

عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت مردم تهران در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی

حسین شیخزاده^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۵

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۶

چکیده

تحکیم مبانی مردم‌سالاری مستلزم جلب مشارکت سیاسی شهروندان است و بر همین اساس در نظام‌های سیاسی دموکراتیک مشارکت سیاسی یکی از مهم‌ترین موضوعات سیاست به شمار می‌رود. موضوع این مقاله بررسی تأثیر عوامل اجتماعی بر مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات مجلس یازدهم می‌باشد. با عنایت به تغییر رفتار انتخاباتی در مقایسه با انتخابات مجلس یازدهم، واکاوی عوامل این تغییر رفتار از اهمیت زیادی برخوردار است. برای اثبات فرضیه از روش پیمایش استفاده شده و داده‌ها از طریق توزیع ۴۳۰ پرسشنامه محقق ساخته میان ساکنان مناطق مختلف شهر تهران به دست آمده است. مطابق نتایج پژوهش: شاخص‌های اجتماعی از قبیل سرمایه اجتماعی، تحصیلات، طبقه اجتماعی، محل سکونت، شغل، قومیت و اعتماد عمومی بر رفتارهای انتخاباتی رأی‌دهندگان در انتخابات مجلس یازدهم تأثیر معناداری داشته‌اند اما به دلیل مغایرت عملکرد برخی منتخبان پیشین با شعارهای انتخاباتی آن‌ها، در این دوره از میان عوامل اجتماعی «شاخص اعتماد» از اهمیت ویژه برخوردار بوده است چنانکه کاهش اعتماد به تغییر رویکرد مردم در انتخابات گردید و تغییر محسوس رفتار رأی‌دهندگان باعث شد تا تعداد منتخبان منتسب به جناح سیاسی حاکم بر قوه مجریه و مجلس دهم به شدت کاهش یابد.

واژگان کلیدی: مشارکت سیاسی، انتخابات، عوامل اجتماعی، مجلس شورای اسلامی.

۱. استادیار گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
hsheikhzade@khu.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

جوامع امروزی از تعدادی خرده نظام مانند نظام سیاسی، نظام اجتماعی، نظام اقتصادی، نظام آموزشی و... تشکیل شده‌اند که پیوسته در تعامل با یکدیگر قرار دارند. درهم تنیدگی نظام اجتماعی و نظام سیاسی به گونه‌ای است که هیچ‌یک از آن‌ها بدون تعامل با دیگری قادر به بقاء و دوام نخواهد بود؛ یکی از مهم‌ترین مصادیق و مظاهر تعامل نظام اجتماعی و نظام سیاسی موضوع مشارکت شهروندان در فعالیت‌های سیاسی به‌ویژه مشارکت در انتخابات می‌باشد. انتخابات اگرچه یکی از نهادهای سیاسی محسوب می‌شود اما تحت تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، روان‌شناختی و... قرار دارد.

دموکراسی خواه به معنای حداقلی (وجود نهاد انتخابات) و خواه به‌عنوان فلسفه زندگی اجتماعی بدون انتخابات و مشارکت سیاسی بی‌معنی است. یکی از مباحث سیاسی مرتبط با انتخابات موضوع تحلیل رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان است. علوم سیاسی و به‌ویژه جامعه‌شناسی سیاسی، به شکلی مبنایی به انتخابات می‌پردازند و این موضوع یکی از مهم‌ترین مسائل علم سیاست و جامعه‌شناسی سیاسی به‌شمار می‌رود. نظام سیاسی در جلب مشارکت سیاسی و ارتقاء سطح دموکراسی نیازمند ارتقاء شاخص‌های اجتماعی می‌باشد لذا پرداختن به موضوع تأثیر عوامل اجتماعی بر مشارکت سیاسی در نظام‌های دموکراتیک امری ضروری قلمداد می‌شود.

