

بررسی دیدگاه افراد درباره عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان بر حسب گروه‌های سنی و تحصیلی و ارائه مدل

لیلا چلونگر^۱، وحید قاسمی^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) - اصفهان - ایران.

^۲ دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان - اصفهان - ایران.

نویسنده مسئول:

لیلا چلونگر

چکیده

این پژوهش با عنوان بررسی دیدگاه افراد درباره عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان بر حسب گروه‌های سنی و تحصیلی و ارائه مدل انجام شده است. جامعه آماری شامل کلیه زنان شرکت کننده در فعالیت های مختلف فرهنگسراهای سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری بود که تعداد ۳۴۶ نفر پاسخگو، به شیوه نمونه گیری سهمیه ای دو مرحله ای از بین ۱۰ فرهنگسرای سازمان فرهنگی تفریحی اصفهان، به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل ۳۱ گویه جهت سنجش عوامل (فردی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و خانوادگی) بود. نتایج تحقیق، نشان داد که از جمله عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان در فعالیت‌های فرهنگی فرهنگسراها عوامل خانوادگی بیشترین تأثیر و بعد از آن عوامل فردی و فرهنگی بر میزان مشارکت زنان تأثیر داشته اند. محاسبات انجام شده نشان داد که ضرایب گامای محاسبه شده برای عوامل فردی ۱۰٪، خانوادگی ۲۳٪ و فرهنگی ۱۱٪ دارای تفاوت معنادار با صفر هستند. شاخص‌های کلی برازش مدل همگی حاکی از آن هستند که مدل اندازه‌گیری متغیر وابسته و همچنین پارامترهای تعریف شده برای متغیرهای مستقل در مجموع به لحاظ آماری قابل قبول بود.

واژگان کلیدی: مشارکت، مشارکت فرهنگی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی.

مقدمه و بیان مساله

فرهنگ^۱ مجموعه پیچیده ای است که در برگیرنده دانستنی ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، عادات و هرگونه توانایی دیگری است که انسان به عنوان عضوی از جامعه هست می آورد» (قلی زاده، ۱۳۸۷، ص ۶۲). علاوه بر فرهنگ، مشارکت^۲ مفهومی است که در بسیاری از متون علوم انسانی نظیر فلسفه، دین، جامعه شناسی، اقتصاد تعریف شده و به کار رفته است. سبب این گستردگی مفهومی ویژگی خاص این مفهوم است، چراکه به اعتباری بنیاد و سرچشمه ایجاد فرهنگ ها و تمدن ها در مشارکت مردم در امور گوناگون بوده و قدمت این واژه به دیرنگی زندگی اجتماعی انسان ها می رسد (معصومی، ۱۳۸۰، ص ۱). در این میان مشارکت فرهنگی^۳ عبارت از بهره مندی و بهره گیری عموم مردم از منابع فرهنگی جامعه، شامل مجموع کالاها و اشیای در دسترس که انجام فعالیت های فرهنگی را ممکن یا تسهیل می کند» (رجب زاده، ۱۳۷۶، ص ۲). اگر در تعریف مشارکت فرهنگی مصرف و تولید محصولات فرهنگی را توأمان جزو فعالیت های مشارکتی فرض شود در این صورت توسعه فرهنگی به معنای فراهم آوردن امکانات و موجبات مشارکت مردم در فعالیت های فرهنگی خواهد بود. یعنی هم در بعد مصرف فرآورده های فرهنگی و هم در بعد تولیدات فرهنگی باید فرصت های مساوی در اختیار همگان قرار گیرد (حسام، ۱۳۷۹، ص ۲۳۴).

مشارکت اجتماعی زنان و مردان در طول تاریخ تحت تأثیر عوامل عدیده ای، کم و کیف متفاوتی پیدا کرده است. این تفاوت جنبه جنسیتی نیز به خود گرفته است، به طوری که زنان در اغلب دوره های تاریخی صرف نظر از اینکه متعلق به چه قوم، طبقه قشر یا گروهی که بوده اند. در سلسله مراتب ساختار اجتماعی در مقایسه با مردان موقعیت پایین تری داشته اند. این نابرابری جنسیتی اثرات منفی مضاعفی بر حیات اجتماعی زنان باقی گذاشته است و نقش آنان در فرآیند تحولات تاریخی چنان کم رنگ جلوه داده است که ابوالفضل بیهقی بزرگترین مورخ ایران، مردان را بزرگترین عنصر سازنده تاریخ معرفی کرده است (عبداللهی، ۱۳۸۳، ص ۶۴).

