

تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر جلب مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی (مطالعه موردی منطقه ۱۳ شهرداری تهران)

مهرداد نوابخش^۱، معصومه نعیمی^۲

چکیده

هدف محوری پژوهش حاضر، «تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر جلب مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی، در منطقه ۱۳ شهرداری تهران» است. در مبانی نظری تحقیق، نظریات اندیشمندان را به سه رویکرد جامعه شناختی، روانشناختی و رویکرد ترکیبی تقسیم کرده، به بررسی نظرات نظریه پردازان مختلف و پیشینه تجربی و در نهایت نظریه لرنر، اینگلهارت و هومنز به عنوان چارچوب نظری و براساس آن به تدوین مدل نظری و فرضیات پرداخته شد. روش تحقیق حاضر اسنادی و پیمایشی و ابزار

۱- استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران (نویسنده مسؤول) **کتابخانه** اطلاع رسانی و اطلاع رسانی

۲- کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

جمع آوری اطلاعات پرسشنامه است. جامعه آماری تعدادی از خانوارهای ساکن منطقه ۱۳ شهرداری تهران است که (۳۸۱) خانوار به عنوان حجم نمونه تعیین شده است. نمونه‌ها ابتدا با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مشخص و در مرحله بعد بر اساس نمونه‌گیری سهمی، سهم هر محله برای توزیع پرسشنامه تعیین گردید. برای سنجش اعتبار (روایی) پرسشنامه، از اعتبار صوری و برای سنجش پایایی، از یک تحقیق مقدماتی استفاده شد، در این تحقیق مقدماتی گویه‌ها (ضریب آلفا ۰/۸۹) از پایایی بالایی برخوردار بودند. عمده‌ترین یافته‌های تحقیق: بین سن، وضعیت تأهل و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی (با ۹۵ درصد اطمینان) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین جنس، سطح تحصیلات، وضعیت فعالیت، نحوه آموزش، تأثیر رسانه‌های گروهی، رضایت از خدمات شهری، اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، احساس فایده‌مندی و باور به سودمندی و میزان مشارکت شهروندان (با ۹۹ درصد اطمینان) رابطه معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: مشارکت شهروندان - عوامل اجتماعی - تفکیک و جمع‌آوری - زباله خانگی

مقدمه

مشارکت پیشینه‌ای به قدمت تاریخ بشر دارد، چرا که نظر و عمل مشارکت در بطن هر جامعه و در مفاهیمی چون «همبستگی»، «اتحاد»، «همکاری»، «انجمن» و مانند آنها، نهفته است و از دیر زمان شالوده پیدایش اجتماعی - انسان شناختی^۱ نوع بشر تلقی شده است. اما طی دو دهه گذشته، مشارکت در جوامع، اهمیت ویژه‌ای کسب کرده است. پیشرفت تاریخ به شکل الگویی، غالباً با نوسان همراه و پرافت و خیز بوده است. در دهه ۱۹۶۰، به خاطر شور و هیجان ناشی از استعمار زدایی و استقلال سیاسی کشورهای

جهان سوم، پویایی درونی توسعه، اهمیت جنبشهای مردمی، عوامل انسانی و در نتیجه، اهمیت مشارکت را به نحو مؤکدی مطرح کرد. (گائوتری، ۱۳۷۹:۱)

در بررسی و ارزیابی برنامه، عدم بهره‌گیری از مشارکت مردمی به عنوان عامل اصلی شکست برنامه توسعه ارزیابی شده است. بنابراین از آن، در استراتژی‌های توسعه، بر رویکرد مشارکت مردمی به عنوان نیاز اصلی بشر تاکید نمودند. (وحیدا و نیازی، ۱۳۸۳:۱۱۹).

با گسترش معنای مشارکت و راه یافتن آن به تمام عرصه‌های زندگی، امروزه سخن از آن است که همه مردم در تعیین سرنوشت خویش دخالت آگاهانه و واقعی پیدا کنند. برای توسعه مردم سالاری، مشارکت صرفاً نوعی ابزار و عامل کمکی برای نیل به اهداف نیست، بلکه ضرورتی بنیادی است. همانطور که رفورد (۱۹۶۹) اشاره می‌کند، انتظارات افراد می‌تواند به بهترین وجهی از راه مشارکت همه آنها در فرایند تصمیم‌گیری برآورده شود. (رهنورد، ۱۳۸۵)

در این دوران که با افزایش شهرنشینی مواجه هستیم، مشارکت در تمامی زوایای زندگی انسانها ریشه دوانده به ویژه خصوص مشارکت در امور شهری از جایگاه خاصی برخوردار است. زباله و مشکلات زیست‌محیطی و هزینه‌های سنگین مربوط به مدیریت آن هم، یکی از مشکلات مهم امور شهری است که بدون تردید هر شهری با آن دست به گریبان است. شهر تهران با بالاترین میزان جمعیت شهری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با متوسط روزانه ۷۰۰۰ تن، زباله حدود ۲۰ درصد از زباله کل کشور را تولید می‌کند. (سایت بازیافت تهران)^۱

مدیریت این میزان زباله، سالانه صدها میلیارد ریال هزینه را به شهر تهران تحمیل می‌کند. علاوه بر این، مشکلات زیست‌محیطی عدیده‌ای همچون آلودگی هوا، خاک و آب ایجاد کرده، با تولید گازهای گلخانه‌ای اثرات مخربی را بر محیط زیست وارد می‌کند و

محیطی مناسب برای زندگی حشرات ناقل بیماری، حیوانات موذی فراهم کرده، در نهایت تهدیدی جدی برای سلامت انسان می‌شود.

بنابراین همانطور که شهروندان نسبت به املاک و دارایی‌های خصوصی خود حساسیت دارند باید به دارایی‌های عمومی و مسائل محیطی نیز توجه کنند و برای حفاظت از محیط زیست و جلوگیری از تخریب منابع طبیعی اقدام کنند.

امروزه در اکثر کشورهای توسعه یافته، حفظ محیط زیست جزئی از فرهنگ عمومی شده و حساسیت نسبت به مسائل زیست‌محیطی از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این کشورها زباله یک منبع ثروت عمومی تلقی می‌شود و از آن به عنوان طلای کثیف، یاد می‌کنند و این امر در تولید سرانه زباله این کشورها تأثیر بسیاری گذاشته، به گونه‌ای که سرانه متوسط زباله در این کشورها بسیار اندک است.

مدیریت پسماند در کشور ما هم با وجود قومیت‌هایی با فرهنگ‌های متعدد و همچنین افزایش جمعیت شهرنشینی از سال ۱۳۵۵ تا کنون به ویژه در شهر تهران به عنوان یک کلان شهر - کاری بس دشوار و پرهزینه است و بهبود این مدیریت بدون در نظر گرفتن نقش مردم و اهمیت آنها که تولید کنندگان اصلی پسماند شهری هستند، در عمل غیر ممکن است.

سؤال اصلی مطرح شده آنست که، با توجه به آمار سازمان بازیافت و تبدیل مواد شهرداری تهران که متولی دفع پسماند شهر تهران است؛ متوسط روزانه پسماند در شهر تهران طی سال ۱۳۸۸ حدود ۷۰۰۰ تن بوده است؛ حال برای بهبود مدیریت این حجم از زباله چرا نباید به جلب مشارکت شهروندان روی آورد؟ اصلاً عوامل مؤثر بر جلب مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی شهر تهران کدامند؟

پیشینه نظری و تجربی تحقیق

ارائه تعریفی جامع از مشارکت مشکل است زیرا این اصطلاح در فرهنگها و نظامهای مختلف و روابط کار معانی یکسانی ندارد. بسیاری از پژوهشگران و نویسندگان بدون دادن

تعریفی از مشارکت، درباره آن سخن می‌گویند و آن را کم و بیش آگاهانه در معانی مختلفی به کار می‌برند. شرجل (۱۹۷۰) می‌گوید مشارکت در تصمیم‌گیری در خیلی از کشورها مفهومی دل‌انگیز است، اما تقریباً بیشتر افرادی که این اصطلاح را به کار می‌برند به صورتهای متفاوتی درباره آن فکر می‌کنند. به عنوان مثال، بول دوبال (۱۹۸۹) تصمیم‌گیری مشارکتی در سطح گروه، واحد سازمانی و سازمان را «مشارکت سیاسی» می‌نامد و آن را از «مشارکت اجتماعی» و «مشارکت مالی» متمایز می‌کند.