زمانی باور براین بود که دولت‌ها قدرت خود را از کسب رضایت کسانی که بر آن حکمرانی می‌کنند، به دست می‌آورند و انتظار می‌رفت، به‌طور منظم دنبال بقای این رضایت باشند. از آنجاکه حکومت‌ها نمی‌توان رضایت تمام اعضای جامعه را تأمین کنند، تفکری که ایجاد شد آن بود که جلب رضایت کدام بخش از کسانی که تحت حکمرانی دولت هستند ضروری‌تر است (Heinz, 2018:1) لذا موضوع رضایت اکثریت مطرح شد و امروزه هر جا سخن از انتخاب، خواسته‌ها و نگرش‌های سیاسی مردم مطرح می‌شود، منظور از مردم اکثریت اعضای جامعه است. در قرون جدید انقلاب‌های آزادی‌خواهانه به بسیج سیاسی نیروهای اجتماعی منجر شد اما به تدریج بر اثر عوامل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نوعی رکود مشارکت در جوامع دموکراتیک به وجود آمد. در نتیجه موضوع کاهش مشارکت سیاسی به‌عنوان یکی از مسائل مهم مورد توجه اندیشمندان علوم اجتماعی قرار گرفت.

بر همین اساس نظریه‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی بر آن شدند تا از طریق بهبود اعتماد اجتماعی به مشارکت سیاسی کمک کنند. مفهوم سرمایه اجتماعی از اواخر قرن بیستم توسط افرادی مانند جاکوبز، بوردیو، و پاسرون مطرح شد و با مطالعات کلمن، بارت، پرتز و پاتنام گسترش یافت. در آسیا، انتخابات رقابتی با پایان جنگ جهانی دوم وارد حوزه سیاسی شد. در بسیاری از کشورهای این قاره مانند هند، اندونزی، مالزی، و فیلیپین شروع انتخابات در نتیجه «تقلید گرایی بود لذا با قدرت گرفتن استبداد، نهادهای انتخابی در برخی از این کشورها منحل شد. در ابتدای دهه «۱۹۷۰، انتخابات رقابتی مجدداً به برخی از کشورهای منطقه بازگشت.

اعتقادات مذهبی، باورهای ایدئولوژیک، ساختار روانی فرد و جامعه، نوع جامعه‌پذیری سیاسی، سرمایه فرهنگی و اجتماعی فرد و ... در زمره عوامل بروز رفتار انتخاباتی و سیاسی هستند. رفتار سیاسی به هر نوع و با هر قالبی، قصد تأثیرگذاری بر نتایج امور حکومتی و امور خرد و کلان را داشته باشد و با هر انگیزه و منشأیی که بروز یابد، اساساً معطوف به قدرت و ملزومات آن است. رفتار انتخاباتی یکی از زیرمجموعه‌های رفتار سیاسی محسوب می‌شود. متغیرهای تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی جامعه عبارت‌اند از: نوع و ساختار نظام سیاسی و میزان مشروعیت و مقبولیت آن، بافت فرهنگی و اجتماعی، فرهنگ عمومی و فرهنگ سیاسی، ویژگی‌ها و عملکرد احزاب و گروه‌های ذی‌نفوذ، توسعه آموزشی و افزایش سطح سواد و آگاهی در میان مردمان، نظام رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی میزان توسعه اقتصادی، وضعیت نظام بین‌الملل در سطح منطقه و جهان و مواردی از این قبیل. تعدادی از متغیرهای مؤثر بر رفتار انتخاباتی به‌طور مشخص در قالب عوامل اجتماعی دسته‌بندی می‌شوند این متغیرها عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی، سرمایه اجتماعی، تحصیلات، شغل، میزان درآمد، طبقه اجتماعی، قومیت، اعتقادات مذهبی و محل سکونت که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. مشارکت سیاسی در ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه از اهمیت خاصی برخوردار است. از سوی دیگر کاهش چشمگیر میزان مشارکت در انتخابات مجلس یازدهم موضوعی است که نیازمند ریشه‌یابی و تجزیه و تحلیل می‌باشد. افزون بر این، چرخش کامل رفتار رأی‌دهندگان و عدم اقبال عمومی به جناح حاکم بر قوه مجریه و مجلس دهم، موضوعی قابل تأمل است که می‌تواند در تحلیل وضعیت ساس - اجتماعی کشور و پیش‌بینی تحولات سیاسی آینده نقش

مؤثری داشته باشد، بر همین اساس کنکاش پیرامون عوامل مؤثر بر رفتارهای انتخاباتی مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم امری ضروری است.

