

تبیین جامعه‌شناختی مشارکت فرهنگی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن

(مورد مطالعه: جوانان شهر خلخال)

اقباله عزیزخانی^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۸/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۶

پژوهش حاضر با هدف تبیین جامعه‌شناختی مشارکت فرهنگی در بین جوانان شهر خلخال و عوامل اجتماعی مرتبط با آن انجام شده است. در این پژوهش آنچه مورد توجه است، ضرورت اهمیت دادن به مشارکت فرهنگی است. چارچوب نظری و مدل نظری با استفاده از نظریه های ژان بودریار، لیک و هاجفلد، دورکیم و هانتینگتون و نلسون ارائه شد. این پژوهش به روش پیمایشی انجام و از اعتبار صوری و سازه ای استفاده شد و قابلیت اعتماد نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. جامعه آماری پژوهش را جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر خلخال تشکیل می دادند که تعداد آنان طبق آمار اداره ثبت احوال ۲۲۶۳۶ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر به روش نمونه گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو شیوه آمار توصیفی و استنباطی با بهره گیری از نرم افزار SPSS استفاده شده است. پس از تهیه جدول ماتریس، اطلاعات در قالب جداول یک‌بعدی و دوبعدی تنظیم گردیده است. یافته‌های پژوهش نشانگر آن هستند که متغیرهای مستقل حمایت اجتماعی، احساس شهروندی، اعتماد اجتماعی، پیوند گروهی و رسانه های جمعی با متغیر وابسته مشارکت فرهنگی رابطه معنی داری دارند.

واژگان کلیدی: مشارکت فرهنگی، حمایت اجتماعی، احساس شهروندی، اعتماد و پیوند گروهی

مشارکت عبارت است از: فعالیت های ارادی و داوطلبانه ای که از طریق آن اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و یا روستای خود شرکت می کنند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی سهیم می شوند (محسنی تبریزی، ۱۳۷۳: ۱۰). پدیده مشارکت، یکی از مهم ترین ابعاد توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، توسعه اقتصادی و توسعه سیاسی در هر جامعه و بخصوص جامعه رو به رشد ایران است و برخی از مشکلات ساختاری و عملکرد برنامه های توسعه، ناشی از نارسایی های موجود در این حوزه است. در این میان، آنچه بر دامنه مسائل موجود می افزاید، این است که نه مفهوم مشارکت و ابعاد آن در جامعه ما به خوبی تعریف شده و نه عوامل تقویت کننده و در طیف دیگر، تضعیف کننده آن موضوع مورد بررسی جدی قرار گرفته است (محسنی، ۱۳۸۲: ۱۱).

مشارکت به عنوان یکی از مفاهیم اساسی جامعه شناسی، از ارکان اصلی هر نظام دموکراتیک است. در واقع، دوام و قوام دموکراسی به مشارکت همه آحاد و افراد جامعه در امور و مسائل مربوط به حیات اجتماعی خودشان وابسته است. این مفهوم با آنکه مانند بسیاری از مفاهیم علوم اجتماعی و رفتاری پیشینه ای دیرین دارد، به طور جدی از نیمه دوم قرن بیستم مورد بحث و تحقیق صاحب نظران و پژوهشگران قرار گرفته است. تحقیق پیرامون مشارکت به طور گسترده از زمانی آغاز شد که اهل تحقیق به مطالعه توسعه و علل و آثار دگرگونی ها بر تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی پرداختند. بدین ترتیب، مفهوم و موضوع مشارکت جزء لاینفک تئوری های توسعه گردید و تقریباً از نیمه دوم قرن بیستم مجامع، سازمان ها، ارگان ها و موسسات تحقیقاتی متعددی به بررسی، شناخت و مطالعه ابعاد و وجوه مختلف مشارکت پرداخته اند. توجه به مشارکت در نیمه دوم قرن گذشته سبب گردیده است که دامنه تحقیقات در مورد وجوه و ابعاد مختلف و صور و اشکال گوناگون آن اعم از فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و نظایر آن گسترده باشد و اطلاعات جامعی در باب اتیولوژی (شناخت علل و اسباب)، اپیدمیولوژی (همه گیر شناسی)، سطوح، الگوها، انواع و اشکال مشارکت حاصل آید (محسنی تبریزی، ۱۳۸۰: ۱۲).

مشارکت فرهنگی یعنی شرکت داوطلبانه، ارادی و آگاهانه افراد، گروه ها و سازمان های تشکیل دهنده یک جامعه در ابعاد گوناگون زندگی فرهنگی آن جامعه به منظور گسترش توسعه پایدار، متوازن و

همه جانبه حیات فرهنگی است. شرکت داوطلبانه، ارادی و آگاهانه به این معناست که حضور در عرصه مشارکت فرهنگی، حضور فعالانه با انگیزه، فارغ از الزامات و تعین های تحمیلی و مبتنی بر تصمیم گیری عاقلانه و آگاهانه و با اتکا به شناخت برون داده ها و تاثیرات مشارکت فرهنگی است. بنابراین، مقید نمودن تعریف مشارکت فرهنگی به ویژگی های شرکت داوطلبانه ارادی و آگاهانه، این نوع از فعالیت ها را از سایر فعالیت های معمولی و روزمره زندگی که ممکن است بنای آن بر پیروی کورکورانه از قیود، سنت ها و تعین های اجتماعی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و سنتی در اجتماعات شهری، محلی، روستایی و عشایری باشد متمایز می کند.

با توجه به آمار و ارقام به دست آمده و طبق مشاهدات محقق، مشارکت فرهنگی در بین جوانان شهر خلخال پایین است. بنابراین، بدیهی است که آگاهی از میزان مشارکت جوانان در امور و فعالیت های فرهنگی شهر خلخال و فرایند تصمیم گیری از اهمیت شایان توجهی برخوردار باشد. از این رو شناخت این عوامل تاثیر گذار بر این فرایند، موضوعی است که نیازمند بررسی و تحقیق می باشد تا راهکارهای مناسبی برای دستیابی به درک واقع گرایانه از عوامل مرتبط با فعالیت فرهنگی جوانان ارائه گردد.

با توجه به مطالب بالا، سوال اصلی تحقیق ناظر بر آن است که عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی در جامعه مطالعاتی کدام اند و سهم هر یک از عوامل موثر در هر یک از صور مذکور به چه میزان است؟

هدف های پژوهش

هدف اصلی

هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با مشارکت فرهنگی جوانان در شهر خلخال می باشد.

اهداف فرعی

اهدافی که در این پژوهش به دنبال آن می باشیم عبارت اند از:

- تعیین رابطه بین میزان مشارکت فرهنگی جوانان با میزان حمایت اجتماعی؛
- تعیین رابطه بین میزان مشارکت فرهنگی جوانان با میزان احساس شهروندی؛
- تعیین رابطه بین میزان مشارکت فرهنگی جوانان با میزان اعتماد اجتماعی؛
- تعیین رابطه بین میزان مشارکت فرهنگی جوانان با میزان پیوند گروهی؛

- تعیین رابطه بین میزان مشارکت فرهنگی جوانان با میزان استفاده آنان از رسانه ها.

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

امروزه به مشارکت به عنوان مولفه اساسی و تفکیک‌ناپذیر توسعه نگریسته می‌شود. توسعه در معنای عام، فرایند تحولی پیچیده و همه‌جانبه و برنامه‌ریزی شده است که در زندگی اجتماعی-اقتصادی و سیاسی و فرهنگی یک جامعه رخ می‌دهد و آن را از وضع موجود به وضع مطلوب هدایت می‌کند. پذیرش مفهوم جدید توسعه و تلاش در جهت تحقق آن، قبول ویژگی‌های عصر عقلانیت و خردورزی است و در آن کنش منطقی و حسابگری و برنامه‌ریزی نهفته است؛ به طوری که برای تنظیم روند هر نوع توسعه، لازم است که بین اهداف و وسایل دستیابی به آنها هماهنگی ایجاد شود و از تمامی منابع و امکانات طبیعی و انسانی بالقوه به صورت مطلوب و حساب‌شده بهره‌برداری شود و تمامی این منابع در ابعاد مختلف خود ارزش گذاشته شود.