آلپرت (۱۹۴۵) مشارکت را «من فعال» تعریف می‌کند و دیگران مشارکت را تا سطح تفویض اختیار نیز گسترش می‌دهند (لوین، ۱۹۶۸؛ ساشکین و موریس، ۱۹۴۸؛ سورچر، ۱۹۷۱؛ اشتروس و روزنشتین، ۱۹۷۰)؛ و بعضی از نگرشها، مشارکت را تصمیم‌گیری گروهی قلمداد می‌کنند (یوکل، ۱۹۸۹؛ هلرویوکل، ۱۹۶۹؛ تاننوم، ۱۹۷۴) این مثالها گواهی بر تفسیر متفاوت مشارکت توسط دانشمندان و مدیرانی که با آن سروکار دارند، است (رهنورد، ۱۳۸۵: ۲۱-۲۲).

«مشارکت را می‌توان فرآیند توانمندسازی محرومان و طرد شدگان تلقی کرد. این نظر مبتنی بر شناسایی تفاوت‌های گروه‌ها و طبقات اجتماعی گوناگون از نظر قدرت سیاسی و اقتصادی است. مشارکت به این مفهوم مستلزم ایجاد سازمان‌هایی برای فقر است که دموکراتیک، مستقل و خود اتکا باشند!» (قایی، ۱۹۹۴).

بانک جهانی نیز مشارکت را این گونه تعریف می‌کند:

«مشارکت فرآیندی است که از رهگذر آن افراد ذریبط بر ابتکارهای توسعه و تصمیم‌ها و منابعی که نقش تعیین کننده در آنها دارند تأثیر می‌گذارند» (بانک جهانی، ۱۹۹۴).

در زمینه مشارکت شهروندان در امور شهری، مشارکت در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی به عنوان یکی از مهمترین مسائل شهری، مطالعات تجربی‌ای صورت گرفته است که در این بخش به برخی از این مطالعات اشاره می‌کنیم:

در سال ۱۳۸۰ کامبیز مصطفی پور کندلوسی تحقیقی به نام: « بررسی طرز تلقی شهروندان منطقه ۷ تهران از مشارکتشان در مدیریت شهری» با روش پیمایشی و با حجم نمونه ۳۸۰ نفر انجام داد. یافته‌های تحقیق یاد شده حاکی از آن بود که: طرز تلقی شهروندان از مشارکت‌شان، تمایل و توان آنها برای مشارکت در مباحث نظری (یعنی ارائه پیشنهاد و کمک فکری) بیشتر است و آنها تمایلی برای مشارکت در حیطه عمل و اجرا نداشته‌اند، همچنین مشارکت شهروندان با میزان شناخت آنها از فعالیتهای شهرداری و سطح پایگاه اقتصادی- اجتماعی ارتباط مستقیم داشته و با افزایش هریک، مشارکت نیز افزایش می‌یافته است. میزان مشارکت با جنس، وضع تأهل، تعداد اعضای خانوار، مدت زمان سکونت در محله، احساس مالکیت بالا بر اموال عمومی و شهر باوری بسیار به تعهد مدیران شهرداری - احساس بالای تعلق اجتماعی و بیگانگی اجتماعی پائین در ارتباط است.

در سال ۱۳۸۴ شفیع تحقیقی با عنوان: « بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر اردبیل» با روش پیمایش و با حجم نمونه ۴۳۷ نفر از افراد بالای ۱۵ سال ساکن در شهر اردبیل انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای جن، سن، تحصیلات، شغل، مدت سکونت، سنت گرایی، احساس تعلق اجتماعی، احساس مالکیت بر محیط شهری، رضایت از خدمات شهری و عضویت در تشکلهای با متغیر مشارکت اجتماعی رابطه معنا داری دارند.

تحقیق دیگری در سال ۱۳۸۸ با عنوان: «بررسی نقش مشارکت مردم در بازیافت زباله‌های شهری (مطالعه موردی منطقه ۳ شهرداری تهران)» با روش پیمایش و با حجم نمونه ۳۶۵ نفر انجام شده است. نتایج حاصل از ضریب همبستگی بین متغیرها نشان داد که بین متغیرهای سطح تحصیلات، سطح آگاهی، نوع نگرش، عوامل مدیریتی، عوامل فرهنگی- اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل آموزشی و عوامل قانونی با متغیر وابسته میزان مشارکت، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، ولی بین جنس و تعداد فرزندان با متغیر میزان مشارکت رابطه معناداری دیده نمی‌شود.

چارچوب نظری

با توجه به اهمیت و نقش راهبردی نظریه در فهم و درک ابعاد موضوع پژوهش و استخراج فرضیه‌هایی مبتنی بر نظریه و همچنین موضوع مشارکت که دارای دو جنبه فردی و اجتماعی است، اینک به بررسی نظریه‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی و رویکرد ترکیبی در باب ابعاد مشارکت ببه طور اعم و اخص می‌پردازیم.

- رویکرد جامعه‌شناختی مشارکت:

مشارکت اجتماعی در قالب این رویکرد به عنوان واقعیتی اجتماعی و در اشکال جمعی، انجمنی، گروهی و نهادی عینیت پیدا می‌کند و فرآیندهای ساختاری، اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت مؤثر هستند. در دیدگاه جامعه‌شناختی مشارکت، بر فرآیندهای اجتماعی اقتصادی، نهاد خانواده و نظام تعلیم و تربیت تاکید می‌شود، از این رو این دیدگاه با فراگردهای اجتماعی و بیرونی تعیین‌کننده میزان مشارکت افراد تبیین می‌شود. از میان نظریه پردازان رویکرد جامعه‌شناختی می‌توان به اینگلهارت، هانتینگتون و نلسون، لیپست و... اشاره کرد.

اینگلهارت^۱ که نوسازی اجتماعی و فرهنگی را در غرب مطالعه کرده است، افزایش مشارکت در مغرب زمین را با سه عامل ارتقای سطح تحصیلات و اطلاعات سیاسی، تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت زنان و تغییر در اولویتهای ارزشی که تأکید کمتری بر نیازهای آنی طبیعی داشته و بر حق ابراز نظر تأکید بیشتری می‌ورزد مورد تبیین قرار داده است. (اینگلهارت، ۱۳۷۴ : ۳۷۸) به نظر وی متغیرهای تحصیلات رسمی، موفقیت اجتماعی - اقتصادی، سطوح مهارت و اطلاعات، مهارتهای ارتباطی، تجربه‌های شغلی، شبکه‌های سازمانی، تقلیل تفاوت‌های جنسی در وظایف اجتماعی و سیاسی بر افزایش مشارکت تأثیر گذاشته‌اند.

وی همچنین رابطه بین اعتماد و مشارکت را مورد توجه قرار داده، معتقد است که اعتماد به یکدیگر یکی از عوامل مؤثر بر مردم در مشارکت است. اعتماد به این معنی است که «رفتار دیگری به طرز قابل پیش‌بینی‌ای دوستانه خواهد بود، عدم اعتماد یعنی اینکه رفتار دیگری مودبانه یا غیر قابل اعتماد است، پس وقتی ابهام وجود دارد اعتماد و یا عدم اعتماد شخص را به تفسیر دوستانه یا دشمنانه اعمال دیگری می‌کشاند، این پیامدها می‌تواند بسیار مهم باشد». (اینگلهارت، ۱۳۷۴: ۴۴۷). به عقیده او اعتماد به یکدیگر شرط اصلی تشکیل روابط ثانوی است.

