

بررسی عامل‌های موثر بر انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم نهاد

رضاعلی محسنی^۱، غلامرضا خوش‌فر^{۲*}، قربان‌علی بابایی^۳ و میترا ابراهیمی^۴

چکیده

موضوع مقاله انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم نهاد استان گلستان می باشد. مهم‌ترین هدف این پژوهش شناسایی عوامل اجتماعی موثر بر انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم نهاد است. عوامل اجتماعی شامل انسجام خانوادگی، ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی، میزان مصرف رسانه‌ای، ویژگی‌های جمعیت‌شناسی، میزان رضایت از زندگی، آگاهی سیاسی و نقش عضویت اعضای خانواده می‌گردد. به لحاظ روش شناسی پژوهش، رویکرد غالب در این پژوهش، پیمایشی است و بمنظور گردآوری داده‌ها از روش میدانی بهره گرفته شده است. جامعه آماری پژوهش زنان استان گلستان فعال عضو سازمان‌های مردم نهاد (NGO) تشکیل می‌دهند، حجم نمونه این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران به میزان ۳۸۹ نفر تعیین شد و برای اطمینان بیش‌تر این مقدار به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. روش نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و انتخاب نمونه‌ها با استفاده از روش انتساب متناسب با حجم می‌باشد که در آن شهرستان‌های استان به عنوان طبقات مبنای نمونه‌گیری قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده که برای پایایی آن از روش بازآزمایی، و برای روایی از CVR استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها متناسب با سطح سنجش متغیرها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که؛ که بیش‌ترین میزان تاثیر را در انگیزه مشارکت زنان برای فعالیت در سازمان‌های مردم نهاد به ترتیب ۱-رضایت از زندگی ۲- عضویت اعضای خانواده در سمن‌ها ۳- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان ۴- میزان مصرف رسانه‌ای ۵- آگاهی سیاسی زنان ۶- پایگاه اقتصادی و در نهایت ۷- انسجام خانوادگی داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: انگیزه مشارکت زنان، رضایت از زندگی، مصرف رسانه‌ای، انسجام خانوادگی.

۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر. mohseninet@yahoo.com

۲- استادیار گروه علوم اجتماعی و سیاسی دانشگاه گلستان.

۳- کارشناس ارشد رشته مطالعات خانواده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. ghababaei1338@gmail.com

۴- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، آدرس ایمیل: mitraabrahimi513@gmail.com

* نویسنده مسئول مقاله: gh.khoshfar@gu.ac.ir

پیشگفتار

از آن جایی که توسعه هر جامعه ای متضمن یک سری مبانی، معیارها و عوامل می باشد، به همین جهت، حضور فعالانه افراد در صحنه های گوناگون جامعه و به اصطلاح مشارکت سیاسی و اجتماعی آنان، از عوامل بسیار مهم و حیاتی در امر توسعه اجتماع بشمار می آید. در جامعه ما با توجه به باورهای اسلامی و ضرورت های انقلابی و مطلوبیت های اجتماعی، حضور مردم در تمامی صحنه ها و مشارکت آنان در ابعاد سیاسی و اجتماعی به عنوان یک عامل مهم در توسعه و سازندگی، مورد توجه بسیار است و در واقع یک وظیفه سیاسی و دینی همگانی است که تمامی اقشار جامعه اعم از مردان و زنان را شامل می شود. در این راستا بویژه مسئله مشارکت سیاسی و اجتماعی زنان باید مورد بازنگری و بررسی دقیق قرار بگیرد تا زمینه های اساسی مشارکت فعال نیمی از جمعیت جامعه در صحنه های گوناگون اجتماع فراهم آید. آنچه که قابل توجه است، این است که نقش آفرینی و مسؤلیت پذیری انسان در جامعه تنها اختصاص به مردان ندارد بلکه زنان هم در این راستا سهم قابل توجهی در اجتماع دارند. حضرت امام خمینی (ره) می فرمایند: زن یکتا موجودی است که می تواند از دامن خود افرادی به جامعه تحویل دهد که از برکات شان یک جامعه بلکه جامعه ها به استقامت و ارزش های والای انسانی کشیده شوند (Motahari, 1984).

بنابراین، زنان به عنوان بخش مهمی از پیکر اجتماع، حامل بارسنگین مسؤلیت های خانوادگی و اجتماعی هستند و دوشادوش مردان می توانند در صحنه های گوناگون حضور یابند. در واقع، در هر جامعه ای یکی از فراگردهای مهم، انگیزه مشارکت سیاسی و اجتماعی می باشد که آحاد مردم اعم از مرد و زن به عنوان عضو جامعه و نظام اجتماعی در آن سهیم هستند؛ زیرا یکی از عواملی که می تواند نقش مؤثری در فرایند توسعه و رشد یک کشور ایفا نماید، انگیزه مشارکت عمومی است. به همین خاطر از نظر بسیاری از نظریه پردازان علوم اجتماعی و روان شناسی، داشتن انگیزه بالا و مشارکت فعالانه یکی از ارکان و عوامل مؤثر در رشد و توسعه در هر جامعه ای بشمار می آید. در همین مسیر در بررسی موضوع مورد پژوهش مختصراً می توان به ۴ عامل: ۱- اجتماعی ۲- فرهنگی ۳- حقوقی ۴- آموزشی اشاره نمود. در توضیح عامل اجتماعی می توان گفت انگیزه مشارکت زنان در جامعه ناشی از پایگاه اجتماعی و نقشی است که در جامعه ایفا می کنند. منزلت اجتماعی زن در جامعه، همان ارزشی است که جامعه برای نقش زن یا وظایفی که یک زن انجام می دهد، قایل است. نقش مجموعه ای از وظایف و فعالیت هاست و پایگاه مقام اجتماعی یا ارزشی است که ایفای آن وظایف و فعالیت ها، ایجاد می کند. نقش و پایگاه های اجتماعی دو نوع هستند یک دسته بر اساس سن و جنس و نژاد به فرد محول می شوند و دسته دیگر بر اساس تلاش و انتخاب فرد محقق می شوند. فقدان نقش های مهم در زمینه های اجرایی، مدیریتی و سیاسی برای زنان در جامعه،

مانع مهمی برای ارتقای زنان است که در نتیجه، مانع مشارکت آن‌ها در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مربوط به خودشان می‌شود. عدم انگیزه مشارکت زنان گاهی ناشی از وجود اندیشه‌ها و باورهای نادرست در جامعه‌ی سنتی ما در مورد توانایی‌ها و استعداد های بالقوه زنان می‌باشد که به عنوان عامل فرهنگی مدنظر است. این نگرش‌های منفی و تعصب آمیز زنان را افرادی ضعیف، عاطفی و فاقد اعتماد به نفس می‌پندارد و مانع بروز شایستگی آن‌ها می‌شود. در واقع همین پیشداوری‌ها از سوی دیگر موجب می‌شود آنها تنها در حوزه خانه و خانواده فعالیت کنند و برای حضور در حوزه عمومی با چالش‌های فراوانی مواجه شوند (Freytes Frey and Crivelli, 2007).

پس با توجه به گسترش آگاهی‌ها و دانش زنان در دنیای امروز، همچنین ساختار اجتماعی، اقتصادی و اندیشه‌های سیاسی رو به رشد جوامع، لزوم بازنگری در قوانین موجود باید جدی تلقی شود. سرانجام چهارمین عامل که می‌توان بحث نمود انگیزه مشارکت عوامل آموزشی است که از یک سو به عنوان عامل منفرد و مستقل و از سوی دیگر به عنوان بستر و زمینه رفع دیگر موانع انگیزه مشارکت قابل بررسی و تأمل است.