۱-۱. اهداف و پرسش‌های پژوهش

۲-۱. هدف اصلی

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی دوره یازدهم

۳-۱. اهداف فرعی

تعیین ارتباط میان شاخص‌های اجتماعی با مشارکت سیاسی مردم تهران در انتخابات تولید ادبیات نظری پیرامون مشارکت سیاسی شهروندان در انتخابات

۴-۱. پرسش‌های پژوهش

۱-۱-۴. کدام عوامل اجتماعی بر میزان مشارکت و رفتار انتخاباتی شهروندان در انتخابات مجلس یازدهم نقش داشته‌اند؟

۱-۲-۴. شاخص اعتماد اجتماعی چه تأثیری بر رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان داشته است؟

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱. تحقیقات انجام‌شده داخلی

رضی (۱۳۸۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی تطبیقی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت مردم در انتخابات شش دوره ریاست جمهوری پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران» به ارزیابی تأثیر عواملی از قبیل مذهب (تشیع و تسنن) و منطقه جغرافیایی (مرزنشینی)، تورم، اشتغال و سواد شهروندان بر رفتار انتخاباتی پرداخته است. مطابق نتایج این پژوهش میزان مشارکت در انتخابات از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی تا پایان دهه ۱۳۷۰ سیر نزولی داشته است. همچنین محقق ضمن اثبات وجود رابطه میان شاخص‌های مذکور با میزان مشارکت

سیاسی، به این نتیجه دست یافته است که کمیت مشارکت انتخاباتی در مناطق شیعه‌نشین نسبت به مناطق اهل سنت بیشتر بوده است.

رهبری قاضی (۱۳۹۵) در یک تحقیق میدانی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فرهنگ سیاسی ساکنان شهر اصفهان پرداخته است. در این تحقیق که حجم نمونه آن ۹۱۳ بوده، متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) در قالب سه متغیر شامل سرمایه «شناختی، سرمایه» ارتباطی و سرمایه «ساختاری در نظر گرفته شده و محقق به این نتیجه رسیده است که میان سرمایه اجتماعی (به ویژه سرمایه شناختی) و فرهنگ سیاسی مبتنی بر مشارکت همبستگی معناداری وجود دارد.

شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۵) در یک پژوهش تحت عنوان «عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی انتخابات دهم ریاست جمهوری: مطالعه موردی بخش جلگه اصفهان» تعداد ۳۸۵ نفر از ساکنان شهر جلگه اصفهان را که در انتخابات ریاست جمهوری دوره دهم شرکت کرده بودند، به عنوان نمونه انتخاب کرده و در مورد عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی آن‌ها پرس و جو کرده‌اند. بر اساس یافته‌های این تحقیق، سیاست‌های اقتصادی دولت دهم و مناظره‌های تلویزیونی نامزدهای ریاست جمهوری دوره یازدهم رفتار رأی‌دهندگان را به نحو محسوسی تحت تأثیر قرار داده است.

پیشگاهی فرد (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «انتخابات و مسیر مشارکت سیاسی مردم در استان خوزستان» به بررسی رفتار انتخاباتی مردم خوزستان در انتخابات مجلس شورای اسلامی دوره‌های اول تا هشتم پرداخته و بر اساس نتایج تحقیقات میدانی به این نتیجه رسیده است که رأی‌دهندگان بر اساس عواملی مانند: شهرت داوطلبان نمایندگی، میزان سواد و وابستگی قومی نامزدها و میزان حمایت اقوام از آن‌ها دست به انتخاب زده‌اند.

مقصودی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «مشارکت انتخاباتی اقوام در ایران، بررسی موردی؛ انتخابات ریاست جمهوری» به بررسی مشارکت مردم استان‌های کردستان و سیستان و بلوچستان در انتخابات پرداخته است. مطابق نتایج این تحقیق ساکنان این دو استان‌ها نه تنها در سطح کشور دارای پایین‌ترین میزان حضور در انتخابات می‌باشند بلکه در میان استان‌های مرزی نیز از سطح مشارکت پایین‌تری برخوردارند. با توجه به تفاوت میزان مشارکت این دو

استان با سایر استان‌های مرزی می‌توان نقش اعتماد اجتماعی (متغیر مستقل مقاله حاضر) را در کاهش مشارکت ساکنان این استان‌ها دخیل دانست.