باید در نظر داشت که جامعه مدرن، کشور توسعه یافته، عدالت اجتماعی بدون مشارکت، نقش آفرینی و سهم داشتن زنان به هیچ وجه معنای راستین خود را نخواهد یافت و همیشه شکننده و نیمه کاره باقی خواهند ماند. آمارهایی که در مورد مشارکت اجتماعی زنان وجود دارد بیانگر آن است که میزان مشارکت زنان در جامعه مادر سطح پایینی قرار دارد. به عنوان مثال عبداللّهی (۱۳۸۳) طی تحقیقی که به بررسی مشارکت مدنی زنان ایران پرداخته است عنوان کرده است که در ارتباط با مشارکت اجتماعی شهروندان ایرانی با سه مسأله اساسی روبرو شده است:

- ۱- پایین بودن میزان مشارکت شهروندان ایرانی اعم از زنان و مردان
 - ۲- پایین بودن نرخ مشارکت زنان در مقایسه با مردان
 - ۳- متفاوت بودن کم و کیف مشارکت در بین خود و زنان.
- اگر بنا باشد توسعه فرهنگی تحقق یابد، باید فرهنگ از وضعیتی که در آن به شکل کالایی لوکس مطرح است، خارج شود و در دسترس همگان به ویژه گروه های محروم اقتصادی، اجتماعی قرار گیرد. حق شرکت در زندگی فرهنگی یکی از حقوق اساسی انسانی است. در اعلامیه جهانی حقوق بشر، اصلی وجود دارد که مقدر می دارد «هر فرد حق دارد آزادانه در زندگی فرهنگی جامعه شرکت کند، از هنرها برخوردار شود و در پیشرفت علم و مزایای آن سهیم باشد» (ایمانی جاجرمی، ۱۳۷۹، ص ۵۸).

به عبارت دیگر، دستیابی تعداد هر چه بیشتر مردم به فرهنگ، ملاک اندازه گیری حیات مردم سالار است (مونشتوری^۴، ۱۳۹۴، ص ۲۸). بدون مخاطب نه آثار هنری وجود دارند و نه محصولات.

«راه توسعه فرهنگ، همگانی کردن فرهنگ است و این همگانی کردن برای از بین بردن نابرابری های فرهنگی که ریشه در موقعیت های اقتصادی و اجتماعی طبقات مردم دارد نه تنها لازم است بلکه وسیله گردآوری همه طبقات زیرلای یک پرچم، تحکیم و تقویت همبستگی ملی است» (میزگرد مجله پژوهشی و سنجش، ۱۳۷۴، ص ۷).

با توجه به اینکه مشارکت فرهنگی یک پدیده اجتماعی پیچیده، چند بعدی و چند سطحی است که به عوامل مختلف بستگی دارد و از جامعه ای به جامعه دیگر از مکانی به مکان دیگر و در زمانهای مختلف عوامل آن متفاوت است؛ تحقق آن نیز مستلزم شناخت وضعیت موجود، ابعاد موضوع و عوامل موثر بر آن می باشد. در پژوهش حاضر به بررسی این عوامل پرداخته شده است. عوامل اجتماعی^۵، عوامل اقتصادی^۱، عوامل خانوادگی^۲، عوامل فردی^۳، عوامل فرهنگی^۴

1- Cultural

2 - portici potion

3- Cultural portici potion

4 - Moch touris

5- Family

عوامل اجتماعی شامل شرایط جامعه به لحاظ فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است (سبحانی نژاد، ۱۳۸۳، ص ۷). **عوامل اقتصادی** راجع به عوامل مربوط به دخل و خرج و چگونگی روابط مالی افراد جامعه با یکدیگر و اصول و قوانینی است که در رابطه با امور مذکور بدست حکومت وضع می گردد و وسایلی که باید درعمل با توجه به مقتضیات زمان و مکان اتخاذ شود تا موجبات سعادت و ترقی جامعه و رفاه و آسایش افراد آن تأمین گردد، بحث می کند (معین، ۱۳۷۶، ص ۳۲۲). **عوامل خانوادگی** به نظر کنت^۵، روابط خانوادگی گوناگون مانند رابطه میان برادران، رابطه احترام آمیز میان فرزندان و پدر و مادر، رابطه مهربانی میان پدر و مادر و روابط مرکب از فرماندهی و اطاعت میان زن و مرد در زمره عوامل خانوادگی است (شایان مهر، ۱۳۹۱، ص ۳۰۷). به عبارت دیگر عوامل خانوادگی بیشتر منعکس کننده شرایط درونی خانواده است. (محسنی و صالحی، ۱۳۸۲، ص ۱۰۳) **عوامل فردی** مجموعه اختصاصاتی است که فردی را از فرد دیگر مشخص می سازد (شایان مهر، ۱۳۹۱، ص ۳۲۴). **عوامل فرهنگی** عوامل تشکیل دهنده یک فرهنگ یعنی تمامی خصوصیات متمایز کننده یک جامعه یا گروه اجتماعی، این عوامل ممکن است معنوی، فکری، مادی یا احساسی باشند (پهلوان، ۱۳۸۲، ص ۱۷۸).