هانتینگتون و نلسون^۱ معتقدند، فرآیند توسعه اقتصادی و اجتماعی از دو راه می‌تواند به گسترش مشارکت اجتماعی و سیاسی بینجامد. که یک راه آن مجرای تحرک اجتماعی است؛ بدین صورت که کسب

اجتماعی بالاتر، در فرد احساس توانمندی و نگرش‌های معطوف به توانایی تأثیر گذاردن بر تصمیم‌گیری‌های دستگاه‌های اجتماعی و عمومی را ایجاد می‌کند و این عوامل ذهنی در مجموع می‌تواند مشوق مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی یا امور سیاسی باشد. از نظر آنان، از میان متغیرهای منزلتی، سطح تحصیلات فرد، بیشترین تأثیر را بر مشارکت اجتماعی-سیاسی او دارد. راه دوم تأثیر توسعه اقتصادی و اجتماعی بر امر مشارکت "مجرای سازمانی" یعنی عضویت و مشارکت فعال در انواع گروه‌ها و سازمانهای اجتماعی است که احتمال مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و سیاسی را افزایش می‌دهد. در مجموع در دیدگاه هانتینگتون و نلسون، عامل دوم از اهمیت بیشتری برخوردار است. (غفاری و نیازی، ۱۳۸۶: ۵۵)

سی مور مارتین لیپست (۱۹۶۰) در کتاب «انسان سیاسی» عمدتاً بر متغیرهای اجتماعی تأکید دارد و با رویکرد جامعه‌شناختی، بر آنست که پدیده شرکت یا عدم شرکت اقبال و گروه‌های مختلف را در فراشدهای اجتماعی، سیاسی براساس چند عامل کلی تبیین کند. لیپست معتقد است که الگوهای شرکت در انتخابات در کشورهای مختلف آلمان، سودان،

آمریکا، نروژ، فنلاند و برخی کشورهای دیگر مشابه هستند. در این کشورها مردان بیشتر از زنان، تحصیل‌کردگان بیشتر از دیگران، شهرنشینان بیشتر از روستائیان، افراد بین ۳۵ تا ۵۵ سال بیشتر از جوانترها، متأهلین بیشتر از مجردین، افراد دارای منزلت بالاتر بیشتر از افراد دارای منزلت پایین‌تر، اعضای سازمانهای بیشتر از غیر اعضاء، افراد با درآمد بالا بیشتر از افراد با درآمد پایین در فرآیندهای سیاسی-اجتماعی مشارکت دارند.

او در بررسی مشارکت-سیاسی اجتماعی، متغیرهای اجتماعی مختلفی وارد کرده است. این متغیرها عبارتند از: درآمد، تحصیلات، شغل، رنگ (سیاه پوست، سفید پوست) سن، جنس، محل سکونت، وضعیت تأهل، وضعیت و سامان جامعه. مدل لیپست گرچه براساس اطلاعات موجود در دموکراسی غربی و در ارتباط با ساختار سیاسی-اجتماعی این جوامع تنظیم شده است ولی به نظر می‌رسد که عوامل اجتماعی مورد توجه او در سایر جوامع نیز با اندکی تفاوت در میزان تأثیرپذیری از عوامل مذکور، اعمال شدنی است. (فولادیان و رضانی فرخند: ۱۳۸۷، ۶۰).

- رویکرد روانشناختی مشارکت:

رویکرد روانشناختی پدیده مشارکت را به عوامل مختلفی چون نیازهای درونی، انگیزه‌های روانی، غرایز و ویژگی‌های شخصیتی انسان نسبت داده‌اند. اینان برای تبیین واقعیت اجتماعی، بر زمینه‌های فردی و عاملیت انسانی تأکید می‌کنند و معتقدند انسانها موجوداتی حسابگر هستند که هزینه‌ها و منافع خود را در اشکال مادی و غیر مادی محاسبه کرده و سپس دست به اقدام و کنش می‌زنند. نیاز به ارتباط و تعامل اجتماعی، تأیید شدن، نیاز به رقابت، قدرت، امنیت، پاداش، ارزش نهادن و ... از جمله انگیزه‌هایی هستند که موجب مشارکت مردم می‌شوند.

از میان نظریه پردازان رویکرد روان شناختی می‌توان به هومنز، فیش باین آیزن و ... اشاره کرد.

جرج هومنز^۱ صاحب‌نظر و مبتکر اصلی نظریه مبادله است. او اعتقاد داشت که سود فردی و انگیزه عمومی است که سبب حرکت جهان و مردم آن می‌شود. دنیای اجتماعی از دیدگاه هومنز شامل افراد کنشگر است که در حال مبادله پاداش یا تنبیه هستند. آنچه هومنز را از پنداره انسان اقتصادی قرن نوزدهم متمایز می‌کرد این بود که از نظر او انگیزه عمل تنها پول و کالا تشکنبود، بلکه تأیید، احترام، عشق، عاطفه و دیگر نشانه‌های غیر مادی و نمادین نیز از اهمیت برخوردارند. قوانین یا قضایای اصلی حاکم بر رفتار انسان از دیدگاه هومنز (۱۹۶۷) به شرح زیر است:

- قضیه محرک: اگر در گذشته کنش انسان در برابر انگیزه یا محرکی خاص پاداش گرفته باشد، فرد به احتمال در شرایط وقوع محرکی مشابه، به کنشی مشابه در زمان حال دست خواهد زد.

- قضیه موفقیت: در یک محدوده زمانی معین، هر قدر پاداش کنش برای فرد ارزشمندتر باشد، احتمال انجام آن کنش بیشتر است.

- قضیه ارزش: هر قدر پاداش کنش برای فرد ارزشمندتر باشد، احتمال انجام آن کنش بیشتر است.

- قضیه محرومیت (اشباع): هر چه تعداد پاداش‌ها در دوران متأخر بیشتر باشد، ارزش پاداش‌های دریافتی بعدی از پاداش دهنده (در نظر پاداش گیرنده) کمتر خواهد بود.

- قضیه پرخاشگری و تأیید: اگر به نقش فرد، پاداش مورد انتظار داده نشود، احتمال عصبانی شدن وی وجود دارد. (توسلی، ۱۳۷۶: ۴۰۶-۳۸۷)

ناگفته نماند که قضیه ارزش یکی از مهمترین قضایایی است که هومنز در نظریه خود ارائه کرده است.

وی معتقد است انسان از یک سو در جستجوی حداکثر سود یا بالاترین پاداش و از سوی دیگر در پی کاهش هزینه‌ها به حداقل است. هومنز نتیجه می‌گیرد که این دقیق‌ترین شیوه رفتار موجودات است. (همان: ۳۸۳)

فیش باین و آیزن^۱ (مهمترین تئوری) در زمینه‌سنجش گرایش را مطرح کرده‌اند. آنها در پی یافتن یک تئوری برای تبیین رفتار، به نقش گرایش اشاره می‌کنند. به نظر آنها رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه‌عامل بروز رفتار، «قصد و نیت» در انجام یک رفتار است. به نظر فیش باین-آیزن به وجود آمدن قصد و نیت تابع دو متغیر دیگر است: (رفیع پور، ۱۳۷۹: ۹)

۱- گرایش به سوی آن رفتار (یک متغیر فردی که طی آن فرد انجام یک رفتار را از نظر خودش ارزیابی می‌کند).

۲- هنجارهای ذهنی، منعکس‌کننده نفوذ و رفتار اجتماعی‌ای است که شخص آن را برای انجام کاری احساس و ادراک می‌کند.

میزان تأثیر هریک از این دو متغیر در به وجود آمدن قصد و نیت، همیشه یکسان نیست و به شخصیت فرد و شرایط اجتماعی او بستگی دارد. بنابراین مهمترین و مناسبترین تئوری مربوط به گرایش، نظریه فیش باین - آیزن است که طی آن رفتار تابع قصد و نیت، خود تابع دو متغیر دیگر یعنی گرایش و هنجار ذهنی است. (همان: ۱۱)

- رویکرد ترکیبی مشارکت:

با توجه به پیچیدگی و ابعاد متعدد و چندگانه واقعیت اجتماعی و پرهیز از هر نوع تقلیل‌گرایی برای تبیین مشارکت اجتماعی در دو دهه اخیر در ادبیات توسعه، رویکرد ترکیبی رشد کرده است. آنها معتقدند در تبیین واقعیت‌ها و فرآیندهای اجتماعی باید نگاهی کلی‌گرایانه داشت و به ابعاد و ساختارهای مختلف در سطوح فردی و کلان و نیز اثرگذاری و رابطه متعامل بین کنشگران و ساختارهای اجتماعی توجه کرد. به نظر «آنتونی گیدنز» در حوزه علوم اجتماعی هم با ساخت و هم با عاملیت سر و کار داریم و نمی‌توان تقدم یکی بر دیگری را خیلی به وضوح مشخص کرد. به نظر «گیدنز» محدوده اصلی مطالعات علوم

اجتماعی بر اساس نظریه ساخت‌یابی، نه تجربه فردی و نه وجود هر نوع تمامیت اجتماعی است بلکه «پراکسیس اجتماعی» است که در طول زمان و مکان نظم می‌یابد. (توسلی، ۱۳۷۶: ۱۴)

در این باره استدلال شده است که از یک طرف توسعه اجتماعی بدون افرادی با نوع شخصیت رشد یافته امکان پذیر به نظر می‌رسد و در همان حال بدون توسعه و تکامل ساختاری، رشد شخصیت برای اکثریت و امکان مشارکت خلاقانه، آگاهانه و داوطلبانه اکثریت تصور کردنی است. (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۲۷) در این تحلیل، عوامل تکامل ساختاری و رشد شخصیت اکثریت در توسعه اجتماعی در نظمی پویا لازم و ملزوم یکدیگر شناخته شده‌اند.