به عبارتی، مشارکت از شروط لازم تحقق توسعه در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌باشد که به نقش فعال و خلاق و اثربخش مردم در روند توسعه توجه دارد. "در واقع، مشارکت فرایندی است که دربر گیرنده انواع کنش‌های فردی و گروهی به منظور دخالت در تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر گذاردن بر تصمیم‌گیری درباره امری عمومی است" (زاهدی، ۱۳۸۹).

در دهه‌های اخیر توجه به پدیده مشارکت و تأکید بر نقش آن به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه تا حد بسیاری ناشی از تجربه شکست برنامه‌های توسعه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ می‌باشد. در بررسی برنامه‌ها، عدم بهره‌مندی از مشارکت مردم به عنوان عامل اصلی شکست برنامه‌ای توسعه ارزیابی شده است. آنچه از جریان برنامه‌ریزی توسعه در دهه‌های گذشته برمی‌آید، بیانگر این امر است که این برنامه عمدتاً مبتنی بر طراحی متمرکز (Blue print) و از بالا به پایین (Up-to-Down) بوده است. نارسایی این رهیافت‌ها آن بوده است که عموماً اغلب مردم به ندرت در برنامه‌ریزی توسعه شرکت داده شده‌اند و معمولاً نقش فعالی در برنامه‌های توسعه نداشتند. در دهه ۱۹۸۰ توجه بسیاری از اندیشمندان برنامه‌ریزی اجتماعی به طراحی جدید با عنوان از پایین به بالا (Down-to-UP) و یا مشارکت معطوف گردیده است (نیازی، ۱۳۸۱: ۳۸).

مطالعه موضوع مشارکت فرهنگی در بین جوانان شهر خلخال ضرورت تلاش فرهنگی بیشتر برای ارتقا و تعمیق مشارکت فرهنگی در بین جوانان را گوشزد می‌کند. لذا مسئولان فرهنگی و متولیان امر باید بیش از پیش در این زمینه تلاش کنند. نتایج تحقیق حاضر باعث خواهد شد تا مسئولان مرتبط با امور جوانان، از میزان مشارکت پایین جوانان در امور فرهنگی آگاهی یابند و راهکارهایی را جهت افزایش میزان مشارکت جوانان ارائه نمایند.

همچنین، لازم است مسئولان فرهنگی با توجه به علائق جوانان، از ابزارها و رسانه‌های جدید و مورد علاقه آنان بیشتر استفاده کنند.

پیشینه پژوهش

اسداله بابایی فرد (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان "توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران" رابطه بین توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی را با استفاده از روش تحلیل ثانویه داده‌ها مورد بررسی قرار داده است. این پژوهش متکی به رویکرد جامعه‌شناختی پارسونز، یعنی کارکردگرایی ساختی است. در این پژوهش از دو روش پژوهش اسنادی و روش مرور و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. داده‌های آماری این پژوهش از یافته‌های پژوهش‌های تجربی سال‌های اخیر، به ویژه پیمایش ملی رفتارهای فرهنگی ایرانیان در سال ۱۳۷۸ و پیمایش‌های ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال‌های ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲ استخراج شده‌اند. برای سنجش توسعه فرهنگی عناصری همچون دانش، آگاهی و اطلاعات گوناگون سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که به واسطه مطالعه یا استفاده از رسانه‌های ارتباطی گوناگون به دست می‌آیند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. برای سنجش توسعه اجتماعی نیز عناصری همچون میزان روحیه مشارکت جویی در گروه‌ها و تشکل‌های اجتماعی، تحقق عدالت، آزادی، امنیت، آسایش و رفاه در جامعه و احساس تحقق چنین عناصری در جامعه از سوی افراد جامعه، وفاداری افراد به جامعه و تلاش برای آبادانی آن مورد نظر بوده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه فرهنگی در ایران با موانع متعددی همچون آسیب‌های هویتی و فرهنگی، فقدان روحیه فردگرایی، در معنای اصالت فردیت، فقدان شرایط تکثر فکری و فرهنگی و ضعف سرمایه فکری و فرهنگی، مواجه است. بی تردید، چنین پدیده‌ای می‌تواند نقش اساسی در عدم توسعه اجتماعی داشته باشد. در ایران زمینه‌های فرهنگی لازم برای توسعه، به ویژه توسعه اجتماعی، فراهم نشده است. در تحقق توسعه اجتماعی در ایران نیز وجود سرمایه

اجتماعی، با مؤلفه هایی همچون اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی، می تواند نقش اساسی داشته باشد. در حالی که جامعه کنونی ایران دچار ضعف سرمایه اجتماعی است و چنین پدیده ای در فقدان اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی ایرانیان در حوزه های گوناگون علمی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نقش اساسی بازی می کند، نتیجه چنین فرآیندی فقدان توسعه در ابعاد گوناگون به ویژه توسعه اجتماعی است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که فرهنگ یک متغیر بسیار مهم در دگرگونی های اجتماعی است؛ در نتیجه، تحقق توسعه فرهنگی پیش شرط بنیادی توسعه اجتماعی است. دیدگاه های نظری و یافته های پژوهش های تجربی در ایران به ویژه پژوهش حاضر، نیز این قضیه را مورد تأیید قرار داده اند (بابایی فرد، ۱۳۸۹: ۵۶-۷).

زاهد و رجبی (۱۳۸۷) تحقیقی به منظور بررسی عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان در استان فارس انجام داده اند. در این بررسی از نظریه های کالینز، بوردیو، فمینیسم و هویت اجتماعی استفاده شده است. این پژوهش به روش پیمایشی انجام شده و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری گردیده است. حجم نمونه ۱۳۴۰ نفر است که از بین زنان سه شهر (شیراز، آباد و فیروزآباد) در استان فارس، انتخاب شدند. برای سنجش عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان در استان فارس، از متغیرهای جامعه پذیری، خودپنداره، نقش های جنسیتی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و ویژگی های جمعیتی (سن، وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال، تحصیلات پدر و تحصیلات مادر پاسخگویان) استفاده شده است. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان داد که متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، خودپنداره، نقش های جنسیتی و وضعیت تاهل، به ترتیب، بیشترین تاثیر را در مشارکت فرهنگی زنان داشته اند.

دهقان و غفاری (۱۳۸۴) تحقیقی با عنوان "تبیین مشارکت اجتماعی - فرهنگی دانشجویان دانشگاه های علوم پزشکی شهر تهران" انجام داده اند. شکل گیری و چگونگی مشارکت دانشجویان در نهادها و تشکل های دانشجویی تحت تاثیر عوامل و متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی است. در این مقاله با هدف تبیین بخشی از عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی - فرهنگی دانشجویان، چگونگی تاثیر و ارتباط بین ویژگی های شخصیتی و اعتماد اجتماعی دانشجویان با مشارکت اجتماعی - فرهنگی آنها مورد بررسی قرار گرفته است. ویژگی های شخصیتی در قالب متغیرهای عام گرایی، بیگانگی اجتماعی، آینده گرایی و موقعیت کنترل، اعتماد اجتماعی در دو سطح اعتماد بین فردی و اعتماد در قالب روحیه

مشارکتی، میزان مشارکت و فعالیت مشارکتی مورد بررسی و سنجش قرار گرفته است. به لحاظ ویژگی های شخصیتی، غالب بودن جهت گیری های عام گرایانه، آینده گرایی، موقعیت کنترل و نیز فقدان بیگانگی اجتماعی در فرد موجب آمادگی بیشتر در بروز رفتارهای مشارکتی است.

آوریده و علمی (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان "بررسی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور (بررسی موردی: پیام نور مرکز رشت)" انجام داده اند. این پژوهش با استفاده از روش های اسنادی و پیمایش انجام گرفت و برای جمع آوری اطلاعات از تکنیک پرسشنامه که پیش آزمایش شده بود، استفاده گردید. پس از تکمیل پرسشنامه، داده های گردآوری شده، بر اساس مقیاس های اندازه گیری متغیرها کدگذاری و با نرم افزار spss پردازش و تجزیه و تحلیل شده اند. داده های به دست آمده از این پژوهش به صورت آمار توصیفی ارائه گشته و نتایج تحلیل آن در آمار استنباطی با استفاده از آزمون T.test و پیرسون انجام شده است. یافته ها نشان داد که بین متغیرهای احساس تعلق اجتماعی و مشکلات اقتصادی و عضویت در تشکل ها و نهادهای اجتماعی و فرهنگی رابطه معناداری مشاهده شده است. اما تاثیر میزان تحصیلات بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر همواره قابل تایید نیست و می تواند وجهی سلبی به خود بگیرد و از مشارکت مورد انتظار آنان بکاهد. با کاهش مشکلات اقتصادی میزان مشارکت دانشجویان افزایش چشم گیری داشته، افزایش احساس تعلق اجتماعی و عضویت در تشکل های اجتماعی هم کمک شایانی به میزان مشارکت دانشجویان کرده است. افزایش سطح تحصیلات بر میزان مشارکت دانشجویان تاثیر معناداری نشان نداد. بنابراین تلاش برای اصلاح و تغییر قوانین حاکم بر شئون دختران جامعه تحصیل کرده دانشگاه نسبت به مساله مشارکت و هم چنین کاهش مشکلات اقتصادی و گسترش احساس تعلق اجتماعی، پیش شرط اساسی برای ارتقای مشارکت آنان است.