با توجه به مباحث مطرح شده یکی از محورهای اصلی توسعه و شاید اصلی ترین آن را باید مشارکت فرهنگی دانست. مشارکت فرهنگی بهره مند و بهره گیری عموم مردم از مجموع کالاها، تجهیزات، اشیاء و محتوای فرهنگی را ممکن یا تسهیل می کند. عوامل متعددی می تواند مشارکت مردم به ویژه زنان را به عنوان سرمایه های انسانی در فعالیت های فرهنگی تحت تأثیر قرار دهد. بدیهی است برای بررسی این عوامل نیاز به آگاهی از شیوه های رفتاری مردم، علاقه، نگرش و انگیزه آنان نسبت به فعالیت های فرهنگی و شناخت موانع و محدودیت های مشارکت فرهنگی می شود. بنابر این پژوهش حاضر درصدد بررسی دیدگاه افراد درباره عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان بر حسب گروه-های سنی و تحصیلی و ارائه مدل در این زمینه است.

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه زنان شرکت کننده در فعالیت های مختلف فرهنگسراهای سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری بود که براساس برآورد انجام شده از سازمان حدود ۴۲ / ۰۰۰ نفر بودند. در این تحقیق از روش نمونه گیری سهمیه ای استفاده شد. ابتدا از بین فرهنگسراهای مختلف موجود در شهر اصفهان تعداد ۱۰ فرهنگسرا برحسب موقعیت جغرافیائی آنها انتخاب شد. باتوجه به اینکه تعمیم نتایج هر فرهنگسرا نیازمند حداقل ۳۰ واحد نمونه بوده است و با توجه به اینکه در مجموع ۱۰ فرهنگسرا مورد مطالعه انتخاب شده بود، تعداد کل نمونه به طور مساوی در میان فرهنگسراهای منتخب توزیع تا امکان تعمیم نتایج برای هر فرهنگسرا فراهم شود. به منظور برآورد واریانس جامعه، ابتدا ۳۰ پرسشنامه به صورت اتفاقی در میان زنان مشارکت کننده در فعالیت های مختلف فرهنگسراها توزیع و پراکندگی متغیرهای اصلی در جامعه آماری برآورد شد. باتوجه به نتایج به دست آمده پراکندگی حداکثر (۰/۲۵) در نظر گرفته شد و ۳۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه برآورد شد. **ابزار اندازه گیری** پرسشنامه محقق ساخته مربوط به عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی شامل ۳۱ گویه بسته پاسخ با مقیاس پنج درجه ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نه موافقم نه مخالفم، مخالفم و کاملاً مخالفم) بود. ضریب پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۵ محاسبه شد. به منظور تعیین روایی صوری و محتوایی هر دو پرسشنامه در اختیار اساتید راهنما و مشاور، زنان شرکت کننده در فعالیت ها، رئیس طرح و برنامه سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری و متخصصین دیگری قرار گرفت و بعد از دریافت نظرات آنها اصلاحات ضروری انجام و پرسشنامه های نهایی تنظیم و اجرا گردید. در ضمن، قبل از تعیین پرسشنامه با حدود ۳۰ نفر از زنان شرکت کننده در فعالیت های فرهنگسراها مصاحبه صورت گرفت و در مورد عوامل موثر بر حضور آنها در این برنامه ها سؤال گردید. که نتایج آن در تنظیم پرسشنامه موثر واقع شد. برای تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده در این مرحله از آمار توصیفی « میانگین » و آمار استنباطی « شاخص برازش تطبیقی، شاخص توکر-لوپس، شاخص برازش هنجار شده مقتصد، کای اسکوئر نسبی مدل، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، مقدار کای اسکوئر مدل، سطح معناداری و شاخص برازش تطبیقی مقتصد بهره گرفته شد.

1- Social factors

2- Family factors

3- Individual

4 -cultural factors

5- count

یافته ها

- دیدگاه افراد در باره عوامل مختلف (فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) بر حسب گروه‌های سنی متفاوت است.

$$\begin{array}{l|l} H_0: \mu_i = \mu_j & \text{برای کلیه گروه‌های مورد مطالعه} \\ H_1: \mu_i \neq \mu_j & \text{برای حداقل دو گروه} \end{array}$$

سطوح معناداری محاسبه شده بر مبنای آزمون تحلیل واریانس یک راهه (و معادل ناپارامتریک آن آزمون کروسکال والیس) نشان می‌دهد که می‌توان فرضیه تحقیق را در رابطه با دو گروه عوامل خانوادگی و فرهنگی تأیید و در رابطه با عوامل فردی، اجتماعی و اقتصادی رد کرد. در مجموع گروه‌های سنی پایین‌تر به طور معناداری نقش عوامل خانوادگی را پررنگ‌تر از گروه‌های سنی بالاتر دیده‌اند. مقایسه میانگین‌های به دست آمده برای هر یک از گروه‌های سنی مورد مطالعه تأیید کننده این مطلب است. در مقابل و در رابطه با عوامل فرهنگی، نتایج نشان می‌دهد میانگین‌های به دست آمده برای گروه‌های سنی بالاتر بیشتر است.

