

Investigating the Impact of Social and Economic Factors on the Level of Political Participation of the People of Kangan and Asalouye in the Elections

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors

Seyyed Abulghasem Hosseini¹
Mohammad Ali Chitsaz^{2*}
Nabiollah Ider³

How to cite this article

Seyyed Abulghasem Hosseini, Mohammad Ali Chitsaz, Nabiollah Ider, Investigating the Impact of Social and Economic Factors on the Level of Political Participation of the People of Kangan and Asalouye in the Elections, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2020:4(4); 199-208

1. PhD student, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Sociology, Dahaghan Branch, Islamic Azad University, Dahag'an, Iran (Corresponding Author).
3. Assistant Professor, Department of Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran.

* Correspondence:

Address:
Phone:
Email: mad3175@yahoo.com

Article History

Received: 2020/10/26
Accepted: 2021/01/19

ABSTRACT

Purpose: The purpose of the present study is to investigate the impact of social and economic factors on political participation in elections among the people of Kangan and Asalouye.

Materials and methods: The current research is of an applied type and was carried out using a survey method. The statistical population of this research consists of all people living in Kangan and Asaluyeh cities, and 382 people were calculated as a sample population through Cochran's formula. The questionnaires used in this research were researcher-made questionnaires that examined the variables of religious socialization dimension, social networks dimension, economic base, social and economic dimension with the level of political participation. Data analysis was carried out in two parts, descriptive statistics and inferential statistics, such as checking hypotheses with regression test and t-test with SPSS software.

Findings: The findings showed that all research variables have a direct and positive relationship with political participation, and there was a significant relationship between political participation and electoral behavior of the people in both cities.

Conclusion: As a result, to increase the amount of political participation, attention should be paid to the type of socialization, social networks and the economic and social base of the people.

Keywords: Political Participation, Dimension of Religious Socialization, Dimension of Social Networks, Economic Base, Social and Economic Dimension.

بررسی تاثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی بر میزان مشارکت سیاسی مردم شهر کنگان و عسلویه در

انتخابات

سید ابوالقاسم حسینی^۱

دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

محمدعلی چیت‌ساز*^۲

استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران (نویسنده مسئول).

نی‌اله ایدر^۳

استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران.

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی در انتخابات در میان مردم شهر کنگان و عسلویه می‌باشد.

مواد و روش‌ها: پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه‌آماري این تحقیق را کلیه افراد ساکن در شهر کنگان و عسلویه تشکیل می‌دهند و از طریق فرمول کوکران ۳۸۲ نفر بعنوان جمعیت نمونه محاسبه گردید. پرسشنامه‌های مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بصورت محقق ساخته بود که متغیرهای بعد جامعه پذیری مذهبی، بعد شبکه‌های اجتماعی، پایگاه اقتصادی، بعد اجتماعی و اقتصادی با میزان مشارکت سیاسی بررسی شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی نظیر بررسی فرضیات با آزمون رگرسیون و تی تست با نرم افزار SPSS انجام گرفت.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد تمامی متغیرهای تحقیق با مشارکت سیاسی رابطه مستقیم و مثبت دارند و میزان مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی مردم در هر دو شهر رابطه معنادار وجود داشت. **نتیجه‌گیری:** در نتیجه برای افزایش میزان مشارکت سیاسی باید به نوع جامعه پذیر کردن، شبکه‌های اجتماعی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی مردم توجه کرد.

واژگان کلیدی: مشارکت سیاسی، بعد جامعه‌پذیری مذهبی، بعد شبکه‌های اجتماعی، پایگاه اقتصادی، بعد اجتماعی و اقتصادی.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۳۰

* نویسنده مسئول: mad3175@yahoo.com

مقدمه

مشارکت سیاسی به عنوان یکی از انواع مشارکت از شاخص‌های توسعه اجتماعی^۱، توسعه فرهنگی^۲ و توسعه سیاسی^۳ در کشورها به شمار می‌رود و از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است که در نهایت، بروندادی سیاسی دارد. به همین جهت است که برای اهل اندیشه، مستمسک خوبی به منظور تعمق و تأمل خواهد بود. بی‌تردید، آنچه از صندوق‌های رأی بیرون می‌آید، برآیند عقل جمعی یک جامعه است و می‌تواند شاخص تحلیل‌های متعدد قرار گیرد.

رفتار رأی دهی و مشارکت در انتخابات، آشکارترین نوع مشارکت سیاسی^۴ برای اغلب شهروندان در جوامع مردم سالار است. رأی دادن مؤثرترین و عملی‌ترین وسیله برای شهروندان است تا افکار و عقاید خود را در اداره امور عمومی و اجتماعی اعمال کنند. رأی‌گیری در واقع یک نوع سازوکار اجتماعی برای گردآوری و تشخیص گزینه‌ها و ارجحیت‌های اجتماعی است. اساسی‌ترین عملکرد مشارکت رأی دهی، فرصت دادن برای جانشینی و انتقال مناصب و مسؤولیت‌ها در جامعه است.

بنابراین مشارکت سیاسی در یک فضای دموکراتیک این امکان را به شهروندان جامعه می‌دهد تا با سطوح اجرایی دولتی ارتباط برقرار کنند و در رابطه با علایق و ترجیحات خود با دولت چانه زنی کنند و آنها را به پاسخگویی ملزم سازند (۱). آلموند و وربا بر این نظرند که یک جنبه از فرهنگ سیاسی جدید که از همه آشکارتر است همانا فرهنگ سیاسی مشارکت است. در تمام ملت‌های جدید جهان این عقیده که انسان معمولی با سیاست ارتباط دارد- که باید درگیر مشارکت در نظام سیاسی باشد- عقیده رایجی است. گروه‌های وسیع مردم که بیرون از سیاست‌ها هستند خواهان ورود به نظام سیاسی هستند و اکثر نخبگان سیاسی تسلیم این هدف هستند. براساس مدل پترسون مشارکت سیاسی را می‌توان در ابعاد مشارکت سیاسی عینی (رسمی و غیررسمی) و نگرش به مشارکت سیاسی (عوامل روانشناختی- نگرشی) مورد سنجش قرار داد. مشارکت سیاسی رسمی هرگونه عمل داوطلبانه‌ای است که اعضای جامعه به منظور حمایت از نظام سیاسی و تاثیرگذاری بر آن در چهارچوب‌های مشخص که به طور رسمی و برنامه ریزی شده توسط سازمان‌ها و نهادهای رسمی صورت می‌گیرد، انجام می‌دهند- مانند شرکت در انتخابات؛ همچنین مشارکت سیاسی غیر رسمی گونه‌ای کنش داوطلبانه که اعضای جامعه به منظور حمایت یا تاثیرگذاری بر جریان‌های سیاسی و در خارج از چارچوب‌های تعیین شده و رسمی توسط سازمان‌ها و نهاد‌های رسمی کشور انجام می‌دهند. مانند عضویت در سازمان‌های مردم‌نهاد و گروه‌های داوطلبانه (۲). میزان و سطح مشارکت مردم در گروه‌های گوناگون و برنامه‌های اجتماعی و سیاسی به عنوان یکی از شاخص‌های مهم توسعه سیاسی و اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. در این بین مشارکت سیاسی یکی از مفاهیم مهم و تاثیرگذار در سپهر اندیشه سیاسی محسوب می‌شود. در عصر حاضر با توجه به مفهوم مدرن سیاست کم‌تر کشوری را