لارس آلوو^۱ و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین مشارکت فرهنگی و سلامت در میان یک گروه کنترل که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند، پرداخته اند. ۱۰۱ نفر از جامعه آماری شامل اعضای اتحادیه کارمندان دولت محلی در خدمات بهداشتی درمانی در اومئوی سوئد که یک بار در هفته به مدت ۸ هفته به این آزمون دعوت شده بودند به عنوان نمونه انتخاب شدند. آنها رفتن به فیلم، کنسرت ها و یا بازدید از نمایشگاه هنری، آواز خواندن در گروه کر را انتخاب نمودند و سپس به صورت تصادفی به ۵۱

^۱ - Lars Olov

مورد تقسیم شده و بلافاصله کار را شروع کردند و ۵۰ نفر هم در گروه کنترل بعد از آزمون این کار را انجام دادند. سلامت این افراد قبل از انتخاب تصادفی و بعد از دوره آزمون و با استفاده از ابزار سنجش درک شده مورد سنجش قرار گرفتند. نتایج آزمون نشان می دهد که سلامت فیزیکی در میان گروه مداخله بهبود یافته است، اما در میان گروه کنترل در طول آزمون کاهش یافته بود. عامل کارکرد اجتماعی نیز در میان گروه ماخله و آزمون بهتر از گروه کنترل بود. یافته های این تحقیق همچنین نشان می دهد که هنرهای زیبا موجب تقویت سلامت درک شده فیزیکی، کارکرد اجتماعی و نشاط افراد شده بود. بررسی پژوهش های انجام شده حاکی از آن است که برخی پژوهش های داخلی و خارجی در این درباره انجام گرفته است. با وجود مطالب جدید بسیاری که در هریک از این مطالعات وجود دارد، ولی می توان چندین نقد را به هریک از آنها وارد نمود. نخستین و اساسی ترین نقدی که می توان به بیشتر این مطالعات وارد نمود این است که برخی از این محققان در بررسی های خود فرضیه هایی را مطرح نموده اند که از پشتوانه نظری برخوردار نیست. دومین نقد اینکه محققان پیشین بیشتر به متغیرهای مشارکت اجتماعی و سیاسی پرداخته اند و متغیر مشارکت فرهنگی در تحقیقات آن بررسی نشده است.

چارچوب نظری پژوهش

در این قسمت از تحقیق از نظریه های ژان بودریار، لیک و هاجفلد، دورکیم و هانتینگتون و نلسون به عنوان چارچوب نظری تحقیق استفاده شده است. از دیدگاه جامعه شناسان، جامعه پذیری روندی است که فرد را برای زندگی گروهی آماده می کند و نقش اساسی در شکل گیری شخصیت، نگرش و رفتار فرد دارد. به عبارت دیگر، فرآیندی است که طی آن هر فردی راهکارهای ارائه شده از جانب یک اجتماعی معلوم یا گروه های اجتماعی را یاد می گیرد تا بتواند در آن جامعه کارکرد داشته باشد. در جامعه ما نگاه جنسیتی باعث می شود تا به رغم تبلیغات گسترده ای که برای مشارکت فرهنگی و سیاسی زنان صورت می گیرد، تغییرات چندانی را در این زمینه شاهد نباشیم و مشارکت در سطح بسیار پایینی قرار گیرد. آنچه در این مبحث به آن توجه می شود هنجارهای اجتماعی با تأکید بر مسئله جنسیت است که افراد در طول زندگی خود و بر اثر جامعه پذیری با آنها آشنا می شوند و تأثیری است که این هنجارها در مشارکت فرهنگی زنان ایفا می کنند. در واقع،

جامعه پذیری یکی از عوامل موثر در مشارکت و یا عدم مشارکت زنان در امور اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۸۹).

از اندیشمندان علوم اجتماعی که بر نقش رسانه در نهادینه شدن ارزش های مشارکت جو تأکید می کند، ژان بودریار است. بودریار در خلق دنیای "وانموده" تأکید ویژه ای بر رسانه ها دارد و انتقادات تندی بر رسانه ها وارد می کند. وی معتقد است: "این رسانه هستند که نقش اصلی را در مخدوش کردن واقعیات بازی می کنند. وی ریشه وانموده ها را در صحنه پردازی و تبلیغات رسانه تشخیص می دهد" (ریتزر: ۱۳۸۶: ۴۱۶). فراواقعیت در نظر بودریار نوعی توهم گسترده است که به یاری مکانیسم های پیشرفته جهان مدرن یعنی رسانه های الکترونیک و همچنین تمامی امکانات تکنولوژیک تغییر واقعیت ساخته می شود" (فکوهی، ۱۳۸۶: ۳۲۱).

لیک و هاچفلد دریافتند که فعالیت های فرهنگی، محصول تعاملات اجتماعی در داخل یک شبکه اجتماعی می باشد. آنها همچنین گزارش می دهند که تولید سرمایه اجتماعی، تابع سه امر مهم است: (۱) میزان تخصص اجتماعی آن شبکه، (۲) فرکانس تعاملات در داخل شبکه، و (۳) اندازه یا گستردگی شبکه (لیک و هاچفلد، ۱۹۹۸: ۵۶۷).

بنا به اعتقاد دورکیم، وقتی حس تعلق به جامعه در افراد وجود داشته باشد، یک حس همانندی و قرابت به وجود خواهد آمد و پیوندهای عاطفی و دل مشغولی ها و منافع مشترک افراد را به هم پیوند می دهد که نتیجه آن افزایش و تشدید تماس های آنان و گسترش ارتباطات در سطح جامعه است و این مهمترین ابزار برای یک مدیریت خوب بویژه در کشورهای جهان سوم است. در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به دلیل قرار گرفتن در دوران گذار، بسترها و عوامل ایجاد احساس تعلق اجتماعی، دچار تغییر می شود، چراکه در دوران گذار بنا به نظر دورکیم، هنجارهای موجود در جامعه در معرض تغییر و تحول قرار خواهند گرفت که در نتیجه آن احتمال کم رنگ شدن تعلقات اجتماعی افراد به جامعه و به تبع آن تغییر الگوهای همکاری در امور مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... قوت خواهد یافت (محسنی و جلالی، ۱۳۸۲: ۱۱).

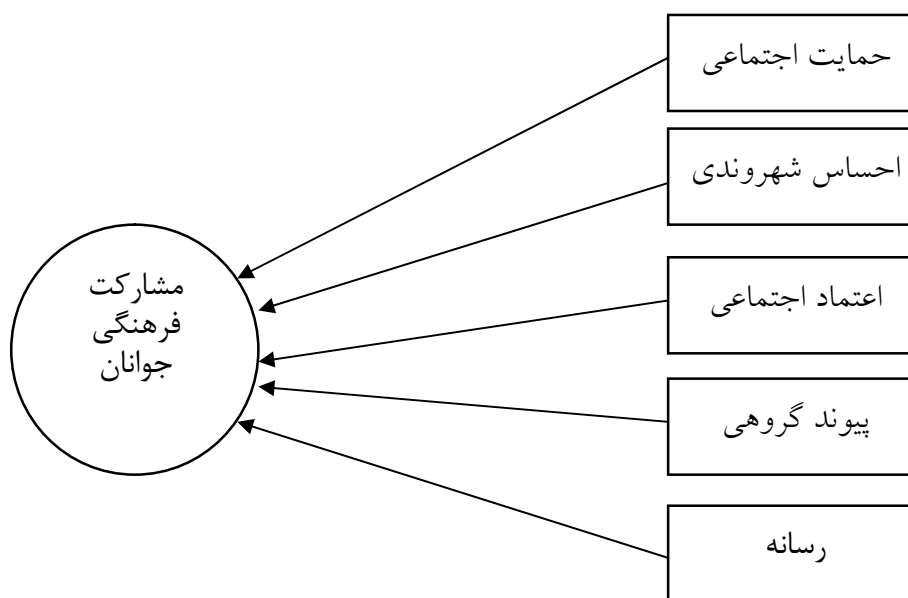
ساموئل هانتینگتون و نلسون مدعی اند که مشارکت سیاسی و فرهنگی بیشتر متأثر از مداخله و همکاری فرد در فعالیت ها، تشکل ها و سازمان هاست؛ یعنی میزان عضویت و همکاری فعال در گروه ها، انجمن ها، جماعت ها و نهادهای مردمی و احزاب سیاسی، نوعی بینش و مسئولیت فردی و جمعی

برای فرد ایجاد می کند. از این رو، تداوم همکاری و مشارکت برای او ضرورت یا حتی وظیفه و تکلیف انسانی قلمداد می شود (سبکتگین ریزی و روهنده، ۱۳۹۴: ۷۱).