جدول (۱) تجزیه واریانس پارامتریک و ناپارامتریک برای آزمون فرضیه ششم

تعداد افراد	میانگین نمونه ای					گروه های سنی
	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل خانوادگی	عوامل فردی	
۳۴	۳/۲۹	۳/۷۲	۴/۰۹	۳/۴۲	۳/۹۷	کمتر از ۲۰ سال
۱۰۱	۳/۵۰	۴/۰۴	۴/۳۳	۳/۴۲	۴/۱۸	۲۰ تا ۲۹ سال
۱۱۶	۳/۳۳	۴/۰۹	۴/۳۲	۳/۱۸	۴/۱۱	۳۰ تا ۳۹ سال
۷۰	۳/۴۶	۴/۱۸	۴/۴۰	۳/۲۱	۴/۱۷	۴۰ تا ۴۹ سال
۱۳	۳/۵۲	۴/۲۷	۴/۲۷	۳/۲۱	۴/۱۸	۵۰ سال و بیشتر
	آماره آزمون					آزمون
	$\chi^2 = 6/79$	$\chi^2 = 15/67$	$\chi^2 = 7/52$	$\chi^2 = 10/33$	$\chi^2 = 6/10$	کروسکال والیس
	F=۲/۱۲۷	F=۵/۰۱۹	F=۲/۲۵۹	F=۲/۶۷۶	F=۲/۲۰۱	تجزیه واریانس ANOVA
	سطح معناداری					آزمون
	۰/۰۷۵	۰/۰۰۳	۰/۱۱۱	۰/۰۴۳	۰/۰۸۱	کروسکال والیس
	۰/۰۷۷	۰/۰۰۱	۰/۰۶۳	۰/۰۳۲	۰/۰۶۹	تجزیه واریانس ANOVA

- دیدگاه افراد در باره عوامل مختلف (فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) بر حسب گروه‌های تحصیلی متفاوت است.

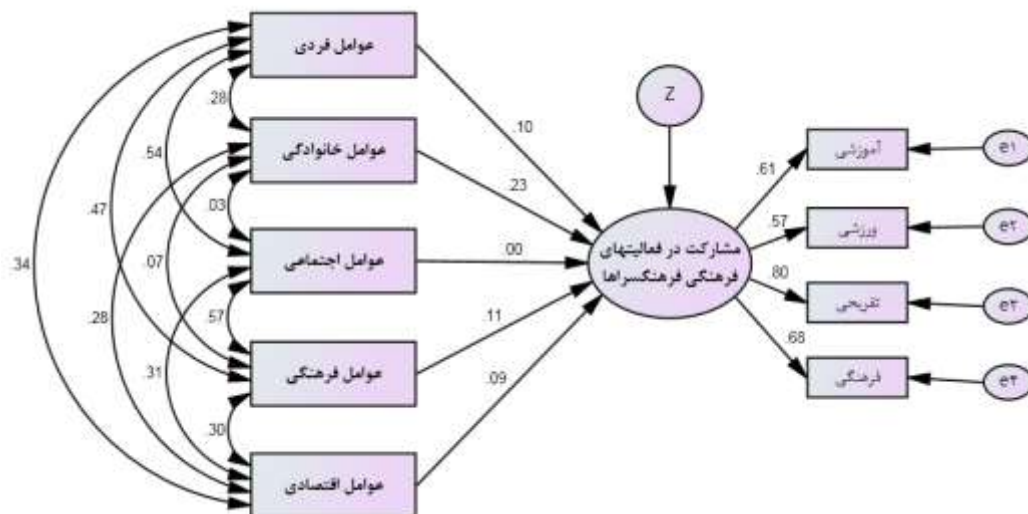
$$\begin{array}{l|l} H_0: \mu_i = \mu_j & \text{برای کلیه گروه‌های مورد مطالعه} \\ H_1: \mu_i \neq \mu_j & \text{برای حداقل دو گروه} \end{array}$$

سطوح معناداری محاسبه شده بر مبنای آزمون تحلیل واریانس یک راهه (و معادل ناپارامتریک آن آزمون کروسکال والیس) نشان می‌دهد که می‌توان فرضیه تحقیق را تنها در رابطه با دو عوامل خانوادگی تأیید و در رابطه با عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی رد کرد. در مجموع گروه‌های تحصیلی بالاتر نقش بیشتری برای عوامل خانوادگی قائل شده‌اند. میانگین‌های به دست آمده برای افراد با تحصیلات بالاتر از دبیرم بیشتر از دو گروه تحصیلی دیگر است. تفاوت‌های میان میانگین‌های مشاهده شده برای چهار گروه عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به لحاظ آماری فاقد تفاوت معنادار با یکدیگر هستند.