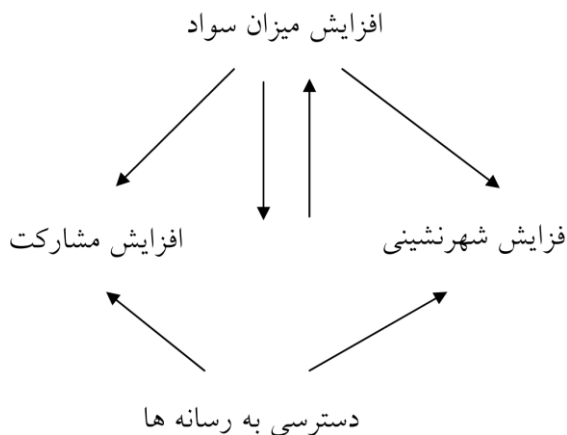
از میان نظریه پردازان رویکرد ترکیبی می‌توان به لرنر اشاره کرد. دانیل لرنر^۱ در نیمه دوم قرن بیستم با رویکرد جامعه‌شناختی - روان‌شناختی. گذار جوامع از مرحله سنتی به مدرن را در کتاب «گذر از جامعه سنتی» در منطقه خاورمیانه (مصر، لبنان، سوریه، اردن، ترکیه، ایران) و ارتباط بین متغیرهای روانی چون همدلی، برخورداری شدن از شخصیت انتقالی و متغیرهای جامعه‌شناسی مانند سطح تحصیلات، میزان شهرنشینی، دسترسی به رسانه‌های گروهی و مشارکت را مورد بررسی قرار داده است. (غفاری و نیازی، ۱۳۸۶: ۵۰). به عقیده لرنر تحول جامعه غیر مشارکتی به جامعه مشارکتی پیامد منظم تغییر در سه جنبه است:

۱- شهرنشینی

۲- توسعه سواد

۳- دسترسی به رسانه‌ها

لرنر رابطه بین این متغیر را این گونه نمایش می‌دهد:



لرنر سپس رابطه موضوع انسان سنتی در حال گذر و مدرن را با چهار متغیر نوسازی بررسی کرده و نتیجه می‌گیرد که هرچه از نوع شخصیت سنتی به طرف شخصیت متجدد و مدرن حرکت کنیم همبستگی آنها با چهار عامل (متغیر) سواد، شهرنشینی، استفاده از رسانه‌ها و مشارکت زیاد می‌شود (محسنی تبریزی، ۱۳۷۷: ۷۶-۷۴).

بدین ترتیب با توجه به ارزیابی کلی نظریه‌های عام جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و رویکرد ترکیبی، هریک از نظریه‌های یاد شده کمک شایانی به محقق در شناسایی متغیرها، تدوین فرضیه‌ها و ابزار تحقیق کرده‌اند، ولی به دلیل تعدد نظریات، در این تحقیق از نظریه‌های نوسازی لرنر و اینگلهارت و نظریه مبادله هومنز استفاده کنیم. بنابراین با توجه به نظریات این سه نظریه پرداز می‌توان گفت: در حال حاضر ما با انبوه شهرنشینی مواجه هستیم، در شهرها با افزایش سواد و تکنولوژی، اقلام مختلف کالاهای مصرفی که وارد عرصه زندگی روزانه مردم شده‌اند و رسانه‌ها با تبلیغات گسترده به معرفی و استفاده هرچه بیشتر این کالاها دامن زده‌اند، پس شهرنشینی، افزایش سواد، تکنولوژی و استفاده از رسانه‌ها همگی باعث مصرف بی‌رویه کالاها و تولید پسماند شده‌اند. این پسماندها از مواد اولیه با ارزشی تشکیل شده‌اند که بازیافت شده می‌توانند و دوباره استفاده شوند و مردم به

عنوان تولیدکنندگان این میزان از پسماند باید در تفکیک آنها نقش مهمی ایفا کنند. اگر مردم بدانند که تفکیک چقدر اثرات زیست محیطی، سود و صرف اقتصادی و منفعت فردی و جمعی برایشان دارد و همچنین در قبال تفکیک زباله پاداش هم دریافت کنند، حتماً در این امر مهم مشارکتی فعال خواهند داشت.

همچنین اگر مردم به همدیگر اعتماد داشته باشند، (این اعتماد شامل اعتماد فردی یعنی اعتماد به هم محله ای‌های خود در مشارکت تفکیک و جمع آوری به موقع زباله‌های خانگی و اعتماد به سازمان‌ها (سازمان شهرداری) که شامل عمل به تعهدات، سرویس دهی مناسب و به موقع، اطلاع رسانی و رفع ابهامات در ارائه خدمات و... است در این صورت شاهد مشارکت گسترده ای از سوی مردم در فعالیتهای مختلف شهری به ویژه تفکیک و جمع آوری به موقع زباله‌های خانگی خواهیم بود.

هدف اصلی تحقیق

با توجه به مباحث نظری مطرح شده و مطالعات تجربی صورت گرفته اهداف اصلی زیر برای این تحقیق در نظر گرفته شده است:

- ۱- شناسایی رابطه بین ویژگیهای زمینه‌ای (جنس، سن، سطح تحصیلات، وضعیت تاهل، وضعیت فعالیت) و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی.
- ۲- شناسایی رابطه بین (نحوه آموزش، میزان تأثیرپذیری از رسانه‌های گروهی، اعتماد اجتماعی، رضایت از خدمات شهری، احساس تعلق اجتماعی، فایده مندی و باور به سودمندی) و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی.

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- بین جنس و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

- ۲- بین سن و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۳- بین سطح تحصیلات و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۴- بین وضعیت تأهل و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۵- بین وضعیت فعالیت و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۶- بین نحوه آموزش (آموزش مستقیم: آموزش چهره به چهره، آموزش در مدارس، آموزش از راه برگزاری کلاسهای آموزشی برای زنان خانه‌دار، آموزش غیرمستقیم: آموزش از تبلیغات، آموزش با وسایل ارتباط جمعی، آموزش از راه برگزاری نمایشگاه محصولات بازیافت، آموزش از راه استفاده از محصولات بازیافتی در اماکن عمومی) و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۷- بین تأثیر رسانه‌های گروهی و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۸- بین رضایت از خدمات شهری و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۹- بین اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.
- ۱۰- بین احساس تعلق اجتماعی و میزان مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی شهروندان رابطه وجود دارد.
- ۱۱- بین احساس فایده‌مندی و باور به سودمندی تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی و میزان مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی شهروندان رابطه وجود دارد.

