

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت نیروهای داوطلب مردمی در زمان بحران

فرهاد باباخانی - دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی
محمد یزدانی ناسب - دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی
مهدي نوري* - پژوهشگر، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، nouri@mut.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر تلاشی است در جهت بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت مردمی در زمان بحران. بنابراین ابتدا تعریفی از مشارکت و بحران به صورت مفهومی ارائه شد. سپس با مرور پیشینه و تئوری‌های موجود در این زمینه، چهار متغیر اعتماد اجتماعی، انزوا، پایگاه طبقاتی و احساس انومی تبیین‌کننده‌های مشارکت شناخته شدند. پژوهش حاضر بر مبنای روش پیمایش استوار است. ابزار سنجش پرسشنامه است و برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای با استفاده از روش سهمیه‌ای و تصادفی استفاده شده است. حجم نمونه نیز ۳۱۹ نفر شهروند تهرانی است. نتایج آزمون‌های توصیفی از میانگین نسبتاً بالای تمایل مردم به مشارکت در هر دو بعد خبر می‌دهد؛ به طوری که میانگین مشارکت در زمان جنگ ۶۵/۵۵ و در حوادث طبیعی ۶۸/۹۴ است. نتایج آزمون‌های آماری تحلیلی نیز در نهایت سه متغیر احساس انومی، اعتماد اجتماعی و انزوای فردی را مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در زمان بحران معرفی می‌کنند. واژه‌های کلیدی: بحران، مشارکت، احساس انومی، انزوای اجتماعی، پایگاه طبقاتی.

۵

شماره چهارم

پاییز زمستان
۱۳۹۲

دوفصلنامه
علمی و پژوهشی



مردمی در زمان بحران
بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت نیروهای داوطلب

Important influential factors on people's tendency for voluntary participation during crisis

Farhad Babakhani¹, Mohammad Yazdani Nasab², Mehdi Nouri^{3*}

Abstract

Current research is an effort to explore the most important influential factors on voluntary participation in crisis time. Research was started with conceptual definition of participation and crisis. Reviewing the literature showed that social trust; Social isolation, class status and sense of anomie are the most influential factors. Present research is based on survey method with the structured questionnaire. Sampling method was multistage, and sample size was 319. Descriptive analysis showed that Tehran's citizen tendency for participation is really high in both dimensions (Wartime and natural disaster). Inferential statistic tests indicated that sense of anomie; social trust and social isolation are the most important influential factors on people's tendency for volunteer participating during a crisis.

Keywords: Crisis, Participation, Sense of anomie, Social isolation, Class status.

1 PhD Student, Department of Sociology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

2 PhD Student, Department of Sociology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

3 Researcher, Malek ashtar University of Technology, Tehran, Iran, email: nouri@mut.ac.ir

زندگی بشر از آغاز همواره با ناملاطمت‌ها و دشواری‌هایی همراه بوده و به تدریج که ابعاد اجتماعی و نظام‌یافتگی زندگی بیشتر و روابط و همکاری‌های درون اجتماعی در قالب علایق، منافع فردی و اجتماعی اشکال عینی‌تری به خود گرفته و در نتیجه مرزبندی‌هایی را در سازمان اجتماعی و در حوزه‌ی منافع گروهی و رقابت‌های سیاسی و اجتماعی ایجاد کرده، این ناملاطمتی‌ها اشکال جدید و پیچیده‌تری به خود گرفته است. در عصر جدید و شکوفایی تمدن و همزمان با افزایش آگاهی‌های مدنی که سطح خواسته‌ها و نیازهای اجتماعی را افزایش داده، این ناملاطمتی‌ها در قالب «بحران‌های» مختلف بر عرصه‌ی زندگی و حیات سیاسی جوامع سایه افکنده و محدودیت‌ها و الزام‌هایی را در حوزه‌های مختلف روابط اجتماعی و در ساختار نظام تصمیم‌گیری به وجود آورده است. در حقیقت، امروز هیچ نظام سیاسی و جامعه‌ای نمی‌تواند مصون از بحران و پیامدهای کوتاه و بلندمدت آن باشد. بحران‌ها بخش جدانشدنی زندگی و لازمه‌ی توسعه‌ی سیاسی به‌ویژه در «جوامع در حال گذار» هستند. بحران‌ها در ذات خود بستر شکل‌گیری تهدیدها و فرصت‌هایی هستند که بر حسب نوع، شدت و گستره‌ی محیطی بحران، می‌توانند نظام سیاسی و نخبگان حاکم را در شرایط دشوار و پرمخاطره‌ای قرار دهند. افزایش ظرفیت‌های ساختاری و کارکردی نظام سیاسی جهت پاسخ‌گویی مناسب و عادلانه به نیازها و احتیاجات مردم، عامل مؤثری برای شکل دادن به سازه‌های مقاوم مردمی مقابله با بحران است. پایش و مهار بحران بر اساس یک تفکر نظام‌گرا و یکپارچه و در قالب مدیریت بحران، ضرورتی راهبردی است که مورد اتفاق نظر همه‌ی اندیشمندان و صاحب‌نظران مسائل سیاسی-امنیتی و راهبردی است و بر اهتمام دولت‌ها در سرمایه‌گذاری کلان در استقرار و توسعه‌ی این سامانه‌ی مدیریتی تأکید می‌ورزد. یکی از مهم‌ترین عواملی که امروزه در پیشگیری و نیز در مدیریت بحران مطرح است، مشارکت مردمی است.