جدول (۲) تجزیه واریانس پارامتریک و نا پارامتریک برای آزمون فرضیه هفتم

تعداد افراد	میانگین نمونه ای					گروه های تحصیلی
	عوامل اقتصادی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل خانوادگی	عوامل فردی	
۱۰۰	۳/۴۲	۴/۰۸	۴/۲۵	۳/۱۵	۴/۰۷	پایین تر از دیپلم
۱۵۹	۳/۳۶	۴/۰۴	۴/۳۴	۳/۳۰	۴/۱۵	دیپلم
۸۰	۳/۴۸	۴/۱۰	۴/۳۷	۳/۴۰	۴/۱۶	بالتر از دیپلم
	آماره آزمون					آزمون
	$\chi^2=2/27$	$\chi^2=0/74$	$\chi^2=1/36$	$\chi^2=8/80$	$\chi^2=3/08$	کروسکال والیس
	F=۱/۵۶۳	F=۰/۳۸۵	F=۱/۳۸۰	F=۳/۹۴۰	F=۱/۸۲۴	تجزیه واریانس ANOVA
	سطح معناداری					آزمون
	۰/۳۲۱	۰/۶۹۰	۰/۵۰۷	۰/۰۱۲	۰/۲۱۴	کروسکال والیس
	۰/۲۱۱	۰/۶۸۱	۰/۲۵۳	۰/۰۲۰	۰/۱۶۳	تجزیه واریانس ANOVA

در نهایت به منظور بررسی شدت تأثیر همزمان هر یک از عوامل پنج گانه فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در یک مدل چندمتغیره می توان به این نتیجه رسید که عوامل خانوادگی در مرتبه اول و عوامل فردی و فرهنگی در مرتبه دوم می توانند نقش تعیین کننده در روی آوری زنان به فعالیت های فرهنگی از یک سو و شدت مشارکت آنان در این نوع از فعالیت ها از سوی دیگر داشته باشد. محاسبات انجام شده برای مدل تدوین شده نشان می دهد که ضرایب گامای محاسبه شده برای عوامل فردی (۰/۱۰)، خانوادگی (۰/۲۳) و فرهنگی (۰/۱۱) دارای تفاوت معنادار با صفر هستند. در هر حال، در مدل چند متغیره ضرایب تأثیر مربوط به عوامل فردی و فرهنگی (مقادیر ۰/۱۰ و ۰/۱۱) فاقد تفاوت معنادار با یکدیگر هستند و لذا نمی توان بیشتر بودن ضریب مربوط به عوامل فرهنگی را به معنای شدت بیشتر تأثیر این متغیر در مقایسه با عوامل فردی تلقی کرد. شاخص های برازش مدل نیز همگی حاکی از قابل قبول بودن مدل تدوین شده و لذا اطمینان به پارامترهای محاسبه شده دارد.



مدل (۱) مدل چندمتغیره بر تأثیر همزمان هر یک از عوامل پنج گانه

جدول (۳) شاخص های برازش مدل معادله ساختاری برای ارزیابی کلیت مدل تدوین شده

مدل معادله ساختاری در تحقیق	شاخص			نوع شاخص
	دامنه قابل قبول (قاسمی، ۱۳۸۸)	معادل فارسی	علامت اختصاری	
۰/۹۹۱	۰/۹۰ - ۱	شاخص برازش تطبیقی	CFI ¹	تطبیقی
۰/۹۸۲	۰/۹۰ - ۱	شاخص توکر-لویس	TLI ²	
۰/۵۱۰	۰/۵۰ - ۱	شاخص برازش هنجار شده مقتصد	PNFI ³	مقتصد
۰/۵۲۳	۰/۵۰ - ۱	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI ⁴	
۰/۰۳۲	۰ - ۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA ⁵	
۲۵/۶۳	وابسته به حجم نمونه	مقدار کای اسکوئر مدل	χ^2_{Model}	مطلق
۰/۱۴۱	وابسته به حجم نمونه	سطح معناداری	P-Value	
۱/۳۴۹	۵-۱	کای اسکوئر نسبی مدل	χ^2_{Model} / df	نسبی

شاخص های کلی برازش مدل همگی حاکی از آن هستند که مدل اندازه گیری متغیر وابسته و همچنین پارامترهای تعریف شده برای متغیرهای مستقل در مجموع به لحاظ آماری قابل قبول بوده اند. مقادیر محاسبه شده برای شاخص های برازش مدل همگی در مرز قابل قبول قرار دارند.