۲-۲. تحقیقات انجام‌شده خارجی

لکسner و کالج (۲۰۰۷) در تحقیقی با عنوان «سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی در آمریکای لاتین» به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی (شامل اعتماد، شبکه‌ها و هنجارها) از یک سو به شهروندان در رسیدن به اهدافشان کمک می‌کند و از سوی دیگر باعث افزایش مشارکت سیاسی و تقویت دموکراسی می‌شود. مطابق بررسی‌های این محققان، در کشورهای آرژانتین، شیلی، مکزیک و پرو فعالیت افراد در سازمان‌ها و نهادهای غیرسیاسی و سطح بالای اعتماد عمومی منجر به افزایش مشارکت سیاسی شده است، باین حال میزان مشارکت سیاسی و اعتماد به نهادهای سیاسی در این کشورها در مقایسه با کشورهای اروپایی چندان زیاد نیست.

عنایت (۲۰۰۲) در تحقیقی با عنوان «مشارکت سیاسی زنان در ایران» وضعیت اجتماعی تعدادی از زنان ایرانی را که در پست‌های سیاسی مانند نمایندگی مجلس، معاونت وزیر و... مشغول بوده‌اند، مورد بررسی قرار داده است؛ بر اساس نتایج این تحقیق، زنانی که بیشترین مشارکت سیاسی را داشته و به مناصب سیاسی دست یافته‌اند، عمدتاً متأهل بوده و از تحصیلات عالی و پایگاه اجتماعی بالا برخوردار بوده‌اند.

وجوه تمایز این پژوهش با تحقیقات پیشین عبارت‌اند از: ۱- محدوده مورد مطالعه این پژوهش (شهر تهران) کانون تحولات سیاسی می‌باشد و سنجش رفتار رأی‌دهی در این حوزه انتخابیه از اهمیت خاصی برخوردار است. ۲- انتخابات مجلس یازدهم که به عنوان موضوع این تحقیق انتخاب شده، یکی از نقاط عطف سیاسی و منشأ اقبال مردم به نیروهای انقلابی می‌باشد. ۳- در این پژوهش تأثیر عوامل اجتماعی گوناگون بر انتخابات بررسی گردیده اما داده‌ها نشان می‌دهد که عامل اعتماد مردم به نامزدها و جناح‌های سیاسی مهمترین عامل تغییر رفتار بوده است و موضوع اعتماد به مسئولان یکی از مسائل اساسی جامعه‌شناسی سیاسی محسوب می‌شود.

۳. مبانی نظری پژوهش

موضوع رابطه میان عوامل اجتماعی و مشارکت سیاسی در نظریه‌های گوناگون مطرح شده است؛ مطابق الگوی جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی که نخستین بار توسط «لازارسفلد» مطرح شد، آنچه می‌تواند افراد را تشویق کند تا در انتخابات شرکت کنند، عبارت است از شرایط اجتماعی، اقتصادی، محیطی و فرهنگی. لذا میان شرایط اجتماعی افراد و گرایش‌های سیاسی آن‌ها رابطه مستقیم وجود دارد (محمدی فر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۹). «دوایت دین» ضمن تحلیل رفتار رأی‌دهندگان به این نتیجه رسیده است که میان پایگاه اجتماعی افراد و مشارکت سیاسی آن‌ها رابطه وجود دارد؛ وی معتقد است پایگاه اجتماعی از طریق برخی متغیرهای میانجی (شامل: بی‌قدرتی، بی‌هنجاری و انزوای اجتماعی) الگوی مشارکت سیاسی شهروندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (بگ‌رضایی، ۱۳۸۷: ۶۱) مطابق نظریه «هانتینگتون» و «نلسون» مشارکت سیاسی تابع فرایند توسعه اجتماعی است زیرا توسعه از طریق دو سازوکار زمینه‌های مشارکت را فراهم می‌کند؛ اول اینکه تحول اجتماعی منجر به ارتقاء منزلت اجتماعی و افزایش قدرت تأثیرگذاری در تصمیمات سیاسی می‌شود و دوم اینکه افراد در سایه دگرگونی اجتماعی عضو سازمان‌های مختلف می‌شوند و در مسیر تحرک اجتماعی قرار می‌گیرند (خاکساری، ۱۳۸۰: ۴۷). در برخی نظریه‌ها شاخص‌هایی مانند وضعیت مالی افراد و برخورداری از سواد به‌عنوان عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی مورد توجه قرار گرفته است؛ مطابق نظریه منابع، امکانات لازم برای مشارکت سیاسی از قبیل دانش، دارایی و زمان در میزان مشارکت افراد نقش مؤثری دارند؛ زیرا مشارکت نیازمند برخورداری از دانش و آگاهی است و کسب آگاهی نیازمند هزینه مالی و صرف وقت می‌باشد. (بگ‌رضایی، ۱۳۸۷: ۶۲)