عوامل عمده و موثر بر مشارکت فرهنگی از دیدگاه نظریه پردازان جامعه شناسی

نظریه پرداز	متغیرها	فرضیه ها
دورکیم	حمایت اجتماعی	بین میزان حمایت اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
هانتینگتون و نلسون	احساس شهروندی	بین میزان احساس شهروندی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
لیک و هاجفلد	اعتماد اجتماعی	بین میزان اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
دورکیم	پیوند گروهی	بین میزان پیوند گروهی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
بودریار	رسانه های جمعی	بین میزان استفاده آنان از رسانه ها و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

مدل نظری پژوهش



فرضیه های پژوهش

در پرتو مروری بر پیشینه مطالعات و مبانی نظری و چارچوب تبیینی تحقیق، فرضیه های زیر تنظیم شده اند:

- بین میزان حمایت اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان احساس شهروندی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان پیوند گروهی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده آنان از رسانه ها و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع همبستگی و به صورت پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را جوانان ۱۵-۲۹ سال شهر خلخال تشکیل می دهند. حجم جمعیت آماری طبق آمار اداره ثبت احوال ۲۲۶۳۶ نفر است. حجم نمونه در این تحقیق شامل ۳۸۰ نفر می باشد که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد. در قسمت روش نمونه گیری، نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای به کار گرفته شد؛ بدین صورت که در مرحله اول شهر خلخال به منطقه جغرافیایی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم و در مرحله بعد، از هر منطقه دو محله به صورت خوشه مشخص گردید. سپس از هر کدام از محله ها، چند کوچه انتخاب و از هر کوچه، چند خانه و از هر خانه، یک فرد برای پاسخگویی به پرسشنامه انتخاب شد. در این تحقیق از تکنیک پرسشنامه که رایج ترین تکنیک مورد استفاده در تحقیق پیمایشی است استفاده گردید. در این تحقیق از اعتبار صوری و اعتبار سازه ای استفاده شد و برای بررسی آلفای کرونباخ پرسشنامه تحقیق، ابتدا نمونه ای شامل سی پرسشنامه در بین جوانان ۱۵-۲۹ سال شهر خلخال که به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شدند پخش گردید (پیش آزمون)، سپس از طریق نرم افزار (spss) برای مشارکت فرهنگی و متغیرهای مستقل، گویه های آنها از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن به شرح زیر می باشد:

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

آلفای کل	مقدار آلفا	
۰/۷۳۷	۰/۸۷۴	حمایت اجتماعی
	۰/۸۵۴	احساس شهروندی
	۰/۸۴۰	اعتماد اجتماعی
	۰/۸۱۳	پیوند گروهی
	۰/۹۴۵	رسانه های جمعی
	۰/۷۰۱	مشارکت فرهنگی

تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای مستقل و وابسته

اعتماد اجتماعی

تعریف نظری: دلالت بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی شان دارند (ازکیا، ۱۳۸۰: ۱۳۸).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر اعتماد اجتماعی با گویه هایی چون اطمینان به ادارات دولتی، روحانیون، نیروی انتظامی و ... از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

رسانه های جمعی

تعریف نظری: وسایل ارتباط جمعی به ابزارهایی اشاره دارد که کار انتقال پیام به جمع زیادی از افراد را بر عهده دارد. وسایل ارتباط جمعی یعنی تلویزیون، رادیو و روزنامه و (اخیرا ماهواره) بیش از همه مورد توجه سیاست مداران و ارتباط گران سیاسی است. سیاست مداران از وسایل ارتباط جمعی سه بهره متفاوت می برند؛ نخست: ارائه اطلاعات، دوم: شخصیت پردازی، سوم: شکل دادن افکار عمومی و آماده کردن و جهت دادن به آن (علوی، ۱۳۷۵: ۹۴).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر رسانه های جمعی با گویه هایی چون میزان استفاده از رادیو و تلویزیون، روزنامه ها و ... از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

حمایت اجتماعی

تعریف نظری: حمایت اجتماعی به مراقبت، محبت، عزت، تسلی و کمکی که سایر افراد یا گروه‌ها به فرد ارزانی می‌دارند، گفته می‌شود. این حمایت را ممکن است منابع گوناگونی مانند همسر، نامزد، خانواده،

اقوام، دوستان، همکاران، پزشک یا سازمان‌های اجتماعی به عمل آورند. بنابراین کسانی که از حمایت اجتماعی برخوردارند، احساس می‌کنند کسی دوستشان دارد، به آن‌ها اهمیت داده می‌شود، دیگران آن‌ها را افرادی محترم، با عزت و باارزش به‌شمار می‌آورند و خود را بخشی از شبکه اجتماعی مانند خانواده، گروه و انجمن یا سازمان اجتماعی می‌دانند که می‌توانند منبع کمک‌های مادی و معنوی و خدمات دوجانبه در هنگام نیاز باشد (سارافینو، ۱۳۸۷: ۱۷۸).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر حمایت اجتماعی با گویه‌هایی چون میزان حمایت از طریق خانواده، اقوام، دوستان و ... از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

احساس شهروندی

تعریف نظری: مارشال شهروندی را موقعیت اعطا شده به اعضای کامل اجتماع می‌داند. تمام افراد دارای این موقعیت، با توجه به حقوق و وظایف اعطا شده به آنان با هم برابرند (شیانی، ۱۳۸۱: ۶۶).
تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر احساس شهروندی با گویه‌هایی چون احترام به قوانین جامعه، مشارکت فعال در مسائل شهروندی، حفظ محیط زیست و ... از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

پیوند گروهی

تعریف نظری: پیوند گروهی عبارت است از حس دلبستگی، وابستگی و وفاداری به جامعه که موجب همبستگی بین افراد و ایجاد پیوستگی یا "احساس ما" شده؛ به نحوی که فرد، خود را بخش جدایی ناپذیری از جامعه می‌داند (پولینی، ۲۰۰۰؛ به نقل از بیدل و محمود زاده، ۱۳۹۱: ۴۷).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر پیوند گروهی با گویه‌هایی چون شرکت در کارهای گروهی، شرکت در کارهای عمومی و ... از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

مشارکت فرهنگی

تعریف نظری: شرکت داوطلبانه و آگاهانه افراد، گروه‌ها و سازمان‌های تشکیل دهنده یک جامعه در ابعاد گوناگون زندگی فرهنگی آن جامعه برای رسیدن به توسعه پایدار و همه جانبه زندگی فرهنگی (کوثری، حسینی، ۱۳۷۹: ۲۹).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق متغیر مشارکت فرهنگی با شاخص هایی چون شرکت در مسابقات فرهنگی، جشن های مذهبی، استفاده از اینترنت و . . . از طریق پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شد.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