بیان مسئله و اهمیت آن

ایران با وسعتی حدود ۱/۶۴۰/۰۰۰ کیلومتر مربع با توجه به موقعیت جغرافیایی و قرار گرفتن بر کمربند زلزله، تنوع آب و هوایی و موقعیت مهم راهبردی، در طی دوره‌های مختلف، شاهد حوادث و بلایای طبیعی و غیرطبیعی بسیاری بوده است. از حدود ۳۰۰ شهر که اکثر نقاط پرجمعیت کشور را شامل می‌شوند، حدود ۷۷٪ بر روی گسل‌ها و در پهنه‌ی زلزله‌خیز بنا شده‌اند و نزدیک به ۳۵٪ شهرها در معرض سیلاب‌گرفتگی و درصدی هم در معرض طوفان یا امواج ساحلی هستند. از طرفی سابقه‌ی جنگ‌های گسترده در سده‌ی اخیر در ایران نشان از اهمیت ژئوپولیتیکی و ژئواستراتژیکی کشور در عرصه‌ی منطقه و بین‌الملل دارد. با توجه به آمار تلفات جانی و خسارات مالی ناشی از حوادث غیرمترقبه در ایران وجود گروه‌های مردمی آموزش‌دیده ضروری به نظر می‌رسد تا بتوانند با قدرت و آگاهی در زمان بحران به کمک مردم آسیب‌دیده و نهادهای دولتی بشتابند و قدری از دردهای آسیب‌دیدگان را کاهش دهند و

زمینه‌ی تعادل و توازن بین نیازها و منابع را، که در زمان بحران از بین رفته است، فراهم سازند [۱]. تشکل‌های غیردولتی در ایران هر کدام به سهم خود در مواقع بحران مردم و دولت را یاری رسانده‌اند. نیروهای داوطلب چه آن‌ها که از قبل سازماندهی شده‌اند و چه آن‌ها که به طور خودجوش در شرایط بحرانی وارد عمل و فعالیت می‌شوند حجم قابل توجهی از مهارت‌ها، توانایی‌ها و منابع را با خود به میدان می‌آورند که می‌توان از آن‌ها قبل، حین و پس از بحران‌ها یاری گرفت. فعال کردن عملیات داوطلبانه‌ی بخش خصوصی نیز می‌تواند به میزان قابل توجهی بر این منابع بیفزاید و موجب تقویت مدیریت بحران شود. مدیران بحران باید بدانند که توانایی آن‌ها در نحوه‌ی کار کردن با نیروهای داوطلب می‌تواند تأثیرات زیادی بر زندگی و مرگ شهروندان در شرایط بحرانی داشته باشد. نیروهای داوطلب نیز می‌توانند تأثیرگذار باشند و این بر عهده‌ی سازمان‌های ذی‌ربط است تا این تأثیرگذاری‌ها را در جهت مثبت و کارایی بیشتر هدایت کنند.

پیشینه‌ی پژوهش

در زمینه‌ی بررسی عوامل مشارکت مردمی در زمان بحران پژوهش‌های مختلفی در داخل و خارج کشور به عمل آمده است. از جمله پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور می‌توان به پژوهش رضویان با عنوان «بررسی میزان مشارکت اجتماعی-سیاسی و عوامل مؤثر بر آن» اشاره کرد، با این نتیجه‌گیری که همبستگی معناداری، بین متغیرهای مستقل (سن، جنسیت، طبقه‌ی اجتماعی، محل سکونت، عامگرایی، آینده‌نگری، اعتماد) و مشارکت اجتماعی وجود دارد [۲]. ادیبی و هارطونیان نیز در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی-سیاسی در زمان بحران» نتیجه‌گیری کرده‌اند که گرایش نسبتاً بالایی به مشارکت اجتماعی در زمان بحران وجود دارد. مطابق نتایج به دست آمده، احساس تعلق اجتماعی، آگاهی فردی، رضایت از محیط اجتماعی و سیاسی، و برداشت فرد از آزادی‌های سیاسی و اجتماعی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار در گرایش افراد به مشارکت اجتماعی در زمان بحرانند [۳]. در خارج از کشور نیز پژوهش‌هایی صورت پذیرفته که از آن جمله می‌توان به پژوهش پاپورت و اندرسون^۱ با نام «موانع مشارکت اجتماعی در لندن» اشاره کرد که در آن عوامل بازدارنده‌ی مشارکت اجتماعی را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تجربه‌ی بی‌قدرتی، احساس انزوای اجتماعی، احساس نابسامانی اجتماعی و وضعیت اقتصادی خود افراد از عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی به شمار می‌روند [۴]. همچنین اریک پیورتیک^۲ در پژوهشی با عنوان «مشارکت اجتماعی در زمان جنگ» قصد دارد تا میزان گرایش شهروندان لهستانی به مشارکت در کمک‌رسانی به آسیب‌دیدگان بحران را بررسی کند. نتایج نشانگر آن است که مشارکت شهروندان در زمان بحران و پس از آن در زمان بازسازی تابع ۳ عامل کلیدی احساس تعلق اجتماعی، احساس بی‌نظمی اجتماعی و پایگاه طبقاتی افراد است [۵].

اهداف پژوهش

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

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

چارچوب نظری

ظفری با استناد به آرای فینکل^۳ (۱۹۹۹)، گرینبرگ^۴ (۲۰۰۱)، و جینیگز^۵ (۲۰۰۰)، معتقد است پاسخ به این سؤال که مشارکت مردم تحت تأثیر چه عواملی است، می‌تواند در سه رویکرد متفاوت بررسی شود.