³ Political Development

⁴ Political Participation

¹ Social Development

² Cultural Development

اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی و شرکت در انتخابات ارائه کند. به گفته وی، الگوی شرکت در انتخابات در اکثر کشورها یکسان است. بدین صورت که مردان بیشتر از زنان، آموزش دیده‌ترها بیشتر از کمتر آموزش دیده‌ها، شهرنشینان بیشتر از روستائیان، ۳۵-۵۵ ساله‌ها بیشتر از جوانان و پیران، متأهلان بیشتر از مجردان، افراد دارای منزلت اجتماعی بالا بیشتر از افراد دارای منزلت اجتماعی پائین، اعضای سازمان‌های مختلف بیش از غیرعضوها در انتخابات شرکت می‌نمایند (۳).

متغیرهای مورد نظر لیپست در تبیین مشارکت سیاسی را می‌توان در سه دسته کلی تقسیم‌بندی کرد:

۱) موقعیت اقتصادی خانواده که متغیرهایی چون سطح درآمد، شغل، محل سکونت، منزلت را در بر می‌گیرد. این متغیرها از نظر لیپست به عنوان متغیرهایی پایه‌ای عمل می‌کنند که به طور غیرمستقیم از طریق برخی متغیرهای دیگر نظیر ایدئولوژی سیاسی، عضویت حزبی و... رفتار سیاسی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند

۲) موقعیت اجتماعی فرد که متغیرهایی چون وضعیت تأهل، مشارکت در نهادهای سیاسی - اجتماعی شهری یا روستایی بودن، مهاجر یا بومی بودن، سطح تحصیلات، میانسال یا جوان بودن را در بر می‌گیرد. ۳) موقعیت سیاسی - مذهبی فرد که متغیرهای این دو وجه تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند. متغیرهایی چون ایدئولوژی سیاسی فرد که ارتباط تنگاتنگی با میزان مذهبی بودن دارد که به نوبه خود متأثر از ویژگی سیاسی خانواده نیز هست. هانتینگتون، لیپست، آلموند و وربا و میلبرات آبه عضویت افراد در انجمن‌های داوطلبانه توجه کرده‌اند. از نظر هانتینگتون مجاری سازمانی یعنی عضویت فرد در انواع گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی احتمال مشارکت در فعالیت اجتماعی و سیاسی را بیشتر می‌کند.

آلموند و وربا نیز معتقدند شبکه عضوگیری (عضویت در سازمان‌های داوطلبانه) فعالیت سیاسی را تسهیل می‌کند میلبرات نیز معتقد است هرچه فرد بیشتر در معرض انگیزه‌های سیاسی از جمله عضویت در سازمان‌های سیاسی باشد، احتمال مشارکت سیاسی او نیز بیشتر است (۴).

نظریه دانیل لرنر^۵

در این زمینه [مشارکت سیاسی]، مطالعات دانیل لرنر از جمله مهم‌ترین آنهاست که معمولاً سرآغاز تحقیقات دیگر نیز هست. لرنر در اثر کلاسیک خود، تحت عنوان گذر جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه (۱۹۵۸) که حاصل مطالعه در شش کشور در حال توسعه (ایران، ترکیه، لبنان، مصر، سوریه و اردن) است استدلال می‌کند که مطالعه مشارکت و توسعه در هر جامعه‌ای مستلزم عواملی از جمله سواد، شهرنشینی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی است. وی با تأکید

می‌توان یافت که حداقل یکی از اشکال مشارکت سیاسی^۱ مردم را در خود نداشته باشد. مشارکت سیاسی به عنوان یکی از ابعاد مشارکت در اصطلاح به معنای مساعی سازمان یافته شهروندان برای انتخاب رهبران خویش، شرکت مؤثر در فعالیت‌ها و امور اجتماعی و سیاسی و تأثیر گذاشتن بر ترکیب هدایت سیاسی دولت است. به عبارت دیگر مشارکت سیاسی کوشش سازمان یافته مردم و تلاش مستمر آن‌ها در مسائل مربوط به حکومت و سیاست است.

بنابراین یکی از ابعاد بسیار مهم توسعه انسانی یا پایدار، توسعه سیاسی است که به معنای دگرگونی در قلمرو سیاست با در نظر گرفتن ابعاد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه است. توسعه سیاسی معادل عبارتی نظیر بسیج عمومی و مشارکت، ایجاد یک دولت - ملت، استقرار دموکراسی و قدرت عمومی توصیف شده است. از ابعاد بسیار مهم این نوع توسعه، مشارکت شهروندان در امور عمومی جامعه (مشارکت سیاسی) است.

امروزه متفکران و صاحب نظران توسعه، مشارکت را از مهم‌ترین ارکان توسعه به شمار می‌آورند و در توسعه سیاسی برای آن اهمیتی دو چندان قائل‌اند. به اعتقاد آنان مشارکت سیاسی از ضرورت‌های جدانشدنی و انکارناپذیر نظام‌های سیاسی است و اصلی‌ترین شاخص توسعه‌یافتگی سیاسی، پاسخ به نیازهای فزاینده مشارکت سیاسی و نهادینه کردن آن در قالب نهادهای مدنی است.