مطابق با یافته های تحقیق ۵۱/۸ درصد از کل پاسخگویان مرد و دارای بیشترین درصد بوده اند. همچنین، ۴۸/۲ درصد از پاسخگویان زن و دارای کمترین درصد می باشند. کمترین سن برابر با ۱۵ سال و بیشترین سن ۲۹ سال و بالاتر بوده است. بیشتر پاسخگویان نیز در مقطع سنی ۲۸-۳۷ قرار دارند. ۶۰/۵ درصد از کل پاسخگویان متاهل و دارای بیشترین فراوانی بوده اند. همچنین ۰/۵ درصد از پاسخگویان نیز وضعیت تاهلشان را همسر فوت شده اعلام کرده و دارای کمترین فراوانی می باشند. ۳۲/۹ درصد را در این بررسی پاسخگویانی تشکیل داده اند که دارای سطح تحصیلات کارشناسی بوده و بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند و ۱/۶ درصد پاسخگویان دارای سطح تحصیلات قدیم- نهضت سوادآموزی بوده و کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند. ۴۹ نفر (۱۲/۹ درصد) از افراد نمونه شغل شان را آزاد، ۶ نفر (۱/۶ درصد) از افراد نمونه کارگر و . . . کمترین میزان درآمد برابر با کمتر از ۵۰۰ هزار تومان با ۶/۱ درصد و بیشترین میزان درآمد برابر با بالای ۳۵۰۱ هزار تومان با ۰/۸ درصد می باشد.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر حمایت اجتماعی

آماره های توصیفی

حمایت اجتماعی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۲/۸۳۴۲	۳	۱/۰۶۵۸۵

با توجه به جدول بالا می توان گفت حمایت اجتماعی دارای میانگین ۲/۸۳۴۲ است. مقدار انحراف معیار نشان می دهد که متوسط پراکندگی حمایت اجتماعی از میانگین، ۱/۰۶۵۸۵ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان حمایت اجتماعی

درصد	فراوانی	
۲۸/۷	۱۰۹	زیاد
۳۶/۱	۱۳۷	متوسط
۵۷/۷	۱۳۴	کم

۱۰۰/۰	۳۸۰	جمع
-------	-----	-----

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که میزان امتیازات حمایت اجتماعی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می‌توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۳۶/۱) مربوط به رده سوم (متوسط) می‌باشد.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر احساس شهروندی

جدول آماره‌های توصیفی

احساس شهروندی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۰/۸۴۲	۲	۱/۹۴۸

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت احساس شهروندی دارای میانگین ۱/۹۴۸ است. مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد که متوسط پراکندگی احساس شهروندی از میانگین، ۰/۸۴۲ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب احساس شهروندی

درصد	فراوانی	
۰/۸۵	۳۲۳	زیاد
۱۳/۴	۵۱	متوسط
۱/۶	۶	کم
۱۰۰/۰	۳۸۰	جمع

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که میزان امتیازات احساس شهروندی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می‌توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۵۵/۰) مربوط به رده دوم (موافقم) می‌باشد.

تفکیک نمونه بر حسب متغیر اعتماد اجتماعی

جدول آماره‌های توصیفی

اعتماد اجتماعی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۳/۰۸۴۲	۳	۰/۹۱۵۰۰

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت اعتماد اجتماعی دارای میانگین ۳/۰۸۴۲ است. مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد که متوسط پراکندگی اعتماد اجتماعی از میانگین، ۰/۹۱۵۰۰ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد اجتماعی

درصد	فراوانی	
۳۲/۷	۱۲۴	زیاد

متوسط	۱۶۵	۴۳/۴
کم	۹۱	۲۳/۹
جمع	۳۸۰	۱۰۰/۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که میزان امتیازات اعتماد اجتماعی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می‌توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۴۳/۴) مربوط به رده سوم (متوسط) می‌باشد.

تفکیک نمونه بر حسب میزان پیوند گروهی

جدول آماره‌های توصیفی

پیوند گروهی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۳/۱۸۱۶	۳	۰/۸۹۶۳۰

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت پیوند گروهی دارای میانگین ۱/۹۴۸ است. مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد که متوسط پراکندگی پیوند گروهی از میانگین، ۰/۸۴۲ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان پیوند گروهی

درصد	فراوانی	
زیاد	۳۱	۸/۲
متوسط	۱۶۸	۴۴/۲
کم	۱۸۴	۴۸/۴
جمع	۳۸۰	۱۰۰/۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که میزان امتیازات پیوند گروهی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می‌توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۴۴/۲) مربوط به رده سوم (تا حدی موافقم) می‌باشد.

تفکیک نمونه بر حسب رسانه های جمعی

جدول آماره‌های توصیفی

رسانه های جمعی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۱/۸۷۱۱	۲	۰/۷۳۱۲۹

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت رسانه های جمعی دارای میانگین ۱/۸۷۱۱ است. مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد که متوسط پراکندگی رسانه های جمعی از میانگین، ۰/۷۳۱۲۹ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از رسانه های جمعی

درصد	فراوانی	
۰/۸	۳	بیش از ۹ ساعت
۲/۱	۸	۷-۸ ساعات
۱۰/۰	۳۸	۵-۶ ساعت
۵۷/۶	۲۱۹	۳-۴ ساعت
۲۹/۵	۱۱۲	کمتر از ۲ ساعت
۱۰۰/۰	۳۸۰	جمع

با توجه به جدول بالا مشاهده می شود که میزان امتیازات رسانه های جمعی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۵۷/۶) مربوط به رده چهارم (۳-۴ ساعت) می باشد.

تفکیک نمونه بر حسب میزان مشارکت فرهنگی

جدول آماره های توصیفی

مشارکت فرهنگی	میانگین	مد	انحراف استاندارد
	۲/۹۵۵۳	۳	۰/۹۴۴۷۰

با توجه به جدول بالا می توان گفت مشارکت فرهنگی دارای میانگین ۲/۹۵۵۳ است. مقدار انحراف معیار نشان می دهد که متوسط پراکندگی مشارکت فرهنگی از میانگین، ۰/۹۴۴۷۰ است.

جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان مشارکت فرهنگی

درصد	فراوانی	
۰/۲۹	۱۱۰	زیاد
۳۷/۶	۱۴۳	متوسط
۳۳/۴	۱۲۷	کم
۱۰۰/۰	۳۸۰	جمع

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود که میزان امتیازات مشارکت فرهنگی به چه صورتی تفکیک شده است. با توجه به این جدول می‌توان گفت بیشترین فراوانی (۰/۳۷/۶) مربوط به رده سوم (متوسط) می‌باشد.

یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه های تحقیق)

آزمون کلموگروف - اسمیرونوف

جدول ۱: نتایج آزمون کلموگروف - اسمیرونوف

مشارکت فرهنگی	حمایت اجتماعی	احساس شهروندی	اعتماد اجتماعی	پیوند گروهی	رسانه های جمعی	
۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۰/۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	کل
۲/۹۵۵۳	۲/۸۳۴۲	۱۵/۴۶۱۷	۳/۰۸۴۲	۳/۱۸۱۶	۱/۸۷۱۱	میانگین
۰/۹۴۴۷۰	۱/۰۶۵۸۵	۲/۵۴۸۰۵	۰/۹۱۵۰۰	۰/۸۹۶۳۰	۰/۷۳۱۲۹	انحراف معیار
۰/۱۴۸	۰/۱۱۵	۰/۲۱۲	۰/۱۲۶	۰/۱۶۴	۰/۱۵۱	مطلق
۰/۱۰۶	۰/۰۷۷	۰/۱۳۱	۰/۱۲۶	۰/۱۶۴	۰/۰۹۰	مثبت
-۱/۴۸	-۱/۱۵	-۲/۱۲	-۱/۰۴	-۱/۱۰	-۱/۵۱	منفی
۱/۸۸۴	۱/۲۳۴	۱/۱۳۶	۱/۴۶۰	۱/۱۹۵	۱/۹۳۲	کلموگروف-اسمیرونوف
۰/۱۵۸	۰/۱۲۵	۰/۱۲۶	۰/۰۶۴	۰/۰۷۲	۰/۱۷۳	سطح معنی داری

در این قسمت از تحقیق با استفاده از آزمون کلموگروف - اسمیرونوف، نرمال بودن داده ها بررسی شد و به دلیل اینکه سطح معنی داری آزمون بیشتر از ۰/۰۵ به دست آمد، از آزمون های پارامتریک استفاده شد.