۱. **رویکرد روان‌شناختی:** در این رویکرد بر عواملی نظیر انگیزه‌ها، (مک کله لند)^۶، شخصیت (هیگن)^۷، بیگانگی، بی‌قدرتی اجتماعی و فرهنگ (راجرز)^۸، و به طور کلی نیروهای درونی افراد تأکید می‌شود. اعتماد به نفس، استعدادها، انگیزه‌های پیشرفت و خلاقیت، نوع نگاه به دنیا و محیط پیرامون، و شخصیت، مهم‌ترین متغیرهای این رویکرد هستند.

۲. **رویکرد رفتاری (روان‌شناسی اجتماعی):** این رویکرد که عمده‌ترین طرفدار آن جان واتسون^۹ است، عوامل مشارکت را عمدتاً در فرد و رابطه‌های اجتماعی کوچک آن می‌جوید. این رویکرد بین نیت‌های فرد (درون) و محیط (شرایط) رابطه‌ای معقول برقرار می‌کند. از این رو معتقد به عاقلانه بودن و مدلل بودن کنش فرد هستند. عوامل و عناصر مورد نظر در این رویکرد عبارتند از: قصدها و نیت‌های فرد، تفسیر فرد از شرایط، سابقه‌ی عمل در گذشته، و هزینه‌ها و منفعت‌های حاکم بر انجام کنش.

۳. **رویکرد نهادین (جامعه‌شناختی):** این رویکرد عمدتاً به سطح روابط اجتماعی کلان و ساخت‌ها توجه می‌کند و عوامل مشارکت را در فراگردهای اجتماعی نظیر شهرنشینی، گسترش وسایل ارتباط جمعی، افزایش میزان سواد، طبقه‌ی اجتماعی، و ... دنبال می‌کند. عمده‌ترین طرفدار این رویکرد، رابرت نیزبت^{۱۰} است [۶]. البته هرکدام از این سه رویکرد، ظرفیت تبیین محدود به سطح تحلیل خاص خود را دارا هستند و اگر بناست بررسی جامعی انجام شود باید رویکردی جامع نیز اختیار شود. بدیهی است جامع‌ترین رویکرد، آن است که از هر سه مورد پیش‌گفته نهایت بهره را ببرد و نگرشی ارائه کند که شامل متغیرهای مورد نظر در هر سه سطح باشد. چرا که جریان مشارکت (مانند عموم فراگردهای اجتماعی)، حاصل تعامل مثبت و همپای این سه دسته عامل است.

نظریات لیپست^{۱۱} و دال^{۱۲}

سی‌مور مارتین لیپست جامعه‌شناس معاصر امریکایی در کتاب

انسان سیاسی، و رابرت دال عالم سیاسی معاصر امریکایی در کتاب تجزیه و تحلیل جدید سیاست، تلاش کرده‌اند تا متغیرهای متعدد را در مدلی کلی تنظیم کنند. مدل لیپست که عمدتاً بر متغیرهای اجتماعی تأکید دارد و آشکارا جامعه‌شناختی است، بر آن است که پدیده‌ی مشارکت کردن یا نکردن اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی را بر اساس چندین عامل کلی اجتماعی، در فرایندهای سیاسی و اجتماعی، تبیین کند. مدل دال که مبتنی بر رویکرد روان‌شناختی رفتارگرایانه است، پدیده‌ی گرایش داشتن و نداشتن افراد را به مشارکت سیاسی، مورد توجه قرار داده و با تأکید بر متغیر بیگانگی سیاسی و اجتماعی، عواملی را که نهایتاً به تصمیم فرد برای مشارکت کردن یا نکردن منجر می‌شود، برشمرده است. در این راستا او به دنبال توضیح عمومیت گرایش نداشتن به مشارکت سیاسی و فعالیت اجتماعی است.

به‌رغم آنکه وجه غالب در این دو مدل، یکی جامعه‌شناختی و دیگری روان‌شناختی است، هر دو مدل در شرح و بسط خود به دو جنبه‌ی روانی و اجتماعی پرداخته‌اند، چرا که پدیده‌ی مشارکت به یک میزان با عوامل اجتماعی و روانی مرتبط است [۷].

لیپست تفاوت‌های بین گروه‌های مختلف را در مورد مشارکت در چهار عامل کلی خلاصه می‌کند. به عبارت دیگر به نظر وی، چهار عامل موجب می‌شود که یک گروه نسبت به سایر گروه‌ها تمایل بیشتری برای مشارکت داشته باشد. این عوامل عبارتند از:

۱. علایق و منافعی در معرض تأثیر سیاست‌های دولت باشد.
۲. به اطلاعات مربوط به رابطه‌ی تصمیمات سیاسی و علایق و منافع خود دسترسی داشته باشد.
۳. در معرض فشارهای اجتماعی که خواهان رأی دادن هستند باشد.
۴. برای رأی دادن به احزاب سیاسی مختلف زیر فشار نباشد. [۸].