در این پژوهش سعی خواهیم کرد که دریابیم سازمان‌های غیردولتی در استان گلستان چه نقش فعالی در گسترش انگیزه جامعه مدنی، مشارکت سیاسی و نیز توسعه زنان استان دارند. همچنین، انگیزه و پیدایش، رشد و توسعه سازمان‌های مردم نهاد در دهه‌های اخیر چگونه به عنوان یکی از نقش آفرینان و یا عوامل عمده در عرصه فعالیت‌های توسعه‌ای استان می‌باشد؟ با وجود نتایج مثبت این سازمان‌ها می‌بینیم که وجود آن‌ها هنوز مورد قبول جامعه واقع نشده و با مخالفت‌هایی همراه است و در این بین زنان به دلیل نداشتن پشتوانه و داده‌های کافی برای انجام مراحل کار، انگیزه کم‌تری برای مشارکت و فعالیت در این سازمان‌ها دارند. یافتن عوامل اجتماعی موثر بر انگیزه مشارکت بیش‌تر زنان به گونه خودجوش در سازمان‌های مردم نهاد^۱ از جمله مباحث پیچیده است. از جانب دیگر، در زمینه مشارکت اجتماعی زنان پژوهش‌ها و مطالعات کم‌تری در استان گلستان صورت گرفته است که آن هم در حد نظری و در چگونگی ابعاد گوناگون آن محدود مانده اند؛ لذا باتوجه به اهمیت روزافزون سازمان‌های غیردولتی و نیز تلاش‌های جهانی برای گسترش تعداد آن‌ها در جوامع در حال توسعه این سؤال مطرح می‌شود که عوامل اجتماعی چه نقشی در انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم نهاد دارند؟ به بیان دیگر، ابعاد تحریک‌کننده، هدایت‌کننده و نگهدارنده انگیزه مشارکت تا چه حد تحت تاثیر عوامل اجتماعی قرار می‌گیرند؟ به دیگر سخن، عوامل اجتماعی مانند: پایگاه اجتماعی، انسجام خانوادگی، مصرف رسانه‌ای، رضایت از

^۱ - Non Governmental Organizations

زندگی، آگاهی سیاسی و عضویت اعضای خانواده در سازمان‌های مردم‌نهاد تا چه اندازه در برانگختن نسبت به مشارکت در سازمان‌های مردم‌نهاد موثرند؟ در این مسیر در پی آن هستیم که پرسش‌های زیر پاسخ‌گوییم:

- ۱- انسجام خانوادگی تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۲- پایگاه اجتماعی-اقتصادی تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۳- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۴- میزان مصرف رسانه‌ای (وسایل ارتباط جمعی) تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۵- رضایت از زندگی تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۶- عضویت اعضای خانواده در سازمان‌های مردم‌نهاد تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟
- ۷- آگاهی سیاسی از وجود سازمان‌های مردم‌نهاد تا چه اندازه موجب مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌شود؟

ادبیات نظری پژوهش

سازمان‌های غیردولتی، متشکل از گروهی زنان داوطلب و هم‌هدف است که بدون وابستگی به دولت، به صورت غیرانتفاعی و عام‌المنفعه با تشکیلات سازمان یافته در جهت اهداف و موضوع‌های متنوع فرهنگی، اجتماعی، پژوهشی، تخصصی، صنفی، خیریه‌ای و غیره فعالیت می‌کند. سازمان‌های غیردولتی یکی از ابزارهای مهم توسعه و یکی از موثرترین و معتبرترین ملاک‌ها جهت سنجش و بررسی میزان مشارکت مردم در اداره امور کشورها بشمار می‌روند (Soltankhah, 2005).

این سازمان‌ها از سال ۱۳۷۸، بالغ بر ۱۲۰ سازمان غیردولتی زنان حول چهار محور عمده فرهنگی-اجتماعی، صنفی-تخصصی، خیریه‌ای و سیاسی در کشور به فعالیت مشغولند. به استناد گروه بندی یاد شده، سهم فعالیت این سازمان‌ها به شرح زیر است: سازمان‌های فرهنگی-اجتماعی، ۳۶ درصد؛ سازمان‌های خیریه‌ای، ۲۴ درصد؛ سازمان‌های صنفی-تخصصی ۳۰ درصد و سازمان‌های سیاسی ۱۰ درصد بوده است. سازمان‌های غیردولتی زنان به دلایل بسیار از جمله، وجود موانع و مشکلات ساختاری- فرهنگی در مشارکت زنان در جامعه و نیز به دلیل جدید بودن شیوه عمل و کشف تجربه عرصه‌های تازه زندگی اجتماعی، به حمایت و تقویت نیاز دارند؛ حمایت و

تقویتی که از دو جنبه قابل عرضه است: نخست؛ حمایت دولت از این سازمان ها و دوم؛ حمایت نهادها و تشکیلات اجتماعی غیر دولتی از آنان، که در یک ارتباط تعاملی می تواند به تقویت و گسترش نهادینه شدن این سازمان ها و در نتیجه؛ تعمیق مشارکت فعال، کمک نماید زیرا گسترش فرهنگ ایفای نقش داوطلبانه در مسایل اجتماعی، گسترش ایمان و باور به آرمان و اهداف مشترک و گسترش پذیرش سرنوشت مشترک، بهترین دستاوردهای سازمان های مردم نهاد است. این گونه سازمان ها، به دلیل این که می توانند زمینه مشارکت فعال زنان را در بخش های غیر دولتی فراهم کنند و از این راه سطح مشارکت اجتماعی را افزایش دهند، نیازمند حمایتی جدی هستند (Partovi, 2001).

از بعد دولتی، از جمله گام هایی که در این زمینه برداشته شده است، تصریح حمایت از تشکیل این سازمان ها در بند (د) ماده ۱۵۸ قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که به عنوان یکی از مسئولیت های مرکز امور مشارکت زنان، بدان اشاره شده است: برای بهره گیری از خدمات گوناگون اجتماعی زنان در زمینه های مالی، حقوقی، مشاوره ای، آموزشی، ورزشی، طرح های لازم با اولویت قابل شدن برای زنان خود سرپرست و بی سرپرست مناطق توسعه نیافته و یا کم تر توسعه یافته و گروه های محروم جامعه؛ در زمینه حمایت از تشکیل سازمان های غیر دولتی تهیه و بر حسب مورد، به دستگاه های اجرایی یا دولت بازتاب کند تا پس از تصویب از راه دستگاه های ذی ربط اجرا شوند (Partovi, 2001). روی هم رفته، مشارکت سیاسی-اجتماعی زنان به عنوان بخش مهمی از مشارکت آنان در روند توسعه جامعه قلمداد می شود. مشارکت زنان در عرصه های سیاسی، با توجه به نیاز سنجی جامعه در بهره وری از نیروی انسانی آنان، در سطوح گوناگون خرد و کلان بویژه در عرصه های تصمیم گیری، روند رو به رشدی را در سال های اخیر طی نموده است (Shojaei, 2001).

در واقع، در کلان ترین سطح ممکن هر جامعه در ارتباط با بقا و رفح نیازهای اجتماعی اساسی خود، وظایف یا کارکردهای مهمی بر عهده دارد. اعضای جدید باید متولد و تربیت شوند، ضروریات حیاتی مردم باید تولید و توزیع شوند، نظم اجتماعی باید برقرار و محفوظ بماند و مردم باید احساس کنند که زندگی معنا و هدف دارد. در این مسیر محور اصلی نهاد های غیر دولتی، تولید انگیزه نیروی انسانی است. باید از نیروی انسانی شروع کرد و انگیزه ها و نیروهای بالقوه آن را شناخت و درصدد کامروایی یا ارضای آن در حد معقول بر آمد چرا که بدون شناخت انگیزه ها و تمایلات نیروی انسانی، نمی توان در انسان خلاقیت و نوآوری ایجاد کرد. اصولاً انسان آمیخته ای از افکار، تمایلات، نیازها، ارزش ها و هدف های شخصی است و برای آن که بتوان او را وادار ساخت که از روی میل، نیروی فکری و جسمی خود را برای حصول موفقیت آمیز هدف های اجتماعی بکار