روش شناسی

روش تحقیق در این پژوهش پیمایشی است. جامعه آماری شامل خانوارهای ساکن منطقه ۱۳ شهرداری تهران است که طبق سند توسعه محلات منطقه ۱۳ شهرداری (۵۵۵۲۴) خانوار محاسبه شده است. روش نمونه گیری این تحقیق، خوشه‌ای است. در نمونه‌گیری خوشه‌ای ابتدا منطقه ۱۳ را به چهار ناحیه و هر ناحیه را به چند محله (در کل ۱۳ محله) تقسیم کردیم در گام بعدی تعداد خانوار هر محله و براساس آن درصد خانوار محاسبه شده و در بر اساس نمونه‌گیری سهمیه‌ای^{۱۰} سهم هر محله برای توزیع پرسشنامه تعیین شد و در نهایت انتخاب سرپرست خانوارها با مراجعه به خانه‌ها و به صورت اتفاقی شکل گرفت. یعنی از کسی که جلوی در منزل می‌آمد و حاضر به پاسخگویی بود، نظر سنجی شد. تعداد نمونه براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران برابر با ۳۸۱ خانوار تعیین گردید. داده‌های مورد نیاز پس از مطالعات نظری از راه پرسشنامه جمع‌آوری و در دو سطح توصیف و استنباط مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در سطح توصیفی از جداول توزیع فراوانی شامل فراوانی مطلق، درصد فراوانی، درصد فراوانی تراکمی و نمودارهای ستونی و دایره‌ای استفاده شده و در سطح استنباط نیز با استفاده از آزمون‌های دو رابطه بین متغیرهای هر فرضیه پژوهش مورد آزمون قرار گرفت و همچنین با استفاده از ضرایب کرامر، لاندا، گاما، کندال تاو ب، کندال تاو سی میزان رابطه بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته را سنجیده کردیم، در پایان نیز سهم متغیرهای مورد بررسی در پیش‌بینی متغیر وابسته توسط رگرسیون چند متغیره را تحلیل کردیم. همچنین جهت بررسی دقیق‌تر روابط بین متغیرها در تبیین مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی از روش آماری تحلیل مسیر استفاده شد.

در این تحقیق از اعتبار صوری و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده است. خروجی آلفای کرونباخ کل ۰/۸۹ است. ضرایب آلفای کرونباخ بخش‌های مختلف پرسشنامه براساس تعداد گویه‌ها به شرح زیر است: متغیر وابسته: مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی با ۷ گویه و ضریب آلفای ۰/۷۳، متغیرهای مستقل:

نحوه آموزش ۷ گویه ضریب آلفا ۰/۷۵، رسانه‌های گروهی ۴ گویه ضریب آلفا ۰/۷۰، رضایت از خدمات شهری ۴ گویه ضریب آلفا ۰/۷۱، اعتماد اجتماعی ۷ گویه ضریب آلفا ۰/۸۵، احساس تعلق اجتماعی ۳ گویه ضریب آلفا ۰/۷۴، احساس فایده مندی و باور به سودمندی ۵ گویه ضریب آلفا ۰/۷۵ مورد تأیید قرار گرفتند.

یافته‌های تحقیق

سیمای پاسخگویان

توزیع جنسی نمونه تحقیق از ۳۸۱ نفر سرپرست خانوار، مشتمل بر (۴۰/۲ درصد) زن و (۵۸/۳ درصد) مرد بوده است. دامنه تغییرات سن در نمونه آماری مورد بررسی: گروه سنی ۲۱-۲۵ (۴/۲ درصد) گروه سنی ۲۶-۳۰ (۱۴/۲ درصد)، گروه سنی ۳۱-۳۵ (۲۱/۵ درصد)، گروه سنی ۳۶-۴۰ (۲۱/۵ درصد)، گروه سنی ۴۱-۴۵ (۱۷/۱ درصد)، گروه سنی ۴۶-۵۰ (۹/۴ درصد)، گروه سنی ۵۱-۵۵ (۴/۵ درصد)، گروه سنی ۵۶-۶۰ (۱۱ درصد)، گروه سنی ۶۰-۶۵ (۴ درصد)، گروه سنی ۶۶-۷۰ (۰/۵ درصد)، بوده است. بنابراین بیشترین فراوانی مربوط به گروه‌های سنی ۳۱-۳۵ و ۳۶-۴۰ و ۴۱-۴۶ است.

توزیع فراوانی میزان تحصیلات شامل: بی سواد (۰/۵ درصد)، نهضت سواد آموزی (۴/۲ درصد)، سیکل (۳/۴ درصد)، دبیرستان (۲/۴ درصد)، دیپلم (۳۱/۲ درصد)، فوق دیپلم (۱۶ درصد)، لیسانس (۳۸/۱ درصد)، فوق لیسانس (۱/۶ درصد)، دکترا (۲/۶ درصد)، بوده است. بنابراین بیشترین درصد فراوانی متعلق به مدرک تحصیلی لیسانس است.

توزیع فراوانی وضعیت تأهل شامل مجرد (۱۴/۷)، متأهل (۷۹/۵ درصد)، جدا از همسر به دلیل فوت یا طلاق (۲/۴ درصد) می باشد. بنابراین بیشترین فراوانی متعلق به متأهلان است. توزیع فراوانی وضعیت اشتغال شامل، شاغل (۶۷/۵ درصد)، غیر شاغل (۳۲/۵ درصد) بوده است پس بیشترین فراوانی افراد جامعه مطالعاتی شاغل هستند و افراد شاغل شامل، آزاد (۲۶ درصد)، دولتی (۴۱/۵ درصد).

توزیع فراوانی افراد غیر شاغل شامل، خانه دار (۱۹/۴)، دانشجو (۶/۷ درصد)، بازنشسته (۶/۸ درصد)، ازکار افتاده (۰/۵ درصد). بنابراین بیشترین فراوانی افراد شاغل مربوط به شغل دولتی (با توجه به اینکه بیشتر افراد ساکن در این منطقه کارمند هستند) و بیشترین فراوانی افراد غیر شاغل مربوط به زنان خانه‌دار است.

یافته‌های توصیفی

- (۶/۳ درصد) پاسخگویان معتقدند میزان مشارکت‌شان در تفکیک زباله‌های خانگی در حد خیلی زیاد، (۱۲/۱ درصد) زیاد، (۳۳/۳ درصد) متوسط، (۲۱/۳) کم، (۲۶ درصد) خیلی کم بوده است و ۱ درصد از پاسخگویان نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند، بنابراین با توجه به جداول توزیع فراوانی و نمودار ستونی بیشترین درصد فراوانی مربوط به گزینه متوسط رو به پایین است. یعنی میزان مشارکت افراد در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی در حد متوسط است.

- (۱۹/۲ درصد) پاسخگویان معتقدند زباله‌ها را در حد خیلی زیاد در زمان تعیین شده بیرون می‌گذارند، (۳۲/۳ درصد) زیاد، (۳۱/۸ درصد) متوسط، (۱۱ درصد) کم، (۵/۲ درصد) خیلی کم ارزیابی کرده‌اند. بنابراین با توجه به جداول توزیع فراوانی و نمودار ستونی بیشترین درصد فراوانی متعلق به گزینه زیاد رو به بالا است که نشان‌دهنده آن است که پاسخگویان در این زمینه مشارکت خوبی دارند.

- (۴۴/۹ درصد) پاسخگویان در حد خیلی زیاد، (۳۹/۱ درصد) زیاد، (۱۰/۸ درصد) متوسط، (۴/۲ درصد) کم، (۰/۵ درصد) خیلی کم، معتقدند مشارکت‌شان در خصوص تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی می‌تواند به ارتقای سطح بهداشت محله و کاهش هزینه‌های اقتصادی کمک کند. بنابراین بیشترین درصد فراوانی مربوط به گزینه خیلی زیاد است، یعنی ۱۷۱ نفر از سرپرستان خانوارها آگاه هستند که مشارکت‌شان در خصوص تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی، خیلی زیاد می‌تواند به ارتقاء سطح بهداشت محله و کاهش هزینه‌های اقتصادی کمک کند.

- (۵/۵ درصد) پاسخگویان معتقدند مردم محله در حد خیلی زیاد، (۶/۱۲ درصد) زیاد، (۵/۳۷ درصد) متوسط، (۲/۳۱ درصد) کم، (۱/۱۳ درصد) خیلی کم، در امر تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی مشارکت می‌کنند.

- (۸/۶ درصد) پاسخگویان در حد خیلی زیاد، (۵/۱۵ درصد) زیاد، (۶/۲۶ درصد) متوسط، (۴/۲۴ درصد) کم، (۸/۲۶ درصد) خیلی کم، معتقدند در طراحی برنامه‌های مربوط به تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی در منطقه خود با شهرداری همکاری داشته‌اند، و ۱ درصد از پاسخگویان نیز به آن سؤال پاسخ نداده‌اند.