۳-۱. رفتار انتخاباتی

مشارکت سیاسی را می‌توان به‌مثابه سوخت موتور دموکراسی قلمداد کرد. بر همین اساس حکومت‌ها تلاش می‌کنند با استفاده از شیوه‌های گوناگون مشارکت سیاسی شهروندان را جلب کنند. البته الگوها و مصادیق مشارکت سیاسی در کشورهای مختلف یکسان نیست؛ «مرزها و حدود مشارکت، راه‌ها و شیوه‌های مشارکت افراد و عناصر شرکت‌کننده در هر نظام سیاسی مبتنی بر شرایط فرهنگی، اعتقادی، ارزشی، محیطی، تجربه زیستی و هنجارهای

اجتماعی مردم و آن نظام سیاسی است.» (فیرحی، ۱۳۷۸: ۳۸) رفتارهای انتخاباتی شهروندان جوامع دموکراتیک یکی از مباحث اصلی مشارکت سیاسی است. امروزه نه تنها حکومت‌های دموکراتیک بلکه نظام‌های سیاسی شبه دموکراتیک نیز تلاش می‌کنند با افزایش میزان مشارکت شهروندان در فرایندهای سیاسی به‌ویژه انتخابات، میزان مشروعیت خود را بالاتر نشان دهند. اگرچه سابقه مشارکت سیاسی به چند قرن پیش بازمی‌گردد اما مباحث تئوریک مربوط به آن سابقه چندانی ندارد و در نیمه دوم قرن بیستم به دنبال ظهور مباحث توسعه سیاسی مطرح گردیده است.

بر اساس برخی تعاریف: مشارکت سیاسی به معنی فعالیت فردی یا جمعی اعضای سطوح مختلف نظام سیاسی و رده‌بندی تمایلات و گرایش‌ها به‌منظور اداره امور سیاسی جامعه است (Rush, 1922: 110) «لیپ ست» در تحقیقات میدانی که در کشورهای آلمان، سوئد، آمریکا، نروژ، فنلاند و چند کشور دیگر انجام داده به این نتیجه دست یافته است که مشارکت در فرایندهای سیاسی و اجتماعی مانند انتخابات انجمن‌ها و سندیکاها از الگوی خاصی در این کشورها پیروی می‌کند به این معنی که مردان، افراد تحصیل کرده، متأهلین، شهرنشینان، اعضای احزاب سیاسی و افراد دارای منزلت بالای اجتماعی نسبت به سایر گروه‌ها در فرایندهای سیاسی مشارکت بیشتری دارند (انصاری، ۱۳۸۰: ۱۰۱). مشارکت سیاسی دارای سطوح گوناگون است؛ از نظر «مکلاوسکی» سطوح ده‌گانه مشارکت سیاسی عبارت‌اند از: ۱- رأی دادن؛ ۲- کسب اطلاعات سیاسی؛ ۳- بحث در مورد موضوعات سیاسی؛ ۴- حضور در محافل سیاسی؛ ۵- کمک مالی به احزاب؛ ۶- ارتباط با نمایندگان؛ ۷- عضویت در احزاب؛ ۸- تبلیغ برای نامزدهای انتخابات؛ ۹- سخنرانی سیاسی؛ ۱۰- شرکت در رقابت‌های سیاسی (خدآوردي، ۱۳۸۴: ۲۲).