جدول (۴-۲۳) مقادیر برآورد شده برای ضرایب گاما و معناداری آنها

پارامترهای گاما			برآورد استاندارد ضرایب گاما	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
متغیر وابسته	جهت	متغیر مستقل				
مشارکت	←	فردی	۰/۱۰۴	۰/۰۴۵	۲/۳۱	۰/۰۳۹
مشارکت	←	خانوادگی	۰/۲۲۷	۰/۰۴۱	۵/۵۴	۰/۰۰۰
مشارکت	←	اجتماعی	۰/۰۰۱	۰/۰۴۷	۰/۰۲۱	۰/۹۸۶
مشارکت	←	فرهنگی	۰/۱۰۸	۰/۰۴۴	۲/۴۵	۰/۰۳۲
مشارکت	←	اقتصادی	۰/۰۸۶	۰/۰۶۱	۱/۴۱	۰/۱۳۶

¹ - Comparative Fit Index

² - Tucker-Lewis Index

³ - Parsimonious Normed Fit Index

⁴ - Parsimonious Comparative Fit Index

⁵ - Root Mean Squared Error Approximation

بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان می‌دهد که می‌توان فرضیه تحقیق را در رابطه با دو گروه عوامل خانوادگی و فرهنگی تأیید و در رابطه با عوامل فردی، اجتماعی و اقتصادی رد کرد. همچنین سطوح معناداری محاسبه شده بر مبنای آزمون تحلیل واریانس یک راهه نشان می‌دهد که می‌توان فرضیه تحقیق را تنها در رابطه با عوامل خانوادگی تأیید و در رابطه با عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی رد کرد. در مجموع گروه‌های تحصیلی بالاتر نقش بیشتری برای عوامل خانوادگی قائل شده‌اند. میانگین‌های به دست آمده برای افراد با تحصیلات بالاتر از دیپلم بیشتر از دو گروه تحصیلی دیگر است. تفاوت‌های میان میانگین‌های مشاهده شده برای چهار گروه عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به لحاظ آماری فاقد تفاوت معنادار با یکدیگر هستند.

در نهایت عوامل خانوادگی در مرتبه اول و عوامل فردی و فرهنگی در مرتبه دوم می‌توانند نقش تعیین‌کننده در روی آوری زنان به فعالیت‌های فرهنگی از یک سو و شدت مشارکت آنان در این نوع از فعالیت‌ها از سوی دیگر داشته باشد. در پایان مدل نهایی ارائه شده نشان می‌دهد شاخص‌های برازش مدل نیز همگی حاکی از قابل قبول بودن مدل تدوین شده و لذا اطمینان به پارامترهای محاسبه شده دارد.

یافته‌های این پژوهش با یافته‌های ساروخانی و امیرپناهی (۱۳۸۵) مبنی بر اینکه خانواده نقش مهمی در ایجاد روحیه مشارکت جویی در افراد دارد مطابقت دارد. همچنین یافته‌های تحقیق با یافته‌های محسنی و جبار الاهی (۱۳۸۲) مبنی بر مشارکت اجتماعی در ایران نقش سن، بعد خانوار و وضع تأهل را از مهمترین عوامل جمعیتی موثر بر میزان مشارکت افراد با گروه‌های اجتماعی است مطابقت دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های تحقیق یآوری (۱۳۷۴) مبنی بر اینکه بین متغیرهای میزان تحصیلات شغل، پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده با متغیر وابسته مشارکت رابطه معنی داری حاصل آمده است مطابقت دارد.

همچنین نتایج به دست آمده با نتایج پژوهش‌های وان ول^۱ و همکاران (۲۰۰۵)، نیکخواه و احمدی (۱۳۹۶) در برخی متغیرهای مورد پژوهش همخوان است. در تحقیقی که توسط وان ول و همکاران (۲۰۰۵) با عنوان «قومیت، مشارکت فرهنگی نوجوانان و باز تولید فرهنگی در هلند» انجام گرفت آنان عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی را در سه دسته تقسیم بندی کردند. دسته اول به سن، جنس و قومیت اشاره داشت. دومین و سومین دسته به ترتیب به سطح تحصیلات و مشارکت فرهنگی مادر و پدر مربوط می‌شود. نیکخواه و احمدی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی موثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان پرداختند. در نهایت یافته‌های تحقیق نشان داد که بین متغیرهای اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، احساس بی‌قدرتی، سن، سطح تحصیلات، وضعیت شغل و درآمد با مشارکت اجتماعی شهروندان، رابطه وجود داشته و بین جنس، وضعیت تاهل، و وضعیت بومی بودن با مشارکت اجتماعی شهروندان رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین پاسخگویان از نظر ذهنی آمادگی نسبتاً بالایی جهت مشارکت اجتماعی داشته اما به لحاظ عینی و عملی مشارکت بسیار پایینی داشته‌اند.

