

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: مشارکت شهروندان استان ایلام در انتخابات نمایندگان مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم)

اعظم عموزاده^۱، دکتر منوچهر کردزنگنه^۲، دکتر امیرعلی درستی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۸/۳۰

تاریخ وصول: ۱۴۰۲/۶/۱۳

چکیده:

امروزه مشارکت سیاسی که به معنای مجموعه‌ای از فعالیت‌های شهروندان برای اعمال نفوذ و تأثیرگذاری بر حکومت و حمایت از نظام سیاسی است، برای انواع نظام‌های سیاسی دارای اهمیت زیادی است. یکی از انواع مشارکت سیاسی، مشارکت در انتخابات است. تحقیقات مختلف نشان داده است که مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی بر رفتار انتخاباتی افراد تأثیرگذار است. پژوهش حاضر مجموعه عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی افراد را در حوزه جامعه‌شناختی دسته‌بندی کرده و با این پشتوانه هدفش این است که عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان استان ایلام در انتخابات نمایندگان مجلس دوره یازدهم را بررسی کند. روش تحقیق حاضر توصیفی - پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق حاضر شهروندان واجد شرایط رأی دادن در استان ایلام هستند که از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به روش خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. بدین منظور استان ایلام به چهار خوشه (شمال، جنوب، شرق و غرب) تقسیم شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنباط آماری از آزمون رگرسیون به کمک نرم‌افزار SPSS 24 استفاده گردیده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین عوامل اجتماعی مانند شبکه‌های اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، کسب عزت با مشارکت سیاسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، درحالی‌که آگاهی اجتماعی، مشارکت اجتماعی و کسب منفعت، بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر نداشته‌اند.

مفاهیم کلیدی: مشارکت سیاسی، انتخابات مجلس شورای اسلامی، استان ایلام، عوامل اجتماعی

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
azamamouzadeh@gmail.com

^۲ استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران (نویسنده مسئول)
m.kord1818@gmail.com

^۳ استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
amirali-dorosti@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

امروزه مشارکت مردم در تمامی فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی، امری است که در همه جوامع مورد پذیرش واقع شده و همواره بر میزان اهمیت آن افزوده می‌شود. مشارکت در جامعه از ابعاد مختلفی قابل طرح و بررسی است. یکی از این ابعاد مشارکت سیاسی است. مشارکت سیاسی درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی از عدم درگیری تا داشتن مقام رسمی سیاسی است (Rush, 2009). مشارکت سیاسی یکی از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است و یکی از اساسی‌ترین صورت‌های روابط اجتماعی بوده و به‌عنوان یکی از محورهای موضوعی در جامعه‌شناسی تلقی شده است. بنابراین، یکی از موضوعات مهم در مطالعات جامعه‌شناسی سیاسی، موضوع مشارکت سیاسی برای سنجش مشروعیت یک رژیم و از سوی دیگر به منزله عاملی برای افزایش کارآمدی یک نظام سیاسی است. اندیشمندان مختلفی به مبحث انتخابات و رأی دادن شهروندان پرداخته و آن را از الزامات جوامع دموکراتیک دانسته‌اند. به‌عنوان نمونه رابرت دال شرکت در انتخابات و رأی دادن را یکی از سطوح مشارکت سیاسی دانسته که برای مشروعیت دولت‌ها ضرورت اساسی دارد. مشارکت سیاسی در قالب سبک‌های مختلفی صورت‌بندی شده است؛ سبک‌های که رفتار رأی‌دهی، فعالیت‌های سیاسی و حزبی، فعالیت اجتماعی، تماس با صاحب‌منصبان، اعتراض و وارد شدن در فرآیند ارتباط سیاسی را شامل می‌شود (Emamjomehzadeh, 2012). مصادیق مشارکت در کشورهای جهان سوم که گذار از سنت به مدرنیته را تجربه می‌کنند به‌صورت حساس‌تری خود را نشان می‌دهند. زیرا دولت‌ها ناچارند برای کسب مشروعیت به مشارکت سیاسی تن دهند؛ بنابراین اهمیت مسئله مشارکت سیاسی در همه کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه مسئله‌ای قابل درک است. زیرا کشورهای در حال توسعه برای تحقق توسعه سیاسی ناچارند زمینه مشارکت شهروندان در امور سیاسی را فراهم و چالش‌ها را برطرف کنند. البته کشورهای توسعه‌یافته نیز به مسئله مشارکت سیاسی شهروندان اهمیت زیادی می‌دهند، ولی کمتر با چالش‌هایی که جهان کمتر توسعه‌یافته با این پدیده مواجه است، برخورد می‌کنند. در هر صورت تاریخچه پدیده مشارکت سیاسی نشان‌دهنده اهمیت آن برای همه کشورهاست. ایران به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه با حساسیت مسئله مشارکت سیاسی شهروندان مواجه است. در ایران رفتار انتخاباتی افراد از یک استان به استان دیگر و از یک شهرستان به شهرستان دیگر متفاوت است. استان ایلام نیز یکی از استان‌های در حال گذاری است که تجربه توسعه و مدرنیته را به همراه سنت و عرف طی می‌کند. این استان به لحاظ ساختاری

بافت سنتی بر مبنای نظام ایلی دارد که در حال تجربه دنیای مدرن و مختصات مدرنیته است. استان ایلام با وجود ۱۲ ایل و ۳۲ طایفه مستقل که در شهرها و روستاهای مختلف ساکن هستند، قابلیت و زمینه مناسبی برای تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان این استان را دارد (Amini, Kavakebian & Shiri, 2020). اگر چه می‌شود رفتار انتخاباتی شهروندان این استان را از زوایای مختلف فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مورد بررسی قرار داد، ولی به دلیل گستردگی بحث، هدف پژوهش حاضر بررسی دلایل اجتماعی رفتار انتخاباتی شهروندان این استان در انتخابات نمایندگی مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم است. در راستای بررسی این مسئله این پرسش اساسی مطرح می‌شود که چه عوامل اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات نمایندگی مجلس شورای اسلامی یازدهم در استان ایلام تأثیر داشته است؟ پژوهش حاضر از میان عوامل متعدد اجتماعی مؤلفه‌های آگاهی اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، کسب منفعت و کسب عزت را انتخاب نموده و این فرضیه را مطرح کرده است که عوامل اجتماعی مختلف بر رفتار انتخاباتی مردم استان ایلام در انتخابات مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم تأثیر مثبت و معناداری داشته است. در این مقاله که به روش توصیفی - پیمایشی صورت گرفته است، بعد از طرح مبانی نظری و پیشینه تجربی، به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته می‌شود. با ذکر مطالب ارائه شده سؤال اصلی پژوهش عبارت است از: عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان استان ایلام در انتخابات نمایندگی مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم کدامند؟

مبانی نظری پژوهش

امروزه از مشارکت سیاسی به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای توسعه سیاسی یاد می‌شود. مشارکت سیاسی کارآمدی نظام سیاسی و ایجاد حس همراهی آحاد ملت در اجرای سیاست‌ها و تصمیمات حاکمیت را تضمین کرده و هر قدر میزان آن بیشتر باشد، حاکمیت در جامعه بین‌المللی از اعتبار و موقعیت بهتری برخوردار خواهد بود. بسیاری از افراد انتخابات و نحوه رقابت‌های انتخاباتی را یک معیار برای سنجش دموکراسی می‌دانند (Saei, 2020: 196). دولت‌هایی که دارای نظام سیاسی دموکرات به هر شکلی هستند به مشارکت شهروندان خود در سیاست نیاز مبرمی دارند (Alesina & Giuliano, 2009: 2). مشارکت سیاسی از جانب هر مکتب و رویکرد به‌نوعی متفاوت تعریف گردیده و مختصات خاص خودش را دارد. به‌طور کلی مشارکت سیاسی فعالیت‌های داوطلبانه‌ای است که در آن فرد در انتخاب حاکمان شرکت