فرضیه اول: بین میزان حمایت اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

جدول ۲: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مشارکت فرهنگی و حمایت اجتماعی

متغیر یک	متغیر دو	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
حمایت اجتماعی	مشارکت فرهنگی	۰/۲۷۳	۰/۰۰۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت رابطه معنی داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی ۰/۲۷۳ بین دو متغیر رابطه معنی داری برقرار است؛ یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه دوم: بین میزان احساس شهروندی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

جدول ۳: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مشارکت فرهنگی و میزان احساس شهروندی

متغیر یک	متغیر دو	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
احساس شهروندی	مشارکت فرهنگی	۰/۱۰۵	۰/۰۴۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می شود سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۰/۹۵ می توان گفت رابطه معنی داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی ۰/۱۰۵ بین دو متغیر رابطه معنی داری برقرار است؛ یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می یابد.

فرضیه سوم: بین میزان اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

جدول ۴: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مشارکت فرهنگی و میزان اعتماد اجتماعی

متغیر یک	متغیر دو	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
اعتماد اجتماعی	مشارکت فرهنگی	۰/۱۲۸	۰/۰۰۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می شود سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۰/۹۵ می توان گفت رابطه معنی داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی ۰/۱۲۸ بین دو متغیر رابطه معنی داری برقرار است؛ یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می یابد.

فرضیه چهارم: بین میزان پیوند گروهی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

جدول ۵: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مشارکت فرهنگی و میزان پیوند گروهی آنان

متغیر یک	متغیر دو	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
پیوند گروهی	مشارکت فرهنگی	۰/۱۷۷	۰/۰۰۱

با توجه به جدول بالا مشاهده می شود سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۰/۹۵ می توان گفت رابطه معنی داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی ۰/۱۷۷ بین دو متغیر رابطه معنی داری برقرار است؛ یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می یابد.

فرضیه پنجم: بین میزان استفاده آنان از رسانه ها و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد.

جدول ۶: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر مشارکت فرهنگی و میزان استفاده آنان از رسانه ها

متغیر یک	متغیر دو	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
میزان استفاده از رسانه ها	مشارکت فرهنگی	۰/۱۸۵	۰/۰۰۰

با توجه به جدول بالا مشاهده می شود سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۰/۹۵ می توان گفت رابطه معنی داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی ۰/۱۸۵ بین دو متغیر رابطه معنی داری برقرار است؛ یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می یابد.

معادله رگرسیون به منظور تاثیر متغیرهای مستقل بر مشارکت فرهنگی

معادله رگرسیون به منظور تعیین رابطه بین متغیرهای مستقل (حمایت اجتماعی، احساس شهروندی، اعتماد اجتماعی، پیوند گروهی، رسانه های جمعی) و متغیر وابسته (مشارکت فرهنگی) بررسی می شود. مقدار ضریب تعیین بیان کننده این است که چه مقدار از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیرهای مستقل تبیین می شود. با کمک ضرایب بتا می توان معادله رگرسیون را نوشت. همچنین، ضرایب بتای استاندارد شده در تعیین سهم نسبی هر متغیر در تغییرات متغیر وابسته مؤثر است. ضریب بتای هر متغیر مستقلی که بیشتر باشد، به معنای این است که سهم نسبی بیشتری در تغییرات متغیر وابسته دارد.

خلاصه مدل

ضریب تعیین R Square	ضریب همبستگی R
۰/۲۴۳	۰/۴۹۳

با توجه به جدول بالا، مقدار ضریب همبستگی چندگانه مدل رگرسیونی برابر ۰/۴۹۳ است. مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۴۳ است؛ یعنی ۰/۲۴۳ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می شود.

آنالیز واریانس (Anova)

سطح معنی داری	مقدار آماره F
۰/۰۰۰	۹/۸۴۰

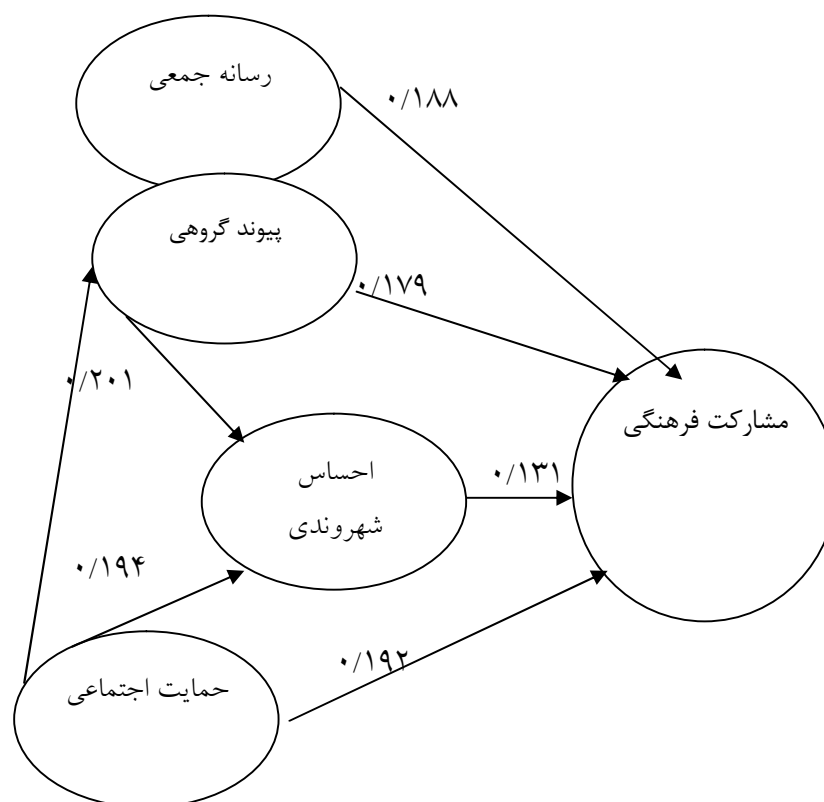
با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون $0/000$ کمتر از $0/05$ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت مدل برازش داده شده مدل مناسبی است و رابطه رگرسیون خطی است.

جدول ۷: ضریب رگرسیون

سطح معنی‌داری	ضریب بتای استاندارد شده	ضریب بتا
۰/۰۰۰	۰/۱۹۲	۰/۳۳۵
۰/۰۰۰	۰/۱۳۱	۰/۲۵۰
۰/۰۶۲	۰/۱۳۹	۰/۲۳۲
۰/۰۰۰	۰/۱۷۹	۰/۳۱۵
۰/۰۰۰	۰/۱۸۸	۰/۶۵۸

با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری چهار متغیر مستقل کمتر از $0/05$ است و وارد مدل رگرسیونی می‌شوند؛ اما سطح معنی‌داری متغیر مستقل اعتماد اجتماعی کمتر از $0/05$ می‌باشد و وارد مدل رگرسیونی نمی‌شود.