رابرت دال، عالم علم سیاست، پس از ارائه‌ی تصویری از بی‌علاقگی افراد نسبت به امور اجتماعی و عمومیت آن در گذشته و حال، دلایلی برای این امر مطرح می‌کند که در واقع یک مدل تبیینی روان‌شناختی اجتماعی، مبتنی بر رویکرد رفتارگرایی است. این دلایل عبارتند از:

۱. اگر مردم در ارزشیابی خود متوجه شوند پاداشی که از درگیری‌های سیاسی و اجتماعی به دست می‌آید، از پاداش دیگر فعالیت‌ها ناچیزتر است، یقیناً خود را در این امور درگیر نخواهند ساخت.
۲. هرگاه شخص بین آنچه پیش روی خویش دارد تفاوت‌های بارز احساس نکند و بدان‌ها اهمیت ندهد، بنابراین کمتر به مشارکت در سیاست و امور اجتماعی خواهد پرداخت.
۳. هرگاه فرد تصور کند که فعالیت او در صحنه‌های اجتماعی و سیاسی بی‌تأثیر است و نمی‌تواند سرمنشأ تغییر باشد، هرگز در آن وارد نمی‌شود. بررسی‌ها نشان داده‌اند که بین آنچه فرد به آن اهمیت می‌دهد و میزان درگیری

او رابطه‌ی مستقیم برقرار است. به این ترتیب اگر فرد در مورد میزان کارایی عملکرد خود تردید داشته باشد، احتمال دخالت وی در امور سیاسی و اجتماعی کاهش می‌یابد.

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

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

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

ملوین سیمن^{۱۳} در مطالعه‌ای منسجم و دقیق، به طور خاص رابطه‌ی بین بیگانگی و مشارکت اجتماعی و سیاسی را بررسی کرده است. او در این باره با تأکید بر بیگانگی اجتماعی بیان می‌کند که موضوع بیگانگی می‌تواند فرد یا افراد، طبیعت، کار و تولید، جامعه و نهادهای وابسته چون سیاست و خانواده و ... باشد. بیگانگی اجتماعی و سیاسی، یکی از صور و انواع بیگانگی است که نشانگر پیوند نداشتن ذهن و کنش فرد، با برخی نهادها و ساختارهای اجتماعی مانند سیاست و خانواده است. همین امر از عمده‌ترین موانع مشارکت فرد در رویدادهای اجتماعی است. پنج نوع احساس و رفتار بیگانه قابل تشخیص است:

۷. احساس بی‌قدرتی^{۱۴}: که نوعی بیگانگی است که فرد احساس می‌کند در وضعیت‌های اجتماعی و کنش متقابل خود تأثیرگذار نیست. به عبارت دیگر، احساس بی‌قدرتی شامل این تصور است که فرد احتمال می‌دهد عمل او بی‌تأثیر باشد و نتایج مورد انتظار او را برآورده نسازد.

۸. احساس بی‌معنایی^{۱۵}: در این حالت فرد احساس می‌کند هیچ راهنمایی برای انتخاب سلوک و عقیده‌ی خود ندارد. بنابراین دچار ابهام و شک و تردید می‌شود و نمی‌تواند در تصمیم‌گیری، عقیده‌ی خود را با استانداردهای فرهنگی- اجتماعی موجود در جامعه وفق دهد.

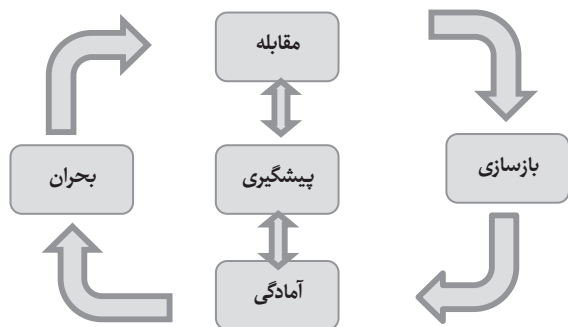
۹. احساس بی‌هنجاری^{۱۶}: بی‌هنجاری عبارت از این احساس است که برای حصول به اهداف ارزشمند، ابزار و وسایل نامشروع مورد نیاز است. این احساس زمانی بروز می‌کند که فرد، متقاعد شود فقط کنش‌هایی او را به حوزه‌های هدف رهنمون می‌سازند که مورد تأیید جامعه نیستند.

۱۰. احساس انزوای اجتماعی^{۱۷}: این احساس مبین جدایی فکری فرد از استانداردهای فرهنگی، و بیگانگی او از اهداف نظام اجتماعی است.

۱۱. خودبیزاری^{۱۸}: این حالت عبارت است از احساس ناتوانی فرد در انجام دادن فعالیت‌هایی که او را راضی می‌کند [۱۰].

مدیریت بحران

مدیریت بحران فرایندی است برای پیشگیری از بحران یا به حداقل رساندن آثار آن به هنگام وقوع. برای چنین فرایندی باید بدترین وضعیت‌ها را برنامه‌ریزی و سپس روش‌هایی برای اداره و حل آن جستجو کرد. برنامه‌ریزی برای مدیریت بحران را می‌توان در چهار مرحله به انجام رساند [۱۱].



تصویر ۱: چرخه‌ی مدیریت جامع بحران

مراحل یاد شده در مدیریت بحران به شرح زیر است:
پیشگیری و کاهش آثار: منظور از آن کاهش احتمال وقوع یا آثار ناشی از بحران است و در واقع این مرحله مصداق این ضرب‌المثل است: «پیش‌گیری بهتر از درمان است».

آمادگی: در این مرحله روابط عمومی می‌تواند با برنامه‌ریزی قبلی و پژوهش‌های میدانی و مطالعات موردی، آموزش، اجرا، مانور و تمرین وضعیت بحران در شرایط مختلف مؤثر واقع شود.
مقابله: در این مرحله روابط عمومی بلافاصله به خدمات اضطراری پس از وقوع بحران به‌ویژه اطلاع‌رسانی به موقع، پایش ارتباطات درون و برون سازمان و ... اقدام می‌کند.

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

روش تحقیق: تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته

• مشارکت

مشارکت در پژوهش حاضر به معنای احساس تعلق به گروه و شرکت فعالانه و داوطلبانه در فعالیت‌های اجتماعی است و مشارکت در همه‌ی زمینه‌های زندگی اعم از سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارد و نقطه‌ی عطف در مفهوم مشارکت در همه‌ی عرصه‌های فوق‌ارادی و داوطلبانه بودن آن است [۱۳].

