مهم‌ترین منبع درآمد خانواده خود را پدر خانوار ذکر کردند. ۷۵/۵ درصد افراد جلب مشارکت شده دارای منزل شخصی و ۱۲/۵ درصد استیجاری بودند و ۱۲ درصد در منزل پدری و هیچ‌یک از آنها در خانه سازمانی سکونت داشتند.

۳۵/۵ درصد از افراد مورد پژوهش از سایر محلات، ۳۲/۵ درصد از روستاهای اطراف اراک و ۱۸ درصد از شهرها و استان‌های دیگر به این منطقه مهاجرت نموده بودند و در پاسخ به سؤال علت مهاجرت به این منطقه ترقی و مسایل شغلی به ترتیب با ۳۱/۳ درصد و ۲۲/۴ درصد بیشترین پاسخ‌ها بودند و پرکاری و کمبود امکانات به ترتیب با ۴/۲ درصد و ۸/۹ درصد کمترین پاسخ‌ها را به خود اختصاص دادند. میانگین مدت اقامت افراد جلب مشارکت شده در منطقه فوتبال ۱۲/۶۶ (۱/۲۶-۲۴/۰۶) سال بود. ۷۸/۸ درصد افراد جلب مشارکت شده قبل از حضور در

به دلیل مشابهت رویکرد برخی روش‌های جلب مشارکت، این روش‌ها به سه گروه دسته بندی شدند:

۱- روش سینه به سینه که دعوت حضوری و ارائه خدمات را در بر می‌گرفت.

۲- روش‌های تبلیغاتی شامل فراخوان عمومی، برگزاری دوره‌های آموزشی، شیوه‌های غیر مستقیم، و نشریه.

۳- روش‌های گروهی که بحث گروهی و سخنرانی را تحت پوشش قرار می‌داد.

در آنالیز نتایج از شاخص‌های آماری میانگین، انحراف معیار و ۹۵ درصد فاصله اطمینان و درصد فراوانی استفاده گردید. محققان در کلیه مراحل متعهد، اصول اخلاقی اعلامیه وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی بودند.

## نتایج

در نگاهی کلی به نتایج این تحقیق، بر اثر فعالیت‌های انجام شده در پروژه جلب مشارکت، جمعاً جهت ۲۰۰ نفر به عنوان عضو پایگاه کارت صادر گردیده است که از این تعداد ۱۱۷ نفر (۵۸/۵ درصد) حائز کارت سفید ۴۰ نفر (۲۰ درصد) کارت قرمز، ۴۰ نفر (۲۰ درصد) کارت زرد و ۳ نفر (۱/۵ درصد) کارت سبز (ویژه فعالان سازمان‌های غیر دولتی در منطقه) شدند. به لحاظ جغرافیایی، افراد جلب مشارکت شده در نواحی یازده گانه تحت پوشش پایگاه بیشترین میزان جلب مشارکت مربوط به نواحی ۹ و ۱ و ۲، به ترتیب با ۴۸ و ۴۲ و ۲۵ نفر جلب مشارکت شده و کمترین میزان جلب مشارکت مربوط به نواحی ۱۰ و ۱۱، هر کدام با ۳ نفر جلب مشارکت شده می‌باشد. ۱۴۸ نفر (۷۴ درصد) افراد جلب مشارکت شده را خانم‌ها

پایگاه سابقه فعالیت‌های گروهی داشته‌اند که از این بین ۴۷/۳ درصد و ۴۶/۵ درصد و ۱۷/۸ درصد و ۳۳/۲ درصد و ۸/۵ درصد به ترتیب سابقه فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و هنری، علمی و پژوهشی، ورزشی تفریحی و سیاسی داشته‌اند. در خصوص روش جلب مشارکت، در جواب این سوال که از چه طریقی با پایگاه آشنا شده‌اید و با توجه به این که هر فرد حداکثر می‌توانست سه انتخاب بدون اولویت داشته باشد، ۴۳۸ شیوه مورد انتخاب قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱ آمده است.

از افراد جلب مشارکت شده در خصوص نحوه گذراندن اوقات فراغت سؤال شده بود که ۵۷/۷ درصد ایشان تماشای تلویزیون و پس از آن ۱۵ درصد و ۱۲/۵ درصد به ترتیب مطالعه و تماشای ویدئو را مهم‌ترین نحوه گذراندن اوقات فراغت خود ذکر نموده بودند. این در حالیست که رفتن به روستا، پیاده روی و گذراندن به بطالت هر کدام با ۰/۵ درصد کمترین روش‌های مورد توجه برای گذراندن اوقات فراغت بودند.