کمبود کار تحقیقی درباره رابطه عوامل اجتماعی و اقتصادی و تأثیر آن بر میزان مشارکت سیاسی در داخل کشور ضرورت و اهمیت درجه اول این تحقیق است. براساس مدعا و استدلال‌های ارائه شده، پرسش اصلی تحقیق را می‌توان چنین مطرح کرد: آیا عوامل اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی در انتخابات و رفتار انتخاباتی‌شان تأثیرگذار است؟ بنابراین، هدف از این پژوهش نشان دادن عوامل اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی در انتخابات است.

فرضیه‌های پژوهش

- عوامل اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی مردم شهر کنگان و عسلویه در انتخابات تأثیر می‌گذارد.
- جامعه‌پذیری مذهبی بر مشارکت سیاسی مردم شهر کنگان و عسلویه در انتخابات تأثیر می‌گذارد.
- شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی مردم شهر کنگان و عسلویه در انتخابات تأثیر می‌گذارد.
- پایگاه اقتصادی بر مشارکت سیاسی مردم شهر کنگان و عسلویه در انتخابات تأثیر می‌گذارد.

مبانی نظری

نظریه عوامل اجتماعی - اقتصادی سیمور مارتین لیپست^۲
لیپست جامعه‌شناس سوئدی در کتاب خود به نام انسان‌شناسی، تلاش می‌کند تا در دو سطح توصیف و تبیین، مدل نسبتاً جامعی از عوامل

⁴ Almond and Verba

⁵ -Daniel, Lerner

¹Political participation

² - Seymour Martin Lipset

³ Huntington, Lipset, Almond and Verba and Mylbras

هزینه‌ها) مثل پول و زمان برای افراد و همچنین ارتباطات گوناگون و مهارت سازمانی بود. حتی اگر همه افراد به عمل سیاسی برانگیخته شوند، مخصوصاً هزینه‌های بالای عدم رأی دهی شکل مشارکت سیاسی افرادی را که منابع مورد نیاز برای پرداخت این هزینه‌ها را ندارند، محدود می‌کند. به عبارت دیگر، منابع، اگرچه ممکن است تبیین نکنند که چرا برخی افراد شرکت می‌کنند، یک کار نظری خیلی خوب برای تبیین عدم مشارکت برخی از افراد است، بنابراین، انگیزه‌های معین مفروض برای شرکت در جمعیت و فعالیت سیاسی را باید با منابع طبقه بندی کرد. اگرچه نظریه منابع عموماً اهمیت منابعی مثل زمان، پول و مهارت سیاسی را پررنگ می‌کند، این نظریه بحث نمی‌کند که این منابع برای کدام نوع از فعالیت سیاسی مهم هستند. در عوض، با ارزیابی هزینه‌های محتمل مرتبط با اعمال گوناگون فعالیت سیاسی، نظریه یک نتیجه می‌گیرد که منابع یکسان برای خصوصاً شکل نامزدی مشارکت مورد نیاز است (۹).

نظریه جامعه شناختی مشارکت سیاسی

نظریه‌های جامعه شناختی مشارکت سیاسی، برخلاف نظریه‌های روانشناسانه که بر سطح تحلیل فردی توجه دارند، مبنای تحلیل را عوامل یا ساختارهای اجتماعی در نظر می‌گیرند. آلموند و پاول^۴ معتقدند ساختارهای سیاسی بسترهای انجام فعالیت‌های سیاسی افرادند. امروزه شهروندان تحت پوشش شبکه‌هایی از مقررات قرار دارند. در واقع، همه نقش‌های عمده اجتماعی و اقتصادی در جوامع امروزی به نحوی با مقررات حکومتی در ارتباط است. لذا مشارکت شهروندان، بیانگر نحوه بهره برداری شهروندان واجد شرایط مشارکتی از فرصت‌هایی است که حکومتها در اختیار آنان قرار می‌دهند (۱۰).

از منظر ویر در هر دوره تاریخی یک جنبه از زندگانی انسانی می‌تواند سایر جنبه‌های زندگی او را تحت تأثیر قرار دهد. همچنان که امکان دارد در دوره‌ای خاص جنبه‌های اقتصادی زندگی انسانی، سایر جنبه‌های زندگی از قبیل جنبه‌های دینی یا سیاسی را متأثر سازد، در دوره‌ای دیگر ممکن است عکس وضعیت مذکور اتفاق بیفتد. به نظر می‌رسد همان‌گونه که باورهای دینی در یک دوره تاریخی خاص به عنوان یک متغیر مستقل قوی عمل کرده و ایجاد و رشد سرمایه‌داری در غرب را باعث شده است، به دنبال آن فرهنگ خاصی در حیطه سیاست نیز شکل گرفته است. ارزش‌های آزادی و رقابت موجود در نظام اقتصادی سرمایه‌داری، در نظام سیاسی لیبرال دموکراسی نیز مشاهده می‌شود. به نظر می‌رسد که این باورهای دینی به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق ایجاد یک نظام اقتصادی، به ایجاد نوع خاصی از خرده نظام سیاسی مشتمل بر یک فرهنگ سیاسی ویژه نیز منجر شده است. فرهنگ سیاسی که شاید بتوان آن را یک فرهنگ سیاسی دموکراتیک نامید.

بر نقش ارتباطات، آن را زمینه ساز بسیج سیاسی می‌داند و معتقد است که ارتباطات، مشارکت و توسعه سیاسی را سامان می‌بخشد (۵). در نهایت لرنر به این نتیجه می‌رسد که میان وجود و استفاده از وسایل ارتباط جمعی با مشارکت سیاسی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. در ادامه به نظریه آنتونی داونز^۱ و نظریه منابع می‌پردازیم.