• بحران

بحران وجود بالقوه و بالفعل وضعیتی است که بتواند در سطح داخلی یا خارجی، دولت یا کشوری را با یک خطر بزرگ‌تر نظیر تغییر حکومت، وقوع کودتا و بروز جنگ مواجه سازد [۱۴].

در بعد مشارکت در زمان بحران، مشارکت در دو بعد زمان جنگ و در زمان بحران‌های طبیعی مورد سنجش قرار گرفته است.

متغیرهای مستقل

تعاریف مفهومی متغیرهای مستقل و نحوه‌ی سنجش آن‌ها چنین است:

• اعتماد اجتماعی^{۱۹}

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

۱. **اعتماد شخصی:** این شاخص میل به اعتماد را در روابط

بین شخصی می‌سنجد و از شش بخش تشکیل شده است.

۲. **اعتماد غیرشخصی (انتزاعی):** این شاخص میزان

تمایل به اعتماد نسبت به حسن نیت و حسن انجام کار (عملکرد) خرده‌نظام‌های مختلف جامعه را اندازه می‌گیرد. شاخص مورد نظر بر اساس ترکیب خطی گویه‌ها ساخته شده است [۱۶].

• انزوای اجتماعی

به طور خلاصه، انزوای اجتماعی از حیث مفهومی در تقابل با درگیری اجتماعی، انسجام اجتماعی^{۲۰} و سرمایه‌ی اجتماعی قرار دارد و با از خود بیگانگی، احساس تنهایی و کناره‌گیری، نزدیکی مفهومی دارد. برخی انزوا را با تأکید بر بعد ذهنی مورد توجه قرار می‌دهند و برخی دیگر به جنبه‌ی عینی پیوندهای اجتماعی فرد با خانواده، دوستان و همسایگان نظر داشته و انزوای اجتماعی را فقدان این روابط تعریف می‌کنند [۱۷]. ما در اینجا به لحاظ ماهیت موضوع مورد بررسی برای تعریف انزوای اجتماعی بر جنبه‌ی اول آن یعنی بعد ذهنی تأکید می‌کنیم. بر این اساس، شاخص انزوای اجتماعی به وسیله‌ی چهار عامل سنجیده شده است.

• آنومی^{۲۱}

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

• پایگاه اقتصادی-اجتماعی

پایگاه اقتصادی-اجتماعی یکی از مهم‌ترین متغیرها در تحقیقات اجتماعی است. مقیاس‌های زیادی برای سنجش این متغیر درست شده است. پرکاربردترین این مقیاس‌ها شاخص اقتصادی-اجتماعی دانکن است که عموماً برای بیشتر پیمایش‌ها و نمونه‌های بزرگ، عالی به شمار می‌آید. این مقیاس درآمد، تحصیلات و وجهه‌ی شغلی را به حساب می‌آورد [۱۹]. در پژوهش حاضر نیز، این سه شاخص ابتدا به صورت مقیاسی استاندارد از صفر تا صد

تبدیل شدند سپس با استفاده از دستور compute ترکیب شده و به صورت متغیری واحد با نام جدید درآمدند.

جامعه‌ی آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری: جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر همه‌ی شهروندان بالای ۱۶ سال شهر تهران هستند.

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

شیوه‌ی نمونه‌گیری: شیوه‌ی نمونه‌گیری در پژوهش حاضر تا حدودی متفاوت از سایر پژوهش‌هایی است که در تهران انجام شده است. بر خلاف پژوهش‌های پیشین که اغلب بر حسب تقسیم‌بندی مناطق شهرداری تهران نمونه‌گیری شده است در این پژوهش با توجه به پاره‌ای ملاحظات از جمله یکدست نبودن محله‌های مختلف داخل یک منطقه از نظر اقتصادی، نمونه‌گیری نه بر اساس مناطق بلکه بر اساس محله‌ها انجام شد. روال کار به این صورت بود که پس از مشخص کردن محله‌های تهران بر روی نقشه با تقسیم‌بندی این محله‌ها به سه دسته‌ی بالای شهر، مناطق حد وسط و پایین شهر، از هر دسته ۸ محله به صورت تصادفی انتخاب شد. سرانجام نیز از هر محله به صورت میانگین ۱۵ پرسشنامه پر شد.

جدول ۱: ضریب روایی مقیاس‌ها در پرسشنامه

متغیرها	تعداد گویه‌ها	ضریب روایی
مشارکت در زمان بحران	۵	۰/۹۲
انزوای اجتماعی	۴	۰/۵۷
اعتماد اجتماعی	۱۳	۰/۷۹
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	۴	۰/۸۰
آنومی	۶	۰/۷۹

اعتبار و روایی

جهت بررسی اعتبار پژوهش از اعتبار صوری استفاده شد و نسخه‌ی اولیه‌ی پرسشنامه برای ۱۰ نفر از اساتید و دانشجویان دکتری دانشگاه شهید بهشتی ارسال شد و نظر اصلاحی آن‌ها در مورد وسیله‌ی اندازه‌گیری اعمال شد. همچنین جهت بررسی پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مواردی که موجب کاهش ضریب آلفای مقیاس شدند از مقیاس حذف گردیدند. جدول ۱ نتایج مربوط به آزمون روایی مقیاس‌ها را نشان می‌دهد.

