

مشارکت اجتماعی زنان (۱)

ژاله شادی طلب^۱

افسانه کمالی^۲

چکیده

در جامعه شناسی نظریه واحدی که بتواند در توضیح و تبیین مشارکت اجتماعی زنان بویژه در کشورهای در حال توسعه بکار گرفته شود کمتر یافت می شود. بنابراین چارچوب مفهومی خاصی برای این پژوهش طراحی شد. این مقاله بخشی از یافته های پژوهشی را ارائه می کند که با هدف بررسی میزان و عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی زنان در سطح شهر تهران انجام گرفته است.

متغیرهای پژوهشی شامل ویژگی های فرهنگی - ارزشی - خانوادگی و اقتصادی - اجتماعی است. یافته ها حاکی از سطح مشارکت مذهبی - خیریه ای بالاتر از متوسط و گرایش اندک به سایر انواع مشارکت های اجتماعی در میان زنان است. زنان بر اساس میزان مشارکت اجتماعی به چهار گروه تفکیک شده اند: منفعل ترین گروه زنان ۳۸ درصد، انزواجویان ۳۱ درصد، فعالان فرهنگی ۱۴ درصد و مشارکت جوتترین زنان که ۱۶ درصد از کل جامعه مورد بررسی را تشکیل می دهند. محدودیت های ساختاری و خانوادگی از بارزترین موانع مشارکت اجتماعی زنان گزارش شده است.

کلید واژه: زنان، فرهنگ، مشارکت اجتماعی

مقدمه

اگرچه موضوع مشارکت از قدمتی معادل حیات بشری برخوردار و با مفاهیمی نظیر همکاری، همیاری، تعاون، مساعدت و همبستگی مرتبط است، اما بسط این مفهوم در دوران جدید و بویژه ارتباط آن با توسعه ابعادی نو و گسترده به آن بخشیده است. بهمین دلیل در جوامع در حال توسعه باید بسترها و زمینه های لازم برای مشارکت زنان مهیا شود و در عین حال باورها و ارزش های خاصی که تسهیل کننده یا مانع حضور و تعامل جدی تر زنان در عرصه های اقتصادی - اجتماعی است، شناسایی شوند. مطالعه حاضر، پژوهشی زمینه ای در این باره محسوب می شود و از این رو انجام مطالعات گسترده تر و عمیق تر برغناهی علمی بحث خواهد افزود.

چارچوب مفهومی

^۱ دانشجویار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
^۲ دانشجوی دوره دکتری جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
Jshadi@yahoo.com
Afsan20012002@yahoo.com

مطالعه مشارکت اجتماعی و نیز موضوع حضور زنان در عرصه های گوناگون اجتماعی از منظرهای متفاوتی قابل انجام است. با این حال بررسی دیدگاه های نظری موجود در این باره گویای این نکته مهم است که با توجه به تأثیرگذاری عوامل متعدد بر مشارکت اجتماعی زنان، نظریه ای کلی که به صورتی ساده، همه یا بیشتر متغیرهای مربوط به مشارکت اجتماعی را دربرداشته باشد، مطرح نگردیده است. از این رو به نظر می رسد مشارکت، پدیده پیچیده ای است که به تعداد بسیار فراوانی از متغیرهای گوناگون وابستگی دارد. البته این به آن معنا نیست که هیچ الگوی ادراکی نمی توان برای تبیین مشارکت مطرح نمود، دست کم می توان گروهی از متغیرهای مستقل متعاملی را که دراصل درونی هستند (روانشناختی) و آنهایی که از محیط بیرونی (اجتماعی) فرد ناشی می شوند، در نظر گرفت (Sills 1963 : 256). ازاین رو در این تحقیق سعی گردیده است با ارایه الگویی تبیینی، مشارکت اجتماعی زنان به عنوان متغیری وابسته و متأثر از عوامل گوناگون دیده شود، که در شبکه ای از روابط و به صورت مرکب و مجموع قرار دارد و کل تغییرات آن توسط مجموعه متغیرهای مستقل بیان می گردد.

در الگوی نظری ارائه شده، مشارکت اجتماعی زنان، تحت تأثیر مجموعه ای از متغیرهای متعامل واقع است که در پنج گروه مستقل اما مرتبط با یکدیگر قرار دارند :

گروه نخست، ویژگی های فرهنگی- ارزشی زن نامگذاری شده و در برگیرنده متغیرهایی است که همزمان بر تمایل فرد به مشارکت اجتماعی و رفتار مشارکت اجتماعی تأثیر می گذارند.

(Midgeley. 1986, Ritze. 1993, Inkeles. 1968, McClelland. 1963, Percheron. 1992)

این متغیرها عبارتند از: نظم گرایی، جمع گرایی و میل به کار گروهی، نوبذیری، تقدیرگرایی و عدالت جویی.

گروه دوم، متغیرها ویژگی های خانوادگی زن را مطرح می سازد که بر تمایلات وی به مشارکت اجتماعی و رفتار مشارکت اجتماعی او تأثیرگذارند. این متغیرها، پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده، فرهنگ سیاسی خانواده، میزان پابندی خانواده به سنت ها، الگوهای تصمیم گیری خانواده و نقش زن در تصمیم گیری ها، بعد خانواده (تعداد فرزندان) و میزان انسجام خانوادگی را شامل می شود (Midgeley 1986 و Almond 1984)

گروه سوم متغیرها شامل آن دسته عوامل جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی نظیر سن، پایگاه اجتماعی- اقتصادی زن، وضعیت تأهل، مدت اقامت در شهر، سابقه مشارکت و میزان استفاده فرد از رسانه ها^۳ است که برای هر تحلیل جامعه شناختی از مشارکت اجتماعی ضروری بنظر می رسند. عوامل این گروه همچنین به طور گسترده ای فرصت های رسیدن زن به موفقیت و رضایت مندی در زندگی را تعیین می نمایند. آنان همچنین در استفاده بهینه فرد از فرصت ها و وسایل نهادینه شده برای نیل به اهداف فرهنگی و انطباق با قواعد رفتار اجتماعی موردانتظار، نقش دارند و با مشارکت اجتماعی به شدت همبسته اند (Percheron 1982, Yoshizaki 1998, Midgeley 1986, Almond 1974, Schwartz 1973 و...)

^۳ Media – Exposure

گروه چهارم، روانشناختی اجتماعی هستند. این دسته از متغیرها به زمینه ای گسترده تر از یک تحلیل جامعه شناختی از فرآیند مشارکت اجتماعی توجه دارد. در این گروه، نیاز به موفقیت، احساس خود اثربخشی، سبقت جویی و میل به اثبات برتری فردی و بیگانگی اجتماعی به عنوان متغیرهایی روانشناختی اجتماعی همزمان بر درجه تمایل فرد به مشارکت اجتماعی و رفتار واقعی مشارکت اثرگذارند. (Gundelach 1998 McClelland 1963).

گروه پنجم، بیشتر تمایل فرد به مشارکت اجتماعی را نشان می دهد و بر تمایلات اولیه و آمادگی روانی برای ارتکاب عمل واقعی مشارکت (شرکت در فرآیندهای اجتماعی) دلالت دارد. بدیهی است که تحقق عمل واقعی مشارکت از جمله رفتار واقعی مشارکت اجتماعی در زمینه هایی^۴ صورت می گیرد که بر موارد قانونی، عرفی، مکانی، زمانی و اقتصادی شمول دارد. این زمینه ها همچنین مبین محدودیتها و موانع مشارکت اجتماعی زنان نیز هست که می توانند تمایل به مشارکت و یا ارتکاب عمل واقعی مشارکت را تحت تأثیر قرار دهند.

روش پژوهش

این مطالعه، پژوهشی پیمایشی بوده که با استفاده از پرسشنامه، اطلاعات مربوط به ۱۴۷۷ زن ۱۵ ساله به بالای شهر تهران را جمع آوری کرده است. پرسش ها در قالب سوال و گویه طرح شده و در پایان برای تبیین دقیق تر و امکان مقایسه طیف ها و پرسش ها در سطح ترتیبی و فاصله ای در مقیاس بین یک تا پنج تنظیم گشته است. به طوریکه مقدار یک به معنای کمترین (پایین ترین) و مقدار پنج به معنای بیشترین (بالا ترین) اندازه در مورد متغیر مربوط محسوب می شود.

یافته های پژوهش

مهمترین اطلاعات گردآوری شده براساس چهارچوب مفهومی در پنج گروه از متغیر های اصلی (جدول شماره ۱) و زیرمجموعه های هر گروه به ترتیب ارایه می شوند.

۰۱ حوزه ویژگی های فرهنگی - ارزشی

در این حوزه پنج محور نگرش های شخصیتی، نگرش های جنسیتی، اعتماد متقابل، احساس امنیت و احساس تقید مذهبی مدنظر قرار گرفته اند. در نتیجه تحلیل عاملی گویه های هریک از این محورها در عامل های متعددی استخراج شده که به صورت متغیر مستقل در نهایت در تحلیل همبستگی میزان های مشارکت، مطالعه شده اند.