در حال حاضر ۱۲۱ نفر از افراد مورد پژوهش در گروه‌های آموزشی فعالیت دارند و این در حالیست که به ترتیب ۳۷ نفر، ۹ نفر، ۴۴ نفر، ۵۱ نفر و ۲۸ نفر در کلاس‌های ورزشی و برنامه‌های تفریحی و سرگرمی، برنامه‌های پژوهشی، برنامه‌های اجتماعی و گروهی و سایر موارد شرکت دارند. هم‌چنین ایشان اعلام نموده‌اند، تمایل دارند که به طور میانگین ۴ ساعت (۸-۱۰) در پایگاه فعالیت داشته باشند. هم‌چنین در خصوص علاقه به فعالیت‌های گوناگون در پایگاه‌ها سه اولویت اول افراد جلب مشارکت شده سوال شده بود که مجموع پاسخ‌های سه اولویت در جدول ۲ موجود می‌باشد. فراوانی داوطلبین مشارکت کننده در گروه‌های مختلف اجتماعی در جدول ۳ مراجعه آمده است.

میزان هزینه بری شیوه‌های مختلف نیز در جدول ۱ آمده است. هم‌چنین به دلیل متعدد بودن روش‌های جلب مشارکت همان طور که در روش کار گفته شد کلیه روش‌ها به سه کلی شیوه دسته بندی شدند که در جدول ۴ آمده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی شیوه‌های آشنا شدن اعضاء داوطلب با پایگاه تحقیقات جمعیتی دکتر محمد قریب در سال ۱۳۸۴

شیوه	فراخوان عمومی	فراخوان خصوصی	دعوت حضوری	خدمات	سخنرانی	آموزش	تشکل سازی	بحث گروهی	غیر مستقیم	نشریه
فراوانی اولویت اول	۱۴	۶	۱۶۸	۱	—	۶	—	۲	۱	۱۲
فراوانی اولویت دوم	۲۸	۲۷	۳۳	۷	—	۳۵	۹	۱۱	۱	۸
فراوانی سوم	۱۹	۲۴	۱۰	۲۰	۵	۷	۱۲	۱۱	۴	۵
جمع کل	۶۱	۵۷	۲۱۱	۲۸	۵	۴۸	۲۱	۲۴	۶	۲۵
هزینه بری	۱۰۰۰۰۰۰۰	۳۵۰۰۰۰۰	۷۵۰۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۵۰۰۰۰۰۰	۶۰۰۰۰۰۰	۴۵۰۰۰۰۰	۸۵۰۰۰۰۰

جدول ۲. توزیع فراوانی علاقه مندی در فعالیت‌های مختلف افراد جلب مشارکت شده پایگاه تحقیقات جمعیتی دکتر محمد قریب در سال ۱۳۸۴

علاقه به فعالیت	فعالیت آموزشی و اجتماعی	فعالیت آموزشی	فعالیت علمی و پژوهشی	فعالیت اقتصادی و درآمدزا	فعالیت عام المنفعه و خیریه	فعالیت تفریحی	فعالیت ورزشی
نفر	۱۰۱	۱۳۲	۷۲	۷۳	۲۴	۸۳	۷

جدول ۳. توزیع فراوانی داوطلبین مشارکت کننده در گروه‌های مختلف اجتماعی در پایگاه تحقیقات جمعیتی دکتر محمد قریب در سال ۱۳۸۴

گروه‌های اجتماعی	زنان خانه دار	نوجوانان ۱۰-۱۶	جوانان ۱۷-۳۰	دانش آموزان	دانشجویان	مردان میانسال و پیر (بالتر از ۴۵)	شاغل بیکار	تحصیل کرده و بالای دیپلم	بیسواد
تعداد افراد جلب مشارکت شده	۴۸	۵۳	۱۱۱	۸۳	۱۸	۵۲	۲۰	۱۲	۴
درصد مشارکت	۲۴	۲۶/۵	۵۵/۵	۴۱/۵	۹	۲۶	۱۰	۶	۲