یافته‌های پژوهش

• آمارهای توصیفی

جدول ۲: آمارهای توصیفی پژوهش

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

• جدول ضریب همبستگی پیرسون

جدول ۳ روابط همبستگی دو به دوی بین متغیرها را نشان می‌دهد. مطابق این جدول غیر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی، بقیه‌ی متغیرها رابطه‌ای معنادار با میزان مشارکت از خود نشان می‌دهند. بیشترین تأثیرپذیری مشارکت از دو متغیر احساس آنومی و اعتماد اجتماعی است. به همین نحو روابط مابین خود متغیرهای مستقل

آورده شده است. غیر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی که با هیچ یک از متغیرهای دیگر ارتباط معناداری ندارد، روابط بین چهار متغیر مستقل دیگر اغلب در سطح متوسط و معنادار است. یادآوری این نکته ضروری است که این روابط صرفاً در حد روابط دو متغیره هستند به این معنا که صرفاً اثرات ناخالص دو متغیر را نسبت به یکدیگر نشان می‌دهند. هر نوع قضاوت در مورد اثرات خالص مستلزم پایش آماری است. این کار در تحلیل‌های چند متغیری به آسانی امکان‌پذیر است.

آزمون رگرسیون چند متغیره

عمده‌ترین حسن رگرسیون چند متغیره نسبت به ضریب همبستگی این است که اثر خالص هر یک از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته را نشان می‌دهد. در جدول ۴ انواع مدل‌های رگرسیون آمده است.

توضیحات مربوط به مدل‌ها

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

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

جدول ۳: ضریب همبستگی مرتبه‌ی صفر متغیرها

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

مدل ۳: در این مدل نیز متغیر احساس انزوا به تنهایی با میزان مشارکت اجتماعی در ارتباط قرار داده شده است. همان طور که جدول ۴ نشان می‌دهد این متغیر حدوداً ۱۴ درصد از واریانس مشارکت را تبیین می‌کند. به عبارت دیگر افرادی که از میزان انزوای کمتری برخوردارند، در مواقع بحران تمایل بیشتری به مشارکت از خود نشان می‌دهند.

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

مدل ۵: این مدل تأثیر همزمان دو متغیر اعتماد اجتماعی و احساس انومی را در تبیین متغیر وابسته مورد آزمون قرار می‌دهد. نتیجه‌ی تحلیل رگرسیون نشانگر سهم معنادار هر دو متغیر در تبیین متغیر وابسته است. اما سهم هر دو متغیر بنا به همبستگی این دو متغیر با یکدیگر نسبت به موقعیت فردی این متغیرها در دو مدل ۱ و ۲ کاهش نشان می‌دهد. این دو متغیر در مجموع ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

مدل ۶: در این مدل سه متغیر اعتماد اجتماعی، احساس انومی و انزوا به صورت همزمان وارد شدند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون خطی نشانگر سهم معنادار هر یک از این متغیرها در تبیین متغیر

وابسته است. این مدل، حدود ۳۲ درصد از واریانس مشارکت را تبیین می‌کند. گفتنی است که تأثیر دو متغیر اعتماد اجتماعی و احساس انومی با ورود انزوا به مدل باز هم کاهش می‌یابد. این امر به سبب همبستگی موجود بین این سه متغیر است. در واقع می‌توان گفت با افزایش هر چه بیشتر متغیرها در مدل (پایش آماری) سهم هر متغیر به صورت خالص‌تر نشان داده می‌شود.

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

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

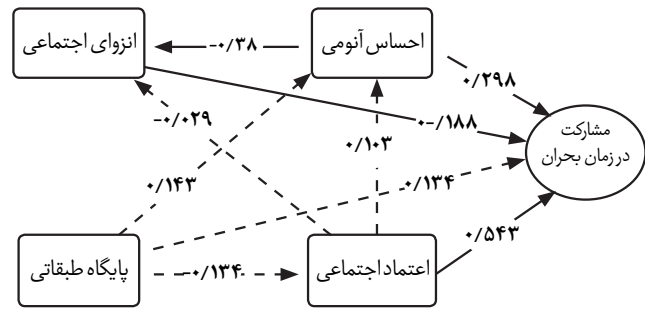
مدل تحلیل مسیر

جالب‌ترین و کامل‌ترین نتایج مربوط به یک پژوهش را می‌توان از نمودار تحلیل مسیر آن بیرون کشید. بازگشتی هرچند بسیار گذرا به چارچوب نظری پژوهش در این مرحله، می‌تواند در تفسیر این نتایج یاریگر خوبی باشد.

همان طور که تصویر ۲ نشان می‌دهد، سه متغیر اعتماد، احساس انومی و میزان آگاهی هستند که مستقیماً میزان قابل توجهی از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. نتایج رگرسیون گام به گام