بنابراین بیشترین درصد فراوانی مربوط به گزینه خیلی کم می‌باشد و نشان دهنده آن است که مسئولین مربوطه نتوانستند مشارکت مردم در مراحل مختلف تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی را جلب کنند.

- (۷/۴۱ درصد) پاسخگویان در حد خیلی زیاد، (۸/۳۸ درصد) زیاد، (۸/۱۶ درصد) متوسط، (۶/۱۱ درصد) کم، (۵/۰ درصد) خیلی کم، معتقدند مشارکت مردم باعث اجرای بهتر برنامه تفکیک و جمع آوری زباله‌ها در زمان تعیین شده، می‌شود. بنابراین بیشترین درصد فراوانی مربوط به گزینه خیلی زیاد می‌باشد، یعنی پاسخگویان واقف‌اند که مشارکت شان تاثیر بالایی در این زمینه دارد.

- (۸/۱۱ درصد) پاسخگویان در حد خیلی زیاد، (۸/۳۸ درصد) زیاد، (۹/۲۹ درصد) متوسط، (۹/۱۲ درصد) کم، (۸/۶ درصد) خیلی کم، معتقدند در هر برنامه‌ای که جهت توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی منطقه از سوی شهرداری طراحی و اجرا گردد، مشارکت خواهند کرد. پاسخ این سؤال مبین آن است که شهروندان خواهان مشارکت در امور شهر و محله خود هستند و اگر از آنها در مراحل مختلف، یاری گیرند از هیچ کمکی دریغ نخواهند ورزید.

یافته‌های استنباطی

در تحلیل داده‌های این تحقیق ابتدا داده‌های لازم برای آزمون فرضیه، آماده، تشریح و سپس روابط بین متغیرها تحلیل شده است.

آزمون فرضیات

- بررسی فرضیه اول: بین جنسیت و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۳۷/۹۹۰) و با درجه آزادی ۴، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد می‌شود و با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است، همچنین ضریب همخوانی کرامر (۰/۳۱۸) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد متوسط و جهت رابطه مثبت است و یعنی مردها بیشتر از زن‌ها مشارکت دارند.

- بررسی فرضیه دوم: بین سن و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۲۸/۱۹۸) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده است و با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که فرضیه پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. یعنی مشارکت در سنین میانه بیشتر از سنین دیگر است. همچنین ضریب همخوانی کندالپ (۰/۱۴۷) و گاما (۰/۲۱۹) نشان می‌دهند که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین و جهت رابطه مثبت است. این بدان معناست که افزایش سن، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه سوم: بین وضعیت تأهل و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۱۵/۷۴۸) و با درجه آزادی ۸، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده و با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان اظهار داشت که فرضیه پژوهش

مورد تایید قرار گرفته است. همچنین ضریب همخوانی کرامر (۰/۱۳۸) و لاندا (۰/۰۱۵) نشان می‌دهند که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین و جهت رابطه مثبت است، یعنی متأهلین بیشتر از مجردین در جمع‌آوری زباله و تفکیک آن مشارکت دارند.

- بررسی فرضیه چهارم: بین میزان تحصیلات و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۲۶۰/۳۲۱) و با درجه آزادی ۳۲، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که فرضیه پژوهش، مورد تایید قرار گرفته است. همچنین ضریب همخوانی کندال κ (۰/۰۹۶) و گاما (۰/۱۶۵) نشان می‌دهند که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین و جهت رابطه مثبت است. یعنی هرچه میزان تحصیلات بیشتر می‌شود میزان مشارکت هم افزایش می‌یابد.

- بررسی فرضیه پنجم: بین وضعیت اشتغال و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۲۸/۸۲۰) و با درجه آزادی ۴، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. همچنین ضریب همخوانی کرامر (۰/۲۷۵) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین و جهت رابطه مثبت، است. یعنی افزایش اشتغال باعث بیشتر شدن میزان مشارکت می‌شود.

- بررسی فرضیه ششم: بین نحوه آموزش شهروندان و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۲۶۰/۹۳۵) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. همچنین ضریب همخوانی کندال κ (۰/۲۵۰) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین است، در حالی که در ضریب گاما (۰/۵۰۷) شدت رابطه

بین متغیرها در حد پایین است. علاوه بر این، جهت رابطه بین متغیرها مثبت است و این بدان معناست که افزایش آموزش، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه هفتم: بین تأثیر رسانه‌های گروهی و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۱۱۰/۸۷۳) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است، یعنی هرچه استفاده از رسانه‌های گروهی بیشتر شود میزان مشارکت هم بیشتر می‌شود. همچنین ضریب همخوانی کندال ب (۰/۲۳۱) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین است، در حالی که در ضریب گاما (۰/۴۱۵) شدت رابطه بین متغیرها در حد متوسط است. علاوه بر این جهت رابطه بین متغیرها مثبت است و این بدان معناست که افزایش تأثیر از رسانه‌های گروهی، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه هشتم: بین رضایت از خدمات شهر و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۱۰۷/۹۶۷) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد و با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی هر چه رضایت از خدمات شهری بیشتر باشد میزان مشارکت هم افزایش می‌یابد. همچنین ضریب همخوانی کندال ب (۰/۲۰۱) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین و ضریب گاما (۰/۳۵۶) نشان می‌دهد شدت رابطه در حد متوسط است. علاوه بر این جهت رابطه بین متغیرها مثبت است و این بدان معناست که افزایش رضایت از خدمات شهری، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه نهم: بین اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۱۲۲/۰۷۳) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد

تأیید قرار گرفته است. یعنی هرچه اعتماد اجتماعی بیشتر باشد میزان مشارکت هم افزایش می‌یابد. همچنین ضریب همخوانی کندال ب (۰/۲۷۹) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایینی است در حالی که ضریب گاما (۰/۵۰۵) شدت رابطه بین متغیرها را در حد متوسط نشان می‌دهد. همچنین جهت رابطه بین متغیرها مثبت است و این بدان معناست که افزایش اعتماد اجتماعی، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه دهم: بین احساس تعلق اجتماعی و میزان مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی شهروندان رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۰/۱۰/۲۴۷) و با درجه آزادی ۱۲، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی هرچه احساس تعلق اجتماعی بیشتر باشد میزان مشارکت هم افزایش می‌یابد. همچنین ضریب همخوانی کندال ب (۰/۱۹۷) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایینی است در حالی که ضریب گاما (۰/۵۵۸) شدت رابطه بین متغیرها را در حد متوسط نشان می‌دهد. علاوه بر این جهت رابطه بین متغیرها مثبت است و این بدان معناست که افزایش احساس تعلق اجتماعی، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

- بررسی فرضیه یازدهم: بین احساس فایده‌مندی و باور به سودمندی تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی و میزان مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی شهروندان رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون خی دو (۰/۲۹۴/۲۴۴) و با درجه آزادی ۱۶، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۱ رد شده و با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است، یعنی هرچه احساس فایده‌مندی و باور به سودمندی افزایش یابد میزان مشارکت هم افزایش می‌یابد. همچنین ضریب همخوانی کندال ب (۰/۱۸۱) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین متغیرها در حد پایین است و در ضریب گاما (۰/۳۳۷) شدت رابطه بین متغیرها در حد متوسط است. علاوه بر این، جهت رابطه بین متغیرها نشان می‌دهد که رابطه

مثبت است و این بدان معناست که افزایش احساس فایده مندی و باور به سودمندی، افزایش مشارکت را به دنبال دارد.

رگرسیون چندگانه (نیکویی برازش مدل نظر):

در این قسمت با استفاده از رگرسیون چند متغیره، تأثیر متغیرهای یازده گانه بر مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله ها خانگی مورد آزمون قرار گرفته است تا مشخص شود که کدامیک از متغیرهای یازده گانه قابلیت پیش بینی مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله های خانگی کنند. در این بررسی از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شده است.