ببندد، باید نیازهای او را برآورد. بارزترین رمز موفقیت، شناخت و ایجاد انگیزه‌های درونی افراد است و به معنی واقعی عبارت است از: ایجاد تشویق و ترغیب افراد سازمانی در راه به ثمر رسیدن فعالیت‌های همگانی به نحو مطلوب. پس به خاطر این‌که تشویق و ترغیب را در افراد سازمانی نضع و گسترش دهیم لازم است که کاربرد نیروهای مجذوب انگیزه افراد را بشناسیم. عامل انگیزه‌های انسانی، فراتر از همه عوامل است چرا که شرایط اصلی پرداختن به هر امری، وجود محرک یا انگیزه است. بنابراین، هر کوششی که در زمینه چگونگی بهتر اداره کردن انسان‌ها صورت گیرد مستلزم کشف نیازهای اساسی، درک انگیزه‌های رفتاری افراد و واکنش گروه‌های گوناگون کاری است. در همین زمینه پژوهش‌ها نشان داده است که اگر انگیزه‌های اصلی و مهم فرد در زمینه‌ها و کارهایی که انجام می‌دهد ارضا شوند، رضایت‌مندی زیادتر خواهد شد و انگیزه فعالیت را بیش‌تر کرده و چنین افرادی در جهت تأمین هدف‌های نهادهای غیر دولتی موفق‌تر خواهند بود. نیروی انسانی تشکیل دهنده هر نهاد اجتماعی، افرادی با احساس هستند که اگر انگیزه کافی داشته باشند، استعداد و مهارت خود را در خدمت جامعه به کار خواهند گرفت و چرخ‌های آن را به حرکت در خواهند آورد و از این رو است که موفقیت و پیشرفت هر سازمانی به انگیزه نیروهای انسانی آن بستگی دارد (Ayub and Rafif, 2001 p 339).

انسان‌ها نه فقط از لحاظ توانایی انجام کار بلکه از لحاظ میل یا اراده انجام کار یا انگیزه تفاوت دارند. انگیزه افراد به نیروی انگیزه‌های آن‌ها بستگی دارد. انگیزه‌ها را گاهی به عنوان نیازها، تمایلات، سلیق‌ها یا محرک‌های درونی تعریف می‌کنند. انگیزه‌ها که چراهای رفتاری هستند، دلیل اصلی عمل بشمار می‌روند. بنابراین، انگیزه، ایجاد یا به طور کلی وجود چنان حالت کشش و رغبت و تمایلی در فرد است که او را به انجام عملی در جهتی خاص بر می‌انگیزد. در واقع، مجموعه شرایط و اوضاع و احوالی که باعث می‌شود فرد از درون به فعالیت درآید، انگیزه است. بنیان و بنیاد ریشه‌های انگیزشی انسان نیاز اجتماعی و فردی است، چون افراد انسانی هر کدام شخصیتی منحصر به فرد هستند، از این رو، هر فرد دارای نیازهای ویژه‌ای است و هر نیاز دارای انگیزه‌های مخصوص به خود اوست. از سوی دیگر، عوامل و عناصر گوناگون و متنوعی به گونه‌های مختلفی در انگیزش افراد مؤثر است. عوامل گروهی، اجتماعی و روانی نقش چشمگیری در شکل دادن به نحوه رفتار افراد ایفا می‌کنند. انسان به وسیله انگیزنده‌های گوناگون، متغیر، پیچیده و در مواردی همبسته و وابسته و متأثر از عوامل زمانی و مکانی برانگیخته می‌شود (Sariolghalam, 1990).

منظور از انگیزه کار نیز اوضاع و احوال و شرایطی است که باعث انگیزتن هدایت و ادامه رفتارهای مرتبط با موقعیت‌های افراد می‌شود. کارشناسان بر این باورند که ایجاد انگیزه در تعیین

سطح عملکرد کارکنان نقش مهمی بر عهده دارد و عملکرد آنان نیز به نوبه خود در دستیابی به اهداف سازمانی مؤثر و اثر بخش است. حتی برخی اظهار داشته اند که انگیزه برای ادامه فعالیت‌های گروهی لازم و ضروری است. اگر انسان شرکت در نهاد های غیر دولتی علاقه مند نباشد، ادامه فعالیت ملالت آور و حتی ناممکن خواهد بود. نهادها، اعضای خود را از منزلت یا پایگاه اجتماعی ویژه ای برخوردار می‌سازند. بدین معنا که مردم یک جامعه، درباره انگیزه اجتماعی زنان که در نهاد یا سازمانی غیر دولتی عضویت دارند، باورها و پیش فرض‌هایی قابل می‌شوند. بنابراین، میل با اراده انجام کار یا انگیزه، عامل اساسی در ایجاد تلاش‌ها و فعالیت‌های زنان است. انگیزه یکی از ابزارهای مهم در القای زنان برای سهم خواهی از جامعه و نتیجه مؤثر و کارآمد و مثبت برنامه‌های پیش‌بینی شده نهاد های غیر دولتی است. در نتیجه، با توجه به ارتباط دیدگاه‌های نظری صاحب نظران حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی و تلفیق نظرات آن‌ها مانند دال، لیپست و هانتینگتون که با موضوع اصلی این پژوهش یعنی انگیزه مشارکت زنان مرتبط بوده برحسب عوامل اجتماعی، دیدگاه‌های بالا به گونه اجمالی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

رابرت لیپست (Lipset, 2002) بر این باور بود که مردان بیش از زنان، آموزش دیده‌ها بیش از بی‌سوادها، شهرنشینان بیش از روستاییان، ۳۵-۵۵ ساله‌ها بیش از جوانان و پیران، متاهلان بیش از مجردان، افراد دارای منزلت بالا بیش از افراد دارای منزلت پایین و اعضای سازمان‌ها بیش از غیر اعضا در فرآیند مشارکت سیاسی فعالند. مهم‌ترین متغیرهایی که لیپست بر آن‌ها تاکید می‌ورزد عبارتند از: درآمد، تحصیلات، شغل، رنگ (سیاه پوست، سفید پوست)، سن، جنس، محل سکونت، وضعیت تاهل و سامان جامعه. لیپست بر این باور است که روی هم رفته، طبقه متوسط به هم‌نوايي با ارزش‌های غالب جامعه و پذیرش این نظر که این هم‌نوايي با نیل به اهداف شخصی جبران می‌شود، گرایش بیش‌تری دارد. بی‌علاقگی نسبت به سیاست با ناهم‌نوايي که در سایر طبقات وجود دارد، مرتبط باشد (Lipset, 2002).

ساموئل هانتینگتون (Huntington, 1991) با تاکید بر نظریه جیمز دیویس با عنوان «منحنی جی» درباره توقعات فزاینده بر این باور است که شهرنشینی، سواد، آموزش و وسایل ارتباط جمعی، همگی در آشنا ساختن انسان با صورت‌های تازه زندگی، معیارهای تازه برخورداری و امکانات جدید رضامندی نقش دارند. هانتینگتون عواملی را جهت پیدایش مشارکت بر می‌شمارد که اهم آن‌ها بدین قرارند: ۱. فرض وجود کم‌ترین اجماع و اندیشه مشترک که بتواند بنیاد جامعه را حفظ کند، ۲. فرض وجود آزادی عمل در حوزه امور عمومی، ۳. تلقی نظری، اجتهادی و غیر تعبدی از تصمیم‌های سیاسی و به بیان دیگر، تلقی دلخواه انسان‌ها از سیاست و تصمیم‌های سیاسی، ۴. امکان برابری فرصت‌ها و امید فرد برای تاثیرگذاری در تصمیم‌ها و نهادهای سیاسی در صورت

تلاش، ۵. امکان اظهار مخالفت و تعیین مرزهای آن، (وجود جامعه عملگرا) مشروعیت و وجود نهادهای بسیج‌کننده (Huntington, 1991).

رابرت دال به این موارد می‌پردازد که هر چه درآمد، مقام اجتماعی و تجربه سیاسی و بالاتر از همه دانش فرد زیادتر می‌شود، احساس کارآیی سیاسی او نیز بالاتر می‌رود. انواع وسیعی از انگیزه‌ها، مشوق‌ها، جهت‌گیری‌ها و حتی شخصیت‌های انسانی بر زندگی سیاسی تأثیر می‌گذارند. پس از این‌که نظریه‌ها و دیدگاه‌های مربوط به موضوع یا مسئله مورد بحث قرار گرفت، جدول زیر طراحی گشت که در آن نام نظریه پرداز، خلاصه نظریه، مفهوم مورد نظر در نظریه‌ها با انتخاب نظریه لیپست، هانتینگتون، رابرت دال و خلاصه شاخص‌های مربوط به مفهوم مورد نظر ذکر گردید. این جدول به گونه‌ای طراحی شده که بر آن اساس چارچوب نظری مشخص می‌شود (Dahl, 2006).