جدول ۴: انواع مدل‌های رگرسیون پژوهش

مدل‌های رگرسیون	مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷	مدل ۸
مقدار ثابت	۳/۸۶۲	۰/۷۹۳	۱/۵۳	۱/۷۸	۲/۳۱	۱/۹	۲/۱۳	۲/۸۴
آنومی	ضریب مسیر	-۰/۴۶۷			-۰/۳۴۹	-۰/۲۸۶	۰/۳۰۸	-۰/۵۸۸
	t	-۶/۵۹			-۴/۷۶	-۳/۶	-۳/۵۱	-۵/۱
	سطح معناداری	۰/۰۰			۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰
اعتماد اجتماعی	ضریب مسیر	۰/۴۰۸			۰/۳۱۸	۰/۲۸۹	۰/۲۵۲	۰/۲۹۸
	t	۵/۷۲۱			۴/۳۴	۳/۸۶	۲/۹	۲/۶۸
	سطح معناداری	۰/۰۰			۰/۰۰	۰/۰۶	۰/۰۰۴	۰/۰۰۹
انزوای اجتماعی	ضریب مسیر		-۰/۳۷۳			-۰/۱۵	-۰/۱۳	-۰/۱۳۴
	t		۵/۲۸			۱/۸۹	۱/۴۷	-۱/۲۲
	سطح معناداری		۰/۰۰			۰/۰۰	۰/۱۴۴	۰/۰۲۶
پایگاه اجتماعی- اقتصادی	ضریب مسیر			۰/۲				۰/۰۹۷
	t			۱/۹۰۳				۱/۳۴
	سطح معناداری			۰/۰۶				۰/۱۸۳
ضریب تعین	۰/۲۱۸	۰/۱۶۶	۰/۱۳۹	۰/۰۴	۰/۳۰۱	۰/۳۱۸	۰/۲۹	۰/۴۳۷
	ضریب تعین اصلاح شده	۰/۲۱۳	۰/۱۶۱	۰/۱۳۴	۰/۰۲۹	۰/۲۹۲	۰/۳۰۴	۰/۴۰۷
	تعداد	۲۷۸	۲۸۶	۲۷۵	۱۶۰	۲۷۴	۲۷۳	۲۶۰
	۱۵۴							



تصویر ۲: مدل تحلیل مسیر

نیز این امر را تأیید می‌کند.

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

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

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

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر تلاشی بود در جهت بررسی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در زمان بحران. قدم اول ارائه‌ی تعریفی اولیه از بحران و مشارکت بود. در تعریف مشارکت گفته شد: مشارکت عبارت است از میزان دخالت اعضای نظام در فرایند تصمیم‌گیری. در حقیقت جوهر مشارکت، منافع مشترک گروه در جامعه و منافع مشترک فرد در گروه است.

واکاوی پیشینه‌ی موضوع در حیطه‌ی این دو مفهوم، تئوری‌های بسیاری را در بر می‌گرفت که در این بخش اشاره به آن‌ها چندان ضرورتی ندارد. بررسی تجربی به روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه در نمونه‌ای به حجم ۳۱۹ نفر در شهر تهران اجرا شد. پس از تنظیم مدل نظری به تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مد نظر پرداخته شد. در تنظیم پرسشنامه تلاش شد تا از شاخص‌های استاندارد استفاده شود؛ ضمن اینکه برخی از موارد محقق ساخته بود. پس از نهایی شدن پرسشنامه، اعتبار و روایی آن مورد سنجش قرار گرفت. از این رو در مرحله‌ی اول، ۱۰ متخصص مدیریت و روش تحقیق روایی پرسشنامه را مورد تأیید قرار دادند. نکات پیشنهادی متخصصان اعمال شد و پس از آن پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. پیش‌آزمون پرسشنامه در ویرایش و تنظیم درست پرسشنامه بسیار مؤثر بود. در نهایت بررسی پایایی پرسشنامه با آزمون تحلیل عاملی و آلفای کرونباخ اجرا شد که نتایج آن گزارش شده است. عملیات میدانی طی ۱۲ روز به کمک گروهی از دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی صورت گرفت.

موقعیت بحرانی، اهداف تراز اول نهاد تصمیم‌گیرنده را به مخاطره می‌اندازد، زمان لازم برای واکنش و اجرای تصمیم‌ها را به شدت محدود می‌کند و تحقق چنین موقعیتی به سردرگمی و غافلگیری اعضای نهاد تصمیم‌گیرنده منتهی می‌شود.

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

اولین قدم آزمون همبستگی دو متغیری بود تا نتیجه‌ای کلی از روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، همین‌طور الگوی روابط داخلی خود متغیرهای مستقل به دست آید. نتایج نشانگر رابطه‌ی معنادار همه‌ی متغیرها با متغیر وابسته بود. اما از آنجا که این روابط تأثیر خالص این متغیرها بر روی مشارکت را نشان

جدول ۵: نتایج رگرسیون گام به گام

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	.Sig	t	Beta	متغیرها	مدل
۰/۵۵	۰/۳۲۴	۰/۳۳۳	۰/۵۷۷	۰/۰۰	۱۱/۶۳		ثابت	۱
				۰/۰۰	-۵/۹۱	-۰/۵۷۷	احساس انومی	
۰/۵۳	۰/۳۶	۰/۳۷۸	۰/۶۱۵	۰/۰۰	۴/۴۱		ثابت	۲
				۰/۰۰	-۴/۴۴	-۰/۴۷۲	احساس انومی	
				۰/۰۲۹	۲/۲۳	۰/۲۳۷	اعتماد اجتماعی	
				۰/۰۴	-۰۶۷/۴	-۰/۲۷۷	انزوای اجتماعی	

نمی‌داد، بنابراین انجام تحلیل‌های چند متغیری (که عمده‌ترین آن‌ها تحلیل رگرسیون چند متغیری است) ضروری می‌نمود.

در چهار مدل اول، متغیرهای مستقل به صورت انفرادی در تبیین احساس ناامنی به کار گرفته شدند. از آنجا که نتایج این تحلیل‌ها با ضریب همبستگی پیرسون چندان متفاوت نیست (به خاطر نبود متغیر کنترل) از این رو تفسیرهای مربوط از مدل پنج آغاز می‌شود. نتایج این مدل‌ها که به صورت اضافه شدن کم‌کم متغیرها به دست می‌آمد در نهایت نتایج ناشی از رگرسیون گام به گام را تأیید می‌کند (جدول ۴).

همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره شد، مجموعه عوامل تأثیرگذار بر مشارکت در زمان بحران به چهار مورد محدود گشت: اعتماد اجتماعی، طبقه‌ی اقتصادی، احساس انومی و انزوای اجتماعی. بر اساس نتایج به دست آمده از بین این عوامل، تحلیل‌های آماری در نهایت نشان داد که سه عامل اعتماد اجتماعی، احساس انومی و انزوای اجتماعی، تأثیرگذارترین عوامل بر تمایل افراد به مشارکت در زمان بحران بوده‌اند.

پیشنهاد‌های پژوهشی

پژوهش حاضر در پی بررسی و کشف عوامل تأثیرگذار بر مشارکت نیروهای داوطلب در زمان بحران است و عوامل احساس انومی، اعتماد و انزوای اجتماعی را به منزله‌ی فاکتورهای مؤثر شناسایی کرده است. پژوهش‌های جدیدتر در این حوزه می‌توانند با استناد به نتایج پژوهش حاضر صورت گیرند و هر یک از عوامل یاد شده را به صورت عمیق‌تر و با کشف سازوکارهای واسط بررسی کنند. از طرف دیگر، همان‌گونه که توضیح داده شد، پژوهش حاضر عمدتاً از دید روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی به مسئله نگریسته است؛ بنابراین محققان می‌توانند با دید بین رشته‌ای در صدد کشف سایر علل خرد و کلان تأثیرگذار بر مشارکت در زمان بحران برآیند. همچنین ارائه‌ی مدل‌های سلسله‌مراتبی با تلفیق مدل‌های خرد و کلان نیز می‌تواند گام بسیار مؤثری در تبیین بهینه‌ی مسئله‌ی پژوهش حاضر باشد.

پی‌نوشت

1. Pouport Bill and Robert Anderson
2. Eric purtic
3. Finkel
4. Ted Greenberg
5. Adams Geningise
6. mclelland
7. George Heigen
8. Carl Rogers
9. John Watson
10. Robert Nisbet
11. Seymour Martin Lipset
12. Rober Dahl
13. Melvin Simen
14. Powerlessness
15. Meaninglessness
16. Normlessness
17. Social isolation
18. Self-estrangement
19. Social trust
20. Social integration

منابع

۱. پوررشیدی، حبیب (۱۳۸۸). نیروی مردمی در بحران. بازیابی از <http://crisismanagement۸۷.persianblog.ir/post/۳>
۲. رضویان، رضا (۱۳۸۹). بررسی میزان مشارکت اجتماعی- سیاسی و عوامل مؤثر بر آن. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، گروه علوم سیاسی.
۳. ادیبی، مهدی؛ هارطونیان، وهاب (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی- سیاسی در زمان بحران. تحقیق انجام شده برای شهرداری تهران.
4. Pouport Bill and Robert Anderson (2008) Repellent factors of social participation in London. *British journal of social work*, Vol.21, No.2.
5. Eric purtic (2011) volunteer participation in wartime. *Journal of contingency and crisis management*, vol.4, No.1.
۶. ظفری، حسین؛ ویسی، رضا (۱۳۹۰). واکاوی عوامل مؤثر بر جلب مشارکت مردمی به منظور کاهش ریسک سوانح طبیعی، مسکن و محیط روستا، شماره‌ی ۱۳۵.
۷. محسنی تبریزی، علیرضا (تابستان ۱۳۷۵). بیگانگی، مانعی برای مشارکت توسعه‌ی ملی. نامه‌ی پژوهش، شماره‌ی ۱.
۸. غفاری، زاهد؛ بیگی، عبدالرضا؛ تصمیم، اکرم (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان علوم سیاسی و فنی دانشگاه تهران. دانش سیاسی، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۱۲.
۹. کائوتری، هوشین و دیگران (۱۳۷۹). مشارکت در توسعه. ترجمه‌ی هادی غبرائی و داود طبائی، تهران.
10. Simon Melvin (1987) Patterns of Crisis management in Business, Wiley-Blackwell: *Journal of Contingencies & Crisis Management*
۱۱. معمارزاده، غلامرضا و مهرزاد سرفرازی (۱۳۸۴). بررسی گام‌های فرایند مدیریت بحران در سازمان، پژوهشنامه مدیریت بحران، بازیابی از http://www.csr.ir/Pdf/Issues443/whole.modirian&bohran.4%20_black_.pdf
۱۲. شانی، مرتضی (۱۳۸۴). مدیریت بحران جانسون و جانسون. مجله‌ی تدبیر، شماره‌ی ۱۵۹.
۱۳. شیانی، ملیحه (بهار ۱۳۸۴). شهروندی و مشارکت در نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی. فصلنامه‌ی حقوق تأمین اجتماعی، انتشارات علمی فرهنگی، سال اول، شماره‌ی یک.
14. Jaques, Tony (2007). Issue Management and Crisis Management: An Integrated, Non-linear, Relational construct. *Public Relations review*, 33(2), 147-157.
۱۵. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص. ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
۱۶. بینا (۱۳۸۱). پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. شورای فرهنگ عمومی، تحت نظر وزارت فرهنگ و ارشاد.
۱۷. موسوی، محسن (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. توسلی، غلام عباس (۱۳۸۲). مشارکت اجتماعی در شرایط جامعه‌ی آنومیک. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۹. میلر، دلبرت (۱۳۸۰). راهنمای طرح تحقیق و سنجش اجتماعی، ترجمه‌ی هوشنگ نایبی، تهران، نشر نی.