- محور نگرش های شخصیتی در این محور، بالاترین میانگین مربوط به اخلاق مدنی (۴/۵۱) و پایین ترین مربوط به عدالت جویی (۲/۲۵) است که به مفهوم اعتقاد بسیار زیاد زنان به ویژگی هایی نظیر جمع گرایی، نظم گرایی، ارزش های فرامادی و اعتقاد بسیار اندک پاسخگویان به وجود تساوی و عدالت در میان زنان و مردان در جامعه است.

^۴Contexts

- در محور اعتماد متقابل، بالاترین سطح اعتماد و در سطح بسیار زیاد مربوط به دیگران نزدیک شامل خانواده اصلی، دوستان و اقوام نزدیک (۴/۱۸) و پایین ترین سطح اعتماد مربوط به اعتماد جنسیتی شامل اعتماد به زنان، مردان و محیط های کاری با مدیریت زنانه و در سطحی متوسط (۲/۸۷) است. با این حال به طور کلی پاسخگویان در سطوح اعتماد بالاتری قرار دارند.
- در محور احساس امنیت، بالاترین احساس امنیت مربوط به امنیت در مجامع رسمی (۳/۶۲) و پایین ترین سطح آن مربوط به امنیت در محیط های عمومی (۳/۳۳) است. با این حال، احساس امنیت به طور کلی در سطح به نسبت پائینی است.
- در محورهای نگرش های جنسیتی و احساس تقید مذهبی که هرکدام شامل یک متغیر مستقل هستند، میانگین های مربوط به ترتیب ۳/۶۸ و ۳/۳۶ و به معنای سطح به نسبت بالا در مورد آن متغیرها هستند. به طور کلی و در مجموع، متغیرهای مستقل حوزه فرهنگی - ارزشی بالاترین میانگین مربوط به موافقت پاسخگویان با اخلاق مدنی (۴/۵۱) و پایین ترین آن مربوط به عدالت جویی (۲/۲۵) است که هر دو در محور نگرش های شخصیتی قرار دارند. آماره میانه به غیر از این دو متغیر، در مورد تمامی متغیرها بین ۳/۰۰ تا ۴/۰۰ بوده که حاکی از گرایش به نسبت بالای پاسخگویان به ویژگی های فرهنگی - ارزشی مورد مطالعه است. همچنین با توجه به مقدار انحراف معیار در مورد تمامی متغیرهای این حوزه به غیر از متغیر تقدیرگرایی (کمتر از ۱/۰۰) و به معنای اختلاف نظر اندک پاسخگویان در این موارد است.

۰۲ ویژگی های خانوادگی

- در حوزه ویژگی های خانوادگی چهار محور مطالعه شده است: میزان پابندی خانواده به سنت ها، نقش زن در تصمیم گیری های خانوادگی، انسجام خانوادگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار.
- نتایج تحلیل، گویه های محور میزان پابندی خانواده به سنت ها را تحت سه عامل موقعیت اقتصادی - اجتماعی زنان، الگوی اقتدار پدر و الگوی اقتدار شوهر تجزیه کرده است. در میان سه عامل یادشده بالاترین میانگین مربوط به الگوی اقتدار پدر (۴/۴۳) و پایین ترین میانگین مربوط به الگوی اقتدار شوهر (۳/۴۴) و به آن مفهوم است که در جامعه آماری مورد مطالعه تا حد بسیاری الگوی اقتدار پدر و مواردی نظیر اجازه پدر برای ازدواج دختران، اطاعت فرزندان از والدین و داشتن فرزند پسر اهمیت و حاکمیت دارد. حال آنکه حاکمیت آن دسته از مواردی که بیشتر مربوط به زن به عنوان همسر در خانواده است، نظیر اجازه شوهر برای بیرون رفتن از منزل، اطاعت از شوهر و خانه دار بودن زنان، در مقایسه با سایر عامل ها کمتر است.
- با این حال میانگین تمامی موارد بالاتر از سطح متوسط ۲/۵۰ نشانگر اهمیت بسیار این عامل ها در خانواده های پاسخگویان مورد بررسی است. سایر محورهای مورد نظر در این حوزه تنها شامل یک متغیر و به ترتیب نقش زنان در تصمیم گیری، انسجام خانوادگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار هستند. میانگین این سه متغیر ۳/۸۸، ۴/۲۲ و ۲/۵۵ و به آن مفهوم است که زنان مورد مطالعه نقش به نسبت بالایی در تصمیم گیری های خانوادگی خود دارند. انسجام خانوادگی در میان جامعه آماری در سطح بسیار بالا

و پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانوار ۲/۵۵ بوده که به معنای حاکمیت اقتدار پدر و سطح متوسط خانوارهای زنان در جامعه مورد مطالعه است.

۰۳ ویژگی های اقتصادی- اجتماعی زنان

در این حوزه که مربوط به شخص (زن) پاسخگوست، سه محور پایگاه اقتصادی- اجتماعی، طول مدت اقامت و مصرف رسانه ها مطالعه شده است. همچنین مدت اقامت و مصرف رسانه ها هر یک دو متغیر مستقل را در برمی گیرند. در محور طول مدت اقامت، میانگین اقامت در شهر تهران بالاتر (۲/۸۸) و مدت اقامت در محله پایین تر (۲/۱۷) است که البته هر دو در سطوح متوسط و نشانگر جابجایی ها و نقل و انتقالات به نسبت زیاد در سطح شهر تهران است. در محور مصرف رسانه ها دسترسی به رسانه ها میانگین بالاتری نسبت به استفاده از آن دارد (به ترتیب ۲۰/۵ و ۱/۴۱).

یافته های تحقیق نشان می دهد پایگاه اقتصادی- اجتماعی پاسخگویان در سطح پایین تری نسبت به خانوارهای آنان قرار دارد. که این مسئله ناشی از عدم اشتغال به کارهای خارج از منزل در نزد بخش عمده زنان و تأثیر شغل بر پایگاه اقتصادی- اجتماعی فرد است.

۰۴ حوزه ویژگی های گرایشی- انگیزشی

از میان چهار متغیر حوزه ویژگی های گرایشی- انگیزشی، بالاترین میانگین مربوط به میل به پیشرفت (۴/۴۸) و پایین ترین آن مربوط به از خودبیگانگی (۲/۸۵) است. این اطلاعات نشان می دهد که نیاز به پیشرفت و تمایل به تحرک در میان زنان در سطح بسیار بالا و البته تفاوت نظر در این مورد بسیار اندک است. همچنین از خودبیگانگی و قبول عدم تأثیرگذاری در ساز و کار اجتماعی نزد جامعه زنان مورد مطالعه در سطح به نسبت بالایی است. با توجه به بیشترین اختلاف نظر در مورد رقابت جویی (انحراف معیار ۱/۰۸) می توان نتیجه گرفت که پاسخگویان در مورد تأثیر رقابت جویی و مبارزه برای رسیدن به اهداف فردی و اجتماعی، توافق چندانی ندارند.

۰۵ مشارکت اجتماعی

در حوزه مشارکت اجتماعی که نقطه مطلوب مطالعه حاضر است، شش محور: تمایل به مشارکت، ویژگی های گروه مشارکتی، انواع مشارکت، ارزیابی از مشارکت، موانع مشارکت و مطابقت با شأن زنان، مدنظر بوده است.

- در محور تمایل به مشارکت، علاقه به مشارکت محلی- محیطی میانگین بالاتری نسبت به علاقه به مشارکت سیاسی دارد (به ترتیب ۴/۳۱ و ۲/۸۴). به عبارت دیگر، بخش عمده پاسخگویان گرایش بسیاری به مشارکت محلی- محیطی نشان می دهند، حال آنکه این گرایش درباره مشارکت سیاسی در سطحی متوسط قرار دارد. همچنین نتایج نشان می دهد که اختلاف میان پاسخگویان در مورد مشارکت سیاسی بسیار بیشتر از مشارکت محلی- محیطی است (انحراف معیارها به ترتیب ۱/۱۰ و ۰/۷۶).
- در محور ویژگی های گروه مشارکتی، متغیر همشأنی در گروه مشارکتی یا تطابق جنس و تحصیلات سایر مشارکت جویان با پاسخگویان مورد بررسی، میانگین بالاتری نسبت به متغیر هم ولایتی یا تطابق

ریشه های مکانی و قومی پاسخگویان دارد. به عبارت دیگر در نزد پاسخگویان، همشانی در گروه مشارکتی اهمیت بسیار بیشتری نسبت به هم ولایتی بودن با اعضا دارد و در این مورد نیز اختلاف نظر به نسبت اندک است (انحراف معیار ۰/۸۳).