با توجه به نظریه‌های مطرح شده چارچوب نظری پژوهش بر اساس ترکیبی از نظریه‌های لیپست، هانتینگتون و دال طراحی خواهد شد. بر همین اساس ویژگی‌های خانوادگی، پایگاه اقتصادی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و عضویت اعضای خانواده در سمن‌ها از نظریه لیپست استخراج گردید. به همین ترتیب ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، میزان مصرف رسانه‌ای، رضایت از زندگی و آگاهی سیاسی از نظریه هانتینگتون استخراج شد و در نهایت، پایگاه اقتصادی و میزان مشارکت نیز از نظریه دال استخراج شد.

مروری بر پژوهش‌های پیشین

براری و همکاران (Barari et al, 2012) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد بر پایگاه اجتماعی- اقتصادی زنان سرپرست خانوار» به بررسی تأثیر سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO) بر توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهر تهران پرداخته‌اند. هدف اصلی آن‌ها، بررسی تأثیر عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد بر پایگاه اجتماعی- اقتصادی زنان سرپرست خانوار در شهر تهران بوده است که با بررسی تفاوت میانگین دسترسی به منابع رفاهی، مهارت‌های حرفه‌ای، حمایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، رضایت از زندگی، قدرت کنترل و تصمیم‌گیری و نگرش نسبت به توانایی‌ها و شایستگی‌های خود، در بین دو گروه از زنان مورد سنجش قرار گرفت. نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های آن‌ها با استفاده از آزمون خی دو و آزمون U یا من ویتنی نشان می‌دهد که زنان عضو در سازمان‌های مردم‌نهاد بطور معناداری از پایگاه اجتماعی- اقتصادی بالاتر، دسترسی به امکانات رفاهی بیشتر،

رضایت از زندگی بیش تر و بهبود نگرش نسبت به توانایی ها و شایستگی های خود برخوردار بوده‌اند.

شاه بهرامی و همکاران (Shahbahrami et al, 2009) در مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر فعالیت های سازمان های مردم نهاد بر پیشگیری از ارتکاب جرم زنان سرپرست خانوار (پیشگیری از جرم) شهر تهران» سعی داشته‌اند با بررسی و شناخت انواع جرایم زنان سرپرست خانوار تحت پوشش حمایتی سازمان های مردم نهاد، را بررسی کرده و هم‌چنین، این امر را بررسی نمایند که آیا شرکت در گروههای مردم نهاد می تواند فرصتی باشد تا میزان توانمندی ها زنان ارتقا یابد؟ فرضیات پژوهش مبنی بر این که هر یک از کمک های مادی، برگزاری کلاس های آموزشی، ارائه خدمات مشاوره ای، ایجاد اشتغال و ارائه خدمات درمانی به زنان سرپرست خانوار در پیشگیری از ارتکاب جرم آنان تاثیر دارد. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که تمام فرضیه‌های آن‌ها معنادار بوده‌اند. نتیجه بدست آمده مشخص می کند که وضعیت زندگی زنان سرپرست خانوار پس از تحت پوشش قرار گرفتن بهبود یافته است.

شکیبا (Shakiba, 2007) در مطالعه‌ای با عنوان «سازمان‌های غیر دولتی شیعی در آفریقا و نقش آن‌ها در توسعه جایگاه فرهنگی و اقتصادی زنان» به بررسی نقش سازمان‌های غیر دولتی شیعی در توسعه جایگاه فرهنگی اجتماعی زنان در آفریقا پرداخته است. وی در مطالعه‌ای اسنادی-تاریخی بر این باور است که با گذشت ۵۰ سال از استقلال آفریقا زنان همچنان غایب بزرگ زندگی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه بشمار می‌روند. البته، در نظر وی این امر بدین مفهوم نیست که آن‌ها در آن زمینه‌ها تلاش نمی‌کنند بلکه از نظر عرف و قانون، اجازه حضور فعالانه در جامعه، برخورداری از حق مالکیت و ارث در برخی نقاط و فرهنگ‌ها از آن‌ها سلب شده است. خوشبختانه مبارزه در راه برابری حقوق زنان نه تنها در کشورهای اسلامی آفریقا بلکه در بسیاری از جوامع دیگر همواره رنگ دینی و مذهبی گرفته و از آن منظر مورد استقبال قرار گرفته است. از این رو، طرح ادعای مغایرت این‌گونه فعالیت‌ها با آموزه‌های دینی منصفانه نیست. متأسفانه چون برخی از علاقه‌مندان به تلاش‌های دینی در آفریقا شناختی از جنبش‌های نوین دینی ندارند با تکیه بر معلومات ناکافی پیشین خود از جنبش‌ها، بر این باورند که «جنبش زنان» در آفریقا وجود نداشته و یا امری غیردینی بشمار می‌رود. این نتیجه‌گیری نادرست یا به دلیل عدم رضایت تحلیلگران از تلاش‌های دینی زنان و یا به دلیل کند بودن پیشرفت آن تلاش‌هاست.

جهانگیری و شکری‌زاده (Jahangiri & Shokrizadeh, 2009) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان های غیر دولتی زنان از دید اعضا در شهر شیراز» بر این باورند که جوامع امروزی زمانی به توسعه دست می یابند که همه افراد صرف نظر از جنسیت در

اداره‌ی امور مشارکت داشته باشند. نظریه پردازان توسعه بر این باورند که سازمان‌های غیر دولتی می‌توانند با توانمندسازی و وارد کردن زنان در پروسه تصمیم‌گیری، مشارکت آنان را در جامعه افزایش دهند نتایج نشان می‌دهد که رابطه‌ی معنی‌دار بین تاهل، قومیت، تحصیلات اعضا و تحصیلات همسران‌شان با متغیر وابسته (عملکرد سازمان) وجود ندارد، اما بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی ساختاری و شناختی با عملکرد سازمان رابطه وجود دارد، به گونه‌ای که با افزایش این نوع متغیرها، عملکرد سازمان‌ها نیز افزایش می‌یابد.

قانع‌راد و حسینی (Ghaneirad & Hoseini, 2005) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزش‌ها، شبکه روابط و مشارکت در سازمان‌های غیر دولتی (مطالعه تجربی در بین جوانان تهران)» با توجه به الگوی فرانتوری کلمن ارزش‌های فرامادی و نیز سرمایه اجتماعی افراد بر مشارکت آن‌ها در این سازمان‌ها را مشخص نمایند نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که هر چه ارزش‌های فرامادی در جوانان بیش‌تر باشد، سرمایه اجتماعی در آنان بیش‌تر و مشارکت آن‌ها در سازمان‌های غیردولتی بیش‌تر است. جوانان دارای پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر و دارای تحصیلات بیش‌تر مشارکت بیش‌تری در این سازمان‌ها دارند. همچنین، مشارکت دختران جوان کم‌تر از پسران جوان بوده است. پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر با داشتن ارزش‌های فرامادی و سرمایه اجتماعی بیش‌تر همراه است. دانشجویان و دانش‌آموزان نیز ارزش‌های فرامادی و سرمایه اجتماعی و در نتیجه مشارکت بیش‌تری در سازمان‌های غیر دولتی جوانان داشته‌اند.

مقیم‌ی و همکاران (Moghimi et al, 2007) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی ارتباط میان کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد در سازمان‌های غیر دولتی زنان» هدف اصلی‌شان بررسی رابطه کارآفرینی اجتماعی و اثر بخشی عملکرد در سازمان‌های غیر دولتی زنان شهر تهران بوده است. نتایج نشان داد که: بین کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد (فرضیه اصلی) و نیز سه شاخص از شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی (وجود برنامه‌های کارآفرینانه، وجود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، وجود عوامل حیاتی موفقیت در کارآفرینی اجتماعی) و اثر بخشی عملکرد ارتباط معناداری وجود دارد. با توجه به تحلیل واریانس فریدمن اولویت بندی شاخص‌ها، بترتیب به این صورت نشان داده شد: وجود عوامل حیاتی موفقیت در کارآفرینی اجتماعی، وجود برنامه‌های کارآفرینانه، وجود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه.