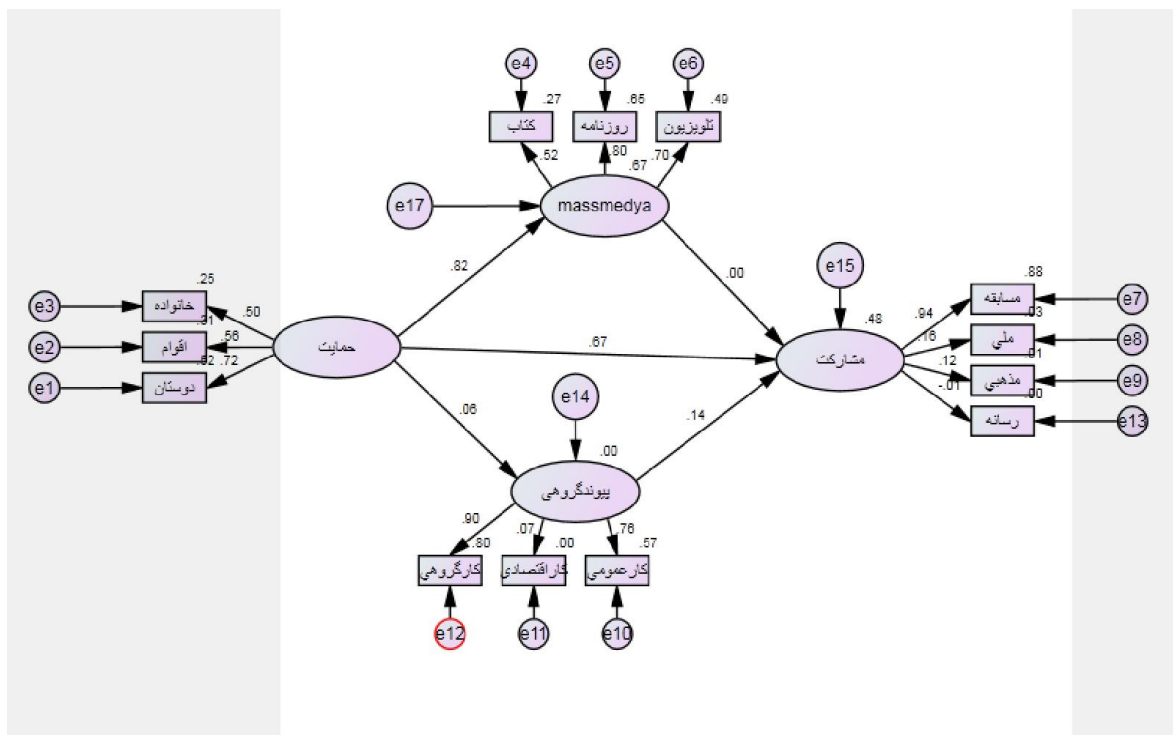
تحلیل مسیر



الگوسازی معادلات ساختاری با کاربرد Amos graphics

مدل زیر به آزمون اعتبار سازه ای متغیرهای مستقل (میزان حمایت اجتماعی، پیوند گروهی و میزان استفاده از رسانه ها) با متغیر وابسته میزان مشارکت فرهنگی و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه گیری همچنانکه از مدل برمی آید، بیشتر معرف های متغیرهای مکنون به طور نسبتاً مناسب روی آنها بار شده و البته متغیرهایی که بار گویه پایینی داشتند، از معادله خارج شده اند. بخش ساختاری مدل نیز حاکی از آن است که متغیر حمایت اجتماعی با میزان ۰/۶۷ بیشترین مقدار واریانس میزان مشارکت را تبیین کرده است.

شاخص های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده های مشاهده شده و اعتبار سازه ای وسیله اندازه گیری مورد بحث را نشان می دهد. کلیه شاخص های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آنهاست. از آنجا که معیارهای $AGFI=0/914$ ، $TLI=0/921$ و $IFI=0/925$ نزدیک به یک می باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار $RMSEA=0/076$ ، حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده ها در مدل است.



جدول ۸: نتایج به دست آمده از خروجی نرم افزار Amos

DF	P	Chi-square	AGFI	RMSEA	IFI	NFI	TLI	CMIN/DF
۱۰۳	۰/۰۰۰	۴۲۱/۷۵۸	۰/۹۱۴	۰/۰۷۴	۰/۹۲۵	۰/۹۱۶	۰/۹۲۱	۴/۱۸۷

بحث و نتیجه گیری

مشارکت مفهومی است چند بعدی و پیچیده که هر جامعه ای نسبت به قوام خود، از سطوح مختلفی از آن در ابعاد مختلف برخوردار است. بر همین اساس، جوامع مختلف به دنبال ایجاد و افزایش مشارکت فرهنگی جوانان در عرصه های گوناگون اجتماعی هستند تا بدین طریق، همبستگی اجتماعی و پیوندهای اجتماعی شان را محکم و از فروپاشی اجتماعی جلوگیری کنند. با توجه به اینکه انسان ها به خودی خود پتانسیل مشارکت را با هدف دستیابی به خواسته های فردی، جمعی، عدل، همبستگی، امنیت، کنترل محیط خود و ... دارا هستند، احساس تعلق و درگیر شدن در ساخت و ساز امور جامعه، یک "هویت جمعی" را در جامعه شکل می دهد که به عنوان عامل انگیزش اصلی برای مشارکت است. احساس تعلق افراد به اجتماعشان بیشتر در جوامعی مدنظر است که همبستگی ارگانیکی در آن ها کمتر است و در نتیجه نیاز به جوشش احساسات عاطفی و واکنش های "هویت جمعی" برای پیشبرد برنامه ریزی ها در ابعاد مختلف آن وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه اول، بین میزان حمایت اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. نظریه دورکیم نتیجه این فرضیه را تایید می کند. بنا به اعتقاد دورکیم، وقتی حس تعلق به جامعه در افراد وجود داشته باشد، یک حس همانندی و قرابت به وجود خواهد آمد و پیوندهای عاطفی و دل مشغولی ها و منافع مشترک افراد را به هم پیوند می دهد که نتیجه آن، افزایش و تشدید تماس های آنان و گسترش ارتباطات در سطح جامعه است و این مهمترین ابزار برای یک مدیریت خوب به ویژه در کشورهای جهان سوم است. در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به دلیل قرار گرفتن در دوران گذار، بسترها و عوامل ایجاد احساس تعلق اجتماعی، دچار تغییر می شود، چراکه در دوران گذار بنا به نظر دورکیم، هنجارهای موجود در جامعه در معرض تغییر و تحول قرار خواهند گرفت که در نتیجه آن احتمال کم رنگ شدن تعلقات اجتماعی افراد به جامعه و به تبع آن تغییر الگوهای همکاری در امور مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... قوت خواهد یافت (محسنی و جلالی، ۱۳۸۲: ۱۱).

نتایج فرضیه دوم نشان داد که بین میزان احساس شهروندی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. نظریه ساموئل هانتینگتون و نلسون، نتیجه این فرضیه را تایید می کند. هانتینگتون و نلسون مدعی اند که مشارکت سیاسی و فرهنگی بیشتر متأثر از مداخله و همکاری فرد در فعالیت ها، تشکل ها و سازمان هاست؛ یعنی میزان عضویت و همکاری فعال در گروه ها، انجمن ها، جماعت ها و نهادهای مردمی و احزاب سیاسی، نوعی بینش و مسئولیت فردی و جمعی برای فرد ایجاد می کند. از این رو، تداوم همکاری و مشارکت برای او ضرورت یا حتی وظیفه و تکلیف انسانی قلمداد می شود (سبکتگین ریزی و روهنده، ۱۳۹۴: ۷۱).

نتایج فرضیه سوم نشان داد که بین میزان اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. نظریه لیک و هاجفلد، نتیجه این فرضیه را تایید می کند. لیک و هاجفلد دریافتند که فعالیت های فرهنگی، محصول تعاملات اجتماعی در داخل یک شبکه اجتماعی می باشد. آنها همچنین گزارش می دهند که تولید سرمایه اجتماعی، تابع سه امر مهم است: (۱) میزان تخصص اجتماعی آن شبکه، (۲) فرکانس تعاملات در داخل شبکه، و (۳) اندازه یا گستردگی شبکه (لیک و هاجفلد، ۱۹۹۸: ۵۶۷).

نتایج فرضیه چهارم نشان داد که بین میزان پیوند گروهی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. نظریه دورکیم، نتیجه این فرضیه را تایید می کند. بنا به اعتقاد دورکیم، وقتی حس تعلق به جامعه در افراد وجود داشته باشد، یک حس همانندی و قرابت به وجود خواهد آمد و پیوندهای عاطفی و دل مشغولی ها و منافع مشترک افراد را به هم پیوند می دهد که نتیجه آن افزایش و تشدید تماس های آنان و گسترش ارتباطات در سطح جامعه است و این مهمترین ابزار برای یک مدیریت خوب بویژه در کشورهای جهان سوم است. در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به دلیل قرار گرفتن در دوران گذار، بسترها و عوامل ایجاد احساس تعلق اجتماعی، دچار تغییر می شود، چراکه در دوران گذار بنا به نظر دورکیم، هنجارهای موجود در جامعه در معرض تغییر و تحول قرار خواهند گرفت که در نتیجه آن احتمال کم رنگ شدن تعلقات اجتماعی افراد به جامعه و به تبع آن تغییر الگوهای همکاری در امور مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... قوت خواهد یافت (محسنی و جاراللهی، ۱۳۸۲: ۱۱).

نتایج فرضیه پنجم نشان داد که بین میزان استفاده آنان از رسانه ها و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. نظریه ژان بودریار، نتیجه این فرضیه را تایید می کند. از اندیشمندان علوم

اجتماعی که بر نقش رسانه در نهادینه شدن ارزش های مشارکت جو تأکید می کند، ژان بودریار است. بودریار در خلق دنیای "وانموده" تأکید ویژه ای بر رسانه ها دارد و انتقادات تنیدی بر رسانه ها وارد می کند. وی معتقد است: "این رسانه هستند که نقش اصلی را در مخدوش کردن واقعیات بازی می کنند. وی ریشه وانموده ها را در صحنه پردازی و تبلیغات رسانه تشخیص می دهد" (ریتزر: ۱۳۸۶: ۴۱۶). فراواقعیت در نظر بودریار نوعی توهم گسترده است که به یاری مکانیسم های پیشرفته جهان مدرن یعنی رسانه های الکترونیک و همچنین تمامی امکانات تکنولوژیک تغییر واقعیت ساخته می شود (فکوهی، ۱۳۸۶: ۳۲۱).