۳-۲. تأثیر عوامل اجتماعی بر رفتار انتخاباتی

مشارکت سیاسی به معنای عام کلمه و مشارکت در انتخابات به‌عنوان اولین سطح مشارکت سیاسی تحت تأثیر عوامل گوناگون فردی و اجتماعی قرار دارد. برخی نظریه‌ها که با رویکرد روان‌شناسانه ارائه شده‌اند، ریشه‌های مشارکت سیاسی را در ویژگی‌های فردی شهروندان از جمله هیجانات، احساسات و ادراکات ذهنی و سایر ویژگی‌های فردی آنان

به‌ویژه احساسات آن‌ها نسبت به نظام سیاسی جستجو کرده‌اند. از سوی دیگر در رویکرد جامعه‌شناسانه مشارکت سیاسی به‌طور مستقیم از وضعیت اجتماعی تأثیر می‌پذیرد؛ مطابق نظریه «پل لازارسفلد» که یکی از مهم‌ترین نظریه‌های جامعه‌شناسانه محسوب می‌شود، «بامطالعه شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده می‌توان جهت‌گیری سیاسی و در نتیجه رفتار رأی‌دهی آنان را پیش‌بینی کرد. مطابق نظریه لازارسفلد؛ فرد از نظر سیاسی آن‌گونه می‌اندیشد که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برد.» (Lazarsfeld, 1994: 27). همچنین بر اساس نظریه «ویلیام میلز» عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان به شش دسته تقسیم می‌شوند: ۱- بافت اجتماعی شامل: طبقه، جنس، سن، مذهب، منطقه جغرافیایی و نگرش‌های سیاسی اطرافیان مانند: خانواده، همسایگان و دوستان؛ ۲- وابستگی فرد به احزاب سیاسی؛ ۳- ارزش‌ها، نگرش‌ها و ایدئولوژی رأی‌دهندگان؛ ۴- شرایط انتخابات؛ ۵- عملکرد رسانه‌ها؛ ۶- عملکرد دولت و احزاب سیاسی (عبدالله، ۱۳۸۸: ۹۹). مطابق الگوی «تالکوت پارسونز» رفتار انتخاباتی افراد تحت تأثیر ساختار اجتماعی، نظام خانواده، طبقه اجتماعی و... می‌باشد. «از نظر برگر و هوگمان هویت یکی از اجزای اصیل واقعیت ذهنی بوده و مانند هر واقعیت ذهنی دیگری معمولاً در شرایط دیالکتیک با جامعه قرار دارد.» (الهی منش، ۱۳۸۶: ۳۲)

«رنه بکر» در تحقیقات خود به این نتیجه دست یافته است که عوامل اصلی تعیین رفتار سیاسی شهروندان و عضویت آن‌ها در تشکل‌های سیاسی عبارت‌اند از: تحصیلات، عقاید دینی، میزان درآمد و سرمایه اجتماعی. وی معتقد است حتی عوامل روان‌شناختی نیز تحت تأثیر عوامل اجتماعی قرار دارند و به‌صورت غیرمستقیم در رفتار سیاسی اثر می‌گذارند (سفیری، ۱۳۸۸: ۵). «دورکیم» معتقد است پایبندی به دین و مناسک دینی به همبستگی اجتماعی کمک می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۶: ۴۹۳). «لیپست» عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی را به سه دسته تقسیم کرده است: الف: شاخص‌های اقتصادی از قبیل: شغل، میزان درآمد و محل سکونت ب: وضعیت اجتماعی فرد شامل: تأهل، عضویت در نهادهای سیاسی و شهری یا روستایی بودن ج: وضعیت سیاسیت- مذهبی شامل: ایدئولوژی سیاسی، میزان مذهبی بودن و سیاسی بودن خانواده (هاشمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۰۶). دین‌داری به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر رفتار سیاسی دارای ابعاد گوناگون است؛ برخی نظریه‌ها دین‌داری را شامل پنج بعد دانسته‌اند که عبارت‌اند از: بعد اعتقادی و باور اصول و بنیادهای دین، بعد