جدول ۴. توزیع فراوانی جذب نیرو (جلب مشارکت) و هزینه تمام شده شیوه‌های مختلف جلب مشارکت مردم با رویکرد کلی در پایگاه تحقیقات جمعیتی دکتر محمد قریب در سال ۱۳۸۴

شیوه‌های کلی	شیوه‌های سینه به سینه	شیوه‌های تبلیغاتی	شیوه‌های گروهی
فراوانی شیوه‌های آشنا شدن با پایگاه	۲۳۶	۱۰۴	۶۲
هزینه تمام شده	۱۲۵۰۰۰۰۰	۴۲۰۰۰۰۰	۱۴۵۰۰۰۰۰

## بحث

در فرآیند تحقق پژوهش‌های مشارکتی مبتنی بر جامعه فعالیت‌های داوطلبانه شهروندان به منظور توسعه محله‌ای و منطقه‌ای به معنای جلب مشارکت مردم محسوب می‌شود (۵) بررسی بر روی بافت جمعیتی ساکنین کوی امام علی به این جهت که جلب مشارکت فرآیندی است اجتماعی و فرهنگی که در طول زمان شکل می‌گیرد، مهم به نظر می‌رسد. شهر اراک با قدمتی نزدیک به ۲۰۰ سال در میان دهستان‌های بزرگی در منطقه مرکزی ایران بنا شد تا برای این مناطق از نظر سیاسی و حکومتی مرکزیتی باشد. اما طی سه دهه گذشته با رویکردی متفاوت شروع به صنعتی شدن

کرد (۶) و از همان زمان مناطق حاشیه نشینی مانند کوی امام علی شروع به رشد کرد، به طوری که در بررسی‌های به عمل آمده حداکثر حضور ساکنین آن کمتر از ۳۵ سال ذکر شده است. هر چند طی سال‌های اخیر (۵ سال گذشته) مهاجرت به آن بسیار کم بوده است، اما عمده ساکنین آن افرادی هستند که طی سه دهه گذشته از سایر مناطق استان و شهرستان و حتی استان‌های هم‌جوار مانند استان لرستان به آن مهاجرت کرده‌اند (۷).

صنعتی شدن شهر باعث هجوم نیروهای جویای کار می‌شود که معمولاً بصورت حاشیه نشینی خود نمایی می‌کند (۸). ارتباط اکثر ساکنین شهرک امام

علی با روستا به طوری که حداقل سالی یک بار به روستا مسافرت می‌کنند و حتی اشتغال و منبع درآمد عمده‌ای از ایشان از طریق زمین دارای و کشاورزی است، نشان از پیوند محکم مردم منطقه با فرهنگ و اقتصاد روستا دارد (۷). طی این مدت، زندگی مردم این ناحیه که اکثراً سابقه زندگی روستایی را داشته‌اند، به دلیل صنعتی شدن تغییر کرده است. این تغییر به طور عمده‌ای باعث تحول نقش زنان شده است. به طوری که گفته می‌شود تأثیر صنعتی شدن بر معیارها و موازین و ارزش‌های اجتماعی هیچ کجا آشکارتر از تحولاتی نیست که در نقش زنان دیده می‌شود که از دلایل آن افزایش اوقات بیکاری زنان ناشی از کاهش مولید، عدم نیاز به کار در مزرعه، کشاورزی و دامداری، استفاده از تکنولوژی برای کارهای منزل و غیره می‌باشد. مهم‌ترین نکته که باید به آن اشاره کرد که باعث حضور پررنگ‌تر زنان در عرصه‌های اجتماعی می‌شود و نیاز به مشارکت جدید اجتماعی را در آنها بالا می‌برد، احساس نیاز به قدرت، شخصیت و حیثیت در جوامع امروزی است که از طریق فعالیت‌های بیرون از خانواده و ایجاد امکان دسترسی به مزایای اجتماعی به وجود آمده است (۹-۱۱). حضور پررنگ‌تر زنان در پایگاه تحقیقات جمعیت به عنوان بزرگ‌ترین گروه جلب مشارکت شده که جمع کثیری از آنان را زنان خانه دار تشکیل می‌دهند، نشان دهنده نیاز آنان به فعالیت‌های اجتماعی است. خصوصاً که فعالیت در پایگاه کاملاً داوطلبانه است و به هیچ وجه جنبه اقتصادی ندارد. در مطالعه‌ای مشابه در پایگاه تحقیقات جمعیت اردبیل نیز زنان با ۵۷ درصد فراوانی در افراد جلب مشارکت شده حضور پررنگ‌تری داشتند (۱۲). بعد از زنان، نوجوانان و جوانان دارای بیشترین مشارکت در پایگاه بودند. کم شدن انتظارات اقتصادی خانواده‌ها از جوانان و علاقه‌مندی