• انواع مشارکت که متغیرهای وابسته این مطالعه به شمار می آید، با استفاده از شیوه تحلیل عاملی استخراج شده اند. نتایج نشان می دهد که میانگین مشارکت مدنی یا شرکت در سازمان های غیردولتی، صنفی و کارگری، گروه ها و احزاب سیاسی و... بسیار پایین تر (۱/۵۴) و میانگین مشارکت مذهبی - خیریه ای یا شرکت در سفره ها، هیات ها و برنامه های خرید جهیزیه و شرکت در امور خیریه بسیار بالاتر (۲/۹۳) از سایر انواع مشارکت و در مجموع برابر با ۲/۳۳ (کل مشارکت اجتماعی) است.

یافته های پژوهش حاکی از این نکته بسیار مهم و اساسی است که در انواع مشارکت موردبررسی، غیر از مشارکت مذهبی - خیریه ای، تمامی انواع مشارکت ها در سطح کمتر از متوسط (۲/۵۰) قرار دارند و این نشانگر گرایش بسیار اندک پاسخگویان مورد مطالعه برای انواع مشارکت اجتماعی است. باید توجه داشت مشارکت مذهبی - خیریه ای نیز تنها اندکی بالاتر از سطح متوسط است که باتوجه به محورهای خاص آن (هیات ها، سفره ها، امور خیریه و برنامه های خرید جهیزیه)، نمی توان آن را در سطحی متناسب و امیدوارکننده در موضوع مشارکت اجتماعی زنان قلمداد کرد.

• موانع مشارکت

در میان انواع موانع مشارکت اجتماعی زنان، میانگین محدودیت های خانوادگی بالاتر (۳/۵۳) و محدودیت های سنتی پایین تر (۲/۳۰) از سایر موانع است. همچنین اختلاف نظر میان پاسخگویان درباره این موانع به نسبت زیاد و درباره محدودیت های سنتی در حداکثر میزان (۱/۰۸) است. امادر مجموع چون از نظر زنان، محدودیت های ساختاری و خانوادگی در سطحی به نسبت متوسط و محدودیت های سنتی در سطحی به نسبت اندک به عنوان مانع مشارکت آنان تلقی می شود، نمی توان این محدودیت ها را عامل اصلی عدم مشارکت اجتماعی زنان انگاشت. چنانچه واقعیت های اجتماعی نشان می دهد بسیاری از زنان باوجود این نوع محدودیت ها، تلاشی جدی برای ارتقای سطح مشارکت خود در جامعه دارند. حتی گرایش بسیار جدی زنان و دختران جوان به تحصیلات دانشگاهی را می توان نشانه ای از مقاومت و مبارزه علیه این نوع محدودیت ها به شمار آورد.

• شان زنان

در محور ارزیابی پاسخگویان و مطابقت انواع فعالیت های مشارکتی با شان زنان، بالاترین میانگین مربوط به فعالیت های فرهنگی - حمایتی و پایین ترین آن مربوط به فعالیت های سیاسی، مدنی و اجتماعی است. به عبارت دیگر از نظر پاسخگویان، فعالیت های فرهنگی - حمایتی و فعالیت های انقلابی - مذهبی در سطح بالایی مطابق با شان زنان شمرده می شود، ولی فعالیت های سیاسی - اجتماعی از این نظر در سطحی پایین تر و به نسبت متوسط قرار دارد. در مجموع جایگاه فعالیت های مشارکتی به عنوان نوعی محدودیت عرفی و ناظر بر افکار زنان است که می تواند بر بخش عمده مشارکت، تأثیرگذار باشد.

در یک تحلیل کلی از مجموعه اطلاعات، بالاترین میانگین مربوط به اخلاق مدنی (۴/۵۱) و به معنای موافقت بسیار بالای زنان با ویژگی های اخلاق مدنی (جمع گرایی، نظم گرایی و ارزش های فرامادی) و پایین ترین میانگین مربوط به میزان استفاده از رسانه ها (۱/۴۱) و به معنای استفاده بسیار اندک پاسخگویان از مجموعه رسانه ها (راديو، تلویزیون، روزنامه، مجله و اینترنت) و کمترین اختلاف نظر مربوط به میزان مشارکت اجتماعی (۰/۵۳) است.

برای بررسی هرچه بیشتر متغیرهای وابسته این تحقیق، یعنی انواع مشارکت، از تحلیل واریانس سود جسته شده که خلاصه نتایج آن در جدولهای شماره ۲ و ۳ آمده است. با گروه بندی انواع مشارکت براساس ضرایب بدست آمده، داده ها مشخص می کنند که در مشارکت اجتماعی سه متغیر تحصیلات، وضع و نوع فعالیت (از محور ویژگی اقتصادی-اجتماعی)، اختلافی معنادار در میان گروه ها را نشان می دهند.

همچنین اختلاف بین میانگین های انواع مشارکت ها در مورد متغیر تحصیلات، وضع فعالیت و (غیر از مشارکت انقلابی) نیز معنادار است. در مجموع، سطح تحصیلات، قوی ترین متغیر و پایگاه اقتصادی-اجتماعی فرد و خانوار وی کم اهمیت ترین متغیر در تعیین میانگین میزان مشارکت محسوب می شوند. مهمترین ویژگی های زنان مشارکت کننده در هر یک از انواع مشارکت را می توان به شرح زیر خلاصه کرد :

- مشارکت انقلابی در میان زنان بیوه (۲/۴۷)، زنان با فرزندان زیاد (۲/۶۸)، متولدین غیرتهرانی (۲/۳۴)، ساکنان قدیمی ۱۰ سال و بیشتر در محلات (۲/۲۹) و زنان بی سواد (۲/۷۹) بالاتر از سایر گروهها است.
- مشارکت مدنی در میان زنان مطلقه (۲/۰۸)، دارای تحصیلات عالی (۲/۱۹)، فعالان (۱/۷۵) و شاغلان (۱/۸۱) بالاتر از سایر گروه ها بوده است. میانگین مشارکت حمایتی در نزد زنان با تحصیلات عالی (۲/۰۶)، فعالان (۱/۷۴) و زنان دارای درآمد بدون کار و بازنشستگان (۲/۰۰) بالاتر از سایر گروه هاست.
- مشارکت فرهنگی - تفریحی در میان زنان مطلقه (۳/۴۲)، بدون فرزند (۳/۱۱) و یا دارای یک تا دو فرزند (۲/۴۷) و افراد فاقد فرزند خردسال (۲/۵۹)، دختران جوان ۱۵ تا ۲۵ ساله (۳/۰۵)، تهرانی (۲/۷۰)، با تحصیلات عالی (۳/۵۹)، فعالان (۲/۹۸) و محصلان (۳/۴۰) بالاتر از سایر گروه هاست.
- میانگین مشارکت محلی نزد همسران سرپرست خانوار (۲/۸۸)، زنان مطلقه (۳/۰۸)، دارای فرزند (۲/۸۹)، صاحبان فرزندان بسیار زیاد (۳/۰۴)، ۲۵ تا ۳۵ ساله ها (۲/۹۱)، متولدین غیرتهرانی (۲/۹۲)، زنان بی سواد (۲/۹۵) و زنان با درآمد بدون کار (۳/۷۵) بالاتر از سایر گروه هاست.
- مشارکت مذهبی - خیریه ای میان همسران رؤسای خانوارها (۳/۳۶)، زنان بیوه (۳/۵۴)، دارای فرزند (۳/۳۸)، صاحبان فرزندان زیاد (۳/۶۹)، زنان سنین ۴۵ و بالاتر (۳/۶۱) غیرتهرانی (۳/۴۰)، ساکنان ۵ تا ۱۰ سال در محلات (۳/۳۱)، بی سواد (۳/۷۸)، غیرفعالان (۳/۲۴) و دارای درآمد بدون کار (۳/۷۵)، میانگین بسیار بالاتری دارند.
- مشارکت اجتماعی نزد زنان با بالاترین سطح تحصیلی (۲/۶۸)، فعالان (۲/۴۲) و صاحبان درآمد بدون کار (۲/۵۲) بالاتر از سایر گروه هاست.

جمع بندی و نتیجه گیری

انتظار هر مطالعه تحلیلی، علاوه بر شناخت سطوح انواع متغیرها و تبیین رابطه های معنادار و تعیین عوامل مؤثر بر متغیرهای وابسته، می تواند گونه شناسی از جامعه آماری و از این طریق راهگشایی برای برنامه ریزی ها و سیاستگذاری های اجرایی باشد. تحلیل خوشه ای^۵، شیوه ای آماری برای تحقق این هدف است. در مطالعه حاضر، این تحلیل با استفاده از میزان انواع مشارکت های موردبررسی، انجام شده است. تعیین تعداد خوشه ها می تواند به عوامل متعددی بستگی داشته باشد که مهمترین آنها البته دقت و تمیز خوشه ها در میان افراد جامعه آماری از یک سو و تناسب برای برنامه ریزی هاز سوی دیگر است.