اسلام و سلطانا (Islam & Sultana, 2005) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش سازمان‌های غیردولتی در توانمندسازی زنان منطقه راج‌شاهی، ناوگان و چاپای نوبوگونج آسیب پذیر: مطالعه بر روی

"انجمنی برای توسعه جامعه"^۱ (ACD) « سعی داشته‌اند تاثیر برنامه‌های سازمان‌های غیر دولتی را بر زنان بررسی کنند. نتایج این پژوهش هم‌چنین، نشان داده است که این برنامه‌ها موجب شده است که زنان به حقوق انسانی خود پی ببرند و سعی نمایند زندگی و شرایط زندگی شان را تغییر دهند (Islam & Sultana, 2005).

وار نیواز (Newaz, 2000) در مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر برنامه‌های سازمان‌های غیر دولتی بر توانمندسازی زنان روستائی در بنگلادش: نمونه موردی اتاران^۲» سعی نموده است تاثیر برنامه‌های سازمان‌های غیر دولتی و مردم نهاد را به ویژه برنامه‌های اقتصادی را در توانمندسازی زنان بررسی کند. وی در مطالعه‌ای کیفی در دو روستای پانچروخی و آتھاروی^۳ بنگلادش با ۲۰ زن که دست‌کم چهار سال در برنامه‌های سازمان‌های مردم نهاد و غیر دولتی شرکت کرده بودند، مصاحبه عمیق انجام داده است. نتایج وی نشان‌دهنده این واقعیت است که درک از خود زنان بهتر شده است، کنترل بر منابع مادی در آن‌ها بهبود یافته است، روابط اجتماعی‌شان بهتر شده است و آگاهی و تحصیلات‌شان نیز افزایش یافته است (Newaz, 2000).

فمیدا هندی و میناز کسام (Handy & Kassam, 2006) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش سازمان‌های غیر دولتی روستایی در توانمندسازی زنان منطقه سیدبری» بر این باورند که برنامه‌های این سازمان‌های مردم نهاد منجر به افزایش کارایی زنان می‌شود. مطالعه آن‌ها در مصاحبه با ۷۲ زن در منطقه سیدبری^۴ نشان داد که شرکت و آموزش در برنامه‌های سازمان‌های مردم نهاد موجب تغییراتی در خودتوانمندسازی افراد می‌شود و خود کارایی و خود بهینه‌سازی افراد و زنان را بالا می‌برد (Handy & Kassam, 2006).

سالیو کاویوه (Kawewe, 2001) در مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر قدرت زدایی جنسیتی بر رفاه زنان زیمباوه‌ای» سعی نموده است با رویکردی ساختاری فمینیستی به بررسی قدرت زدایی جنسیتی بپردازد. نتایج وی نشان می‌دهد که ناتوانمند سازی و قدرت زدایی از زنان به لحاظ فرهنگی اقتصادی و سیاسی منجر به دائمی سازی نابرابری‌های اجتماعی و فقر آن‌ها می‌شود. در نتیجه این امر آن‌ها نمی‌توانند در سازمان‌های مردم نهاد شرکت کنند.

¹ - Association for Community Development (ACD)

² - Uttaran

³ - Panchrukhi and Aatharoi

⁴ - Sidhbari

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین انسجام خانوادگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.
- ۲- بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی (میزان درآمد، هزینه خانوار، سطح تحصیلات، منزلت شغلی و...) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.
- ۳- بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان (بعد خانوار، جنس، سن) با انگیزه مشارکت آنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان مصرف رسانه‌ای (ارتباط جمعی) با انگیزه مشارکت آنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.
- ۵- بین رضایت از زندگی (رضایت از وضعیت مالی، وضعیت شغلی، روابط خانوادگی، وضعیت تندرستی) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.
- ۶- بین عضویت اعضای خانواده در سازمان مردم‌نهاد با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- بین آگاهی سیاسی زنان با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

پیمایش پژوهشی است توصیفی-تبیینی که می‌توان با آن هم با سرشماری کل جامعه را مورد بررسی قرار داد و هم بر اساس انتخاب نمونه‌ای تصادفی که معرف از افراد جامعه‌ی پژوهشی و پاسخ آن‌ها به یک مجموعه پرسش با استفاده از پرسشنامه، نظرسنجی یا روش‌های دیگر است به مطالعه وضع موجود اعم از نگرش‌ها، باورها، رفتارها و روی هم رفته، استخراج داده‌ها درباره شرایط زندگی و مقوله‌هایی که افراد را معین و متمایز می‌گردانند، اقدام نمود (Mirzaei, 2009). جامعه آماری پژوهش را زنان استان گلستان که عضو فعال سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO) بودند، تشکیل می‌دهند که در حدود ۱۴۲۵۰ نفر را شامل می‌شدند (استانداری گلستان). پس در این پژوهش چون مطالعه تمامی زنان استان گلستان، مقرون به صرفه نبوده و امکان دست‌یابی به همه افراد جامعه برای انجام پژوهش میسر نبوده است. برای مطالعه آن نمونه‌ای از این حجم انتخاب گردید تا بتوانیم نتایج بدست آمده از آن را با ضریب اطمینان قابل قبول به کل جامعه آماری تعمیم دهیم. حجم نمونه این پژوهش با استفاده از فرمول یامانی و سطح دقت ۵٪ به میزان ۳۸۹ نفر برآورد شده است که جهت افزایش ضریب اطمینان تعداد آن به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. انتخاب این افراد نیز از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بوده است. هنگامی که افراد یا ساخت جامعه پژوهش ناهمگون

باشد و در درون آن قشرها، طبقه‌ها، یا گروه‌های گوناگون شکل گرفته باشند و این ناهمگونی اثر مهمی بر نتیجه بگذارد و انتخاب به گونه ای باشد که تمامی افراد جامعه از فرصت برابر برای انتخاب شدن برخوردار بوده و انتخاب هر فرد مستقل از دیگران صورت می‌گیرد این روش متناسب است (Mirzaei, 2009). طبقات نمونه گیری، شهرستان های استان گلستان هستند که متناسب با توزیع جامعه آماری حجم نمونه تعیین و سپس با استفاده از فهرست جامعه آماری به شیوه نمونه گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند.

جدول ۱- طبقات جامعه آماری و نمونه آماری.

ردیف	شهر	جامعه آماری	نمونه آماری
۱	کلاله	۲۵۲	۱۵
۲	آزادشهر	۶۰۰	۵۵
۳	مینودشت	۴۵۹	۳۵
۴	کردکوی	۴۲۳	۴۰
۵	رامیان	۲۶۰	۲۰
۶	دلند	۱۸۰	۱۰
۷	خان ببین	۲۵۰	۱۵
۸	بندرگز	۳۹۵	۳۰
۹	آق قلا	۱۳۰	۱۰
۱۰	بندر ترکمن	۳۰۰	۳۰
۱۱	گنبد	۱۰۵	۱۰
۱۲	علی آباد	۳۴۵	۳۰
۱۳	فاضل آباد	۳۱۰	۳۰
۱۴	گرگان	۱۲۴۱	۷۰
	جمع	۱۴۲۵۰	۴۰۰

روش گردآوری داده ها از راه پرسشنامه محقق ساخته بوده است. پرسشنامه خود ساخته شامل سوالی بر اساس طیف لیکرت از گویه های پنج مقوله ای - خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد، خیلی زیاد برای سنجش متغیرهای مستقل (ویژگی های خانوادگی، پایگاه اقتصادی، ویژگی های جمعیت شناختی، رضایت از زندگی، ویژگی های گرایشی، عضویت اعضای خانواده) و برای متغیر وابسته بررسی عوامل اجتماعی و انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد تهیه و تنظیم شده است. پرسشنامه طراحی شده ابتدا در میان ۵۰ نفر از نمونه های پژوهش تکمیل گردید و مقادیر آلفای

بدست آمده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. مقادیر آلفا بالاتر از ۰/۷ بودند. در پرسش‌نامه نهایی نیز مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷۵ بودند. همچنین، افزون بر ضریب آلفای کرونباخ از روش بازآزمایی^۱ نیز برای محاسبه پایایی استفاده شد. برای اعتباریابی پژوهش نیز از روش اعتبار صوری و همچنین از روش CVR سود جسته شد.