نتایج پژوهش‌ها انجام‌شده نشان می‌دهد بین عضو شدن در تشکلهای و نهادهای اجتماعی و فرهنگی (آوریده و علمی، ۱۳۸۹)، عملکرد انجمن‌های فرهنگی (اکبری، ۱۳۸۹)، سرمایه‌های انسانی و اجتماعی (دلانی و کیانی^۲، ۲۰۰۶؛ بکرز^۳، ۲۰۰۶)، رضایت‌مندی از برنامه‌های فرهنگی (گنجی و همکاران، ۱۳۸۹)، سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های آن (ویلکنز و لیونز^۴، ۲۰۱۴؛ زاهد و رجبی^۵، ۲۰۰۸؛ محسنی و جبارالاهی، ۱۳۸۲)، ویژگی‌های شخصیتی (بکرز، ۲۰۰۵؛ دهقان و غفاری، ۱۳۸۴) و انگیزه و نگرش مثبت به تعاون (سعدی و فتحی، ۱۳۸۸) با مشارکت در دو بعد اجتماعی و فرهنگی ارتباط معناداری وجود دارد.

در تبیین نتایج می‌توان گفت میزان نقش و مشارکت زنان در جامعه به ویژه در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی تا حد زیادی به برخورد و نگرش آن جامعه نسبت به زنان بستگی دارد. در صورتی که به زن به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، حضور و مشارکت حقیقی زنان در عرصه‌های مختلف فعالیت‌ها افزایش می‌یابد. مشارکت فعال زنان، در فعالیت‌های فرهنگی جامعه مساله‌ای است که از دیر باز با موانع و مشکلات فراوانی روبه‌رو بوده است. به طوری که این موانع در قالب‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و... جلوه نموده است و هر کدام می‌توانند در میزان مشارکت زنان در فعالیت‌ها موثر باشند.

1- Vvan wel

2- Delaney & Keaney

3- Bekkers

4- Willekens & Lievens

5- Zahed & Rajabi

- با توجه به محدودیت پژوهش حاضر که فقط برای جامعه آماری زنان انجام شده است پیشنهاد می شود بررسی عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی در طبقات و اقشار مختلف صورت گیرد. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده در زمینه عوامل مختلف راهکارهای زیر ارائه می شود:
- نمایشگاه هایی برای عرضه کارهای زنان که براساس استعداد و توانایی های خودشان می باشد برگزار گردد.
- با تشکیل هیئت هایی از زنان شرکت کننده در فرهنگسراها، متولیان فرهنگی برای برگزاری برنامه های مختلف از آنها نظر و در تصمیم گیریها آنها را مشارکت بدهند.
 - با حضور در برنامه های شاد و مفرح مانند جنگ ها، جشن ها و مراسم های ویژه باعث ایجاد نشاط در آنها بشود.
 - با برگزاری دوره های آموزشی نشاط در خانواده باعث بهبود روابط در خانواده گردد.
 - متولیان فرهنگی زمینه های حضور زنان را در عرصه های فعالیت های فرهنگی جدی بگیرند.
 - اطلاع رسانی دقیق و به موقع از برنامه های فرهنگی از طریق رسانه های جمعی به طور جدی و گسترده انجام گیرد.
 - متولیان فرهنگی باید هزینه های دوره های مختلف آموزشی، فرهنگی، تفریحی را براساس سطح متعادل اقشار جامعه در نظر گیرند.
 - با ایجاد تخفیفات فرهنگی می توان اقشار کم در آمد را هم در استفاده از فعالیت ها تشویق نمود.