آنها به ادامه تحصیل فرزندانشان باعث تغییر در نقش جوانان در خانواده‌های ساکن در منطقه شده است (۸)، به طوری که گروه جوانان و نوجوانان و گروه دانش‌آموزان و دانشجویان که همپوشانی بسیار بالایی دارند، جزو فعال‌ترین افراد در پایگاه محسوب می‌شوند. البته دلایل دیگری نیز می‌توان برای حضور فعال جوانان در پایگاه ذکر کرد. مانند نیازهای روانی دوران بلوغ به فعالیت‌های گروهی و در عین حال محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی و تفریحی منطقه که ناشی از کمبود امکانات در مقایسه با تراکم جمعیت می‌باشد و مقارن شدن فعالیت‌های پایگاه با شروع تعطیلات تابستانی و استفاده از شیوه‌های جذاب برای جذب جوانان. غیر از زنان و جوانان که بیشترین میزان مشارکت جویی را در پایگاه دارا بودند، سایر گروه‌ها کمتر از حد متناسب با فراوانی شان در منطقه، مشارکت نمودند. افراد شاغل به دلیل مشخصه‌های کاری که اکثراً به صورت کارگر روز مزد یا دائم می‌باشند حضور کم‌رنگ‌تری در پایگاه داشته‌اند و آن دسته از افراد شاغل داوطلبی که در برنامه‌های پایگاه مشارکت می‌کردند اکثراً اشتغال به کار آزاد و یا کارمندی داشتند. افراد بیکار علیرغم فراوانی بالایشان در منطقه به دلیل نبودن جنبه‌های اشتغال و درآمدزایی در پایگاه حضور بسیار کمتری داشتند. میزان مشارکت جویی در افراد دارای تحصیلات عالی و بی‌سواد در پایگاه نسبت به منطقه کمتر بود که می‌تواند ناشی از عدم وجود جذابیت‌های لازم برای ایشان باشد. بدین ترتیب مشارکت جویی در گروه‌های سنی، جنسی، تحصیلی و شغلی مختلف که در فرضیه اول برابر دانسته شده بود متفاوت می‌باشد و از نظر جنسی خانم‌ها، از نظر رای تحصیلی دانش‌آموزان و دانشجویان (مدرک دیپلم با بیشترین فراوانی) و از نظر

شغلی افرادی که کار آزاد دارند، دارای بیشترین مشارکت در پایگاه بودند.

به نظر می‌رسد روش‌های سینه به سینه توانسته است در جلب مشارکت مردم قوی‌تر از سایر روش‌ها عمل کند. خصوصاً که در این روش به دلیل آن که فرد جلب مشارکت شده بر اساس میزان اطلاعات و سطح فرهنگ خود بر دیگران تأثیر می‌گذارد، اثر آن به مراتب از روش‌هایی که صرفاً به تبلیغ اهداف و جذابیت‌های پایگاه می‌پردازد بسیار بیشتر است. از میان روش‌های سینه به سینه، آشنایی از طریق دوستان به دلیل ارتباطات ساده‌تر دوستان نسبت به افراد محله با یکدیگر، کارآیی بیشتری داشته و بهترین شیوه در کل شیوه‌های جلب مشارکت محسوب می‌شود. ارتباطات اجتماعی ضعیف اهمیت این شیوه را بیشتر مشخص می‌کند.