بر اساس تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده می توان چنین نتیجه گیری کرد که جامعه مورد مطالعه شامل دو بخش متمایز از مشارکت اجتماعی در سطح پایین و به نسبت بالا است، که هر یک نیز به نوبه خود دو گروه جانبی را دربرمی گیرند. در میان افراد با سطح پایین مشارکت اجتماعی گروه اول با محوریت مشارکت های انقلابی، محلی و مذهبی- خیریه ای و گروه دوم با محوریت مشارکت های مدنی، حمایتی و فرهنگی- تفریحی است. افراد برخوردار از سطح به نسبت بالای مشارکت نیز شامل دو گروه دیگری با محوریت مشارکت های مدنی، حمایتی و فرهنگی- تفریحی و گروه با محوریت مشارکت انقلابی، محلی و مذهبی- خیریه ای است. چنانچه با دقت بیشتری درصدد تمیز میان گروه های چهارگانه بالا باشیم، خوشه اول با محوریت مشارکت مذهبی- خیریه ای، خوشه دوم با محوریت مشارکت فرهنگی- تفریحی، خوشه سوم و چهارم به ترتیب با محوریت مشارکت مذهبی- خیریه ای و فرهنگی- تفریحی ولی در سطوحی متفاوت قرار می گیرند.

از یافته های این تحلیل برای تعیین میانگین سایر ویژگی های افراد جامعه آماری نیز می توان استفاده کرد تا هر یک از گروه ها به صورت دقیق تری شناخته شوند. نتایج این بررسی که در جدول شماره ۵ آورده شده است، کمک می کند تا بتوان زنان را در جامعه مورد بررسی از نظر میزان و انواع مشارکت به چهار دسته تفکیک نمود:

۱. **منفعل ترین گروه زنان:** در خوشه چهارم به غیر از مفهوم هم شانی در گروه مشارکتی که در بالاترین سطح در میان چهار خوشه قرار دارد (۴/۰۹)، درباره ۱۸ متغیر شامل نوپذیری (۳/۷۶)، عدالت جویی (۲/۱۸)، اعتماد به دیگران دور (۲/۴۶)، اعتماد به جنسیتی (۲/۶۹)، اعتماد به دیگران نزدیک (۴/۱۰)، احساس امنیت در محیط های عمومی (۳/۲۷)، احساس امنیت در مجامع رسمی (۳/۴۷)، احساس تقید مذهبی (۳/۰۹)، الگوی اقتدار پدر (۴/۳۷)، الگوی اقتدار شوهر (۳/۳۳)، انسجام خانوادگی (۴/۰۹)، احساس خوداثربخشی (۴/۱۱)، علاقه به مشارکت سیاسی (۲/۴۷)، علاقه به مشارکت محلی- محیطی (۴/۱۸)، ارزیابی از مشارکت خود (۲/۲۰)، محدودیت های ساختاری (۲/۹۰)، ارزیابی از شأنیت فعالیت های انقلابی- مذهبی (۳/۷۷) و ارزیابی از شأنیت فعالیت های سیاسی- اجتماعی (۳/۷۰) در

⁵ Cluster analysis

پایین ترین سطح در میان چهار خوشه فوق قرار دارد. به این ترتیب حدود ۳۸ درصد پاسخگویان که در این گروه قرار می گیرند، منفعل ترین گروه مورد بررسی هستند و در میان انواع مشارکت به مشارکت فرهنگی - تفریحی و مذهبی - خیریه ای در سطحی متوسط مبادرت می ورزند.

۲. **انزواجویان:** خوشه اول در سه متغیر موقعیت اقتصادی - اجتماعی زنان، احساس از خود بیگانگی و محدودیت های سنتی (به ترتیب ۳/۶۱، ۲/۹۳ و ۲/۴۷) در بالاترین سطح در میان چهار گروه و در باره ۱۱ متغیر شامل اخلاق مدنی (۴/۴۹)، نقش زن در تصمیم گیری (۳/۷۶) پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد (۲/۰۰)، مدت اقامت در تهران (۲/۸۵)، میزان استفاده از رسانه ها (۱/۴۲)، رقابت جویی (۳/۱۴)، میل به پیشرفت (۲/۴۲)، هم شانی در گروه مشارکتی (۳/۹۴)، هم ولایتی در گروه مشارکتی (۲/۶۳)، شایسته فعالیت های فرهنگی - حمایتی (۴/۳۷) در پایین ترین سطح در میان چهار گروه قرار گرفته است. این گروه نیز در واقع انزواجویانی هستند که بیشتر تنها در فعالیت های مذهبی - خیریه ای و محلی مشارکت می جویند و شامل ۳۱ درصد جامعه آماری هستند.

۳. **فعالان فرهنگی:** آن بخش از جامعه آماری که در خوشه دوم جای می گیرند در مجموع در مورد ۹ متغیر شامل تقدیرگرایی (۲/۸۸)، نگرش جنسیتی (۳/۳۷)، احساس امنیت در محافل جمعی مختلط (۳/۵۹)، موقعیت اقتصادی - اجتماعی زنان (۴/۱۹)، مدت اقامت در محله فعلی (۲/۰۵)، سن (۱/۸۵) از خود بیگانگی (۲/۵۰)، محدودیت خانوادگی (۳/۲۳) و محدودیت های سنتی (۲/۱۱) در پایین ترین سطح و در مورد ۱۴ متغیر شامل اخلاق مدنی (۴/۵۴)، نقش زن در تصمیم گیری (۴/۰۶)، انسجام خانوادگی (۴/۴۰)، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار (۲/۷۱)، پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد (۲/۲۴)، دسترسی و استفاده از رسانه ها (۲/۸۰ و ۱/۹۴)، رقابت جویی (۳/۷۴)، خودآثربخشی (۴/۳۷)، میل به پیشرفت (۴/۵۵)، ارزیابی از مشارکت خود (۳/۰۶)، محدودیت های ساختاری (۳/۰۴)، شایسته فعالیت های فرهنگی - حمایتی و فعالیت های سیاسی - اجتماعی (۴/۵۷ و ۴/۱۳) در بالاترین سطح در میان چهار گروه قرار دارند. این گروه حداقل در سطح جامعه مورد مطالعه، فعالانی هستند که بیشتر از هرنوع دیگر در فعالیت های فرهنگی - تفریحی مشارکت می جویند و تنها حدود ۱۴ درصد از جامعه آماری را دربرمی گیرند.

۴. **مشارکت جوتترین:** بالاخره خوشه سوم تنها درباره متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار (۲/۴۳) در پایین ترین سطح و درباره ۲۱ متغیر شامل نوبذیری (۳/۸۷)، تقدیرگرایی (۳/۵۲)، عدالت جویی (۲/۳۳)، نگرش جنسیتی (۳/۹۹)، اعتماد به دیگران دور، جنسیتی و به دیگران نزدیک (۲/۰۰، ۳/۰۸، ۴/۳۴)، احساس امنیت در محیط های عمومی، در محافل جمعی مختلط و در مجامع رسمی (۳/۴۳)، ۳/۲۵، ۳/۸۴، احساس تقید مذهبی (۳/۷۲)، الگوی اقتدار پدر و شوهر (۴/۵۵، ۳/۵۷)، مدت اقامت در تهران و در محله فعلی (۲/۹۱، ۲/۲۹)، سن (۲/۴۲)، علاقه به مشارکت سیاسی و محلی - محیطی (۳/۳۹، ۴/۶۰)، هم ولایتی در گروه مشارکتی (۲/۷۸)، محدودیت های خانوادگی (۳/۷۸) و ارزیابی از شایسته فعالیت انقلابی - مذهبی (۴/۳۹) در بالاترین سطح در میان چهار گروه مورد مطالعه قرار دارند.

این گروه که حدود ۱۶ درصد جامعه آماری را دربرمی گیرد، حداقل در سطح مطالعه حاضر فعال ترین (اما در واقع در سطحی متوسط) و مشارکت جوترین پاسخگویانند که بیشتر به مشارکت های مذهبی - خیریه ای، محلی و انقلابی گرایش دارند. این خوشه در مقایسه با خوشه دوم، مسن تر و در پایگاه اجتماعی پایین تری در مورد فرد و خانوار قرار دارد.

چنانچه از تحلیل خوشه های بالا برمی آید حدود ۷۰ درصد زنان در جامعه مورد بررسی در گروه منفعلان و انزواجویان اجتماعی و در سطح مشارکت پایینی قرار دارند و تنها ۳۰ درصد از زنان در سطح مشارکتی به طور نسبی بالا و جزو فعالان اجتماعی محسوب می شوند. اگرچه تفاوت هایی میان گروه های چهارگانه فوق وجود دارد، ولی این نتیجه گیری می تواند به این نکته رهنمون شود که برای ارتقای سطح مشارکت اجتماعی گروه های غیرفعال، بیش از هر نوع دیگر می توان نوع مشارکت پاسخگویان خوشه دوم را مورد هدف قرار داد و با ترویج فعالیت های فرهنگی - تفریحی، محلی و حمایتی، میزان مشارکت اجتماعی آنان را به سطحی بالاتر بهبود بخشید.

همچنین می توان نوعی تقدم را در میان انواع مشارکت در خوشه های متفاوت قائل شد. در دو خوشه نخستین، بالاترین میانگین های مشارکت به فعالیت های فرهنگی - تفریحی، مذهبی - خیریه ای و محلی مربوط است. همچنین در دو خوشه دوم بالای مشارکت بالاترین میانگین های مشارکت مربوط به فعالیت های مذهبی - خیریه ای، محلی - انقلابی است.