می‌کند و سیاست‌های عمومی را به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم تنظیم می‌کند (*Alalaimat, 2019:3*). مشارکت سیاسی فقط عرصه انتخابات و رأی دادن را در بر نمی‌گیرد. مشارکت سیاسی فراتر از فعالیت‌های سیاسی سنتی مانند رأی دادن است و فعالیت‌های مختلفی مانند عضویت افراد در سازمان‌های مختلف، شرکت در سازمان‌ها یا فعالیت‌های فرهنگی، امضای طومارها، تماس با سیاستمداران، اعتراض و غیره را شامل می‌شود (*Kitanova, 2019: 823*). یکی از انواع مشارکت سیاسی انتخابات است. رفتار انتخاباتی نوعی رفتار سیاسی است که به مطالعه چرایی و چگونگی تصمیمات رأی‌دهی شهروندان در انتخابات می‌پردازد. فرآیند انتقال قدرت از مردم به حکومت با انتخابات صورت می‌گیرد (*Sadeghi, Hafeznia, Azami, & Hossen, 2022*). مسئله مشارکت سیاسی و به‌ویژه رفتار انتخاباتی افراد از زوایا و جنبه‌های مختلفی مورد مطالعه و تحقیق قرار گرفته است. به همین دلیل رهیافت‌ها و بینش‌های مختلفی نسبت به این مسئله شکل گرفته است. از نیمه دوم قرن بیستم پژوهشگران رفتار سیاسی کوشیده‌اند علل و انگیزه‌های مشارکت سیاسی و به‌خصوص مشارکت انتخاباتی را مورد بررسی قرار دهند. درک اینکه چرا شهروندان رأی می‌دهند یک موضوع مهم در تحلیل‌های سیاسی است. جامعه‌شناسان سیاسی، جغرافی‌دانان، دانشمندان علوم سیاسی، روانشناسان، اقتصاددانان و دیگران هرکدام از زاویه‌ای خاص دلایل شرکت یا عدم مشارکت شهروندان در انتخابات را مورد بررسی قرار داده‌اند. صاحب‌نظران عرصه رفتار انتخاباتی معتقدند که پس از دهه‌ها پژوهش درباره رفتار رأی‌دهی هنوز چارچوب نظری استواری برای مطالعه این نوع مشارکت سیاسی (رفتار انتخاباتی) وجود ندارد، اما می‌توان به مجموعه‌ای از دیدگاه‌های نظری اشاره کرد که هرکدام جوانبی از رفتار رأی‌دهی مردم را تبیین می‌کنند. تحلیل‌گران رفتار انتخاباتی در مجموع از سه الگوی جامعه‌شناختی سیاسی، اقتصاد سیاسی و روانشناسی سیاسی در بررسی رفتار رأی‌دهی شهروندان استفاده می‌کنند. در ادامه به‌صورت مختصر این سه الگو مورد بررسی قرار می‌گیرد.

الگوی جامعه‌شناختی

الگوی جامعه‌شناختی به دنبال تشخیص بسترهای اجتماعی مشارکت ساز و در صد تبیین و تفسیر چگونگی مشارکت سیاسی بخصوص در قالب رفتار انتخاباتی در جوامع مختلف است. الگوی جامعه‌شناختی رفتار رأی‌دهندگان نخستین بار توسط پل لازارسفلد، در دهه ۱۹۴۰ مطرح شد. از دیدگاه آن‌ها رأی‌دهندگان دارای گرایش‌های سیاسی ثابتی هستند که ریشه در محیط اقتصادی، زندگی شغلی، خانوادگی و محیط فرهنگی آن‌ها دارد. لازارسفلد بر

این نظر است که فرد از نظر سیاسی آن گونه می‌اندیشد که از نظر اقتصادی و اجتماعی در آن به سر می‌برد، از این رو، عوامل اجتماعی تعیین‌کننده گرایش‌های سیاسی هستند (Lazarsfeld, 1994: 27). از این رو در الگوی جامعه‌شناختی توجه عمده به نقش ساختارهای اجتماعی و تصمیم‌های فرد مربوط است نه به انگیزه‌های وی. عضویت گروهی فرد انتخاب‌کننده، طبقه اجتماعی، وابستگی مذهبی، پیوندهای جغرافیایی و قومی، سن و جنس فرد در این رهیافت اهمیت دارد (Nikfar & Jaberipoor, 2019).

یکی از حوزه‌های الگوی جامعه‌شناختی نظریه منابع است که طی آن ادعا می‌شود برخی از منابع اقتصادی و اجتماعی، از جمله تحصیلات، شغل و درآمد، بر مشارکت سیاسی افراد تأثیر می‌گذارند. دسترسی نابرابر افراد به این گونه منابع در شکل‌گیری سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی و انگیزه‌های افراد مؤثر است. بنابراین رفتار مشارکتی افراد را باید بر حسب عضویت آنان در گروه‌های شغلی، تحصیلی و غیره توضیح داد (Ghaffari Hashjin & Biginia, 2010). (Gabriel Almond and Bingham Powell (2001). ضمن تأکید بر تحصیلات، درآمد و رتبه شغلی افراد در تعیین پایگاه اقتصادی و اجتماعی آنان، معتقدند که شهروندان تحصیل کرده، ثروتمند و بهره‌مند از مهارت‌های حرفه‌ای بالاتر، احتمال بیشتری دارد که واجد ایستارهای مشارکت‌جویانه باشند (Almond & Powell, 2001: 138). همچنین طبق نظریه Maslow اگر نیازهای اولیه انسان برآورده شود، انگیزه و تمایل بیشتری برای رفع نیازهای اجتماعی و سیاسی مانند مشارکت سیاسی پیدا می‌شود (Hosseini, Bahrami Layegh & Ghashami, 2017)؛ همچنین در این الگو نوسازی و توسعه سیاسی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی تأثیرگذار است. لیپست (۱۹۵۹)، معتقد بود که توسعه اقتصادی پیش شرط توسعه سیاسی است و توسعه سیاسی را معادل دموکراسی می‌داند. مجموعه عواملی که لیپست برای اثبات ادعای خود به کار گرفته بود، شامل ثروت، آموزش، گسترش شهرنشینی و افزایش صنعتی‌شدن بود. همچنین می‌توان به سرمایه‌های اجتماعی اشاره کرد. به اعتقاد Baker سرمایه‌های اجتماعی از طریق منابع انسانی مانند مهارت‌های انسانی شکل می‌گیرند. این منابع به توانایی افراد برای رفتارهای جمعی می‌افزاید. در این میان نقش سرمایه سیاسی در میزان مشارکت سیاسی قابل ملاحظه است. وجود اعتماد سیاسی، آگاهی سیاسی و انسجام سیاسی در بین شهروندان، نخبگان و همچنین اجتماع، به میزان مشارکت سیاسی می‌افزاید (Amini & et. al., 2020).

در فرهنگ سیاسی مشارکتی مردم به‌طور آگاهانه در زندگی سیاسی مشارکت می‌کنند، مشارکت‌کنندگان از ساختار و روند نظام سیاسی و همچنین از خواسته‌های خودآگاهی دارند،

مشارکت‌کنندگان سیاسی ایستارهای خاصی نسبت به ساختارهای سیاسی مانند احزاب، گروه‌های ذی‌نفوذ و نقش آن‌ها دارند (Ghajari & Basity, 2021). از جمله حوزه‌های دیگر الگوی جامعه‌شناختی بررسی هویت و شکاف اجتماعی است. در این رهیافت تصور بر این است که رفتار انتخاباتی مردم تحت تأثیر گروه‌هایی است که مردم به آن تعلق دارند. احساس تعلق به یک گروه، مشوق مهمی برای مشارکت است. احساس تعلق بیشتر به یک گروه سبب می‌شود تا مردم تمایل بیشتری در حمایت از آن در قالب مشارکت سیاسی از خود نشان دهند (Keshavarzi & Arabi, 2020).

الگوی اقتصاد سیاسی

طرفداران الگوی اقتصادمحور تأکید می‌کنند رأی دادن عملی مبتنی بر محاسبات عقلانی است و فرد سود و زیان را محاسبه می‌کند. این دیدگاه در تفکرات فردگرایانه ریشه دارد (Nikfar & Jaberipoor, 2019). به اعتقاد آنتونی داونز، هر فرد رأی‌دهنده بر اساس محاسبه عقلانی عمل می‌کند. در این راستا اقدامات دولت‌های قبلی را با ادعاها و شعارهای احزاب و جناح‌های مخالف مقایسه کرده و دولتی که بر سر کار هست را نیز ارزیابی می‌کند، و با در نظر گرفتن منافع که از پیروزی یا شکست احزاب مختلف به دست می‌آورد، اقدام به رأی دادن می‌کند. به‌طور کلی طبق این الگو رأی‌دهندگان از میان برنامه‌های اعلام شده کاندیدها آن‌ها که تأمین‌کننده منافع آن‌هاست انتخاب می‌کنند و وابستگی‌های حزبی نقش چندانی در رأی‌دهی آنان ندارد. در این نظریه افراد می‌توانند تشخیص دهند که کدام گزینه از گزینه دیگر مناسب‌تر است، لذا طبق این نظریه منافع نقش مهمی در انتخاب افراد دارد (Kazemipour, Kaffashi & Nasiri, 2019).