منابع

- آتال، ۱۳۷۹، یوکش والس اوین، درگیر ساختن مردم فقیر، پرسش های فراوان، ترجمه ایراج پاد، فقر و مشارکت در جامعه مدنی، چاپ اول، تهران: انتشارات سروش.
- اکبری، م، ۱۳۸۹، مشارکت های دانشجویی و نقلش آن در توسعه فعالیت های فرهنگی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال)، مدیریت فرهنگ، س ۴، ش ۸، ص ۱۲۰-۱۰۷.
- آوریده، س. ، علمی، م، ۱۳۸۹، مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور (بررسی ملوردی: پیام نور مرکز رشت)، زن و مطالعات خانواده، س ۳، ش ۹، ص ۳۵-۵۲.
- ایمانی جاجرمی، ح، ۱۳۷۹، بررسی جایگاه مشارکت فرهنگی در سیاست فرهنگی کشور، مجموعه مقالات مشارکت فرهنگی، به کوشش مسعود کوثری و محمود نجاتی حسینی، تهران: انتشارات آن.
- پهلوان، چ، ۱۳۸۲، فرهنگ شناسی فرهنگ شناسی: گفتارهایی در زمینه ی فرهنگ و تمدن، تهران: انتشارات قطره.
- تولایی، ۱۳۷۹، بررسی عوامل موثر بر میزان مشارکت اجتماعی زنان، مجموعه مقالات کارگاه آموزشی توسعه مشارکت زنان برگزار کنندگان دانشگاه علامه طباطبایی ، مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری به کوشش مصطفی پودرانیچی، صص ۷-۲۲.
- حسام، ف، ۱۳۷۹، بررسی چگونگی سرمایه گذاری بخش خصوصی در تهیه برنامه های تلویزیونی، مجموعه مقالات مشارکت فرهنگی، به کوشش مسعود کوثری و محمود نجاتی حسینی، تهران: انتشارات آن.
- دهقانی، ع. ، غفاری غ، ۱۳۸۴، تبیین مشارکت اجتماعی- فرهنگی دانشجویان دانشگاه های علوم پزشکی شهر تهران. مجله جامعه شناسی ایران، ۶، د ۱، ص ۶۷-۹۸.
- رجب زاده ا، ۱۳۸۲، فعالیت فرهنگی زنان ایرانی: مطالعه کتاب و نشریه، فصلنامه پژوهش زنان، ۱(۵).
- رجب زاده، ا، ۱۳۷۶، مصرف کالاهای فرهنگی خانوار در شهر همدان (خلاصه)، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت پژوهشی.
- رضائیان ع، ۱۳۸۲، بررسی تأثیر عوامل اقتصادی- اجتماعی بر میزان تمایل به مشارکت سیاسی زنان در شهر بوشهر، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات.
- ساروخانی، باقر. ، امیرپناهی، محمد، ۱۳۸۵، ساخت قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی. مجله پژوهش زنان، ۱۳۸۵ شماره ۳ (پیاپی ۱۵).
- سبحانی نژاد، م، ۱۳۸۳، بررسی موانع مشارکت اولیاء دانش آموزان در امور مدارس متوسطه شهر اصفهان، اصفهان شورای تحقیقات.
- سعدی، ح. ، فتحی ه، ۱۳۸۸، موانع و راهکارهای توسعه فرهنگ مشارکت و تعاون در جامعه از دیدگاه دانشجویان و اعضای هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا، سومین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی، مشهد: انجمن ترویج و آموزش کشاورزی ایران.
- شایان مهر، ر، ۱۳۹۱، دائرة المعارف تطبیقی علوم اجتماعی. جلد اول، تهران: انتشارات کیهان.
- عامری، محسن. ، سهرابی رناتی، مریم. ، حسینی راد، مهدی. ، دائی فاطمه، ۱۳۹۳، موانع مشارکت زنان در فعالیت های فرهنگی. نشریه مدیریت فرهنگی. تابستان ۱۳۹۳، دوره ۸، شماره ۲۴، ص ۳۶-۲۱.
- عبداللهی، م، ۱۳۸۳، زنان و نهادهای مستقل مدنی: مسائل، موانع و راهبردهای مشارکت مدنی زنان در ایران، مجله جامعه شناسی ایران، ۵(۲).
- قلی زاده، آ، ۱۳۸۷، مبانی جامعه شناسی، کاشان: انتشارات محتشم.
- محسنی، م. ، صالحی، پ، ۱۳۸۲، رضایت اجتماعی در ایران، تهران: انتشارات آرون.
- محسنی، م. ، جلالللهی، ۱۳۸۲، مشارکت اجتماعی در ایران، تهران: آرون.
- معصومی، ف، ۱۳۸۰، بررسی عوامل موثر بر گرایش شهروندان به مشارکت اجتماعی در شورای اسلامی شهرداری، پایان نامه کارشناسی ارشد رشد جامعه شناسی.
- معین، م، ۱۳۷۶، لغت نامه معین، تهران: انتشارات امیر کبیر.
- مونشتوری، آ، ۱۳۹۴، جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری، ترجمه ح میرزایی، تهران: نشر نی.
- میزگرد مجله پژوهش و سنجش، ۱۳۷۴، فرآیند توسعه فرهنگی و سهم رسانه ها، پژوهش و سنجش، ۷.
- نقدی، اسدال. ، بلالی، اسماعیل. ، ایمانی، پروین، ۱۳۹۰، موانع فرهنگی- اجتماعی مشارکت زنان در فعالیت های ورزشی. نشریه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، بهار ۱۳۹۰، دوره ۹، شماره ۱ پیاپی ۳۲.

هدایت الله نیکخواه، زهرا سادات احمدی، ۱۳۹۶، بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر بندرعباس. فصلنامه ی مطالعات توسعه ی اجتماعی- فرهنگی، دوره ی ششم، شماره ی ۱، تابستان ۹۶، صفحات ۱۵۹-۱۸۱. یاوری، حسین، ۱۳۷۴، ضرورت اقدامات حمایتی برای حفظ لباسهای سنتی به عنوان جلوه ئی از فرهنگ معنوی مردم ایران. مجله جلوه هنر، زمستان ۱۳۷۴ - شماره ۵ ISC، صص ۳۴-۳۵.

Herman, J. (2006). Indicators on active citizenship for democracy the social, cultural and economic domain, paper by order of the council Europe for the CRELL-Network on active citizenship, Italy, August 2006.
Morrone, A. (2006). Guidelines for Measuring cultural participation Unesco institute for statistics.
Van wel, F. , et al. (2005). Ethnicity, youth cultural participation and cultural reproduction in the Netherlands. Elsevier, poetics, 34: 65-82.