نظریه آنتونی داونز

داونز یک فرد محاسبه‌گر عقلانی^۲ را مطرح می‌سازد که می‌کوشد هزینه‌ها را به حداقل و منافع را به حداکثر برساند و در سیستمی عمل می‌کند که در آن احزاب برای به حداکثر رساندن رأی فعالیت می‌کنند و شهروندان به طور عقلانی عمل می‌کنند (۶). در واقع داونز گزینش‌های سیاسی را مانند گزینش‌های اقتصادی می‌داند، او می‌گوید در بازار اقتصادی، مصرف‌کننده، کالاها را از نظر قیمت و مرغوبیت مقایسه می‌کند و کالایی را می‌خرد که از لحاظ اقتصادی، خرید آن‌ها معقول باشد و نیز در بازار سیاسی، رأی خود را خرج حزبی خواهد کرد که با توجه به اطلاعات موجود، احتمال زیادی می‌دهد که هدف‌های او را برآورده خواهد کرد. در این مورد موقعیت اجتماعی یا وفاداری حزبی عواملی کم‌اهمیت‌تر از تلاش عقلانی برای حزب یا فردی است که منافع فردی رأی دهندگان را (که اغلب منافع اقتصادی دانسته می‌شود) به بهترین شکل تأمین می‌کند. این رهیافت لزوماً با وفاداری حزبی سازگار نیست، اما بر اهمیت مسائل مطرح در انتخابات تأکید می‌ورزد. در واقع اهمیت مسائل معینی ممکن است سبب استمرار رأی دادن به یک حزب باشد و یا به زعم خود داونز، از نظر انتخاب کنندگان زیادی برخی حوزه‌های موضوعی اهمیت خواهند داشت، صرف‌نظر از مسائل کوچکی که بر مبارزات سایه می‌اندازد، اینگونه انتخاب کنندگان در نتیجه ذهنیت‌های همیشگی‌شان پیوسته به یک حزب رأی خواهند داد، اغلب به عنوان بخشی از یک گروه اجتماعی همبسته مرتبط به همان موضوع. بدین ترتیب مفهومی گسترده از این رهیافت اجازه می‌دهد جنبه‌هایی از وفاداری حزبی و رهیافت‌های جامعه شناختی در توضیحات آن بگنجد. رهیافت گزینش عقلانی می‌گذارد رأی دهنده بر اساس سابقه حکومت رأی دهد، با نگاه به گذشته دآوری کند و از این راه قول‌های نامزد‌ها و حزب‌ها را نادیده بگیرد. به یقین، دلیلی قوی هست که وضع اقتصادی در زمان انتخابات تعیین‌کننده قدرتمند رفتار انتخاباتی است (۷).

نظریه منابع^۳

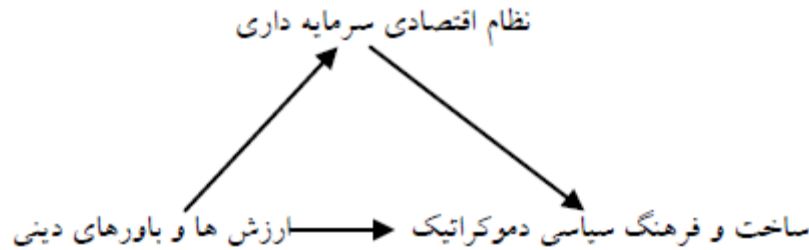
تئوری منابع مشارکت از یک چارچوب انتخاب عقلانی استفاده می‌کند که عمدتاً بر روی هزینه‌ها نسبت به منفعت‌های مشارکت تمرکز می‌کند (۸). مشارکت سیاسی سنتی اغلب مستلزم تعهداتی

⁴ - Almond and Powell

¹ Anthony Downs

² - Rational

³ Resource theory



شکل ۱. تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ارزش ها و باورهای دینی در ایجاد فرهنگ سیاسی دموکراتیک

خاص مورد بررسی، رابطه آماری معناداری را میان منابع اجتماعی-اقتصادی افراد و مشارکت سیاسی آنان نشان نمی‌دهد، اما برخی منابع انگیزشی یا روانشناختی مورد ادعای نظریه منابع به عنوان پیش بینی کننده های مشارکت سیاسی تأیید می‌شوند (۱۲)

نتایج پژوهشی که توسط باقری احمدآبادی با عنوان «بررسی عوامل موثر بر مشارکت سیاسی جوانان مورد مطالعه شهر شیراز»، صورت گرفت نشان داد که درجه مذهبی بودن جوانان بر میزان مشارکت سیاسی موثر است و افراد مذهبی تر بیشتر از دیگران در فعالیت های سیاسی شرکت می‌کنند. همچنین درجه مذهبی بودن، اعتماد به دیگران، آگاهی سیاسی، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، سیاسی بودن خانواده، سیاسی بودن دوستان و اعتماد سیاسی، رابطه معناداری با مشارکت سیاسی جوانان دارد.

۱. اپلی در تحقیقی به رابطه مذهب با جامعه مدنی و سیاست در پنج ادیان رسمی بودیسم، کاتولیک، مسیحیت، هندو و اسلام در نمونه‌ای به حجم ۹۳۶ نفر در اندونزی پرداخته است. وی به یک روحیه مذهبی که سبب ایجاد مسئولیت در امور سیاسی می‌شود، اشاره می‌کند که موجب فعال شدن افراد مذهبی در امور اجتماعی و سیاسی می‌شود. یافته ها نشان می‌دهد که آداب و رسوم و اعتقادات اسلام در میان دیگر ادیان این منطقه تأثیرات فرهنگی و مذهبی و سیاسی متفاوتی گذاشته است (J. L. Epley)

شوب در پژوهشی با عنوان «مذهب و مشارکت سیاسی در دوره پس از جنگ های دهقانی در ژاپن» به بررسی رابطه مذهب و میزان مشارکت سیاسی در ایالت کوموتانی ژاپن پرداخت. وی در این تحقیق با استفاده از یک نمونه ۹۲۸ نفری که آنها را به صورت نمونه گیری خوشه‌ای انتخاب کرده بود، نشان داد که از بین کل پاسخگویان ۷۱ درصد کسانی که دارای عقاید و علائق مذهبی بودند گرایش خاصی نسبت به عضویت در برخی از احزاب سیاسی و انجام مشارکت در امور سیاسی داشتند. همچنین داشتن ترجیح مذهبی، رابطه مثبتی با ترجیح محافظه کار دارد و عکس آن یعنی عدم ترجیح مذهبی با ترجیح غیر محافظه کارانه رابطه دارد.