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

باقری و دیگران (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، احساس بی‌قدرتی، وفاق اجتماعی، پیوند اجتماعی) بر مشارکت سیاسی زنان استان خوزستان (مطالعه موردی: شهر اهواز)»، نتیجه گرفتند که بین متغیرهای سن، درآمد، تحصیلات، قومیت، وضعیت تأهل، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، احساس بی‌قدرتی، وفاق اجتماعی و پیوند اجتماعی با مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر نشان داد که بیشترین تأثیر را بر مشارکت

اجتماعی در این تحقیق اعتماد اجتماعی و کمترین تأثیر را میزان درآمد داشته است (Bagheri & et. al, 2018).

ابراهیمی کیایی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان مشارکت سیاسی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن (مطالعه تطبیقی دانشجویان و شهروندان)، نتیجه گرفتند که بین متغیرهای وابسته مشارکت سیاسی انتخاباتی، غیر انتخاباتی و کل با متغیرهای مستقل احساس اثربخشی سیاسی، کسب منفعت و عزت اجتماعی مشخص گردید که در هر سه مدل نهایی ارائه شده، متغیر کسب عزت اجتماعی از مدل خارج گردیده است و میزان تأثیرگذاری احساس اثربخشی سیاسی بر انواع مشارکت سیاسی بیشتر از میزان تأثیرگذاری متغیر کسب منفعت بر متغیرهای وابسته مذکور بود (Ebrahimi Kiapei, 2019).

نورانی آسابر و همکاران (۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان «بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت شهروندان تهرانی با مداخله سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی»، انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که تمامی متغیرهای مستقل بر مشارکت تأثیر مستقیم دارند و متغیر سرمایه فرهنگی به‌عنوان درونی‌ترین متغیر بیشترین تأثیر مستقیم را بر متغیر مشارکت دارد. همچنین بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد که بین شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی ارتباط نزدیکی وجود دارد (Nourani Asiabar, 2017).

نیک‌خواه و احمدی (۱۳۹۶)، تحقیقی تحت عنوان «بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر بندرعباس» انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داده 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 دارد، اما بین جنس، وضعیت تأهل و وضعیت بومی بودن با مشارکت اجتماعی شهروندان رابطه‌ای دیده نمی‌شود (Nikkhah & Ahmadi, 2017).

نتایج تحقیق دارابی (۱۳۹۴)، با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی زنان در استان همدان (مطالعه موردی: شهر نهاوند)»، نشان می‌دهد که بین مشارکت سیاسی زنان و متغیرهای سرمایه اجتماعی، موقعیت طبقاتی، وسایل ارتباط جمعی، تجربه مشارکت سیاسی و اثربخشی سیاسی رابطه معناداری وجود دارد، اما بین متغیر عضویت در سازمان‌های مدنی و دسترسی به شخصیت‌های سیاسی با مشارکت سیاسی زنان رابطه معنادار وجود ندارد (Darabi, 2014).

مسعودنیا و دیگران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی استادان دانشگاه اصفهان» انجام داده‌اند مشخص شد که رابطه معناداری بین

متغیرهای رسانه‌های جمعی، آگاهی سیاسی، محیط سیاسی، اثرگذاری سیاسی، انگیزه‌های سیاسی، میزان محرومیت نسبی و احساس بی‌قدرتی سیاسی با مشارکت سیاسی وجود دارد. همچنین یافته‌های تحقیق که با حجم نمونه ۱۲۰ نفر از استادان دانشگاه اصفهان صورت گرفت نشان داد که رسانه‌های جمعی بالاترین ارتباط معنادار با مشارکت سیاسی را دارند (Masoudnia & et. al., 2013).

جعفری‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل رفتار انتخاباتی (مطالعه موردی: دهمین دوره ریاست جمهوری حوزه انتخابیه هریس)»، به این نتایج رسیدند که: از میان عوامل مختلف مورد بررسی، نقش فشارها و ترس ناشی از سرزنش‌های قومی و قبیله‌ای در رتبه اول، تأثیر مشارکت در انتخابات به خاطر هم‌زبان بودن کاندیدا در رتبه دوم است و میزان آشنایی رأی‌دهندگان با کاندیدای انتخاباتی، تخصص، مهارت و برنامه‌های وی در رده‌های بعدی قرار می‌گیرد. همچنین بر اساس نتایج تحقیق، تبلیغات نقش ناچیزی نسبت به سایر عوامل در ایجاد رفتار سیاسی رأی‌دهندگان ایفا کرده است (Jafarinejad & et. al, 2011).

سید امامی و عبدالله (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس؛ مطالعه موردی: شهر تهران»، نتیجه گرفتند از میان منابع اجتماعی مورد بررسی، پایداری به انجام تکالیف شرعی، اعتماد سیاسی، علاقه‌مندی به سیاست، مهارت‌های مشارکتی و احساس اثربخشی سیاسی، همبستگی معناداری با مشارکت انتخاباتی نشان می‌دهند. منابعی که در مضمون جامعه ایران، برخلاف بیشتر جوامع دیگر همبستگی معناداری با مشارکت در انتخابات در این تحقیق نشان نداده‌اند، تحصیلات و درآمد بود (Seyed Emami & Abdullah, 2010).

جعفری‌نژاد و دیگران (۱۳۸۸)، در تحقیقی با عنوان «بررسی میزان مشارکت سیاسی زنان شاغل در آموزش و پرورش ناحیه یک شهر شهرکرد» که بر حجم نمونه ۳۴۲ نفر با پرسشنامه صورت گرفته، به این نتیجه دست یافتند که بین دین، آگاهی و مهارت سیاسی و مشارکت سیاسی رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛ یعنی هر چه میزان آگاهی و مهارت سیاسی زنان بالاتر بوده، مشارکت بیشتری داشته‌اند. همچنین هر چه مدرک تحصیلی بالاتر بوده، میزان مشارکت نیز بالاتر رفته است. ولی رابطه معناداری بین متغیرهایی مانند رشته تحصیلی، سابقه کار و محل زندگی با مشارکت سیاسی مشاهده نشده است (Jafarinejad & et. al, 2010).

ب) تحقیقات خارجی

Tariq & et. al. (2022)، در پژوهشی نتیجه گرفتند کارایی سیاسی نه بر مشارکت سیاسی تأثیرگذار است و نه نقش میانجی بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی دارد.

Kim & Hoewe (2020)، در پژوهشی نتیجه گرفتند: (۱) مشارکت سیاسی سنتی، (۲) گفتگوی سیاسی بین فردی، (۳) رأی دادن، (۴) مشارکت در رسانه‌های اجتماعی و (۵) جستجوی اطلاعات آنلاین. هر یک از عوامل مشارکت سیاسی با کارایی سیاسی و منافع سیاسی رابطه مثبت داشت. فقط مشارکت سیاسی سنتی (منفی) با بدبینی سیاسی مرتبط بود. این نتایج نشان می‌دهد که اشکال مشارکت سیاسی به دنبال توسعه فناوری‌های ارتباطی متنوع‌تر و فردی‌تر شده‌اند.

Alelaimat (2019)، در پژوهشی نتیجه گرفت که عوامل جنسیت، سن، درآمد خانواده و وابستگی منطقه‌ای بر رأی دادن دانشجویان دانشگاه اردن در انتخابات ملی و محلی تأثیر می‌گذارد. هر چه جنسیت بیشتر باشد، میزان رأی به نفع دانشجویان پسر تغییر می‌کند. هر چه سن بیشتر تغییر کند، میزان رأی‌گیری به نفع دانش‌آموزان بزرگ‌تر تغییر می‌کند. هر چه میزان درآمد خانواده بیشتر باشد، رأی‌دهی به نفع دانش‌آموزان پردرآمد بیشتر می‌شود. هر چه وابستگی منطقه‌ای بیشتر باشد، رأی‌گیری به نفع دانشجویان اردنی بیشتر می‌شود.

Chrysschoou & Barrett (2017)، در پژوهشی نتیجه گرفتند که عوامل سطح خرد عبارت‌اند از علاقه سیاسی، کارآمدی، ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها و هویت. عوامل سطح میانی شامل خانواده، مدرسه، همسالان و محله است. در حالی که عوامل سطح کلان شامل عوامل سیاسی - فرهنگی، اقتصادی، حقوقی و نهادی است. به‌طور کلی این عوامل بر مشارکت سیاسی اثرگذار هستند.

Edgerly & et. al. (2018)، در پژوهشی نتیجه گرفتند که نیمی از پاسخ‌دهندگان که از اخبار اجتناب می‌کنند دارای کمترین میزان مشارکت هستند. همچنین، برخی دیگر از افراد نیمه دیگر استفاده از پلتفرم‌ها و منابع رسانه‌ای جدید را از عوامل مؤثر در مشارکت می‌دانند.