این موضوع نشان می دهد که در واقع وجه اصلی تمایز خوشه ها، اولویت این دو ترکیب از انواع مشارکت و وجه دیگر آن، تمایز میان سطوح مشارکت است. همچنین یافته ها نشان می دهد که نوع مشارکت مذهبی - خیریه ای به ظاهر برای هر چهار خوشه مورد تحلیل، فصل مشترک و وجه تقاطع بشمار می رود. بنابراین برنامه ریزی برای ارتقاء و تحول کیفیت این نوع مشارکت می تواند تمامی گروه ها و انواع مشارکت ها را تحت تأثیر قرار دهد.

پیشنهادهای کلی تحقیق حاضر را برای ارتقای سطح و میزان مشارکت های اجتماعی زنان براساس وجه مشترکات و بارزترین ویژگی های هر یک از انواع مشارکت و همچنین باتوجه به کیفیت موانع موجود می توان چنین خلاصه کرد:

۱. تحول در کارکرد و ساختار نهادهای مذهبی - خیریه ای برای جلب زنان جوان
 ۲. برقراری امنیت در نتیجه احساس امنیت در زنان برای مشارکت های عمومی و حضور در مجامع
 ۳. تلاش بیشتر مدیریت شهری برای مشارکت زنان در امور محله ای
 ۴. اجرای برنامه های فرهنگی با هدف تغییر نگرش های جامعه برای سازگار دیدن مشارکت اجتماعی با شان زنان
 ۵. گسترش نهادهای فرهنگی - تفریحی
 ۶. گسترش نظام اطلاع رسانی در مورد نهادهای مدنی
 ۷. افزایش فعالیت های شغلی
- ارتقای سطح تحصیلات دختران

دول ۱: حوزه ها، محورها و متغیرهای ترتیبی مورد مطالعه، مراتب و آماره های آنها - (بخش ۱)

تعداد	آماره ها			مراتب متغیر					مراتب و آماره ها	محور	حوزه
	انحراف معیار	میان	میانگین	بسیار پایین	پایین	متوسط	بالا	بسیار بالا			
۱۴۵۸	۰/۵۵	۵/۰۰	۴/۵۱	-	۰/۱	۲/۳	۴۴/۶	۵۳/۱	اخلاق مدنی	نگرش های شخصیتی	ویژگی های فرهنگی - ارزشی
۱۴۶۴	۰/۸۲	۴/۰۰	۳/۸۳	۰/۶	۵/۰	۲۵/۱	۴۹/۷	۱۹/۷	نوپذیری		
۱۴۷۱	۱/۰۷	۳/۰۰	۳/۲۱	¼	۲۳/۹	۳۱/۴	۲۷/۷	۱۲/۹	تقدیرگرایی		
۱۴۶۱	۰/۸۹	۲/۰۰	۲/۲۵	۲۰/۳	۴۳/۴	۲۷/۹	۷/۷	۰/۷	عدالت جویی		
۱۴۵۳	۰/۷۷	۴/۰۰	۳/۶۸	۰/۳	۴/۹	۳۴/۵	۴۷/۲	۱۳/۰	نگرش جنسیتی	نگرش جنسیتی	
۲۳۹	۰/۷۷	۳/۰۰	۲/۹۱	½	۲۵/۹	۵۳/۱	۱۶/۷	½	اعتماد به دیگران دور	اعتماد متقابل	
۱۳۵۶	۰/۸۳	۳/۰۰	۲/۸۷	۴/۶	۲۶/۴	۴۷/۶	۱۹/۸	۱/۶	اعتماد جنسیتی		
۱۴۵۲	۰/۷۵	۴/۰۰	۴/۱۸	۰/۳	۱/۹	۱۳/۴	۴۷/۹	۳۶/۵	اعتماد به دیگران نزدیک		
۱۱۶۷	۰/۶۳	۳/۰۰	۳/۳۳	۰/۱	۵/۲	۵۹/۴	۳۱/۹	۳/۴	امنیت در محیط های عمومی	احساس امنیت	
۴۷۶	۰/۹۱	۳/۰۰	۳/۳۸	۲/۷	۱۲/۸	۳۶/۳	۳۹/۵	۸/۶	امنیت در محافل جمعی مختلط		
۵۶۶	۰/۷۳	۴/۰۰	۳/۶۲	-	۵/۳	۳۶/۷	۴۸/۸	۹/۲	امنیت در مجامع رسمی		
۱۴۷۲	۰/۸۳	۳/۰۰	۳/۳۶	۲/۶	۶/۰	۵۳/۹	۲۸/۱	۹/۴	احساس تقید مذهبی	احساس تقید مذهبی	
۱۴۵۵	۰/۹۴	۴/۰۰	۳/۸۲	۰/۴	۸/۴	۲۷/۵	۳۶/۷	۲۷/۰	موقعیت اقتصادی - اجتماعی زنان	میزان پابندی به سنت ها	
۱۴۵۷	۰/۶۳	۴/۰۰	۴/۴۳	۰/۱	۰/۴	۵/۹	۴۳/۷	۴۹/۹	الگوی اقتدار پدر		
۱۴۵۶	۰/۸۹	۳/۰۰	۳/۴۴	۲/۰	۱۰/۶	۳۹/۱	۳۷/۸	۱۰/۴	الگوی اقتدار شوهر	نقش زن در تصمیم گیری	
۱۴۲۷	۰/۸۲	۴/۰۰	۳/۸۸	۰/۳	۳/۷	۲۷/۳	۴۴/۹	۲۳/۸	نقش زن در تصمیم گیری		
۱۴۷۳	۰/۷۲	۴/۰۰	۴/۲۲	۰/۱	۱/۴	۱۲/۲	۴۸/۷	۳۷/۷	انسجام خانوادگی	انسجام خانوادگی	
۱۴۷۷	۰/۸۹	۲/۰۰	۲/۵۵	۹/۹	۴۰/۶	۳۵/۷	۱۲/۰	۱/۹	پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	

ادامه جدول شماره ۱: حوزه ها، محورها و متغیرهای ترتیبی مورد مطالعه، مراتب و آماره های آنها (بخش ۲)

تعداد	آماره ها			مراتب متغیر					مراتب و آماره ها	محور	حوزه
	انحراف معیار	میان	میانگین	بسیار پایین	پایین	متوسط	بالا	بسیار بالا			
۱۴۷۷	۰/۸۷	۲/۰۰	۲/۰۶	۲۷/۸	۴۴/۱	۲۳/۲	۱/۴	۰/۹	پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	ویژگی های اقتصادی - اجتماعی
۱۴۱۰	۰/۴۳	۳/۰۰	۲/۸۸	۱/۴	۳/۸	۳/۳	۱۴/۰	۷۴/۸	مدت اقامت در تهران	مدت اقامت	
۱۴۷۲	۰/۹۰	۳/۰۰	۲/۱۷	۳۳/۷	۱۵/۱	۱۳/۳	۱۳/۰	۲۴/۹	مدت اقامت در محله فعلی		
۱۴۷۷	۰/۹۶	۲/۰۰	۲/۰۵	۰/۹	۳۲/۴	۳۶/۲	۲۱/۷	۸/۸	دسترسی به رسانه ها		
۱۴۷۷	۰/۵۹	۱/۰۰	۱/۴۱	۶۲/۷	۳۴/۵	۲/۲	۰/۴	۰/۳	میزان استفاده از رسانه ها	مصرف رسانه ها	
۱۴۵۹	۱/۰۸	۳/۰۰	۳/۲۸	۶/۵	۱۵/۵	۳۳/۶	۳۱/۹	۱۲/۵	رقابت جویی		ویژگی های انگیزشی
۱۴۷۰	۰/۷۱	۴/۰۰	۴/۲۰	۰/۱	۰/۹	۱۴/۱	۴۸/۸	۳۶/۱	خوداثر بخشی	ویژگی های گرایشی	
۱۴۴۸	۰/۹۶	۳/۰۰	۲/۸۵	۷/۷	۲۷/۳	۴۱/۲	۱۹/۸	۱/۴	از خود بیگانگی		
۱۴۷۱	۰/۶۹	۵/۰۰	۴/۴۸	۰/۱	۰/۷	۸/۴	۳۲/۸	۵۸/۱	میل به پیشرفت		

ادامه جدول ۱: حوزه ها، محورها و متغیرهای ترتیبی مورد مطالعه، مراتب و آماره های آنها - (بخش ۳)