جدول شماره ۱: نتایج همبستگی بین متغیرها

ردیف	متغیر پیش بینی کننده	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد شده
۱	اعتماد اجتماعی	.۴۹	.۲۴۱	.۲۳۹	.۵۴۱۲۲
۲	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی	.۵۷۳	.۳۲۹	.۳۲۵	.۵۰۹۸۴
۳	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت	.۶۱۸	.۳۸۲	.۳۷۷	.۴۸۴۸۹
۴	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، آموزش	.۶۳۹	.۴۰۸	.۴۰۱	.۴۸۰۱۷
۵	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، آموزش، سن	.۶۸۴	.۴۲۰	.۴۱۲	.۴۷۶۰۰
۶	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، آموزش، سن، رضایت از خدمات شهری	.۶۵۵	.۴۲۹	.۴۲۰	.۴۷۲۷۴
۷	اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، آموزش، سن، رضایت از خدمات شهری، فایده مندی و باور به سودمندی	.۶۶۰	.۴۳۶	.۴۲۵	.۴۷۰۵۵

همانگونه که در جدول رگرسیون چندگانه دیده می‌شود در گام اول که اعتماد اجتماعی قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی کننده مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی است، همبستگی متوسطی مشاهده شده است و این متغیر می‌تواند به تنهایی ۲۴/۱ درصد واریانس مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی بیان کند. با ورود متغیرهای بعدی، ضرایب همبستگی افزایش یافته و از گام دوم تا گام هفتم به ترتیب ۰/۵۷۳ ، ۰/۶۲۸ ، ۰/۶۳۹ ، ۰/۶۴۸ ، ۰/۶۵۵ ، و ۰/۶۶۰ مشاهده می‌شود که در حد متوسط و زیاد بوده‌اند. این روند افزایش در بیشترین حد خود در گام هفتم مشاهده می‌شود که ضریب همبستگی به ۰/۶۶۰ افزایش یافته و قدرت تبیین نیز به ۴۳/۶ درصد می‌رسد. بنابراین هفت متغیر اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، آموزش، سن، رضایت از خدمات، فایده‌مندی و باور به سودمندی بر روی هم قادرند ۴۳/۶ درصد واریانس مشارکت شهروندان را تبیین نمایند.

با توجه به اینکه ضریب همبستگی (د) ما ۰/۶۶۰ محاسبه شده، نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه خوب و قابل قبولی وجود دارد. همچنین با توجه به اینکه ضریب تعدیل شده (۵۲) ۰/۴۲ است، پس می‌توان گفت متغیرهای مستقل ۴۲ درصد متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. به بیان دیگر ۴۲/۵ درصد مشارکت شهروندان (متغیر وابسته) به متغیرهای مستقل موجود در تحقیق مربوط است و ۵۷/۵ درصد مربوط به عوامل دیگر است.

جدول شماره ۲: نتایج تحلیل واریانس گام نهایی، جهت بررسی معناداری رگرسیون انجام شده

گامها	منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	مقدار ف	سطح معناداری
هفتم (آخر)	رگرسیون	۶۱,۲۶۶	۷	۸,۷۵۲	۳۹,۵۲۸	.۰۰۰
	باقیمانده	۶۱,۲۶۶	۳۵۸	۲۲۱.		
	مجموع	۱۴۰,۵۳۴	۳۶۵			

جدول فوق نیز حاکی از آنست که با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده در گام آخر تحلیل رگرسیون (گام هفتم) کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین رگرسیون انجام شده در هر هفت گام معنادار بوده است و در نتیجه نتایج آن قابلیت تعمیم به جامعه آماری بررسی را داراست. مقدار t ، یعنی نسبت متوسط واریانس رگرسیون به متوسط واریانس باقیمانده محاسبه گردیده و برابر با ۳۹/۵۲ است که بیانگر معنادار بودن t است.

جدول شماره ۳: نتایج نهایی رگرسیون انجام شده برای پیش بینی مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی

گام‌ها	ضریب رگرسیون	خطا استاندارد	مقادیر معنی	مقدار F	سطح معناداری
هفتم (آخر)	عرض از مبدا	.۴۴۳	.۲۶۶		.۰۹۶
	اعتماد اجتماعی	.۲۴۷	.۰۴۸	.۲۶۰	.۰۰۰
	جنسیت	.۲۶۷	.۰۵۱	.۲۱۲	.۰۰۰
	احساس تعلق اجتماعی	.۱۹۶	.۰۴۸	.۱۸۹	.۰۰۰
	آموزش	.۱۵۸	.۰۵۱	.۱۵۳	.۰۰۲
	رضایت از خدمات شهری	.۱۱۵	.۰۴۵	.۱۲۷	.۰۱۱
	سن	.۰۰۵	.۰۰۲	.۱۱۳	.۰۰۶
	فایده‌مندی و باور به سودمندی	.۰۸۶	.۰۴۱	.۰۹۶	.۰۳۸

در گام نهایی پنج متغیر اعتماد اجتماعی، جنسیت، احساس تعلق اجتماعی، آموزش، سن، در سطح ۰/۰۱ و دو متغیر رضایت از خدمات شهری و فایده‌مندی و باور به

سودمندی در سطح ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. معادله خط رگرسیون نیز برای پیش بینی میزان مشارکت شهروندان چنین است.

$$+ ۰۱۱۵)۰ + ۰۱۵۸)۰ + ۰۱۹۶)۰ + ۰۲۶۷)۰ + ۰۲۴۷)۰ + ۰۴۴۳)۰ - ۰۰۵)۰ + ۰۰۸۶)۰$$

در معادله فوق ۱ تا ۷ به ترتیب اعتماد اجتماعی، جنسیت، احساس تعلق اجتماعی، آموزش، رضایت از خدمات شهری، سن، فایده مندی و باور به سودمندی هستند و مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی است. با توجه به مقادیر بتا می‌توان گفت سهم اعتماد اجتماعی از سایر متغیرها بیشتر است، به گونه‌ای که به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار نظارت بر درک مطلب، به اندازه ۰/۲۶ در انحراف متغیر وابسته (مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی) تغییر ایجاد می‌شود.

تحلیل مسیر:

نمودار تحلیل مسیر نشان می‌دهد که متغیرهای مورد بررسی دارای دو اثر مستقیم و غیر مستقیم بر مشارکت شهروندان هستند. متغیرهایی که هم دارای تأثیر مستقیم و هم دارای تأثیرات غیر مستقیم بر مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی در این تحقیق هستند به ترتیب سهم تأثیر عبارتند از: اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، نحوه آموزش، رضایت از خدمات شهری، سن و احساس سودمندی متغیرهای سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال و رسانه‌های گروهی نیز تأثیر مستقیم بر مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع آوری زباله‌های خانگی نداشتند و تنها غیرمستقیمی بر آن مؤثر بودند.

امروزه تنها راهکار مناسب جهت کاهش دفن زباله، نهاده‌ها را در طرح تفکیک در مبداء و بهره‌گیری از مشارکت شهروندان و دخالت آنان در امور مربوط به مدیریت است که یکی از خصلت‌های مشارکت مردم، مشارکت فعال و خودانگیخته است. یعنی مشارکت از سوی مردم آغاز و از طرف مسئولین مربوط هدایت می‌گردد. مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی نیز از این نوع مشارکت‌ها است، چنانچه با توجه به نتایج رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر تحقیق حاضر می‌توان گفت متغیرهایی اجتماعی که بیشترین تأثیر و همچنین اثر مستقیم و غیرمستقیم بر جلب مشارکت شهروندان در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی دارند عبارتند از: اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، جنسیت، نحوه آموزش، رضایت از خدمات شهری، سن و فایده‌مندی و باور به سودمندی یکی از اصلی‌ترین متغیرهای اجتماعی مؤثر بر مشارکت شهروندان اعتماد اجتماعی است. میزان اعتماد افراد به سخنان و عملکرد مسئولین در جامعه، نقش بسیار ارزنده‌ای در جلب و هدایت مشارکت‌های آنها در زمینه‌های مختلف دارد به گونه‌ای که اینگلهارت اعتماد به یکدیگر را یکی از عوامل مؤثر در مشارکت و شرط اصلی تشکیل روابط ثانوی می‌داند. در جاهایی که اعتماد مردم نسبت به یکدیگر (به خصوص به مسئولین) در حد پایینی قرار گیرد، باید زمینه‌های مناسب فراهم گردد تا افراد از نظرات، اعتقادات و بینش‌های مسئولین پیوسته همکاری کنند. کاملاً آگاهی یابند و به دست‌گیری امور توسط خود را برای بهبود زندگی خود و جامعه مفید بدانند و با مسئولین همکاری همیشگی داشته باشند. به عبارتی تقویت و تحکیم اعتماد بین شهروندان و شهرداری از راه‌های مختلف چون عمل به تعهدات، پاسخ‌گویی به سؤالات و رسیدگی به پیشنهادهای، ارائه خدمات مناسب و به موقع و در نهایت اطلاع‌رسانی در مورد خدمات ارائه شده و بالا بردن آگاهی مردم و... امکان پذیر خواهد بود.