Kelly (2009)، در تحقیقی با عنوان «مشارکت شهری و اعتماد اجتماعی در میان اقلیت جوانان» که به‌صورت پیمایشی در دانشگاه آدلفی صورت گرفته، به این نتیجه رسید که جوانانی که در اقلیت هستند، به دلیل احساس تبعیض در مسائل مختلف و محدودیت‌های مختلف، مشارکت اجتماعی کمتری دارند. همچنین جوانانی که به ناهنجاری‌های اجتماعی

مانند مواد مخدر آلوده‌اند، و افرادی که کیفیت زندگی پایینی را تجربه می‌کنند، اعتماد اجتماعی کمتر و در نتیجه مشارکت کمتری دارند.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه کلی

عوامل اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه‌های جزئی

فرضیه ۱: آگاهی اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۲: شبکه‌های ارتباطی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳: اعتماد اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۴: مشارکت اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۵: انسجام اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۶: کسب منفعت بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۷: کسب عزت بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس روش، از نوع پیمایشی و توصیفی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است. همچنین این تحقیق برحسب زمان جمع‌آوری داده‌ها، یک تحقیق مقطعی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شهروندان واجد شرایط رأی دادن در استان ایلام هستند. برای نمونه‌گیری و به‌منظور انتخاب نمونه‌ای که معرف جامعه باشد، روش نمونه‌گیری

خوشه‌ای به کار می‌رود. بدین منظور استان ایلام به چهار خوشه (شمال، جنوب، شرق و غرب) تقسیم‌بندی شده و نمونه آماری از هر خوشه به تعداد مساوی و به صورت نمونه در دسترس انتخاب می‌شود. حجم نمونه با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده و ۳۸۴ نفر انتخاب می‌شود و برای سنجش روایی محتوا و پایایی آن با استفاده از آزمون کرونباخ مورد سنجش واقع می‌گردد. تجزیه و تحلیل بخش پرسشنامه در نرم افزار SPSS صورت می‌گیرد و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام خواهد گرفت.

پرسشنامه عوامل اجتماعی دارای ۴۸ گویه می‌باشد و شامل ابعاد آگاهی اجتماعی (۶-۱)؛ شبکه‌های ارتباطی (۷-۱۴)؛ اعتماد اجتماعی (۱۵-۲۲)؛ مشارکت اجتماعی (۲۳-۲۹)؛ انسجام اجتماعی (۳۰-۴۲)؛ کسب منفعت (۴۳-۴۵)؛ کسب عزت (۴۶-۴۸) می‌باشد. این پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت (کاملاً مخالف ۱، مخالف ۲، نظری ندارم ۳، موافق ۴، کاملاً موافق ۵)، طراحی گردیده است و سؤالات (۱۷-۱۸) و ۲۲-۲۴ و ۲۷ و ۳۳ و ۳۶ و ۴۱) به صورت منفی می‌باشند و نمره‌گذاری آنها بدین صورت می‌باشد (کاملاً مخالف ۵، مخالف ۴، نظری ندارم ۳، موافق ۲، کاملاً موافق ۱). در این پژوهش پرسشنامه‌ها از روایی صوری یا ظاهری برخوردار هستند، زیرا خبرگان مشتمل بر پنج تن از اساتید و صاحب نظران، بر اینکه سنجها و آیتم‌ها، آنچه را که باید اندازه‌گیری کنند، می‌سنجد، صحت گذاشتند. همچنین در این پژوهش پایایی از طریق، بررسی ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی صورت می‌پذیرد. ضرایب آلفای متغیرهای اجتماعی ۰/۷۵۰ را نشان می‌دهد، بنابراین می‌توان گفت متغیرهای پژوهش از پایایی مطلوبی برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سن ۳۰/۵ درصد پاسخگویان با بیشترین فراوانی بین (۳۱-۴۰) سال، سن ۰/۰۸ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از ۶۰ سال بود. جوان‌ترین پاسخگو ۱۸ سال و مسن‌ترین آنها ۷۲ سال سن داشته است. در وضعیت سطح تحصیلات پاسخگویان بیشترین فراوانی از آنان ۱۴۵ نفر، معادل ۳۷/۸ درصد از حجم نمونه، بوده است که تحصیلات لیسانس داشتند. کمترین فراوانی نیز مربوط به پاسخگویان با تحصیلات دکتری بود که ۶ نفر بوده و ۱/۶ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده است. همچنین ۴۷/۴ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۲/۶ درصد نیز زن بودند. بعلاوه اینکه ۲۷/۱ درصد از آنان مجرد و ۷۲/۹ درصد نیز متأهل معرفی بودند.

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به آگاهی اجتماعی

جدول ۱: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با آگاهی اجتماعی

Table 1: Ranking of Items Related to Social Awareness

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۲۳۲	۰/۹۸۱	۴/۲۲	مطالعه کتاب برای من تأثیرگذار بوده است
۲	۰/۲۴۹	۱/۰۰	۴/۰۱	معتقدم باید مجله و روزنامه مطالعه کرد
۳	۰/۲۶۲	۱/۰۳	۳/۹۳	برای پیگیری اخبار و اطلاعات از اینترنت استفاده می‌کنم زیرا اطلاع‌رسانی خوبی دارد
۴	۰/۳۱۰	۱/۰۷	۳/۴۵	مکالمه با دوستان و آشنایانم صرف تبادل اطلاعات و اخبار جامعه می‌شود
۵	۰/۳۱۳	۱/۰۵	۳/۳۵	به وظایف و مسئولیت‌های سازمان‌های مختلف آگاهی دارم
۶	۰/۳۲۷	۱/۱۶	۳/۵۴	عموماً اخبار مربوط به مسائل و رخداد‌های اجتماعی را از طریق رادیو و تلویزیون دنبال می‌کنم

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخ‌دهندگان در مورد آگاهی اجتماعی در جدول ۱ نشان داد که گویه‌های (مطالعه کتاب برای من تأثیرگذار بوده است، معتقدم باید مجله و روزنامه مطالعه کرد، برای پیگیری اخبار و اطلاعات از اینترنت استفاده می‌کنم، زیرا اطلاع‌رسانی خوبی دارد) در اولویت‌های اول تا سوم و گویه‌های (مکالمه با دوستان و آشنایانم صرف تبادل اطلاعات و اخبار جامعه می‌شود، به وظایف و مسئولیت‌های سازمان‌های مختلف آگاهی دارم، عموماً اخبار مربوط به مسائل و رخداد‌های اجتماعی را از طریق رادیو و تلویزیون دنبال می‌کنم) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخ‌گویان در خصوص شبکه‌های اجتماعی در جدول ۲ نشان داد که گویه‌های (اگر برای همسایه‌ام مشکلی پیش بیاید به او کمک می‌کنم، در صورت نیاز امکان کمک گرفتن از دوستانم وجود دارد، باید چند بار در هفته با دوستان و آشنایان خود در تماس باشیم) در اولویت‌های اول تا سوم و گویه‌های (در طول هفته باید جوئیای حال همسایه خود باشیم، ترجیح می‌دهم بیشتر از مغازه دوستان و آشنایان خرید کنم تا اشخاص غریبه،

اگر از کودکی مراقبت کنم و مشکلی برایم پیش بیاید که مجبور شوم برای مدتی از خانه بیرون بروم، از همسایه خود کمک می‌گیرم) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

جدول ۲: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی

Table 2: Ranking of Subjects Related to Social Networks

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۲۲۰	۰/۹۲۱	۴/۱۷	اگر برای همسایه‌ام مشکلی پیش بیاید به او کمک می‌کنم
۲	۰/۲۴۲	۰/۹۳۰	۳/۸۲	در صورت نیاز امکان کمک گرفتن از دوستانم وجود دارد
۳	۰/۲۵۸	۰/۹۸۹	۳/۸۲	باید چند بار در هفته با دوستان و آشنایان خود در تماس باشیم
۴	۰/۲۶۰	۱/۰۱	۳/۸۷	بهتر است در جلسات و مراسمات مختلف محله (مذهبی، فرهنگی، اجتماعی و ...) شرکت داشته باشیم
۵	۰/۲۶۰	۱/۰۱	۳/۸۸	حاضرم برای دیدار خانواده اقوام و آشنایان به بیرون از محل سکونت خود بروم
۶	۰/۲۸۹	۱/۰۵	۳/۶۳	در طول هفته باید جویای حال همسایه خود باشیم
۷	۰/۳۴۵	۱/۲۲	۳/۵۳	ترجیح می‌دهم بیش‌تر از مغازه دوستان و آشنایان خرید کنم تا اشخاص غریبه
۸	۰/۴۰۰	۱/۲۶	۳/۱۵	اگر از کودکی مراقبت کنم و مشکلی برایم پیش بیاید که مجبور شوم برای مدتی از خانه بیرون بروم، از همسایه خود کمک می‌گیرم