پیشنهادها

۱. باتوجه به نتایج پژوهش، بین میزان استفاده از رسانه های جمعی و مشارکت فرهنگی رابطه وجود دارد. بنابراین، رسانه های جمعی باید خود را وکیل و قیم زنان و جوانان روشن بین بدانند، موضوعات و مقولات را بی طرفانه انتخاب کنند و در جهت پذیرای دغدغه ها و پیشنهادهای آنها باشند. از آنجا که علت اصلی مشارکت اندک شهروندان در اداره امور جامعه، قبل از هرچیز، مسئله ای فرهنگی است، قبل از هر اقدامی، ضروری است فرهنگ مشارکت ترویج شود. به این منظور، بی تردید رسانه های داخلی می توانند بیشترین تأثیر ممکن را داشته باشند.
۲. همچنین یافته ها نشان داد که بین متغیرهای میزان اعتماد اجتماعی با مشارکت فرهنگی رابطه وجود دارد. بدیهی است که فعال کردن و انگیزه دادن به جوانان برای مشارکت نیازمند فضای سیاسی شفاف، قوانین و مقررات مناسب، برخورداری نسبی از امکانات معیشتی و رفاهی است. در این حالت مشارکت در جهت حمایت از موجودیت، اقتدار و تقویت حاکمیت نظام خواهد بود. اگر مخالفت و مبارزه ای هم باشد در چهارچوب نظام و نه بر ضد موجودیت نظام است.
۳. با توجه به یافته های پژوهش بین میزان احساس شهروندی و مشارکت فرهنگی رابطه وجود دارد. همچنین آشنایی افراد از حقوق شهروندی دارای اهمیت زیادی است. بنابراین توجه سازمان ها و نهادهای دولتی و خصوصی به رشد و توسعه افکار و آگاهی افراد از حقوق شهروندی از طریق التفات به امر تبلیغات و آموزش های غیررسمی، مورد تأکید قرار می گیرد. در این صورت، نقش سازمان هایی همانند صدا و سیما، آموزش و پرورش، شهرداری، شورای شهر، خانواده، مؤسسات

- غیردولتی (NGO) در توجه به آموزش‌های غیررسمی از طریق روش‌های مختلف تبلیغاتی و توجه دادن جوانان به حقوق اساسی‌شان در ابعاد مدنی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی پیشنهاد می‌شود.
۴. با توجه به یافته‌های پژوهش بین میزان پیوند گروهی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد. بنابراین تکوین مدیریت محله‌ای در امور و فعالیت‌های مختلف به منظور افزایش تعلق به محله و افزایش انگیزه مشارکت در امور محله منجر به افزایش مشارکت فرهنگی جوانان خواهد شد.
۵. با توجه به یافته‌های پژوهش بین میزان حمایت اجتماعی و میزان مشارکت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد. با عنایت به گستردگی و قوی بودن میزان حمایت‌های اجتماعی در جامعه، بهره‌گیری از محرک‌های مشوق و آمرانه در برنامه‌ها و فعالیت‌های مختلف نیز می‌تواند زمینه‌های مشارکت فرهنگی جوانان را فراهم آورد.

منابع

- آوریده، سولماز و علمی، محمود. (۱۳۸۹). "بررسی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور (بررسی موردی: پیام نور مرکز رشت)". زن و مطالعات خانواده. دوره ۳، شماره ۹، ۳۷-۵۵.
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰). جامعه شناسی توسعه. چاپ نهم، تهران: کیهان
- اعزازی، شهلا. (۱۳۸۳). "گزارش تحلیلی از سریال های تلویزیونی". پژوهش و سنجش. دوره ۱۱، شماره ۳۷.
- بابایی فرد، اسداله. (۱۳۸۹). "توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران". فصلنامه رفاه اجتماعی. سال دهم، شماره ۳۷.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۱). درباره تقسیم کار اجتماعی. باقر پرهام. تهران: نشر مرکز
- دهقان، علیرضا و غفاری، غلام رضا. (۱۳۸۴). "تبیین مشارکت اجتماعی - فرهنگی دانشجویان دانشگاه های علوم پزشکی شهر تهران". مقاله ۴، دوره ۶، شماره ۱، ۶۷-۹۸.
- ریتزر، جرج. (۱۳۸۶). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- زاهد، سید سعید و رجبی، ماهرخ. (۱۳۸۷). "عوامل موثر بر مشارکت فرهنگی زنان در استان فارس". مجله مطالعات اجتماعی ایران. دوره ۲، شماره ۱ (پیاپی ۳)، ۷۵-۵۵.
- سبکتگین ریزی، قربانعلی؛ روهنده، مجید؛ بساطیان، سید محمد و جعفری، احمد. (۱۳۹۴). "رضایتمندی و مشارکت سیاسی - اجتماعی مطالعه موردی: شهروندان شهر کرج". جامعه شناسی کاربردی. سال بیست و هفتم، شماره پیاپی (۳۶)، شماره سوم.
- شیانی، ملیحه. (۱۳۸۷). "تحلیلی جامعه شناختی از وضعیت شهروندی در لرستان". مجله جامعه شناسی ایران. دوره چهارم، شماره ۳، ۶۰-۸۰.
- کوثری. (۱۳۷۹). مشارکت فرهنگی. تهران: انتشارات آن
- محسنی تبریزی، علیرضا و دیگران. (۱۳۸۸). "تقدیرگرایی و عوامل مؤثر بر آن". فصلنامه علمی پژوهش علوم اجتماعی. سال دوم، شماره هفتم.

- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۶۹). بررسی زمینه های مشارکتی روستاییان و ارتباط آن با ترویج کشاورزی. تهران
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۷۳). "بیگانگی مانعی برای مشارکت و توسعه ملی؛ بررسی رابطه میان بیگانگی و مشارکت اجتماعی- سیاسی". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. مرکز پژوهش های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- محسنی تبریزی، علیرضا؛ طباطبایی، قاضی و مرجائی، هادی. (۱۳۸۱). مشارکت سیاسی بانوان در ۱۲۸ استان کشور. وزارت کشور. موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۷۶). بررسی رابطه بیگانگی سیاسی- اجتماعی و مشارکت سیاسی- اجتماعی در میان سرپرستان خانوارهای شهر تهران. معاونت پژوهشی دانشگاه تهران.
- Lars Olov, Bygren; Gösta, Weissglas; Britt-Maj, Wikström; Boinkum Benson, Konlaan; Andrej; Grjibovski; Ann-Brith, Karlsson; Sven-Olof, Andersson; Michael, Sjöström. (۲۰۱۵). **"Cultural Participation and Health: A Randomized Controlled Trial Among Medical Care Staff"**. Communication Research, ۱۸-۴۲.

A Sociological Study on Youth Cultural Participation and its Related Social Factors (Case Study: Youth in Khalkhal City)

Eghbale Azizkhani

Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Khalkhal Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran

Received: ۲۱ Nov. ۲۰۱۷

Accepted: ۰ Feb. ۲۰۱۸

The study is to explain the sociological contribution of cultural participation among Khalkhal youth and its related social factors. In this research, what is important is the importance of cultural participation. The theoretical framework and theoretical model were presented using the theories of Jean-Baudrillard, Lick and Hachfeld, Durkheim and Huntington and Nelson. This research was conducted through a survey method. Face and structural validity was used and reliability was obtained using Cronbach's alpha coefficient. The statistical population of the study consists of young people aged ۱۵-۲۹ in Khalkhal, the number of which is according to the registry office. Using Cochran formula, ۳۸۰ people were selected by multi-stage cluster sampling. To analyze the data, two methods of descriptive and inferential statistics were used and analyzed using spss software. After preparing the matrix table, the information is arranged in the form of one-dimensional and two-dimensional tables. Findings indicate that independent variables of social support, sense of citizenship, social trust, group association and mass media have a significant relationship with the dependent variable of cultural participation.

Key words: Cultural Participation, Social Support, Sense of Citizenship, Trust and Group Engagement