۱. انسجام خانوادگی: انسجام خانوادگی به معنای خصوصیات فردی و اجتماعی اعضای یک گروه که به صورت اشتراکی با هم خرج و همسفره می‌باشند (Moein, 1994). انسجام خانوادگی مانند صمیمیت بین اعضای خانواده و... که به صورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود.

۲. پایگاه اقتصادی: پایگاه اقتصادی وضعی را که یک فرد در رژیم اقتصادی داراست و با وضع او را در بخش تولید می‌رساند (Biro, 1991). این متغیر بصورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل میزان تحصیلات، میزان درآمد سرپرست خانوار، میزان درآمد زنان خانواده و ... است.

۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی: میزان ویژگی‌های جمعیتی یک جامعه که داراست (Biro, 1991). این متغیر بصورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل سن، وضعیت تاهل و ... می‌شود.

۴. میزان مصرف رسانه‌ای: میزان مصرف رسانه‌های تصویری (تلویزیون - ماهواره - اینترنت) از جمله تلویزیون می‌توانند برداشت‌ها و تصاویری از زندگی و سبک آن ترسیم و ترویج کنند و بر ارزش و نگرش‌هایی که منجر به شکل‌گیری یک نوع رفتار از جمله رفتار مصرفی می‌شود تأثیر بگذارند (Mehdizadeh, 2007). این متغیر بصورت سوال از میزان وقت استفاده از هر یک وسایل ارتباط جمعی مانند مطالعه روزنامه و مجلات، تماشای تلویزیون و ... سنجیده می‌شود.

۵. رضایت از زندگی: میزان برخورداری فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی در خانواده (Moein, 1996). این متغیر به صورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل رضایت از وضعیت مالی، رضایت از وضعیت شغلی، رضایت از وضعیت تندرستی و ... می‌شود.

۶. عضویت اعضای خانواده در سمن‌ها: عضویت تعداد اعضاء یک گروه هم‌خرج و هم‌سفره (Moein, 1996). این متغیر بصورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل عضویت در گروه و صمیمیت اعضا می‌شود.

^۱ - test-re-test

۷. آگاهی سیاسی: عبارت است از گستردن آگاهی سیاسی به درون گروه‌های اجتماعی جدید و بسیج این گروه‌ها به درون سیاست (Aminzadeh, 1997). این متغیر بصورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل میزان آگاهی‌های سیاسی نظیر تعداد نمایندگان، مدت ریاست جمهوری، دوره انتخاب شدن و ... می‌شود.

۸. انگیزه مشارکت زنان در انجمن‌ها: میزان بالا بردن قدرت عمل اجتماعی و سیاسی و اقتصادی در خانواده و جامعه (Moein, 1996). این متغیر بصورت پرسش‌های چند گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت تنظیم می‌شود. این طیف شامل تحریک کننده‌ها، هدایت کننده‌ها و ... است.

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. سپس با توجه به نوع فرضیه‌ها و تعداد متغیرها بر گروه‌های دخیل در آن برخی از روش‌های آماری به کار برده شد نظیر: ضریب همبستگی پیرسون، اسپیرمن، کروسکال والیس، u من ویتنی که از آزمون‌های نا پارامتری است. روی هم رفته، یافته‌های این پژوهش بر اساس هفت فرضیه ذکر شده طراحی شده است که مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

فرضیه ۱: بین انسجام خانوادگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۲- رابطه بین انسجام خانوادگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
انسجام خانوادگی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۴۷(*)	۰/۰۱۱

می‌توان گفت که بین دو متغیر انسجام خانوادگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد، رابطه معنادار منفی‌ای وجود داشته است. این امر بدین معنا است که با افزایش انسجام خانوادگی انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد کاسته می‌شود.

فرضیه ۲- بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی (میزان درآمد، هزینه‌های خانوار، سطح تحصیلات، منزلت شغلی و...) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۳- رابطه بین پایگاه اقتصادی با انگیزه مشارکت زنان در سمن‌ها

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
میزان درآمد سرپرست خانواده	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۰۷(*)	۰/۰۴۶
میزان درآمد زنان خانواده	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۰۷۳	۰/۳۵۰
میزان هزینه خانواده	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۹۵(**)	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج آزمون‌ها می‌توان گفت که بین دو متغیر میزان درآمد سرپرست خانوار و میزان هزینه خانوار با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد، همبستگی و رابطه معنادار مثبتی وجود داشته است

جدول ۴- رابطه بین پایگاه اجتماعی (سطح تحصیلات پاسخگویان و سرپرست خانوار، منزلت شغلی) با انگیزه مشارکت زنان در سمن‌ها

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
پایگاه اجتماعی (تحصیلات پاسخگویان)	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۱۷۸(**)	۰/۰۰۰
پایگاه اجتماعی (تحصیلات سرپرست خانوار)	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۲۵	۰/۶۲۴
پایگاه اجتماعی (منزلت شغلی)	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۱۳۳(**)	۰/۰۰۸

با توجه به نتایج آزمون‌ها می‌توان گفت بین سطح تحصیلات پاسخگویان و منزلت شغلی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه معناداری وجود داشته است.

فرضیه ۳- بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان (سن، بعد خانوار، جنس، محل تولد و سکونت و...) با انگیزه مشارکت آنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۵- رابطه بین ویژگی های جمعیت شناختی (سن، بعد خانوار، چندمین فرزند خانواده و ...) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
ویژگی های جمعیت شناختی (سن)	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۲۲۳(**)	۰/۰۰۰
ویژگی های جمعیت شناختی (بعدخانوار)	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۱۰۲(*)	۰/۰۴۲
ویژگی های جمعیت شناختی (چندمین فرزند خانواده)	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۰۲۰	۰/۶۸۸
اولین عضویت در چند سالگی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۰۳۵	۰/۵۴۹
چند سال سابقه عضویت دارید	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۱۲(**)	۰/۰۶۰

یافته های نشان می دهند که بین سن، بعد خانوار و سابقه عضویت رابطه معناداری وجود داشته است. هم چنین، بین چندمین فرزند خانواده بودن و نخستین عضویت در چند سالگی رابطه معناداری وجود نداشته است.

فرضیه ۴: بین میزان مصرف رسانه ای با انگیزه مشارکت آنان در سازمان های مردم نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۶- ترکیب اجزای میزان مصرف رسانه ای با انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
میزان مصرف رسانه ای	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۳۲۴(**)	۰/۰۰۰

نتایج نشان دهنده این واقعیت است که بین میزان مصرف رسانه ای و انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد رابطه معنادار منفی ای وجود دارد. این امر بدین معنا است که با افزایش میزان مصرف رسانه ای، انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد در بین زنان کاسته می شود.

فرضیه ۵: بین رضایت از زندگی (رضایت از وضعیت مالی، وضعیت شغلی، روابط خانوادگی، وضعیت تندرستی) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۷- رابطه بین رضایت از زندگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
رضایت از زندگی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۹۹۵(*)	۰/۰۴۶

نتایج نشان دهنده این واقعیت است که بین رضایت از زندگی و انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه معنادار بسیار قوی‌ای وجود داشته است

فرضیه ۶: بین عضویت اعضای خانواده در سازمان مردم‌نهاد با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۸- رابطه بین عضویت اعضای خانواده با مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
صمیمیت اعضای خانواده	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۴۳	۰/۴۰۲
علاقه‌مندی عضویت و فعالیت در سازمان	ضریب همبستگی اسپیرمن	-۰/۰۳۴	۰/۵۱۴
سابقه عضویت در سازمان	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۳۶	۰/۵۴۸
سن عضویت در سازمان	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۴۲	۰/۴۶۶

نتایج پژوهش نشان دهنده این واقعیت است که بین هیچ کدام از ابعاد عضویت اعضای افراد خانواده با متغیر انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه معناداری وجود نداشته است

فرضیه ۷: بین آگاهی سیاسی زنان با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد.