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به اعتماد اجتماعی

جدول ۳: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با اعتماد اجتماعی

Table 3: Ranking of Items Related to Social Trust

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۲۶۸	۱/۰۰	۳/۷۲	به یکدیگر پول قرض می‌دهیم
۲	۰/۳۶۴	۱/۲۰	۳/۲۹	وسایل کار را به یکدیگر امانت نمی‌دهیم
۳	۰/۳۸۳	۱/۱۸	۳/۰۸	مردم رک و صریح حرف می‌زنند
۴	۰/۳۸۴	۱/۱۶	۳/۰۲	در جامعه ضامن دیگران شدن کار اشتباهی است

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۵	۰/۴۰۳	۱/۱۳	۲/۸۰	اکثر مردم در معامله به مردم درستکارند
۶	۰/۴۳۶	۱/۲۱	۲/۷۷	مردم اهل دوز و کلک هستند
۷	۰/۴۵۶	۱/۱۵	۲/۵۲	عموماً می‌توان به غریبه‌ها نیز اعتماد کرد
۸	۰/۵۰۹	۱/۰۹	۲/۱۴	وقتی خوب فکر می‌کنی می‌بینی کسانی که می‌توانی به آنان اعتماد کنی انگشت شمارند

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخگویان در خصوص اعتماد اجتماعی در جدول ۳ نشان داد که گویه‌های (به یکدیگر پول قرض می‌دهیم، وسایل کار را به یکدیگر امانت نمی‌دهیم، مردم رک و صریح حرف می‌زنند) در اولویت‌های اول تا سوم و گویه‌های (مردم اهل دوز و کلک هستند، عموماً می‌توان به غریبه‌ها نیز اعتماد کرد، وقتی خوب فکر می‌کنی می‌بینی کسانی که می‌توانی به آنان اعتماد کنی انگشت‌شمارند) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به مشارکت اجتماعی

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخگویان در خصوص مشارکت اجتماعی در جدول ۴ نشان داد که گویه‌های (مهم‌ترین مصداق مشارکت شهروندان در مشورت‌دهی آنها به اداره‌کنندگان مدیریت شهری می‌باشد، چون شهروندان بیشتر به دنبال منافع شخصی خود هستند، ضرورتی برای مشارکت آنها وجود ندارد، شهروندان باید در همه امور شهری حضور فعال و مستقیم داشته باشند)، در اولویت‌های اول تا سوم و گویه‌های (جمع شدن مردم در یک‌جا و گفت‌وگو در مورد مسائل و مشکلات محله‌شان دردی را دوا نمی‌کند، از آنجایی که شهروندان از تجربه و تخصص لازم برخوردار نیستند، باید به صورت محدود در اداره امور شهری وارد شوند، اگر انتخاباتی در سطح محلی برای حل مشکلات محله برگزار شود، حاضر هستم در آن انتخابات کاندید بشوم) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

جدول ۴: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با مشارکت اجتماعی

Table 4: Ranking of Items Related to Social Participation

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۲۹۳	۰/۹۵۹	۳/۲۷	مهم‌ترین مصداق مشارکت شهروندان در مشورت‌دهی آنها به اداره‌کنندگان مدیریت شهری (شهرداری، دولت و ...) می‌باشد
۲	۰/۳۲۶	۱/۰۸	۳/۳۱	چون شهروندان بیشتر به دنبال منافع شخصی خود هستند، ضرورتی برای مشارکت آنها وجود ندارد
۳	۰/۳۴۴	۱/۱۹	۳/۴۵	شهروندان باید در همه امور شهری حضور فعال و مستقیم داشته باشند
۴	۰/۳۶۱	۱/۱۹	۳/۲۹	هر شهروند وظیفه دارد بخش کوچکی از درآمدش را به صورت مالیات برای حل مشکلات محل زندگی‌اش هزینه کند
۵	۰/۳۸۱	۱/۲۷	۳/۳۳	جمع شدن مردم در یک‌جا و گفتگو در مورد مسائل و مشکلات محله‌شان دردی را دوا نمی‌کند
۶	۰/۳۸۲	۱/۱۲	۲/۹۳	از آنجایی که شهروندان از تجربه و تخصص لازم برخوردار نیستند، باید به صورت محدود در اداره امور شهری وارد شوند
۷	۰/۴۰۵	۱/۲۳	۳/۰۳	اگر انتخاباتی در سطح محلی برای حل مشکلات محله برگزار شود، حاضر هستیم در آن انتخابات کاندید بشوم

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به انسجام اجتماعی

جدول ۵: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با انسجام اجتماعی

Table 5: Ranking of Items Related to Social Cohesion

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۳۳۷	۱/۱۸	۳/۵۰	آدم‌ها موقع گرفتاری‌ها به درد همدیگر می‌خورند
۲	۰/۳۶۲	۱/۰۹	۳/۰۱	مردم ضمانت مالی یکدیگر را می‌کنند
۳	۰/۳۶۳	۱/۰۴	۲/۸۶	مردم به نصیحت همدیگر گوش می‌دهند
۴	۰/۳۶۹	۱/۲۰	۳/۲۵	مردم احترام بزرگتر و کوچکتر را نگه می‌دارند
۵	۰/۳۸۷	۱/۰۹	۲/۸۱	مردم به نظر یکدیگر اهمیت می‌دهند
۶	۰/۳۹۵	۱/۱۸	۲/۹۸	مردم نسبت به یکدیگر احساس مسئولیت نمی‌کنند

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۷	۰/۳۹۹	۱/۰۹	۲/۷۳	مردم روی قول و قرارشان هستند
۸	۰/۴۰۲	۱/۲۲	۳/۰۳	مردم فقط موقع خوشی‌ها دوروبر آدم هستند
۹	۰/۴۰۲	۱/۱۴	۲/۸۳	مردم مشاجرات خود را با گفتگو حل می‌کنند
۱۰	۰/۳۴۳	۱/۱۹	۲/۸۱	مردم بیشتر خوبی‌های همدیگر را می‌گویند تا بدی‌ها را
۱۱	۰/۴۴۰	۱/۱۰	۲/۵۰	مردم در رابطه با یکدیگر یکرنگ و یکرو هستند
۱۲	۰/۴۴۴	۱/۱۵	۲/۵۹	مردم اهل عیب‌جویی و غیبت هستند
۱۳	۰/۴۸۱	۱/۱۵	۲/۳۹	مردم ظاهر و باطنشان یکی است

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخگویان در خصوص انسجام اجتماعی در جدول ۵ نشان داد که گویه‌های (آدم‌ها موقع گرفتاری‌ها به درد همدیگر می‌خورند، مردم ضمانت مالی یکدیگر را می‌کنند، مردم به نصیحت همدیگر گوش می‌دهند) در اولویت‌های اول تا سوم و گویه‌های (مردم در رابطه با یکدیگر یکرنگ و یکرو هستند، مردم اهل عیب‌جویی و غیبت هستند، مردم ظاهر و باطنشان یکی است) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به کسب منفعت

جدول ۶: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با کسب منفعت

Table 6: Ranking of Items Related to Profit

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۳۳۹	۱/۲۵	۳/۶۸	من به کسانی رأی می‌دهم که منطقه یا استانم را توسعه دهند
۲	۰/۳۸۸	۱/۳۰	۳/۳۵	من به کسانی رأی می‌دهم که مشکلاتم را برطرف کنند
۳	۰/۴۰۰	۱/۲۶	۳/۱۵	مشارکت در انتخابات به دلیل حفظ منافعم در آینده است
۴	۰/۴۵۶	۱/۲۵	۲/۷۴	من به کسانی رأی می‌دهم که سود بیشتری را عایدم کنند

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخگویان در خصوص کسب منفعت در جدول ۶ نشان داد که گویه‌های (من به کسانی رأی می‌دهم که منطقه یا استانم را توسعه دهند و مشکلاتم را برطرف کنند) در اولویت‌های اول تا دوم و گویه‌های (مشارکت در انتخابات به دلیل حفظ

منافع‌ام در آینده است، من به کسانی رأی می‌دهم که سود بیشتری را عایدم کنند) به ترتیب در اولویت‌های آخر اهمیت قرار داشتند.

وضعیت توزیع مؤلفه‌های مربوط به کسب عزت

جدول ۷: رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط به کسب عزت

Table 7: Ranking of Items Related to Gaining Respect

رتبه	CV	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
Rank	CV	S.D.	Mean	Items
۱	۰/۳۶۸	۱/۱۹	۳/۲۳	من به کسی رأی می‌دهم که من را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دهند
۲	۰/۴۰۰	۱/۱۶	۲/۹۰	دادن رأی به کسانی که به قشری که فرد در آن قرار دارد
۳	۰/۴۰۳	۱/۲۴	۳/۰۷	من به کسانی رأی می‌دهم که به من بها دهند

نتایج رتبه‌بندی نظرات پاسخگویان در خصوص کسب عزت در جدول ۷ نشان داد که گویه (من به کسی رأی می‌دهم که من را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دهند) در اولویت اول و گویه (من به کسانی رأی می‌دهم که به من بها دهند) به ترتیب در اولویت آخر اهمیت قرار داشت.