در واقع، با توجه به تأثیر بالای اعتماد شهروندان بر میزان مشارکت آنان در فعالیت‌های عمومی به ویژه طرح‌هایی که به محیط زیست شهری ارتباط دارد، ضروری است علاوه بر انعکاس تعهد عملی کارکنان، اطلاع‌رسانی مناسب درباره اهداف طرح و نتایج به دست

آمده در مراحل قبلی نیز صورت گیرد چراکه اطلاع رسانی از طریق رسانه‌ها و پخش برنامه‌های آموزشی درباره تفکیک و جمع‌آوری به موقع زباله‌های خانگی یکی دیگر از عواملی است که رابطه معنادار و مستقیمی با مشارکت شهروندان (طبق نظریه لرنر) دارد. ما امروز در برهه‌ای از زمان قرار داریم که (به تعبیر مک لوهان «دهکده جهانی») رسانه‌ها در آگاه‌سازی، تغییر بینش و آگاهی مردم و... نقش بسیار مهمی دارند. بر این مبنا نقش اجتناب ناپذیر رسانه‌ها بر هیچ کس پوشیده نیست، بنابراین با تهیه و پخش برنامه‌ها و فیلم‌هایی درباره مشارکت شهروندان در امور شهری که یکی از این امور می‌تواند تفکیک و جمع‌آوری زباله‌های خانگی باشد، در امروزه کاملاً حائز اهمیت است. با رسانه‌های دیداری و شنیداری در واقع در کوتاه‌ترین زمان ممکن برای همه مردم اعم از شهری و روستایی می‌توان درباره خصوص اهمیت بهداشتی، زیست محیطی، صرفه‌های اقتصادی و... تفکیک و جمع‌آوری به موقع زباله داشت، تا از این طریق مردم به اهمیت و جایگاه مشارکتشان در جامعه به خصوص امور شهری و اطمینان از ثمربخش بودن مشارکتشان واقف شوند.

بنابراین می‌توان گفت آموزش و اطلاع رسانی در مدیریت پسماندها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به طوری که میتوان گفت بدون آن موفقیتی را برای اجرای طرحها و برنامه ها نباید انتظار داشت.

اهمیت آن از آن جهت است که از طرفی همکاری مردم در اجرای صحیح برنامه‌ها شرط لازم است و لازمه جلب همکاری مردم ایجاد انگیزه در آنهاست و به منظور ایجاد انگیزه، آموزش و اطلاع‌رسانی نقش عمده‌ای را داراست. از سوی دیگر اجرای اینگونه برنامه‌ها مستلزم تغییر عادات در مردم است و بدین منظور نیز آموزش نقش اساسی و تعیین کننده‌ای را دارد.

از طرف دیگر چون بهینه‌سازی روشهای مدیریت پسماندها امری دائمی است، پس آموزش و اطلاع‌رسانی نیز باید دائمی و مستمر باشد و می‌بایست همواره مخاطبین را نسبت به برخورد صحیح با روشهای جدید، آگاه به وظایف خود نگه داشت.

میزان اطلاع‌رسانی و آگاهی داشتن مردم از اهداف انجام یک طرح و نتایج پروژه‌های به اتمام رسیده، قبلی می‌تواند تأثیر بسیار مهمی بر میزان تمایل به مشارکت آنها در هر یک از مراحل طرح و رضایت از خدمات شهری داشته باشد. در مباحث مربوط به تفکیک و جمع‌آوری زباله‌ها در زمان تعیین شده به مردم باید اطلاع‌رسانی دقیقی صورت پذیرد تا قبل از انجام هر کاری اهداف مورد نظر برای تمامی مردم تشریح گردد و مردم متوجه شوند که طرح‌های در حال اجرا برای خدمت‌رسانی و به نفع آنهاست، همچنین از این راه می‌توان احساس تعلق اجتماعی را در میان مردم افزایش داد و هرچه افراد نسبت به محیط و محل زندگی خود احساس تعلق کنند در حفظ و نگهداری از آن از هیچ کوششی دریغ نمی‌ورزند.

فایده‌مندی و باور به سودمندی متغیر دیگری است که تأثیر مستقیمی بر مشارکت شهروندان دارد. در هر شرایطی افراد زمانی خود را متقاعد می‌سازند در اجرای یک طرح یا فعالیتی با یکدیگر همکاری نمایند که خود را در آن طرح شریک بدانند، یعنی بنابر نظریهٔ مبادله هومنز، همکاری برای آنها منفعتی به همراه داشته باشد و نتیجهٔ کنش برای فرد با ارزش‌تر و سود به دست آمده بیشتر از ضرر باشد. بنابراین شهرداری و سازمان بازیافت باید برای تشویق و جلب مشارکت، مردم را در سود بازیافت شریک و یا در مقابل مواد تفکیکی نقداً پول و کالای باارزشی را تقدیم مردم کند و یا با برگزاری جشن و تجلیل از شهروندان نمونه در امور شهری می‌تواند قضیهٔ ارزش که (شامل تأیید، احترام و...) را که از نشانه‌های غیرمادی و نمادین مشارکت است (و شاید از نشانه‌های مادی با اهمیت‌تر باشد)، را در شهروندان ایجاد کرده و گسترش دهد.

برخی از پیشنهادها براساس یافته‌های تحقیق:

۱- بالا بردن اعتماد از راه رفع به موقع مشکلات مردم و ارائهٔ امکانات لازم در سطح خانوار برای تفکیک زباله و سرویس‌دهی به موقع برای جمع‌آوری از سوی مسئولین مربوط.

- ۲- تهیه مقالات متعددی با عنوانهای جذاب و متنی کاملاً مفید که تمامی محاسن و تفکیک و جمع آوری زباله در آن به صورت کامل توضیح داده شده و چاپ آن در نشریات و مجلات معتبر و پرفروش.
- ۳- کسب نظر و پیشنهاد از شهروندان و به کارگیری آنها به منظور افزایش اعتماد و نشان دادن اهمیت مشارکت شهروندان.
- ۴- تعویض مواد تفکیک شده با کالاهایی که از مواد بازیافتی تولید می شوند.
- ۵- برپایی نمایشگاههایی از محصولات بازیافتی و آشنا کردن مردم با این محصولات.
- ۶- قرار دادن مخازن مخصوص تفکیک در کنار مخازن مخصوص جمع آوری زباله ها.
- ۷- ترتیب دادن مراسم و تئاتر در اعیاد و یا تابستان در اماکن عمومی بویژه خصوص پارک ها و برگزاری سخنرانی در مورد اهمیت اقتصادی، بهداشتی و زیست محیطی تفکیک زباله و قرار دادن زباله در زمان تعیین شده در خارج از منزل و بیان این امر که اگر زباله ها در زمان تعیین شده در مخازن مخصوص زباله جمع آوری نشوند چه ضررهای بهداشتی و اقتصادی برای شهر و در نهایت برای شهروندان دارد.

منابع

- ۱- امیر علائی، علیرضا (۸۹-۱۳۸۸)، بررسی نقش مشارکت مردم در بازیافت زباله های شهری (مطالعه موردی: منطقه ۳ شهرداری تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم و تحقیقات.
- ۲- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۴)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
- ۳- توسلی، غلام عباس (۱۳۷۶)، نظریه های جامعه شناسی، تهران: انتشارات سمت.
- ۴- رهنورد، فرج الله (۱۳۸۵)، دیدمان مشارکت، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.