اونیل در مطالعه خویش تحت عنوان «جنسیت، مذهب، سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی» بر تعهدگرایی مذهبی به عنوان یک عنصر سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی میان زنان در آمریکا تأکید می‌کند. وی همچنین به دنبال بررسی رابطه میان مشارکت زنان در سازمان‌های مذهبی و ایجاد سرمایه اجتماعی است. نتایج این مطالعه حاکی از وجود ارتباط میان عقاید و فعالیت های مذهبی با رفتارهای سیاسی است. وی همچنین بیان می‌کند که احتمال بیشتری

به عقیده الکی دو توکویل، دموکراسی همانا برابر کردن شرایط است. آن جامعه‌ای دموکراتیک است که تمایزهای ناشی از سلک‌ها و طبقات در آن دیگر وجود ندارد و تمامی افراد اجتماع از لحاظ اجتماعی برابر هستند و این برابری البته به معنای برابری از لحاظ فکری و اقتصادی نیست که به نظر توکویل امری ناممکن است. برابری یا مساوات اجتماعی بدین معناست که تفاوت‌های موروثی از لحاظ شرایط اجتماعی وجود نداشته باشد و همه اشتغالات، مشاغل، مناصب و افتخارات در دسترس همگان باشد. پس در مفهوم دموکراسی هم فکر برابری اجتماعی و هم گرایش به یک شکل بودن شیوه‌ها و سطوح زندگی وجود دارد. بنابراین حکومت منطبق با جامعه‌ای مساوات طلب همان حکومتی است که توکویل آن را حکومت دموکراتیک نام می‌نهد (۱۱).

نظریه جنگ‌های فرهنگی

نظریه جنگ‌های فرهنگی حاصل کار جامعه‌شناسی، همچون: هانترو و ونواست و به وسیله آن‌ها توسعه پیدا کرده است و افرادی همچون لیمن و کارماینز نیز آن را در تحقیقات به کار برده‌اند. منظور از اصطلاح جنگ‌های فرهنگی، اختلافات مذهبی؛ یعنی تفاوت‌ها در چگونگی و میزان اعتقادات و رفتارهای دینی هواداران و حامیان احزاب و گرایش‌های مختلف سیاسی است که همگی پیرو یک آیین مذهبی نیز هستند. به اعتقاد هانترو محور این جنگ‌های فرهنگی، اختلافات اخلاقی و مذهبی عمیق است.

براساس این نظریه، اختلافات سیاسی کلیدی بین پیروان مذهب مختلف نیست، بلکه در میان کسانی است که دارای سطح بالایی از اعتقادات و التزامات دینی (دین دارای بالا) و کسانی که دارای سطح پایینی از اعتقادات و التزامات دینی هستند، در تمام سنت‌های دینی است. اعتقادات مذهبی به این علت رفتار انتخاباتی را تحت تأثیر قرار می‌دهند که منبع ارزش‌های سیاسی و اجتماعی هستند؛ ارزش‌هایی که مستقیماً حمایت‌های حزبی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند (۹). عقاید الهی درباره اخلاقیات و کنش‌های اجتماعی پسندیده، اغلب ایدئولوژی‌های سیاسی افراد و هنجارهای گروهی را هدایت می‌کند.

سید امامی در مقاله‌ای با عنوان «مشارکت سیاسی دانشجویان با ارزیابی برخی از پیش بینی کننده های مشارکت سیاسی» در یک حجم نمونه ۵۰۰ نفری به بررسی مشارکت سیاسی در سه سطح مشارکت سیاسی متعارف، اعتراضی و پست مدرن پرداخته است. در این پژوهش با استفاده از نظریه منابع، سطوح مشارکت سیاسی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. یافته های تحقیق مذکور، با توجه به جمعیت

بدین صورت که به نسبت جمعیت دو شهر کنگان و عسلویه به ترتیب ۲۴۴ و ۱۳۸ نفر انتخاب شدند و با تقسیم هر شهر به چهار ناحیه از هر ناحیه یک چهارم نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه بر اساس مبانی نظری و با توجه به تاثیر گرایش مذهبی بر مشارکت سیاسی مردم، تهیه و در قالب ۴ بعد تهیه و تنظیم شد. جهت بررسی روایی مؤلفه‌های پرسشنامه از نظر اساتید و نیز روایی محتوایی استفاده شد و برای بررسی پایایی آنها از آلفای کرانباخ استفاده شد که به ترتیب برای ابعاد فعالیت سیاسی و مشارکت سیاسی (۰/۷۵) شبکه های اجتماعی (۰/۷۴) جامعه پذیری مذهبی (۰/۷۹) پایگاه اقتصادی (۰/۷۲) محاسبه شد. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از آزمون های توصیفی و آزمون t برای دو گروه مستقل، آزمون تحلیل واریانس یک راهه، و آزمون رگرسیون استفاده شد.

وجود دارد که زنان به فعالیت‌های مذهبی به طور منظم‌تری نسبت به مردان توجه کنند. تعهد مذهبی برای زنان فرصت‌هایی برای تحت اختیار گرفتن دامنه وسیعی از فعالیت‌ها برای آنان فراهم کرده و همچنین دامنه مهارت‌های اجتماعی زنان را نیز گسترش می‌دهد. در نهایت یافته‌ها نشان می‌دهد تعهد مذهبی زنان می‌تواند بر توسعه و افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی کمک کند.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که به روش پیمایشی و با رویکرد توصیفی-همبستگی انجام می‌گیرد، جامعه آماری شامل جامعه آماری این پژوهش، ۷۰۰۰۰ نفر واجد شرایط رای دادن در دو شهر کنگان و عسلویه می‌باشد که بر اساس جدول نمونه گیری مورگان تعداد ۳۸۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب و بررسی شدند. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری تصادفی طبقه ای- نسبتی بود.

جدول ۱. نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	کلموگروف اسمیرنوف
مشارکت سیاسی	۳۸۲	۱/۸۴
پایگاه اقتصادی	۳۸۲	۴/۶۸
جامعه پذیری مذهبی	۳۸۲	۳/۲۹
شبکه های اجتماعی	۳۸۲	۳/۶۱
عوامل اجتماعی و اقتصادی	۳۸۲	۳/۷۵

یافته‌ها

در ابتدا به منظور دید کلی در مورد نمونه آماری مورد مطالعه برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان همچون (سن- جنس- تحصیلات) به صورت فراوانی و درصد گزارش شده است.