تحلیل استنباطی

جدول ۹: آزمون توزیع نرمال بودن مؤلفه‌های مختلف پژوهش

Table 9: Normal Distribution Test of Different Research Components

Sig	K-S	Mean± Std	متغیر
۰/۶۳۳	۰/۷۴۶	۱۵۷/۹۸±۱۷/۵۰	عوامل اجتماعی
۰/۰۵۵	۲/۳۳	۲۲/۵۲±۴/۱۳	آگاهی اجتماعی
۰/۰۶۸	۱/۸۶	۲۹/۸۹±۵/۵۳	شبکه‌های ارتباطی
۰/۰۷۱	۱/۴۳	۲۳/۳۹±۳/۹۲	اعتماد اجتماعی
۰/۰۶۳	۱/۳۱	۲۲/۶۴±۳/۵۶	مشارکت اجتماعی
۰/۴۰۸	۰/۸۸۹	۳۷/۳۵±۷/۷۰	انسجام اجتماعی
۰/۰۶۰	۱/۸۸	۱۲/۹۴±۳/۲۳	کسب منفعت
۰/۰۵۸	۱/۸۱	۹/۲۱±۲/۹۱	کسب عزت

به منظور تبیین متغیرهای مستقل از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. بررسی نتایج آزمون جدول ۹ نشان داد که متغیرهای مختلف با احتساب سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ خطا است و این نشان می‌دهد که متغیرهای ذکر شده از توزیع نرمال برخوردار هستند. لازم به ذکر است میانگین نمرات متغیرهای عوامل اجتماعی در حد متوسط به بالا بود.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اصلی

عوامل اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۰: نتایج تأثیر عوامل اجتماعی

Table 10: Results of the Influence of Social Factors

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۰	۲/۹۰		۰/۰۰۰	۱۵/۱۱	۰/۰۳	۰/۱۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۳/۸۸	۰/۱۹۵					عوامل اجتماعی

طبق نتایج جدول ۱۰، ضریب تعیین بین عوامل اجتماعی و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/19$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که (۰/۰۳) درصد از افزایش مشارکت مردم توسط عوامل اجتماعی پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig < 0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار است. در نتیجه عوامل اجتماعی بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام (۰/۰۳) درصد تأثیر دارد.

فرضیات فرعی

فرضیه ۱: آگاهی اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۱: نتایج تأثیر آگاهی اجتماعی

Table 11: The results of the Impact of Social Awareness

Sig	T	Beta	Sig	F	R2	R	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۰	۹/۳۸		۰/۱۱۸	۲/۴۵	۰/۰۰	۰/۰۸	مقدار ثابت
۰/۱۱۸	۱/۵۶	۰/۰۸۰					آگاهی اجتماعی

طبق نتایج جدول ۱۱، ضریب تعیین بین آگاهی اجتماعی و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/08$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که ($0/00$) درصد از مشارکت مردم توسط آگاهی اجتماعی پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig>0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار نیست. در نتیجه آگاهی اجتماعی بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام تأثیر ندارد.

فرضیه ۲: شبکه‌های ارتباطی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۲: نتایج تأثیر شبکه‌های ارتباطی

Table 12: The Results of the Influence of Communication Networks

Sig	T	Beta	Sig	F	R2	R	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۰	۷/۳۱		۰	۱۶۰	۰/۰۳	۰/۱۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۳/۹۵	۰/۱۹					شبکه‌های ارتباطی

طبق نتایج جدول ۱۲، ضریب تعیین بین شبکه‌های ارتباطی و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/19$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که ($0/03$) درصد از مشارکت مردم توسط شبکه‌های ارتباطی پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig<0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار است. در نتیجه شبکه‌های ارتباطی بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام ($0/03$) درصد تأثیر دارد.

فرضیه ۳: اعتماد اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۳: نتایج تأثیر اعتماد اجتماعی

Table 13: Results of the Impact of Social Trust

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۰	۶/۳۵		۰/۰۰۰	۱۴/۹۰	۰/۰۳	۰/۱۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۳/۸۶	۰/۱۹					اعتماد اجتماعی

طبق نتایج جدول ۱۳، ضریب تعیین بین اعتماد اجتماعی و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/19$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که (۰/۰۳) درصد از مشارکت مردم توسط اعتماد اجتماعی پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig < 0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار است. در نتیجه اعتماد اجتماعی بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام (۰/۰۳) درصد تأثیر دارد.

فرضیه ۴: مشارکت اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۴: نتایج تأثیر مشارکت اجتماعی

Table 14: Results of the Impact of Social Participation

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغیر پیش‌بین
۰/۰۰۰	۸/۴۱		۰/۳۲۴	۰/۹۷۴	۰/۰۰	۰/۰۵	مقدار ثابت
۰/۳۲۴	۰/۹۸۷	۰/۰۵					مشارکت اجتماعی

طبق نتایج جدول ۱۴، ضریب تعیین بین مشارکت اجتماعی و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/05$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که (۰/۰۰) درصد از مشارکت مردم توسط مشارکت اجتماعی پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig > 0/05$) به لحاظ

آماري معادله رگرسيون معنادار نيست. در نتيجه مشاركت اجتماعي بر افزايش مشاركت مردم در انتخابات مجلس در استان ايلام تأثير ندارد.

فرضيه ۵: انسجام اجتماعي بر مشاركت مردم در انتخابات مجلس شوراي اسلامي در استان ايلام تأثير مثبت و معناداري دارد.

جدول ۱۵: نتايج تأثير انسجام اجتماعي

Table 15: Results of the Impact of Social Cohesion

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغير پيش بين
۰/۰۰۰	۸/۶۲		۰/۰۰۰	۱۴/۸۹	۰/۰۳	۰/۱۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۳/۸۶	۰/۱۹					انسجام اجتماعي

طبق نتايج جدول ۱۵، ضريب تعيين بين انسجام اجتماعي و مشاركت مردم در انتخابات مجلس شوراي اسلامي در استان ايلام ($R=0/19$) است. همچنين ضريب تعيين تعديل شده بدست آمده بيانگر اين است كه ($0/03$) درصد از مشاركت مردم توسط انسجام اجتماعي پوشش داده مي شود. با توجه به سطح معناداري بدست آمده ($Sig < 0/05$) به لحاظ آماري معادله رگرسيون معنادار است. در نتيجه انسجام اجتماعي بر افزايش مشاركت مردم در انتخابات مجلس در استان ايلام ($0/03$) درصد تأثير دارد.

فرضيه ۶: كسب منفعت بر مشاركت مردم در انتخابات مجلس شوراي اسلامي در استان ايلام تأثير مثبت و معناداري دارد.

جدول ۱۶: نتايج تأثير كسب منفعت

Table 16: The Results of the Impact of Profit Acquisition

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغير پيش بين
۰/۰۰۰	۱۵/۵۱		۰/۳۶۵	۰/۸۲۲	۰/۰۰	۰/۰۴	مقدار ثابت
۰/۳۶۵	-۰/۹۰۶	-۰/۰۴					كسب منفعت

طبق نتايج جدول ۱۶، ضريب تعيين بين كسب منفعت و مشاركت مردم در انتخابات مجلس شوراي اسلامي در استان ايلام ($R=0/04$) است. همچنين ضريب تعيين تعديل شده بدست آمده بيانگر اين است كه ($0/00$) درصد از مشاركت مردم توسط كسب منفعت پوشش

داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig > 0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار نیست. در نتیجه کسب منفعت بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام تأثیر ندارد.

فرضیه ۷: کسب عزت بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۱۷: نتایج تأثیر کسب عزت

Table 17: The results of the Effect of Gaining Respect

Sig	T	Beta	Sig	F	R ²	R	متغیر پیش‌بین
0/000	20/14		0/046	4/01	0/00	0/10	مقدار ثابت
0/046	-2/00	-0/10					کسب عزت

طبق نتایج جدول ۱۷، ضریب تعیین بین کسب عزت و مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام ($R=0/10$) است. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده بدست آمده بیانگر این است که (0/01) درصد از مشارکت مردم توسط کسب عزت پوشش داده می‌شود. با توجه به سطح معناداری بدست آمده ($Sig < 0/05$) به لحاظ آماری معادله رگرسیون معنادار است. در نتیجه کسب عزت بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در استان ایلام (0/01) درصد تأثیر دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر سعی شد بر مبنای نظریات و دیدگاه‌های مختلفی که مطرح گردید، و با آزمون‌های صورت گرفته فرضیه‌های اصلی و فرعی به آزمون گذاشته شوند. در ادامه به این مسئله پرداخته می‌شود.