جدول ۹- رابطه بین آگاهی سیاسی زنان با مشارکت آن‌ها در سازمان‌های مردم‌نهاد

متغیر	آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
آگاهی سیاسی زنان	ضریب همبستگی پیرسون	-%۰۸۲	٪۱۸۹

نتایج پژوهش نشان دهنده این واقعیت است که هرچند رابطه موجود بین آگاهی سیاسی زنان و انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد منفی بوده است، اما این رابطه معنادار نبوده است

بحث و نتیجه گیری

در راستای فرضیه های پژوهش و برای پاسخ دادن به سوالات آن، عوامل اجتماعی مانند انسجام خانوادگی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده، ویژگی های جمعیت شناختی زنان، میزان مصرف رسانه ای (میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی)، رضایت از زندگی، عضویت اعضای خانواده در سازمان مردم نهاد و آگاهی سیاسی زنان و رابطه آن با انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد استان گلستان مورد بررسی قرار گرفت. هم چنین، برای تعیین میزان سهم تاثیر و ارتباط هر یک از متغیر ها در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد و رتبه بندی مولفه ها از روش های آماری مربوطه استفاده شده است.

بیشترین میزان رابطه در این پژوهش را متغیر رضایت از زندگی (رضایت از وضعیت مالی، وضعیت شغلی، روابط خانوادگی، وضعیت تندرستی) با متغیر وابسته (انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد) داشته است که همبستگی بسیار بالایی را با متغیر وابسته نشان داده است. پس از آن، ویژگی های جمعیت شناختی زنان (سن، بعد خانوار، جنس، محل تولد و سکونت و...) بیشترین رابطه را در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد داشته است، و این عامل از عمده عوامل مهم در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد است. متغیر میزان مصرف رسانه ای همچون مطالعه روزنامه و مجله ها، گوش دادن به رادیو، تماشای تلویزیون، میزان استفاده از اینترنت و تلفن و موبایل نیز سهم عمده ای را در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد داشته است. متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد که شامل سطح تحصیلات پاسخگو، تحصیلات سرپرست، منزلت شغلی، میزان درآمد سرپرست خانوار، میزان درآمد زنان خانواده و هزینه خانوار می باشد سهم ضعیف و ناچیزی در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد داشته است. متغیر انسجام خانوادگی نیز در این پژوهش با گویه هایی همچون رفتار والدین با یکدیگر، رفتار والدین با فرزندان، صمیمیت اعضای خانواده، آزادی عمل در خانواده می باشد سهم کمی را در انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد داشته است. و متغیر آگاهی سیاسی زنان و سابقه عضویت افراد اعضای خانواده نیز رابطه معناداری در این میان از خود نشان نداده اند، اما به گونه دقیق تر بررسی فرضیه های پژوهش نشان می دهد که بین فرضیه نخست یعنی رابطه بین انسجام خانوادگی با انگیزه مشارکت زنان رابطه معنادار منفی ای وجود داشته است. بدین معنی که با افزایش انسجام خانوادگی انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد کاسته می شود. این امر بدین دلیل است که هر چقدر انسجام درونی خانواده ها بیشتر باشد لزومی به مشارکت در سازمان های مردم نهاد در بین زنان دیده نمی شود. بدین معنی که انسجام خانوادگی نیازهای اجتماعی فرهنگی و ... در درون خانواده برطرف می کند و نیازی به مشارکت در سازمان های مردم

نهاد دیده نمی‌شود. در رابطه با این فرضیه پژوهشی صورت پذیرفته بود که بتوان مقایسه‌ای درباره آن انجام داد. در رابطه با فرضیه دوم (بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی (میزان درآمد، هزینه خانوار، سطح تحصیلات، منزلت شغلی و...) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد رابطه وجود دارد) نتایج نشان داده است که رابطه معناداری بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی پاسخگویان و انگیزه آن‌ها برای شرکت در سازمان‌های مردم‌نهاد وجود داشته است. در این میان نتایج می‌گویند که هر چقدر پایگاه اقتصادی افراد بالاتر می‌رود، انگیزه افراد برای شرکت بالاتر می‌رود، ولی هرچقدر پایگاه اجتماعی افراد بالاتر می‌رود انگیزه شرکت پایین می‌آید. دلیل این امر این است که با افزایش پایگاه اقتصادی افراد گرایش آنها به شرکت در فعالیت‌های بیرون از خانه بیشتر می‌شود، اما با هر چه بیشتر شدن پایگاه اجتماعی افراد با توجه به فرهنگ خاص جامعه ایرانی خیلی از افراد مایل نیستند در مکان‌ها و اجتماعاتی که به نظر آن‌ها اجتماعات نازل و بی‌اهمیت است شرکت کنند. نتایج این فرضیه با نتایج بیشتر پژوهش‌های مورد بررسی قرار گرفته همخوانی دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به پژوهش‌های قانع‌راد و حسینی (Ghaneirad & Hoseini, 2005)، جهانگیری و شکرزاده (Jahangiri & Shokrizadeh, 2009)، شکبیا (Shakiba, 2007) و مقیمی و همکاران (Moghimi et al, 2007) و شاه بهرامی و همکاران (Shahbahrami et al, 2009) اشاره کرد.

فرضیه سوم پژوهش نیز (رابطه بین ویژگی‌های جمعیت شناختی (سن، بعد خانوار، چندمین فرزند خانواده و ...) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد) نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین سن و سابقه عضویت و رابطه معنادار منفی‌ای بین بعد خانوار با متغیر وابسته (انگیزه مشارکت زنان در سازمان‌های مردم‌نهاد) وجود داشت است. با افزایش سن افراد گرایش دارند که در نهادهای بیرون از خانه فعالیت کنند و بر تنهایی ناشی از دوری از فرزندان و ... غلبه کنند. به همین دلیل با افزایش سن میل به شرکت در این سازمان‌ها برای زنان بیشتر می‌شود. به همین ترتیب هر چقدر بعد خانوار بیشتر باشد این میل به شرکت در این سازمان‌های مردم‌نهاد کم‌تر می‌شود که دلیل آن نیز در اصل عکس مورد قبل است زیرا افراد نیازهای خود را در کنار افراد خانواده می‌یابند و همانند فرضیه نخست انسجام خانواده در این زمینه بالا بوده و نیازی به روابط برون‌گروهی احساس نمی‌شود، اما مشخصاً هر چقدر روابط افراد با این سازمان‌های مردم‌نهاد بیشتر باشد انگیزه آن‌ها برای شرکت بیشتر می‌شود. در این زمینه نتایج پژوهش جهانگیری و شکرزاده (Jahangiri & Shokrizadeh, 2009) همسو با نتایج این پژوهش بوده است زیرا نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی ساختاری و شناختی و عملکرد سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در این مطالعه نیز سابقه عضویت به عنوان شاخصی از

سرمایه اجتماعی ساختاری رابطه مثبتی با انگیزه شرکت در سازمان های مردم نهاد داشته است. در رابطه با فرضیه چهارم پژوهش (بین میزان مصرف رسانه ای با انگیزه مشارکت آنان در سازمان های مردم نهاد رابطه وجود دارد) نتایج نشان داده است رابطه معنادار منفی ای بین میزان مصرف رسانه ای با انگیزه مشارکت آنان در سازمان های مردم نهاد وجود دارد. این امر بدان دلیل است که هر چقدر میزان استفاده از رسانه ها بیشتر شود، به همان میزان نیز انگیزه و احتمال این که افراد به بیرون از خانه برای فعالیت های عمومی بروند کم تر می شود زیرا با توجه به فضای رسانه های موجود که سرشار از سریال ها و فیلم های عامه پسند است دیدن این برنامه ها منجر می شود که افراد بیشتر تر ترجیح دهند در درون خانه بمانند. نتایج فرضیه پنجم نیز (رضایت از زندگی) (رضایت از وضعیت مالی، وضعیت شغلی، روابط خانوادگی، وضعیت تندرستی) با انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد) نشان می دهد که رابطه بسیار قوی ای بین رضایت از زندگی با انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد وجود دارد. این امر به این دلیل است که زنانی که در این سازمان های مردم نهاد شرکت می کنند اغلب موفقیت های اجتماعی فرهنگی و اقتصادی فراوانی کسب می کنند و به همین ترتیب رضایت از زندگی بالایی را تجربه می کنند. نتیجه پژوهش در این بخش با بیشتر پژوهش های بررسی شده همسو می باشد. برای مثال پژوهش های اسلام و سلطانا (Islam & Sultana, 2005)، نیواز (Newaz, 2000)، هندی و کسام (Handy & Kassam, 2006)، براری و همکاران (Barari et al, 2012) و سایر پژوهش ها در این زمینه همسو با نتایج این پژوهش بوده است.