تعداد	آماره ها			مراتب متغیر					مراتب و آماره ها متغیر	محور	حوزه
	انحراف معیار	میان	میانگین	بسیار پایین	پایین	متوسط	بالا	بسیار بالا			
۱۴۵۶	۱/۱۰	۳/۰۰	۲/۸۴	۱۱/۶	۲۷/۱	۳۳/۰	۲۱/۴	۶/۹	علاقه به مشارکت سیاسی	تمایل به مشارکت	مشارکت اجتماعی
۱۴۲۶	۰/۷۶	۴/۰۰	۴/۳۱	۰/۳	۱/۶	۱۱/۵	۳۹/۷	۴۶/۷	علاقه به مشارکت محلی - محیطی		
۱۰۵۶	۰/۸۳	۴/۰	۴/۰۲	۰/۱	۳/۴	۱۹/۸	۴۴/۹	۳۱/۰	هم شانی در گروه مشارکتی	ویژگی های گروه مشارکت	
۱۰۴۷	۱/۴۸	۲/۰۰	۲/۷۰	۲۷/۸	۲۸/۴	۸/۰	۱۸/۰	۱۷/۹	هم ولایتی در گروه مشارکتی		
۱۲۹۹	۰/۹۰	۲/۰۰	۲/۰۶	۲۸/۶	۴۴/۸	۱۹/۶	۵/۹	۱/۲	مشارکت انقلابی	انواع مشارکت	
۸۹۷	۰/۶۶	۱/۰۰	۱/۵۴	۵/۳	۳۷/۹	۶/۹	۰/۹	-	مشارکت مدنی		
۹۲۶	۰/۸۰	۱/۰۰	۱/۶۱	۵۴/۱	۳۳/۹	۹/۲	۱/۲	۰/۸	مشارکت حمایتی		
۱۱۹۱	۰/۹۹	۳/۰۰	۲/۴۳	۱۷/۱	۴۰/۱	۲۸/۵	۱۱/۶	۲/۹	مشارکت فرهنگی - تفریحی		
۱۳۰۶	۰/۸۲	۳/۰۰	۲/۶۴	۵/۴	۴۰/۵	۴۰/۵	۱۱/۹	۱/۶	مشارکت محلی		
۱۴۱۸	۰/۹۰	۳/۰۰	۲/۹۳	۴/۵	۲۶/۹	۴۳/۹	۲۰/۵	۴/۲	مشارکت مذهبی - خیریه ای		
۱۳۶۸	۰/۵۳	۲/۰۰	۲/۳۲	۰/۸	۶۸/۶	۲۸/۷	۱/۸	۰/۲	مشارکت اجتماعی		
۱۴۷۳	۰/۹۹	۳/۰۰	۲/۴۹	۱۸/۶	۲۸/۰	۴۱/۷	۸/۸	۲/۹	ارزیابی مشارکت خود	ارزیابی مشارکت	
۱۳۴۴	۰/۹۲	۳/۰۰	۲/۹۷	۵/۹	۲۲/۶	۴۴/۳	۲۳/۲	۳/۹	محدودیت های ساختاری	موانع مشارکت	
۱۴۳۸	۱/۰۴	۴/۰۰	۳/۵۳	۴/۴	۱۱/۱	۲۹/۶	۳۷/۲	۱۷/۷	محدودیت خانوادگی		
۱۴۱۵	۱/۰۸	۲/۰۰	۲/۳۰	۲۸/۷	۲۸/۷	۲۹/۴	۱۰/۲	۳/۰	محدودیت سنتی		
۹۸۱	۰/۶۵	۴/۰۰	۴/۴۱	۰/۱	۰/۷	۶/۱	۴۳/۹	۴۹/۱	شانیت فعالیت های فرهنگی و حمایتی	مطابقت با شان زنان	
۱۲۹۲	۰/۸۳	۴/۰۰	۴/۰۶	-	۳/۸	۱۹/۷	۴۲/۷	۳۳/۷	شانیت فعالیت های انقلابی و مذهبی		
۹۸۶	۰/۸۰	۴/۰۰	۳/۸۵	۰/۱	۴/۸	۲۵/۳	۴۹/۴	۲۰/۵	شانیت فعالیت های سیاسی، مذهبی و اجتماعی		

جدول شماره ۲. سطح معناداری تحلیل واریانس انواع مشارکت برحسب ویژگی ها و متغیرهای گوناگون

ویژگی های اقتصادی - اجتماعی				ویژگی های فردی				ویژگی های خانوادگی				ویژگی و متغیر		
پایگاه خانوار	پایگاه فرد	نوع فعالیت	وضع فعالیت	تحصیلات	مدت اقامت در محله	مدت اقامت در شهر	محل تولد	سن	داشتن فرزند خردسال	تعداد فرزندان	داشتن فرزند		وضع تأهل	نسبت با سرپرست
۰/۲۷۶	۰/۷۱۴	۰/۳۱۸	۰/۰۶۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۲۷۶	۰/۰۰۰	۰/۱۱۷	۰/۱۲۶	۰/۰۰۰	۰/۴۸۲	۰/۰۰۵	۰/۳۳۲	مشارکت در فعالیتهای انقلابی
۰/۸۷۳	۰/۶۷۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۸۲۴	۰/۴۹۲	۰/۴۷۰	۰/۸۶۱	۰/۰۶۳	۰/۹۴۴	۰/۱۹۶	۰/۰۱۶	۰/۰۶۹	مشارکت مدنی
۰/۵۸۳	۰/۴۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۱۰	۰/۰۰۰	۰/۸۸۴	۰/۲۴۵	۰/۴۸۶	۰/۰۹۳	۰/۱۴۲	۰/۲۳۵	۰/۳۱۵	۰/۲۲۹	۰/۲۰۲	مشارکت حمایتی
۰/۸۱	۰/۲۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۷۵	۰/۲۶۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	مشارکت فرهنگی - تفریحی
۰/۷۸۹	۰/۴۲۴	۰/۰۰۰	۰/۷۶۰	۰/۰۰۱	۰/۶۳۴	۰/۶۴۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۹۵	۰/۰۳۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	مشارکت محلی
۰/۶۰۳	۰/۱۰۶	۰/۰۰۰	۰/۰۳۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۸۳۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۸۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	مشارکت مذهبی - خیریه ای
۰/۹۰۱	۰/۸۶۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۰/۵۹۵	۰/۷۳۴	۰/۲۲۱	۰/۰۷۱	۰/۳۰۹	۰/۰۶۳	۰/۱۱۸	۰/۰۹۳	۰/۵۹۸	مشارکت اجتماعی

جدول شماره ۳. بالاترین میانگین مشارکت و حائزین آنها

ویژگی های خانوادگی		ویژگی های فردی			ویژگی های اقتصادی - اجتماعی		ویژگی و متغیر							
نسبت با سرپرست	وضع تاهل	داشتن فرزند	تعداد فرزندان	داشتن فرزند خردسال	سن	محل تولد	مدت اقامت در شهر	مدت اقامت در محله	تحصیلات	وضع فعالیت	نوع فعالیت	پایگاه فرد	پایگاه خانوار	نوع مشارکت
--	۲/۴۷	--	۵ ۲/۶۸	--	--	۲/۳۴	--	۲/۲۹	۲/۷۹ بیسوادها	--	--	--	--	فعالیت‌های انقلابی
--	۲/۰۸	--	--	--	--	--	--	--	۲/۱۹ عالی	۱/۷۵ فعالان	۱/۸۱ شاغلان	--	--	مدنی
--	--	--	--	--	--	--	--	--	۲/۰۶ عالی	۱/۷۴ فعالان	۲/۰۰ درآمد بدون کار	--	--	حمایتی
۲/۵۰	۳/۴۲	۳/۱۱	۲ ۲/۴۷	۲/۵۹	۳/۰۵	۲/۷۰	--	--	۳/۵۹ عالی	۲/۹۸ فعالان	۳/۴۰ محصلان	--	--	فرهنگی - تفریحی
۲/۸۸	۳/۰۸	۲/۸۹	۳/۰۴	--	۲/۹۱	۲/۹۱	--	--	۲/۹۵ بیسوادها	--	۲/۹۶ درآمد بدون کار	--	--	محلی
۳/۳۶	۳/۵۴	۳/۳۸	۳/۶۹	--	۳/۶۹	۳/۴۰	--	۱۰ ۳/۳۱	۳/۷۸ بیسوادها	۳/۲۴ غیر فعالان	۳/۷۵ درآمد بدون کار	--	--	مذهبی - خیریه ای
--	--	--	--	--	--	--	--	--	۲/۶۸ عالی	۲/۴۲ فعالان	۲/۵۲ درآمد بدون کار	--	--	مشارکت اجتماعی

جدول شماره ۴. خلاصه نتایج تحلیل رگرسیونی انواع مشارکت، متغیرهای داخل مدل و درصد تبیین واریانس توسط آنها