فرضیه اصلی: عوامل اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد.

همان‌طور که نتایج و یافته‌ها نشان دادند و با توجه به آماره‌های بدست آمده و داده‌های جمع‌آوری شده از انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر ایلام در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که عوامل اجتماعی بر مشارکت مردم تأثیر مثبت و معناداری دارد، در نتیجه فرضیه اصلی تأیید می‌شود. در ادامه به آزمون فرضیات فرعی پرداخته می‌شود.

آگاهی اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به نتایج و یافته‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که آگاهی اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر ندارد، در نتیجه فرضیه فرعی اول تأیید نمی‌شود. آگاهی اجتماعی به درجه و کیفیت و میزان اطلاعات فردی از وقایع سیاسی اطلاق می‌شود. هر چه میزان آگاهی اجتماعی افزایش یابد به همان میزان سطح مشارکت مردم نیز افزایش خواهد و برعکس هر چه میزان آگاهی اجتماعی کاهش یابد به همان میزان مشارکت مردمی هم کاهش می‌یابد. در این تحقیق درجه آگاهی اجتماعی مردم از جمله دستیابی به جریان اطلاعات، سهولت دسترسی به آن و درجه صحت و درستی منابع اطلاعاتی با مشارکت مردم رابطه تأثیرگذار ندارد. این مسئله با تحقیق جعفری‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، همسو است، ولی با تحقیق مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۱)، و همچنین جعفری‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) غیر همسو است. شاید یکی از دلایل اصلی این مسئله که آگاهی اجتماعی بر مشارکت سیاسی مردم استان ایلام در انتخابات نمایندگی مجلس دوره یازدهم تأثیر نداشته است ساختار قومی و قبیله‌ای این منطقه است که به نوعی این مسئله خود را بر نوع انتخاب مردم تحمیل می‌کند.

شبکه‌های ارتباطی بر مشارکت مردم انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. این شبکه‌ها شبکه‌هایی هستند که ارتباطات را تسهیل کرده و جریان اطلاعات را در مورد قابل قبول بودن افراد بهبود می‌بخشند. این شبکه‌ها به دو قسمت ساختار شبکه و کیفیت شبکه قابل تقسیم هستند. در ساختار شبکه به متغیرهایی مانند مشارکت در سطح محله، مشارکت در امور مذهبی، در تفریح دسته جمعی، مشارکت سازماندهی شده، سنت‌های مدنی، عضویت در گروه‌های فرهنگی و الگوهای جدید مشارکت توجه می‌شود. در کیفیات شبکه هم بیشتر انسجام اجتماعی مد نظر است (Emamjomezadeh & et. al, 2012:21). با توجه به نتایج و یافته‌ها، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که شبکه‌های ارتباطی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین نقش شبکه‌های ارتباطی در فرآیند اجتماعی بودن در مجموع در اجتماعی شدن سیاسی مهم و اساسی است. این مسئله با تحقیق دارابی (۱۳۹۴)، نورانی و همکاران (۱۳۹۶) و تحقیق وربا و همکاران و همچنین تحقیق لوین همسو است و نتایج آن را تأیید می‌کند.

اعتماد اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. با عنایت به نتایج و یافته‌ها، در سطح اطمینان ۹۵ درصد

می‌توان گفت که اعتماد اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر دارد. بدین معنی که هر چقدر مردم به نهادهای سیاسی اعتماد بیشتری داشته باشند، احتمال مشارکت مردمی در انتخابات مجلس شورای اسلامی افزایش می‌یابد. اعتماد اجتماعی مفهومی است که دلالت بر تأیید، پذیرش و همکاری فرد و پیرامون، به شکل متقابل را دارد. اعتماد یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی است که ارتباط و تعامل گروهی را تبیین می‌کند و مبین آمادگی اشخاص و گروه‌ها برای ایجاد رابطه اجتماعی و پذیرش متقابل می‌باشد. در مقابل، بی‌اعتمادی به معنای داشتن نوعی روحیه سوء ظن و بدبینی همراه با عدم اطمینان و همراه با شک و تردید نسبت به دیگران است (Mohebbi & et. al, 2016:159). متغیر اعتماد اجتماعی با تحقیقات علیپور و همکاران (۱۳۸۸)، نیکخواه و احمدی (۱۳۹۶)، سفیری و صادقی (۱۳۸۸)، باقری و همکاران (۱۳۹۷)، و کلی (۲۰۰۹)، همسو است و نتایج این تحقیقات را تأیید می‌کند.

فرضیه بعدی مشارکت اجتماعی است. مشارکت اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به نتایج و یافته‌ها، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که مشارکت اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر دارد. مشارکت اجتماعی در معنای وسیع در برگیرنده انواع کنش‌های فردی و گروهی به منظور دخالت در تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر نهادی بر فرآیندهای تصمیم‌گیری درباره امور عمومی است (رضایی، ۱۳۷۵). این متغیر نتایج تحقیق سید امامی و عبدالله (۱۳۸۹) و همچنین تحقیق دارابی (۱۳۹۴) را تأیید می‌کند و با آنها همسو است.

فرضیه دیگر انسجام اجتماعی است، بدین نحو که انسجام اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر مثبت و معناداری دارد. با عنایت به نتایج و یافته‌ها، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که انسجام اجتماعی بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر دارد. انسجام اجتماعی به‌وجود پیوند بین شهروندان و کنشگران در عرصه امور سیاسی و اجتماعی اطلاق می‌شود. شکل فوق‌العاده‌ای از انسجام اجتماعی در داخل یک جمع تجویز می‌شود و این هنجار است که شخص باید نفع خود را فروگذارد و در جهت منافع جمعی عمل کند. هنجاری از این قسم به پشتوانه حمایت اجتماعی، شأن و موقعیت، افتخار و عزت اشخاص تقویت می‌شوند. یعنی این انسجام، اعضای خانواده را به ایثار و چشم‌پوشی از نفع شخصی به خاطر اجتماع وا می‌دارد.

این متغیر با نتایج تحقیق جعفری‌نژاد و همکاران (۱۳۹۰) و همچنین تحقیق نیکخواه و احمدی (۱۳۹۶)، مطابقت دارد و آن را تأیید می‌کند.

فرضیه دیگر کسب منفعت است. همان‌طور که نتایج و یافته‌ها نشان دادند، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که کسب منفعت بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر ندارد. در ارتباط با کسب منفعت از نظریه آنتونی داوونز استفاده شده است. وی در نظریه خود، یک فرد محاسبه‌گر عقلانی را مطرح می‌کند که می‌کوشد هزینه‌ها را به حداقل و منافع را به حداکثر برساند. فرد در سیستمی عمل می‌کند که در آن احزاب برای به حداکثر رساندن رأی خود تلاش می‌کنند و مردم نیز به‌طور عقلانی رفتار می‌کنند (Rash, 2002). این متغیر با نتایج تحقیق ابراهیمی کیایی و همکاران (۱۳۹۷)، غیر همسو است.

همچنین باید فرضیه تأثیر مثبت و معنادار کسب عزت بر مشارکت، را نیز مورد بررسی قرار داد. بر اساس نتایج و یافته‌ها، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که کسب عزت بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام تأثیر دارد. مفهوم عزت اجتماعی بیانگر جایگاهی است که جامعه به افراد می‌دهند، یا به‌عبارتی، ارزشی است که جامعه برای افراد و اعمال‌شان در زندگی اجتماعی قائل است. عزت در لغت به معنی توانایی، مغلوب نشدن و عزیز بودن است. همچنین می‌توان گفت عزت به معنای ارجمندی در مقابل ذلت است (Ebrahimi, 2011). این فرضیه نتایج تحقیق ابراهیمی کیایی و همکاران (۱۳۹۷) را رد کرده و با آن غیر همسو است، ولی نتایج تحقیق دارابی (۱۳۹۴)، را تأیید می‌کند.