بنا به دلایل گفته شده، ارتباطات اجتماعی در منطقه ویژگی‌های خاصی را دارا می‌باشد. به دلایل قوم‌گرایی و منافع مشترک بین افرادی که به صورت گروهی از سایر مناطق مهاجرت کرده‌اند، ارتباطات اجتماعی محکمی بین ایشان وجود دارد. هم‌چنین ارتباطات اجتماعی در محله‌ها و در بین گروه‌های دوستان و همسالان به دلیل تعاملاتی که نیاز زندگی روزمره است وجود دارد اما به دلیل عدم سابقه زندگی مشترک طولانی چند نسلی، اعتماد اجتماعی وسیعی در بین گروه‌های اجتماعی مختلف دیده نمی‌شود. فعالیت‌های اجتماعی مفید معمولاً به دلایل مذهبی مثل فعالیت‌های مساجد، امنیتی مثل بسیج مساجد، فرهنگی مثل انجمن اولیا و مربیان مدارس، اقتصادی مثل قرض الحسنه‌های مردمی شکل گرفته است. افزون بر موارد ذکر شده پایین بودن میزان اعتماد اجتماعی در سطح

کل جامعه استان نیز خود عامل مهمی در کاهش سرمایه‌های اجتماعی بازی می‌کند.

استفاده از روش‌های تبلیغاتی برای آشنا کردن مردم با اهداف پایگاه تحقیقات جمعیت، به دلیل رویکرد بهداشتی آن و به دلیل اعتماد نهادی نسبتاً مطلوبی که سیستم‌های بهداشتی و درمانی در منطقه از آن برخوردارند (۳)، مخصوصاً مجاورت پایگاه با درمانگاه قدیمی ارسطو که از دیرباز خدمات بهداشتی و درمانی وسیعی به مردم ارائه کرده است، نگرش مثبتی را نسبت به فعالیت‌های پایگاه بوجود آورده و باعث شده است اطلاع‌رسانی از طریق شیوه‌های تبلیغاتی با توجه به زمینه‌های موجود، عده زیادی را به پایگاه تحقیقات جمعیت جذب کند. از میان روش‌های تبلیغی، برگزاری دوره‌های آموزشی و پخش تراکت و پوستر بیشترین میزان کارآیی را داشته‌اند، اما فعالیت‌های گروهی به عنوان شیوه‌ای برای جلب مشارکت مردم با استقبال چندانی مواجه نشد، دعوت‌های مختلف به بهانه‌های مکرر در مکان‌های متفاوت نتوانست حضور پررنگی را به همراه داشته باشد. بافت جمعیتی ویژه منطقه و میزان مشارکت کمتر مردم در گروه‌های اجتماعی نسبت به متوسط استان از دلایل تمایل کمتر مردم به فعالیت‌های گروهی می‌باشد (۳) و به این شیوه افراد کمتری جذب پایگاه شدند که از میان انواع آن بحث متمرکز گروهی تأثیر بیشتری در جذب نیروهای داوطلب داشت و سخنرانی کمترین اثر را در فعالیت‌های گروهی و در کل شیوه‌های جلب مشارکت دارا بود. با این توضیح به نظر می‌رسد در جلب مشارکت مردم شیوه‌های مختلف متفاوت عمل می‌کنند و میزان تأثیرگذاری و کارایی آنها در جلب مشارکت مردم متفاوت است.



۲. غفاری غ. تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت اجتماعی و اقتصادی سازمان یافته روستائیان به عنوان مکانیزمی برای توسعه روستایی در ایران. رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، سال ۱۳۸۰.

۳. غفاری غ. بررسی وضعیت سازمانهای غیر دولتی در استان مرکزی و راهکارهای جلب مشارکت مردمی در قاب آنها. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان مرکزی، سال ۱۳۸۴.

۴. نتایج طرح سرشماری مرکز آمار ایران. ویرایش اول، اراک، سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان مرکزی، ۱۳۷۵-۱۳۵۵.

5. Chambers R. Reflections on participatory rural appraisal experience. In: Cornwall A, Partta G, editors. Pathways to participation. IDS: 2003.p.36-40.

۶. مجموعه مقالات بزرگداشت دویستمین سال تأسیس اراک. دانشگاه علم و صنعت در اراک (چاپ نشده است).

۷. زرین فر ن، عبیری ف. سرشماری جمعیتی - زیست محیطی منطقه تحت پوشش پایگاه تحقیقات جمعیتی شهرستان اراک اسفند ماه ۱۳۸۳. پایگاه تحقیقات جمعیت دکتر محمد قریب، سال ۱۳۸۴.

۸. موفقیان ن. در ترجمه جامعه‌های انسانی، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کلان. لنسکی گ، نولان پ (مؤلف). نشرنی، سال ۱۳۸۰.

۹. جمشیدی الف، شاهنده خ، قاجاریه سپانلو ص، مجدزاده س ر. کارگاه روش تحقیق مشارکتی. ویرایش اول، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی تهران، سال ۱۳۸۳.