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود سطح معنی داری آزمون کلموگروف اسمیرنوف از ۰/۰۵ بزرگتر است، H_0 پژوهش مبنی بر اینکه توزیع نمره های متغیرهای تحقیق نرمال است، رد نمی‌شود و مورد تایید قرار می‌گیرد. بنابراین با اطمینان می‌توان گفت که داده ها نرمال می‌باشند بنابراین برای استفاده از آزمون‌های آماری پارمتریک مجاز می‌باشیم.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

متغیر	سطح	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۰۱	۵۲/۶
	زن	۱۸۱	۴۷/۴
سن	کمتر از ۲۵	۶۲	۱۶/۲
	۲۶-۳۵	۱۱۴	۲۹/۸
	۳۶-۴۵	۱۳۰	۳۴/۰
	بالای ۴۵ سال	۷۶	۱۹/۹
میزان درآمد	کمتر از ۲۰۰۰۰۰۰ تومان	۹۷	۲۵/۴
	۲۱۰۰۰۰۰ - ۵۰۰۰۰۰۰	۱۲۳	۳۲/۲
	۵۱۰۰۰۰۰ - ۸۰۰۰۰۰۰	۱۱۱	۲۹/۱
	بالای ۸۱۰۰۰۰۰ تومان	۵۱	۱۳/۴
نوع وسیله نقلیه	اتومبیل خارجی	۲۶	۶/۸
	اتومبیل داخلی	۱۹۷	۵۱/۶
	هیچکدام	۱۵۹	۴۱/۶

در نظر گرفته شد و تأثیر آن بر مشارکت سیاسی در انتخابات بررسی شد.

برای بررسی این فرضیه تحقیق از آزمون رگرسیون استفاده شد. در این مدل عوامل اجتماعی و اقتصادی و ابعاد آن به عنوان متغیر مستقل

جدول ۳. ضرایب رگرسیون عوامل اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی در انتخابات

Sig.	t	ضریب استاندارد		B	بعد
		Beta	Std. Error		
.۰۰۰	۷.۳۵		.۵۴۳	۳.۲۴	مقدار ثابت (مشارکت سیاسی در انتخابات)
.۰۰۰	۱۱۷.۳۲۲	.۹۸۱	.۰۱۴	.۴۷۵	عوامل اجتماعی و اقتصادی
.۰۰۰	۶۳.۶۷۰	.۹۵۶	.۱۷۴	۱۱.۱۰۱	پایگاه اقتصادی
.۰۰۰	۸۰.۵۳۹	.۹۷۲	.۰۴۰	۳.۱۹۱	جامعه‌پذیری مذهبی
.۰۰۰	۸۸.۳۳۳	.۹۷۷	.۰۳۲	۲.۸۳۳	شبکه‌های اجتماعی

جدول ۴. آزمون t (مقایسه میانگین عوامل اجتماعی و اقتصادی و مشارکت سیاسی بین مردم کنگان و عسلویه)

تفاوت میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار t	یکنواختی واریانس ها سطح معنی داری	آزمون مقدار F	عوامل اجتماعی و اقتصادی
-۳۱/۱۷	.۰۰۰	۳۸۰	-۳۱.۴۶۵	.۰۰۰	۲۵.۷۳۴	

اجتماعی و اقتصادی و مشارکت سیاسی در بین جمعیت شهر کنگان و عسلویه مورد مطالعه وجود دارد و عوامل اجتماعی و اقتصادی بر میزان مشارکت سیاسی در انتخابات تأثیر دارند.

برای بررسی متغیر عوامل اجتماعی و اقتصادی و مشارکت سیاسی بین مردم کنگان و عسلویه از آزمون تفاوت میانگین‌ها (t-test) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه به مقدار F بدست آمده $\alpha = ۰.۰۵$ و سطح معنی داری (sig = ۰/۰۰۰) که از $\alpha = ۰.۰۵$ کوچکتر است نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین عوامل

جدول ۵. آزمون t (مقایسه میانگین پایگاه اقتصادی و مشارکت سیاسی بین مردم شهر کنگان و عسلویه)

تفاوت میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار t	یکنواختی واریانس ها سطح معنی داری	آزمون مقدار F	پایگاه اقتصادی
-۲.۶۶۷	.۰۰۰	۳۸۰	-۳۳.۵۱۷	.۰۲۵	۳.۷۸۴	

اقتصادی بر میزان مشارکت سیاسی در هر دو شهر کنگان و عسلویه تأثیر دارد.

نتایج آزمون با توجه به مقدار F بدست آمده $۳/۷۸۴$ و سطح معنی داری (sig = ۰/۰۰۰) که از $\alpha = 0.05$ کوچکتر است نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین بعد پایگاه اقتصادی و مشارکت سیاسی در بین جمعیت مورد مطالعه وجود دارد و بعد پایگاه

جدول ۶. آزمون t (مقایسه میانگین بعد جامعه‌پذیری مذهبی و مشارکت سیاسی بین مردم شهر کنگان و عسلویه)

تفاوت میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار t	یکنواختی واریانس ها سطح معنی داری	آزمون مقدار F	جامعه‌پذیری مذهبی
-۸.۵۵۰	.۰۰۰	۳۸۰	-۲۴.۵۹۵	.۰۰۰	۴۸.۲۱۲	

جامعه‌پذیری مذهبی بر میزان مشارکت سیاسی در میان مردم هر دو شهر کنگان و عسلویه تأثیر دارد.

نتایج آزمون با توجه به مقدار F بدست آمده $۴۸/۲۱۲$ و سطح معنی داری (sig = ۰/۰۰۰) که از $\alpha = 0.05$ کوچکتر است نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین بعد جامعه‌پذیری مذهبی و مشارکت سیاسی در بین جمعیت مورد مطالعه وجود دارد و بعد

جدول ۷. آزمون t (مقایسه میانگین بعد شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی بین مردم شهر کنگان و عسلویه)

تفاوت میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار t	یکنواختی واریانس‌ها سطح معنی داری	آزمون مقدار F	شبکه‌های اجتماعی
-۹.۵۰۵	۰.۰۰۰	۳۸۰	-۲۳.۵۱۲	۰.۰۰۰	۳۶.۴۱۴	

نتایج آزمون با توجه به مقدار F بدست آمده ۳۶/۴۱۴ و سطح معنی داری (sig= ۰/۰۰۰) که از $\alpha = 0.05$ کوچکتر است نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین بعد شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در جمعیت مورد مطالعه وجود دارد و بعد شبکه‌های اجتماعی بر میزان مشارکت سیاسی هر دو شهر کنگان و عسلویه تاثیر دارد.