به‌طور کلی با توجه به ویژگی‌های خاص استان ایلام و بافت سنتی و ایلاتی این منطقه، ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی نقش مهمی در مشارکت مردم دارد. میزان مشارکت و گرایش رأی‌دهی مردم تحت تأثیر مؤلفه‌هایی مانند قومیت، عزت، شبکه، انسجام اجتماعی و سایر مختصات اجتماعی حاکم بر منطقه است. البته این مسئله به‌صورت کلی در بیشتر مناطق ایران رایج است. یکی از مهم‌ترین آسیب‌های مشارکت انتخابات در ایران این است که افراد تحت تأثیر ملاحظات اجتماعی - فرهنگی، قومی و مذهبی به این امر مبادرت می‌ورزند. مشکل اصلی به نبود نهادهایی مانند احزاب سیاسی بر می‌گردد. زیرا این احزاب سیاسی هستند که با کارویژه‌های خود در مجموع باعث ارتقای سطح شعور سیاسی افراد و آگاهی‌بخشی سیاسی شده و فرهنگ سیاسی مشارکتی را ترویج می‌کنند. در نبود احزاب سیاسی ممکن است عقلانیت در رقابت بر سر قدرت کم شود و بسیاری از مردم یا بی‌تفاوت به سرنوشت سیاسی خود شده و یا از روی ناآگاهی به مشارکت سیاسی روی آورند. مواردی

مانند توجه به قشر جوان و تحصیل کرده، اطلاع‌رسانی و آموزش سیاسی، جامعه‌پذیری مطلوب سیاسی، پاسخگویی دولتمردان و رفع نیازهای اساسی مردم، ایجاد ضوابطی برای احراز شایستگی کاندیدا و تبیین مبانی دینی و گسترش آن در جامعه می‌تواند در گسترش فرهنگ مشارکتی در ایران تأثیرگذار باشد.

References:

- Amini, S., Kavakebian, M., & Shiri, T. (2020). "Explaining the Social Factors Affecting Political Participation (Case Study: Ilam Province, 1998)", *Political Sociology of Iran*, 3(3), 2-22. (Persian).
- Alalaimat, M. S. (2019). "Factors affecting political participation (Jordanian universities students' voting: field study 2017-2018)", *Review of Economics and Political Science*, Available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi>.
- Alesina, A., & Giuliano, P. (2009). "Family Ties and Political Participation", *IZA Discussion Paper*, 5(4), 1-28.
- Chrysoschoou, X., & Barrett, M. (2017). Civic and political engagement in youth: Findings and prospects. *Zeitschrift für Psychologie*, 225(4), 291-301. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000315>.
- Alalaimat, M. S. (2019). "Factors affecting political participation (Jordanian universities students' voting: field study 2017-2018)", *Review of Economics and Political Science*. 3(3), 1-14 .
- Darabi, M. (2014). "Investigating social factors affecting women's political participation in Hamedan province (case study: Nahavand city)", *Sociology of Youth Studies*, 5(17), 57-84. (Persian).
- Edgerly, S., Vraga, E. K., Bode, L., Thorson, K., & Thorson, E. (2018). "New media, new relationship to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 192-212.
- Ebrahimi Kiapei, H., Ebrahimi, G. A., & baba zadeh, A. (2019). "Political participation and social factors affecting it (Comparative Study of Students and Citizens)", *The Islamic Revolution Approach*, 12(45), 3-20. (Persian).
- Emamjomehzadeh, S. J., Rahbarghazi, M., Isanezhad, O., & Marandi, Z. (2012). "Study of Relationship between Social Capital and Political Participation among Students of the University of Isfahan", *Research Letter of Political Science*, Vol. 7(4), 7-33. 15-243. doi: 10.30510/psi.2020.200627.1054. (Persian).

Ghaffari Hashjin, Z., Biginia, A. (2010). "Factors affecting the political participation of students of political and technical sciences of Tehran University", *Danesh Poliasiya*, 6(2), 207-240. (Persian).

Hosseini, S. S., Bahrami Layegh, L., & Ghashami, S. H. (2017). "The Relationship between Economic Development of Provinces and Peoples' Electoral Behavior in the 10th Islamic Consultative Assembly Election", *Research Letter of Political Science*, 12(3), 107-126. (Persian).

Ghajari H, Basity S. (2021). "Sociological Explanation of the types of Political Culture of the City of Boroujen", *Scientific-Research Quarterly of Islamic World Political Research*, 11(4), 149-121. URL: <http://priw.ir/article-1-1406-fa.html>. (Persian).

Jafarinejad, M., Babanasb, H., Rabiei, S. (2011). "Electoral behavior analysis; A case study of the 10th presidential term of the Harris constituency", *Political and International Studies*, 3(7), 208-159. (Persian).

Seyed Emami, K., Abdullah, A. M. (2010). "A Survey of Factors Affecting Voting Behavior of People Residing in Tehran", *Research Letter of Political Science*, Vol. 4(4), 30-41. (Persian).

Kitanova, M. (2019). "Youth Political Participation in the EU: Evidence from a Cross-National Analysis", *Journal of Youth Studies*, Vol. 23, No. 7, Pp: 819-836.

Keshavarzi, S., & Arabi, A. (2020). "Iranians and Political Participation: Critical Meta-analysis of Studies on the Political Participation in Iran", *Strategic Studies of public policy*, 10(35), 276-297. (Persian).

Kim, B., & Hoewe, J. (2020). "Developing contemporary factors of political participation", *The Social Science Journal*, 6(11), 1-15.

Kelly, D. (2009). "In Preparation for Adulthood, Exploring Civic Participation and Social Trust Among Young Minorities", *Youth & Society*, Vol. 40, No. 4, Pp: 526-540.

Kazemipour, S., Kaffashi, M., Nasiri, H. (2019). "Sociological Explanation of the Relationship between Types of Political Participation and Social Classes in Mahabad City", *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 8(1), 191-218.

Lazarsfeld, p. (1994). Bernard berelson, hazel gaudet, the people choice, cilumbia university press.

Masoudnia, H., Mohammadifar, N., Moradi, G., & Foroughi, A. (2013). "A Study of the Social and Psychological Factors Affecting Political Participation among University Professors: research subject: University of Isfahan", *Journal of Applied Sociology*, 23(4), 103-124. (Persian).

Nourani Asiabar, Z., shiri, T., & mohseni, R. (2017). "The effects of networks on participation citizens of Tehran With intervention of cultural capital and trust among", *Intercultural Studies Quarterly*, 12(32), 61-85. (Persian).

Nikkhah, H., Ahmadi, B. Z. (2017). "The investigation of socio-cultural factors on social participation among the BandarAbbass citizen", *Scds*, 6 (1), 159-184. (Persian).

Nikfar, J., & Jaberipoor, S. (2019). "Collapse of Tribe Sub Conversation and Elective Behavior in Islamic Council Parliament Election: A Case Study of the Boyer Ahmad Provincial Assembly", *Journal of Applied Sociology*, 30(2), 65-84. doi: 10.22108/jas.2018.106108.1182. (Persian).

Sadeghi, V., Hafeznia, M, R., Azami, H., & Hosseni, S. M. M. H. (2022). "The effect of spatial- tribal tendencies on Islamic consultancy assembly election Case study: ninth period of mamasani constituency", *Research Political Geography Quarterly*, 7 (2), doi: 10.2206 (Persian).

Saei, A. (2020). "Democratization in Iran: Analyzing Electoral Competition and Participation (1906-2013)", *Geopolitics Quarterly*, 161(4), 190-208. (Persian).

Tariq, R., Zolkepli, I. A., & Ahmad, M. (2022). "Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations", *Social Sciences*, 11(2), 81

Investigating Social Factors Affecting Political Participation: Case Study; Participation of the Citizens of Ilam Province in the Election of Representatives of the Islamic Council of the 11th Term

Azam Amouzadeh¹, Manouchehr Kordzanganeh (Ph.D)²
Amirali Dorosti (Ph.D)³

DOI: 10.22055/QJSD.2024.41809.2725

Abstract:

Today, political participation, which means a set of citizens' activities to influence the government and support the political system, is of great importance for all types of political systems. One of the types of political participation is participation in elections. Various researches have shown that a set of social, economic and psychological factors influence people's electoral behavior. The current research has categorized the set of factors affecting the political participation of individuals in the sociological field, and with this support, its goal is to investigate the social factors affecting the political participation of the citizens of Ilam province in the 11th parliamentary election. The current research method is descriptive-survey and the data collection tool is also a questionnaire. The statistical population of the current research is citizens eligible to vote in Ilam province, 384 people have been selected by cluster method through Cochran's formula. For this purpose, Ilam province is divided into four clusters (North, South, East and West). For data analysis and statistical inference, regression test was used with the help of SPSS software. The findings show that there is a positive and significant relationship between social factors such as social networks, social trust and social cohesion, gaining respect and political participation, while social awareness, social participation and benefit acquisition have not affected the increase of people's participation in the elections of the Islamic Council in Ilam province.

Key Concepts: *Political Participation, Islamic Council Elections, Ilam Province, Social Factors*

¹ PhD student in Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran, azamouzadeh@gmail.com

² Assistant Professor, Department of Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran (Corresponding Author), m.kord1818@gmail.com

³ Assistant Professor, Department of Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran, amirali-dorosti@yahoo.com