نوع مشارکت	خوشه	اول	دوم	سوم	چهارم	مقدار F	سطح معناداری
انقلابی	۲/۵۲	۲/۴۵	۳/۱۸	۱/۴۱	۳۴۶/۷۷۷۱	۰/۰۰۰	
مدنی	۱/۳۰	۲/۱۴	۱/۷۰	۱/۳۱	۱۱۶/۹۸۰	۰/۰۰۰	
حمایتی	۱/۲۸	۲/۳۸	۲/۲۵	۱/۳۲	۱۹۴/۷۵۳	۰/۰۰۰	
فرهنگی - تفریحی	۱/۹۱	۴/۱۴	۲/۵۳	۲/۵۰	۳۵۵/۵۹۵	۰/۰۰۰	
محلی	۲/۷۸	۳/۲۱	۳/۶۱	۲/۲۵	۲۲۴/۴۹۹	۰/۰۰۰	
مذهبی - خیریه ای	۳/۵۲	۳/۴۵	۴/۱۴	۲/۴۶	۳۶۲/۹۹۹	۰/۰۰۰	
اجتماعی	۲/۰۷	۲/۹۸	۳/۰۰	۱/۹۹	۱۰۷۴/۱۸۲	۰/۰۰۰	
تعداد	۴۲۴	۱۹۶	۲۲۳	۵۲۵	---	---	
درصد	۳۱/۰	۱۴/۳	۱۶/۳	۳۸/۴	---	---	

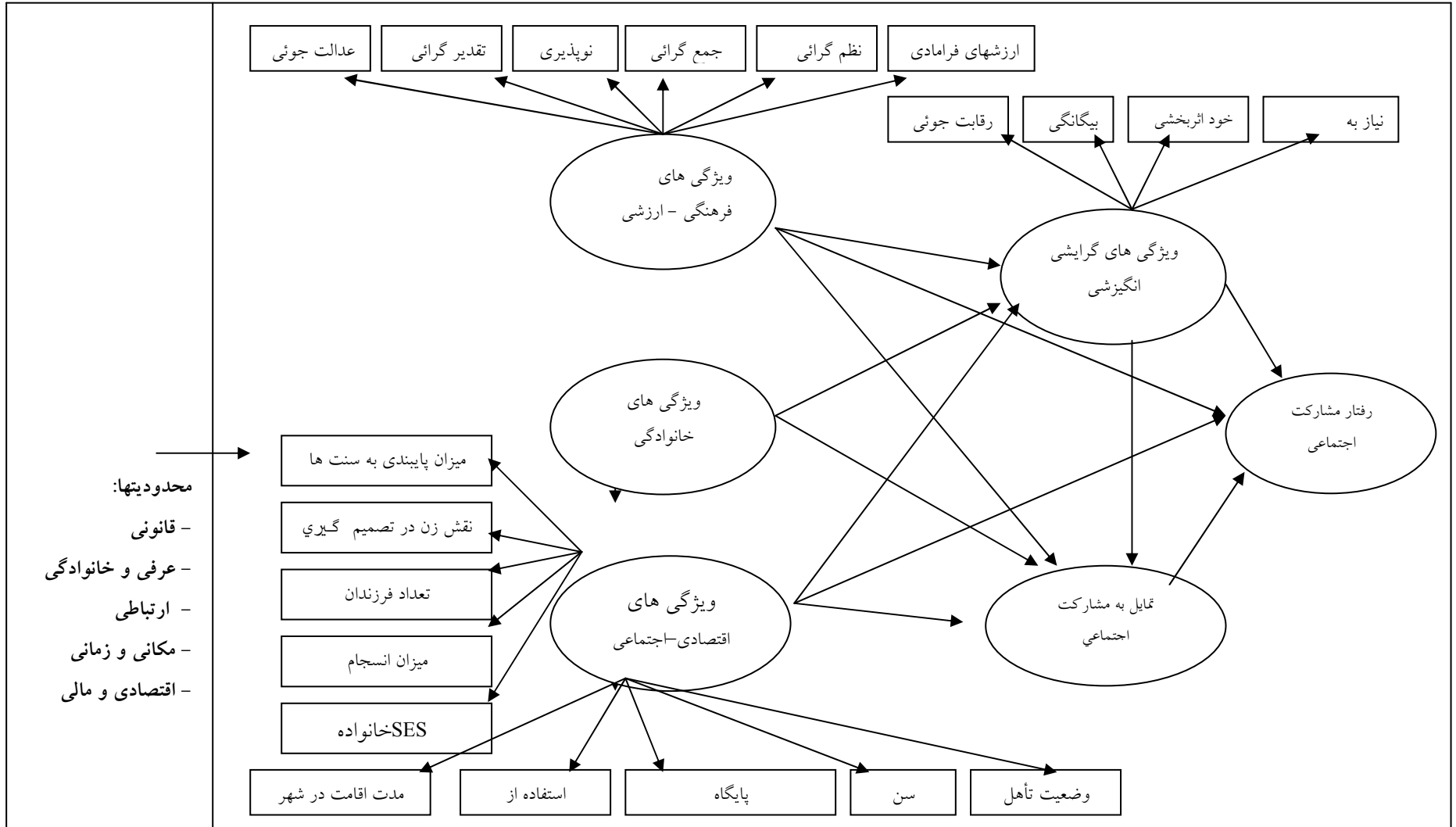
جدول شماره ۵. آماره های متغیرهای مورد مطالعه در خوشه های مختلف آماری - (بخش ۱)

حوزه	محور	مراتب و آماره ها متغیر	خوشه اول			خوشه دوم			خوشه سوم			خوشه چهارم		
			انحراف معیار	میانگین	میانگین ن	انحراف معیار	میانگین	میانگین ن	انحراف معیار	میانگین	میانگین ن	انحراف معیار	میانگین	میانگین ن
ویژگی های فرهنگی - ارزشی	نگرش های شخصیتی	اخلاق مدنی	۰/۵۳	۵/۰۰	۴/۴۹	۰/۵۹	۵/۰۰	۴/۵۴	۰/۵۲	۵/۰۰	۴/۵۱	۰/۵۲	۵/۰۰	
		نویذیری	۰/۷۶	۴/۰۰	۳/۸۴	۰/۸۲	۴/۰۰	۳/۸۶	۰/۷۶	۴/۰۰	۳/۷۶	۰/۷۶	۴/۰۰	
		تقدیرگرایی	۱/۰۷	۳/۰۰	۳/۳۳	۱/۰۳	۳/۰۰	۲/۸۸	۱/۰۲	۴/۰۰	۳/۱۳	۱/۰۲	۴/۰۰	
		عدالت جویی	۰/۸۵	۲/۰۰	۲/۳۰	۰/۸۶	۲/۰۰	۲/۲۷	۰/۹۵	۲/۰۰	۲/۱۸	۰/۹۵	۲/۰۰	
	نگرش های جنسیتی	نگرش جنسیتی	۰/۶۹	۴/۰۰	۳/۸۶	۰/۷۵	۳/۰۰	۳/۳۷	۰/۷۰	۴/۰۰	۳/۵۱	۰/۷۰	۴/۰۰	
		اعتماد به دیگران دور	۰/۶۲	۳/۰۰	۲/۷۶	۰/۶۵	۳/۰۰	۲/۷۲	۰/۶۳	۳/۰۰	۲/۴۶	۰/۶۳	۳/۰۰	
	اعتماد متقابل	اعتماد جنسیتی	۰/۸۳	۳/۰۰	۲/۹۴	۰/۸۰	۳/۰۰	۲/۹۸	۰/۸۰	۳/۰۰	۲/۶۹	۰/۸۰	۳/۰۰	
		اعتماد به دیگران نزدیک	۰/۷۳	۴/۰۰	۴/۲۰	۰/۷۵	۴/۰۰	۴/۲۲	۰/۶۸	۴/۰۰	۴/۱۰	۰/۶۸	۴/۰۰	
		امنیت در محیط های عمومی	۰/۶۴	۳/۰۰	۳/۳۳	۰/۷۰	۳/۰۰	۳/۴۲	۰/۶۱	۳/۰۰	۳/۲۷	۰/۶۱	۳/۰۰	
		امنیت در محافل جمعی مختلط	۰/۹۵	۳/۰۰	۳/۲۷	۰/۸۴	۴/۰۰	۳/۵۹	۱/۰۱	۳/۰۰	۳/۳۹	۱/۰۱	۳/۰۰	
احساس امنیت	امنیت در مجامع رسمی	۰/۷۰	۴/۰۰	۳/۶۵	۰/۶۹	۴/۰۰	۳/۶۲	۰/۷۳	۴/۰۰	۳/۴۷	۰/۷۳	۴/۰۰		
	احساس تقید مذهبی	۰/۷۵	۳/۰۰	۳/۴۸	۰/۸۰	۳/۰۰	۳/۳۵	۰/۷۸	۴/۰۰	۳/۰۹	۰/۷۸	۴/۰۰		
ویژگی های خانوادگی	میزان پایبندی به سنت ها	موقعیت اقتصادی - اجتماعی زنان	۰/۹۶	۴/۰۰	۳/۶۱	۰/۸۳	۴/۰۰	۴/۱۹	۰/۹۴	۴/۰۰	۳/۸۱	۰/۹۴	۴/۰۰	
		الگوی اقتدار پدر	۰/۵۹	۴/۵۰	۴/۴۴	۰/۶۶	۴/۰۰	۴/۳۹	۰/۵۷	۵/۰۰	۴/۳۷	۰/۵۷	۵/۰۰	
	نقش زن در تصمیم گیری	الگوی اقتدار شوهر	۰/۸۶	۴/۰۰	۳/۵۱	۰/۹۲	۳/۰۰	۳/۳۵	۰/۸۱	۴/۰۰	۳/۳۳	۰/۸۱	۴/۰۰	
		نقش زن در تصمیم گیری	۰/۷۷	۴/۰۰	۳/۷۶	۰/۸۱	۴/۰۰	۴/۰۶	۰/۷۵	۴/۰۰	۳/۸۱	۰/۷۵	۴/۰۰	
	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	انسجام خانوادگی	۰/۶۸	۴/۰۰	۴/۲۵	۰/۶۵	۴/۰۰	۴/۴۰	۰/۶۶	۴/۰۰	۴/۰۹	۰/۶۶	۴/۰۰	
		پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده	۰/۸۹	۲/۰۰	۲/۵۳	۰/۸۶	۳/۰۰	۲/۷۱	۰/۸۹	۲/۰۰	۲/۵۸	۰/۸۹	۲/۰۰	