روی هم رفته، با توجه به نتایج بدست آمده می توان گفت که توسعه هر جامعه ای در گرو مشارکت فعالانه تمام اعضای آن جامعه است. در این راستا زنان به عنوان نیمی از اعضای جامعه نقشی بسیار حساس و مهم در این عرصه بر عهده دارند. در واقع وجود و حضور زنان در عرصه های عمومی و اجتماعی کشور تضمین کننده شادابی جامعه از یک سو و توسعه همه جانبه و پایدار کشور از سوی دیگر است، اما در این میان مشکلات و موانع فرهنگی فراوانی در مورد مشارکت فعالانه آن ها وجود دارد. از جمله می توان به موانع فرهنگی و فکری سنتی در تمام جوامع بویژه در جوامع جهان سوم اشاره کرد. بسیاری از پیش فرض های سنتی در فرهنگ های سنتی جهان مشارکت و حضور زنان را در عرصه های عمومی یا به گونه کامل نمی پذیرند یا آن را محدود به حوزه های خاص می کنند. به همین دلیل، می توان یکی از دلایل اصلی عقب ماندگی اجتماعی و اقتصادی این جوامع را این امر دانست زیرا کشورهایی که به لحاظ اجتماعی و اقتصادی پیشرفته بشمار می روند لزوما دارای سطح بسیار بالاتری از مشارکت زنان می باشند. در نتیجه، وجود و حضور زنان در عرصه اجتماعی و فضاهای عمومی بسیار ضروری است.

مشارکت در نهادهای غیر دولتی و مردم‌نهاد از جمله فضاهای عمومی است که می‌تواند تضمین‌کننده مشارکت فعالانه زنان شود. در واقع، فعالیت‌های داوطلبانه زنان در انواع متفاوتی از سازمان‌های مردم‌نهاد همانند تخصصی، صنفی، اقتصادی و ... نه تنها موجب تقویت روحیه فردی و اعتماد به نفس فردی زنان می‌شود بلکه هم‌چنین، موجب می‌شود که آنها در اقتصاد و تولید فرهنگ کشور نیز سهمیم شوند. در واقع همان‌گونه که نتایج پژوهش نیز نشان داد رابطه بسیار بالایی میان رضایت از زندگی و شرکت در سازمان‌های مردم‌نهاد وجود دارد. این امر به ما این نکته را نشان می‌دهد که شرکت فعالانه زنان در این سازمان‌های مردم‌نهاد موجب افزایش شادی خانواده‌ها و در سطحی کلان‌تر جامعه می‌شود. هم‌چنین، رابطه معناداری بین شرکت در این سازمان‌های مردم‌نهاد و ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی دیده می‌شود که همه این‌ها می‌تواند منجر به جامعه‌ای آبادتر، آزادتر و عادل‌تر شود.

References

- 1- Ayub, N. and Rafif, Sh. (2011). The Relationship between Work Motivation and Job Satisfaction, *Pakistan Business Review*, Vol. 13, No. 2, pp. 332-347. [in Persian]
- 2- Barary, M. & Motahariasl, M. & Razavi Khorasani, S.J. (2012). the Effect of Non- Governmental Organizations (NGO) on the Socio-economic Status of Women Heading Households, *Quarterly Journal of Sociology of Women*, Vol. 3, No. 1, pp. 157-180. [in Persian]
- 3- Biro, A. (1991). the glossary of social sciences, Translated by Bagher Saroukhani, Tehran: Keyhan Publication. [in Persian]
- 4- Dahl, R. (2006). *On Political Equality*, New Haven: Yale University Press
- 5- Frey, A. F. and Crivelli, K. (2007). Women's Participation in Argentina's Picketing Movement: Accomplishments and Limitations in the Redefinition of Feminine Roles. *Journal of Developing Societies*, Vol. 23, No.1-2, pp. 243-258.
- 6- Ghaneirad, M. A. and Hoseini, F. (2005). Values, Relationship network and participation in NGOs (an empirical study among Tehran Youth), *Iranian Journal of Sociology*, Vol. 6, No. 3, pp. 97-123. [in Persian]
- 7- Handy, F. & Meenaz, K. (2006). Practice What You Preach? The Role of Rural NGOs in Women's Empowerment, *Journal of Community Practice*, Vol. 14, No. 3, pp. 69-91.

- 8- Hantington, S. (1991). Democracy's Third Wave, *The Journal of Democracy*, Vol. 2, No, 2, pp. 12-34.
- 9- Islam, N. & Sultana, N. (2005). Role of NGOs in Empowering the Vulnerable women: a study on ACD, *Asian Affairs*, Vol. 27, No. 4, pp. 24-40.
- 10- Jahangiri, J. & Shokrizadeh, T. (2009). A Survey of the Effect of Social capital on the performance of women NGOs (A case study of Shiraz), *Quarterly Journal of Sociology of Women*, Vol. 1, No. 3, pp. 105-120. [in Persian]
- 11- Kawewe, S. (2001). The impact of gender disempowerment on the welfare of Zimbabwean women, *International social work*, Vol. 44, No. 4, pp. 471-485.
- 12- Lipset, M. (2002). *Stratification sociology and social inequality*, Translated by Javad Afsharkohan, Tehran: Nika Publication. [in Persian]
- 13- Mirzaei, Kh. (2009). *Research, Researching, research writing*, Tehran, Jameshenasan Publication. [in Persian]
- 14- Moein, M. (1996). *Persian Glossary*, Tehran: Amir Kabir Publication. [in Persian]
- 15- Moghimi, S. M. & Roustaa, M. & Heydari, M.M. (2007). A study of relationship between social entrepreneurship and performance effectiveness in women's non-governmental organization, *The Journal of Women's Studies*, Vol. 1, No. 2, pp. 7-32. [in Persian]
- 16- Motahari, M. (1985). *An introduction to Islamic worldview*, Qom: Sadra publication. [in Persian]
- 17- Partovi, K. (2001). *Women NGOs are effective step in social participation development, women and socio-political participation, women's participation affair center*, Tehran: Barge Zeytoun Publication. [in Persian]
- 18- Newaz, W. (2000). *Impact of NGO Credit Programs on the Empowerment of Rural Women in Bangladesh: A Case of UTTARAN*, Paper presented at the conference "The Third Sector: For What and For Whom?" organized by the International Society for Third-sector Research in Dublin, Ireland July 5-8, 2000.
- 19- Pool, S. W. (1997). the Relationship of Job Satisfaction with Substitutes of Leadership, Leadership Behavior, and Work Motivation, *Journal of Psychology*, Vol. 131, No. 3, pp. 271-283.
- 20- Sariolghalam, M. (1990). *Stable principles of political development, socio-economic magazine*, Vol. 35, pp. 47-49. [in Persian]

- 21- Shahbahrami, F., Pishahangifard, Z., Zalpour, K. & Bakhtiari, T. (2009). The impact of NGO's on crime prevention among house Holder women, Security Management Studies, Vol. 5, No, 3, pp. 504-518. [in Persian]
- 22- Shojaei, Z. (2002). Women, Participation and programming for sustainable development, second volume, women's participation affair center, Tehran: Barge Zeytoun Publication. [in Persian]
- 23- Shakiba, M.R. (2008). Shi'ei NGOs in Africa and Their Role in Developing Women Cultural and Economic Status, Shiite Women, Vol. 4, No. 13, pp. 119-172. [in Persian]
- 24- Soltankhah, V. (2000). Women political participation in Isfahan Province (awareness, attitudes and strategies), Women and Research, Province Researches, foreign ministry's women affairs office. [in Persian]