نتیجه‌گیری

در تبیین نتایج به دست آمده می‌توان گفت که مشارکت سیاسی به عنوان یکی از انواع مشارکت از شاخص‌های توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی در کشورها به شمار می‌رود و از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است که در نهایت، بروندادی سیاسی دارد. رفتار انتخاباتی بیانگر الگوی خاصی از رفتار سیاسی است که مبتنی بر مجموعه نگرش‌ها، ارزش‌ها، ایستارها، هنجارها و آداب و رسوم یک جامعه می‌باشد و متداول‌ترین کاربرد این اصطلاح در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی نیز به این صورت است. رفتار رأی دهی و مشارکت در انتخابات، آشکارترین نوع مشارکت سیاسی برای اغلب شهروندان در جوامع مردم سالار است. رأی دادن مؤثرترین و عملی‌ترین وسیله برای شهروندان است تا افکار و عقاید خود را در اداره امور عمومی و اجتماعی اعمال کنند. رأی‌گیری در واقع یک نوع سازوکار اجتماعی برای گردآوری و تشخیص گزینه‌ها و ارجحیت‌های اجتماعی است. اساسی‌ترین عملکرد مشارکت رأی دهی، فرصت دادن برای جانشینی و انتقال مناصب و مسؤولیت‌ها در جامعه است (۱۴). در تحقیق حاضر نیز مولفه‌های گوناگونی نظیر انجام نوع جامعه‌پذیری مذهبی، شبکه‌های اجتماعی، پایگاه اقتصادی و عوامل اجتماعی و اقتصادی با میزان مشارکت سیاسی در میان مردم شهر کنگان و عسلویه مورد بررسی قرار گرفت.

بنابراین باید گفت طبق نظریه بادیسکو که می‌گوید در تئوریهایی مدرن‌تر، سبب تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر مشارکت سیاسی توجه می‌شود. میزان ثروت و دارایی، تحصیلات، شهری شدن، اندازه بخش خدمات در اقتصاد از عوامل اقتصادی و اجتماعی هستند که احتمالاً مشارکت را تبیین نمایند. در عوامل سیاسی، روی آزادی و دموکراسی و تراکم سازمانی تأکید میشود. رویکردی که روی عوامل اقتصادی و اجتماعی متمرکز و آن را با مشارکت در رابطه میدانند، در واقع رابطه بین منابع و فرصت‌های در دسترس افراد و امکان فعال شدن آنان در امور سیاسی را مطرح می‌نماید. بنابراین با توجه به نظریه وربا و نای افراد با توجه به منافع خود رفتارهای انتخاباتی متفاوتی نیز دارد و به گروه‌های سیاسی که منافع آن‌ها را تأمین می‌کنند و یا منافع آن‌ها را حفظ می‌کنند،

گرایش میانند و چه بسا کسانی که شرایط اقتصادی مطلوبی ندارند به دنبال افکار و عقایدی هستند که بتوانند شرایط آن‌ها را ارتقا دهند و از سوی دیگر نیز کسانی که در شرایط خوبی به سر می‌برند ایده‌ها و افکار سرمایه‌داری را می‌پسندند و در مشارکت‌ها و فعالیت‌های سیاسی خود این افکار و عقاید را ترویج می‌دهند به همین دلیل نیز هر دو شهر کنگان و عسلویه نیز تاثیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی بر مشارکت سیاسی در انتخابات را تایید نمودند.

همچنین در پارادایم نظریه‌های جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی، عمل فردی و گروهی، برگرفته شده از ارزش‌ها و هنجارهای موجود در جامعه می‌باشد؛ در نتیجه تحلیل مشارکت سیاسی در پرتو مطالعه عواملی چون شرایط جامعه‌پذیری سیاسی افراد، فرهنگ سیاسی، سیستم‌های گروهی و سایر شرایط مربوط به محیط اجتماعی امکان پذیر می‌شود. اعتقادات مذهبی به این علت رفتار انتخاباتی را تحت تأثیر قرار می‌دهند که منبع ارزش‌های سیاسی و اجتماعی هستند؛ ارزش‌هایی که مستقیماً حمایت‌های حزبی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. عقاید الهی درباره اخلاقیات و کنش‌های اجتماعی پسندیده، اغلب ایدئولوژی‌های سیاسی افراد و هنجارهای گروهی را هدایت می‌کند. بنابر این نظریات باید گفت نوع جامعه‌پذیری شدن افراد می‌تواند به شدت بر میزان و نوع مشارکت سیاسی خصوصاً رفتارهای انتخاباتی اثرگذار باشد. اگر جامعه‌پذیری بصورت مذهبی باشد بر طبق تحقیقات انجام شده میزان مشارکت بیشتر خواهد بود و افراد با توجه به تفکرات رهبران دینی خود عمل خواهند کرد و این امر در تحقیق حاضر توسط مردمان شهر کنگان و عسلویه تایید گشت. در رابطه با شبکه‌های اجتماعی نیز دانیل لرنر استدلال می‌کند که مطالعه مشارکت و توسعه در هر جامعه‌ای مستلزم عواملی از جمله سواد، شهرنشینی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی است. وی با تأکید بر نقش ارتباطات، آن را زمینه‌ساز بسیج سیاسی می‌داند و معتقد است که ارتباطات، مشارکت و توسعه سیاسی را سامان می‌بخشد. در نهایت لرنر به این نتیجه می‌رسد که میان وجود و استفاده شد از وسایل ارتباط جمعی با مشارکت سیاسی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین باید گفت استفاده از وسایل ارتباط جمعی خاصه شبکه‌های اجتماعی امروزه بسیار گسترش یافته و اکثر انسان‌ها در هر سنی بیشترین میزان اطلاعات خود را از این فضا کسب می‌کنند و یا به اشتراک می‌گذارند و به علت ماهیتی که دارد و وابسته به زمان و مکان نیست و به علت پدیده گمنامی افراد بدون افشا شدن هویتشان می‌توانند در این فضا مشارکت داشته باشند. بدین ترتیب با توجه به این ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، محیطی ایجاد می‌شود که افراد بتوانند افکار و عقاید و موضع‌های سیاسی خود را مشخص کنند و ترویج دهند و حتی گاه اتفاق می‌افتد که دست به افشاگری درباره موضع‌های سیاسی رقیب می‌زنند تا گروه‌های بیشتری را به

رسانه ای، به مردم آموزش داده شود زیرا امکان قضاوت آگاهانه در خصوص مطالب ارائه شده توسط رسانه ها و منابع اطلاعاتی را در اختیار کاربران قرار می دهد تا از آن برای تعامل موثر با رسانه ها و منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی سود ببرند و اینگونه می توان از این فضا با کمترین نگرانی، بهترین استفاده را کرد و برای اهداف مختلف از جمله آگاه سازی مردم، ترغیب به مشارکت و تعیین سرنوشت و انتخاب بهترین گزینه بهره برد.