ادامه جدول شماره 5. آماره های متغیرهای مورد مطالعه در خوشه های مختلف آماری = (بخش ۲)

حوزه	محور	مراتب و آماره ها متغیر	خوشه اول			خوشه دوم			خوشه سوم			خوشه چهارم		
			انحراف معیار	میانگین	میانگین	انحراف معیار	میانگین	میانگین	انحراف معیار	میانگین	میانگین	انحراف معیار	میانگین	میانگین
اجتماعی-اقتصادی-ویژگی های اقتصادی-ویژگی های اجتماعی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد	۰/۸۳	۲/۰۰	۲/۰۰	۰/۸۷	۲/۰۰	۲/۲۴	۰/۸۵	۲/۰۰	۲/۰۷	۲/۰۰	۲/۰۰	
	مدت اقامت	مدت اقامت در تهران	۰/۴۹	۳/۰۰	۲/۸۵	۰/۴۸	۳/۰۰	۲/۸۷	۰/۳۶	۳/۰۰	۲/۹۰	۳/۰۰	۳/۰۰	
		مدت اقامت در محله فعلی	۰/۸۸	۳/۰۰	۲/۲۴	۰/۹۰	۲/۰۰	۲/۰۵	۰/۸۹	۳/۰۰	۲/۰۷	۳/۰۰	۲/۰۰	
	ویژگی های اجتماعی-اقتصادی-ویژگی های اجتماعی	دسترسی به رسانه ها	دسترسی به رسانه ها	۰/۸۴	۲/۰۰	۱/۷۴	۰/۹۱	۳/۰۰	۲/۸۰	۰/۷۸	۲/۰۰	۲/۱۶	۲/۰۰	۲/۰۰
			میزان استفاده از رسانه ها	۰/۵۳	۱/۰۰	۱/۴۲	۰/۷۶	۲/۰۰	۱/۹۴	۰/۶۱	۱/۰۰	۱/۵۵	۱/۰۰	۲/۰۰
		سن	سن	۱/۳۰	۲/۰۰	۲/۳۷	۱/۱۳	۲/۰۰	۱/۸۵	۱/۲۷	۲/۰۰	۱/۹۰	۲/۰۰	۲/۰۰
رقابت جوینی			۱/۰۰	۳/۰۰	۳/۱۴	۰/۹۴	۴/۰۰	۳/۷۴	۱/۰۹	۳/۰۰	۳/۳۰	۳/۰۰	۳/۰۰	
ویژگی های اجتماعی-اقتصادی-ویژگی های اجتماعی	ویژگی های گرایشی	خوداثربخشی	۰/۷۰	۴/۰۰	۴/۱۸	۰/۶۲	۴/۰۰	۴/۳۷	۰/۶۲	۴/۰۰	۴/۱۱	۴/۰۰	۴/۰۰	
		از خود بیگانگی	۰/۹۳	۳/۰۰	۲/۹۳	۰/۹۴	۲/۰۰	۲/۵۰	۱/۰۲	۳/۰۰	۲/۸۸	۳/۰۰	۳/۰۰	
		میل به پیشرفت	۰/۷۲	۵/۰۰	۴/۴۲	۰/۶۱	۵/۰۰	۴/۵۵	۰/۶۷	۵/۰۰	۴/۵۱	۵/۰۰	۵/۰۰	
		علاقه به مشارکت سیاسی	۱/۰۴	۳/۰۰	۲/۹۹	۱/۰۳	۳/۰۰	۳/۰۲	۱/۰۲	۳/۰۰	۲/۴۷	۳/۰۰	۲/۰۰	
اجتماعی-اقتصادی-ویژگی های اجتماعی-ویژگی های اجتماعی	تمایل به مشارکت	علاقه به مشارکت محلی - محیطی	۰/۷۸	۴/۰۰	۴/۲۷	۰/۶۸	۵/۰۰	۴/۴۵	۰/۶۲	۵/۰۰	۴/۱۸	۵/۰۰	۴/۰۰	
		هم شانی در گروه مشارکتی	۰/۸۱	۴/۰۰	۳/۹۴	۰/۸۲	۴/۰۰	۳/۹۷	۰/۸۶	۴/۰۰	۴/۰۹	۴/۰۰	۴/۰۰	
	ویژگی های گروه مشارکتی	هم ولایتی در گروه مشارکتی	۱/۴۵	۲/۰۰	۲/۶۳	۱/۵۶	۲/۰۰	۲/۷۱	۱/۴۹	۲/۰۰	۲/۶۶	۲/۰۰	۲/۰۰	
		ارزیابی از مشارکت خود	۰/۸۹	۲/۰۰	۲/۴۰	۰/۹۵	۳/۰۰	۳/۰۶	۰/۸۵	۳/۰۰	۲/۲۰	۳/۰۰	۲/۰۰	
	موانع مشارکت	محدودیت ساختاری	۰/۹۳	۳/۰۰	۳/۰۲	۰/۸۱	۳/۰۰	۳/۰۴	۰/۹۴	۳/۰۰	۲/۹۰	۳/۰۰	۳/۰۰	
		محدودیت خانوادگی	۱/۰۲	۴/۰۰	۳/۷۱	۱/۰۰	۳/۰۰	۳/۲۳	۱/۰۰	۴/۰۰	۳/۴۱	۴/۰۰	۴/۰۰	
		محدودیت سنتی	۱/۰۷	۳/۰۰	۲/۴۷	۱/۱۲	۲/۰۰	۲/۱۱	۱/۱۷	۲/۰۰	۲/۶۷	۲/۰۰	۲/۰۰	
		شانیت فعالیت های فرهنگی - حمایتی	۰/۶۴	۴/۰۰	۴/۳۷	۰/۵۴	۵/۰۰	۴/۵۷	۰/۶۰	۵/۰۰	۴/۳۹	۵/۰۰	۴/۰۰	
	مشارکت اجتماعی	مطابقت با شان زنان	شانیت فعالیت های انقلابی - مذهبی	۰/۷۰	۴/۰۰	۴/۲۹	۰/۸۷	۴/۰۰	۳/۹۶	۰/۷۰	۵/۰۰	۳/۷۷	۵/۰۰	۴/۰۰
			شانیت فعالیت های سیاسی - اجتماعی	۰/۷۸	۴/۰۰	۳/۸۷	۰/۷۶	۴/۰۰	۴/۱۳	۰/۷۷	۴/۰۰	۳/۷۰	۴/۰۰	۴/۰۰

مدل تحلیلی عوامل موثر بر مشارکت اجتماعی زنان



پی نوشت

این مقاله از طرح پژوهشی "مشارکت اجتماعی زنان" که با حمایت مالی مرکز امور مشارکت زنان ریاست جمهوری استخراج و تدوین شده است. سایر همکاران این طرح عبارتند از آقایان دکتر قاضی طباطبایی، دکتر محسنی تبریزی، مجید کوششی و خانم سحر مرانلو.

منابع :

- Almond and Veraba 1974 , The Eive Culture, Princeron University Press, Forth ed
- Gundelach, M, , 1998 , Glimpeses of Youth Values in Post – Modern Society, Chicago: Aldione
- Inkeles, A , 1968, Modernization of Man, In Modernization: Dynamics of Growth, By Weiner, M, NY, and Bassic Books
- Lipset, SM , 1968, Political Man, New York, Free Prees,
- Mcclelland, D , 1963, The Achieving Soceity, Princeton, NJOV an Nostrand Company,
- Midgeley, J, 1986 , Community Participaration, London, Methuen,
- Percheron, A, 1982 , Political Attitules and Social Vaalues of Youth and His Parents in, France, France Rrview, Feb , 55,3, , pp 315-322
- Ritze, G, 1995 , Conterniporary Sociological Theory, McGrow Hill,
- Schwartz, D, 1973 , Political Alienation and Political Behavlor, Chicago: Aldine,
- Sills, David, , 1963 , International Encyclopedia of Soceinces, vol 16, Mac Millan Inc
- Yoshizaki, Yasuhiro , 1998, The New Generation in Japan, Futurist, Mar, vol 32, Issuos