10. Hober J. Toward a socio-technological theory of the woman's movement. Social Problem 1970;23.

11. Lublin L. As women's roles grow more like men's , so do their problems. Wall Street Journal 1980;14.

۱۲. حبیب زاده ش، عرشی ش، عباسقلی زاده ن، یوسفی سادات م، عالی مراد م، صادقی ح. ارائه و ارزشیابی مدلی برای تحقق بسیج جامعه در مرکز توسعه اجتماعی و ارتقاء سلامت اردبیل. مجله علمی و پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، سال ۱۳۸۴، سال پنجم، شماره ۱.

از نظر هزینه بری و قیمت تمام شده، روش‌های سینه به سینه کم هزینه‌ترین شیوه جلب مشارکت بوده و بعد روش‌های گروهی به عنوان روش دوم بوده‌اند و پرهزینه‌ترین شیوه جلب مشارکت نیز روش‌های تبلیغاتی می‌باشند. بالا بودن هزینه‌های روش تبلیغی را می‌توان به دلیل نیاز به امکانات زیاد و پرسنل متعدد و کمتر بودن هزینه‌های روش‌های سینه به سینه را ناشی از بی‌نیازی به امکانات خاص ذکر کرد.

### نتیجه گیری

با توجه به گستردگی جامعه هدف وعدم دسترسی به تک تک ساکنین منطقه، از شیوه‌های مختلفی برای جلب مشارکت مردم استفاده شد. به نظر می‌رسد علی‌رغم تاثیر گذاری روش‌های مختلف در جلب مشارکت مردم، شیوه‌های سینه به سینه قادر به نفوذ بیشتری در جامعه باشند و جوانان و زنان (خصوصاً زنان خانه‌دار) علاقمندی بیشتری به فعالیت‌های داوطلبانه در پایگاه داشته باشند.

### تشکر و قدردانی

بدینوسیله از مسئولین پایگاه تحقیقات جمعیتی دکتر محمد قریب به خاطر یاری، هم‌فکری و حمایتشان و هم‌چنین اعضاء داوطلب پایگاه که بدون هیچ چشم داشتی در جهت توسعه محله‌شان فعالیت می‌کنند و هم‌چنین همکاران طرح به ویژه سرکار خانم زهره مجیدی قدردانی به عمل می‌آید.

### منابع

۱. ساروخانی ب. دایرة المعارف علوم اجتماعی. تهران، کیهان، ۱۳۷۰.

## Comparison of different ways in drawing population participation of Imam Ali region, Arak 2005

Saghebi F<sup>1</sup>, Kahbazi M<sup>2</sup>, Chehrei A<sup>3</sup>, Mobaraki M<sup>4</sup>

### *Abstract*

**Introduction:** Active cooperation of individuals in their political, economic, cultural and other aspects of life is called participation. In local participation, participants in addition to acquiring benefits of each project can affect its direction and implementation. This participation in local societies produces empowerment and development. In order to perform community based participatory researches, people were encouraged to cooperate in Arak population research base.

**Materials and Methods:** In this cross-sectional study, to encourage people to be active in the base, 10 methods were implemented which are categorized in three major groups: 1. Man to man methods such as peer groups, invitation of friends, residents of quarters and helping in need people 2. Commercial methods such as billboards, posters, local publications, celebrations and national and religious occasions 3. Group making methods in which members were active in reaching a special goal. Questionnaires were completed for 200 individuals having at least 1 hour participation a week.

**Results:** People participated in the base during 8 months, overlay selected these different participation methods as their introducing methods to the base: man to man methods 236 times, commercial ones 104 times and group making 62 times. From the viewpoint of cost, man to man methods had 12500000, commercial ones 42000000 and group making 14500000 Rials cost.

**Conclusion:** Results showed that the best way to draw individuals' participation was man to man methods especially by friends and the second was commercial ones. Group making methods had the least success. Also women (especially housewives) and youths were the most active groups. Man to man methods had the lowest and commercial ones had the highest coast.

<sup>1</sup> - General practitioner, Arak population research base.

<sup>2</sup> - Assistant professor, Arak University of medical sciences.

<sup>3</sup> - Resident of pathology, Isfahan University of medical sciences.

<sup>4</sup> - MSc. student of cultural studies, Tehran science and culture University, Arak population research base.