References

1. Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman and Henry E. Brady. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
2. Zahid Ghafari, Hashjin; Biginia, Abdolreza and Akram, Decisive Decision (2009), *Factors Affecting the Political Participation of Political and Technical Science Students of Tehran University*, Political Science Quarterly, Year Six, Number Two.
3. Kazemipour, Shehla (1383), "The role of political socialization and socializing factors in political participation", *Proceedings of the Conference on Women's Political Participation in Islamic Countries*, Tehran: Allameh Tabatabai University Press.
4. Hashemi, Seyed Zia; Fuladiyan, Majid, and Fatemi Amin, Zainab (2008), *investigation of social and psychological factors affecting the political participation of the people of Tehran*. Political science research paper. Year 5, Issue 1: 199-226
5. Lerner, D. (1956). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York, free press.
6. rush Michael (1381), *Society and Politics*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Samt.
7. Karimi, Youssef (1379), *attitude and attitude change*, Tehran.
8. Nowrozi, Hossein; and Sohail Nejat (2016), *modeling structural equations in plain language pls Warp and Lisrel*, Tehran, Fujan Publishing.

سمت و سوی مدنظر خود بکشانند. از این جهت این فضا می تواند مانند شمشیری دو لبه عمل کند بدین گونه که با دادن اطلاعات درست و دقیق موجب افزایش آگاهی و دانش مخاطبین درباره گروه های مختلف سیاسی شده تا بتوانند بهترین تصمیم را در زمان انتخابات بگیرند و از سوی دیگر اخبار کذب و شایعه پراکنی می تواند ذهنیت افراد را به هم ریخته تا نتوانند به درستی تصمیم بگیرند اما آنچه مسلم است این است که هر دو شهر کنگان و عسلویه بر تاثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی اذعان داشتند.

بدین ترتیب باید گفت که عوامل اجتماعی و اقتصادی بر میزان مشارکت سیاسی افراد خاصه رفتارهای انتخاباتی آنها اثرگذار است و نوع جامعه پذیری دینی آن ها موجب می شود که به گروه خاصی تمایل داشته باشند. احمدآبادی نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که درجه مذهبی بودن، اعتماد به دیگران، آگاهی سیاسی، سیاسی بودن خانواده، سیاسی بودن دوستان و اعتماد سیاسی، رابطه معنادری با مشارکت سیاسی جوانان دارد بنابر این نتایج نیز باید گفت، نتیجه فرضیات با تحقیق احمد آبادی، سید امامی، شوب و ال. اپلی اوئیل همسو می باشد.

بنابراین، تلاش نظام سیاسی ایران در جهت افزایش هرچه بیشتر میزان مشارکت سیاسی مردم است و در سال های اخیر با اتفاقات متعدد اقتصادی، معیشتی و اجتماعی روبرو بوده بر آن شدیم تا تاثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی را بر میزان مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی مردم بررسی کنیم و تاثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی از سه بعد جامعه پذیری مذهبی، پایگاه اقتصادی، و همچنین شبکه های اجتماعی مورد سنجش قرار گرفت و در تمامی ابعاد مورد بررسی، بین عوامل یاد شده و میزان مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی مردم از دید هر دو شهر کنگان و عسلویه رابطه معنادار وجود داشت و تاثیر تمامی این عوامل از نظر هر دو شهر بر میزان مشارکت آنها و تمایلات انتخاباتی مردم تایید گشت و این نشان دهنده آن است که برای افزایش میزان مشارکت مردم در همه امور خاصه انتخابات باید به تمامی عوامل بصورت توانمند توجه کرد و با بررسی دقیق آن ها عوامل بازدارنده از مشارکت را در حد توان کمرنگ و از میان برداشت.

لذا از آنجاییکه مسائل اقتصادی یکی از با اهمیت ترین موضوعات است و خصوصا امروزه مردم ما با مشکلات عدیده اقتصادی روبرو هستند پیشنهاد می گردد که سیاستمداران کشور به وعده هایی که در زمان انتخابات می دهند عمل کنند و شعارهایی که در باب مسائل اقتصادی و معیشتی مردم هست را جامه عمل بپوشانند تا مردم نیز با احساس امنیت خاطر و اعتماد بیشتر به مشارکت های اجتماعی و سیاسی گرایش یابند. زیرا هرچه شعارهای مسئولین با اعمال آنها یکی باشد اعتماد بین مردم و مسئولین بیشتر خواهد شد اما زمانیکه به اهداف و برنامه های خود عمل نمی کنند مردم نیز از مشارکت در امور سیاسی و انتخابات دلسرد می شوند. همچنین به علت اینکه رسانه ها و شبکه های اجتماعی امروزه به شدت گسترش یافته اند و در دسترس همگان قرار گرفته اند و در جامعه پذیر کردن مردم نیز نقش به سزایی ایفا می کنند برای اینکه مردم از اخبار و اطلاعات کذب در تمامی حیطه ها در امان بمانند پیشنهاد می گردد سواد

9. Kotler, A. & Laurence-Berkowitz. (2001). "Religion and Voting Behavior in Great Britain: A Reassessment". *British Journal of Political Science*. Vol. 31, No. 3, P 523-554.
10. Seidamami, Kavos (2016), Political participation of students: evaluation of some predictors of political participation, *Research Journal of Political Science*, No. 6.
11. Aron, Raymon (2004), the basic stages of the course of thought in sociology, translation: B. Parham, Scientific and Cultural Publications, Tehran
12. Seidamami, Kavos; Iftikhari, Asghar and Abdullah, Abdul Mutalib (2008), Values and Attitudes and Political Behavior of Youth, Research Project Report, National Youth Organization.
13. Putnam, Robert (1380), Democracy and Civil Traditions, translated by Mohammad Taghi Delfrooz, Tehran: Political Studies Bureau of the Ministry of Interior.