عبادی و انجام مناسک دینی، بُعد فکری یعنی برخورداری از دانش دینی، بُعد عاطفی و احساسی نسبت به دین و مقدسات آن و بُعد پیامدی یا انعکاسی که شامل آثار و پیامدهای دین‌داری در زندگی فردی و اجتماعی دین‌داران می‌باشد. به عقیده «لیمن» ارزش‌ها و اعتقادات مذهبی از جمله انجام مراسم مذهبی و خواندن کتاب مقدس ترجیحات سیاسی برآمده از تعالیم دینی را در پی دارد. شواهد تجربی نیز رابطه دین‌داری با گرایش رأی‌دهی را تصدیق می‌کند. آمریکا و انگلیس نمونه بارز این‌گونه رفتارهای انتخاباتی می‌باشند؛ در آمریکا کسانی که بیشتر به دین پایبندی دارند، به حزب محافظه‌کار جمهوری‌خواه رأی می‌دهند (طالبان و میرزایی، ۱۳۹۰: ۱۴۱). «به عقیده فوکویاما دین می‌تواند نقش مهمی در ایجاد سرمایه اجتماعی بازی کند؛ بسیاری از مذاهب با ترویج ارزش‌هایی نظیر مشارکت، صداقت، اعتماد و ایثار، سرمایه اجتماعی قابل توجهی در بین پیروان خود ایجاد می‌کنند.» (نعمت الهی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۶).

سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد از چند بُعد بر مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی شهروندان تأثیر دارد. بسیاری از اندیشمندان مانند «رابرت پوتنام»، «امیل دورکیم» و «دوتوکویل» سرمایه اجتماعی را مهمترین عامل مشارکت سیاسی شهروندان می‌دانند. سرمایه اجتماعی از طریق سازوکارهای گوناگون به‌ویژه از طریق افزایش اعتماد باعث افزایش مشارکت سیاسی و تغییر رفتار رأی‌دهندگان می‌شود. یکی از مهمترین شاخص‌های اجتماعی که تأثیر چشمگیری بر مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی شهروندان دارد، میزان اعتماد اجتماعی است. «اعتماد اجتماعی بر آن دسته از انتظاراتها و تعهدهای اکتسابی دلالت دارد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی دارند.» (نعمت الهی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۹). اعتماد اجتماعی وجوه گوناگون دارد؛ هم اعتماد عمومی شهروندان نسبت به یکدیگر و هم اعتماد شهروندان به نهادهای سیاسی در گرایش افراد به مشارکت سیاسی نقش تعیین‌کننده دارد.

بر اساس نظریه‌های نوسازی مانند (نظریه‌های سیمون مارتین لیپست، دانیل لرنر، کارل دوویچ و...) زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی باعث افزایش مشارکت سیاسی و به تبع آن توسعه سیاسی می‌شوند. از سوی دیگر سرمایه اجتماعی منابع فردی را افزایش می‌دهد؛ منظور از منابع فردی توانایی‌های مادی و معنوی افراد از قبیل سن، جنس، شغل، سرمایه، دانش، اوقات

فراغت، شأن اجتماعی و مواردی از این قبیل است. بنابراین سرمایه اجتماعی در سطح خرد نیز از طریق تأمین منابع فردی به مشارکت سیاسی کمک می‌کند

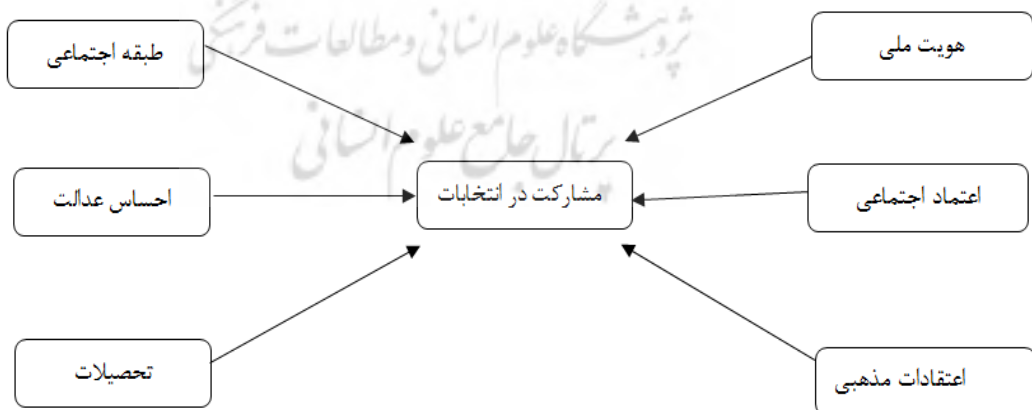
عضویت در گروه‌های اجتماعی دانش سیاسی شهروندان را افزایش می‌دهد و آنان را به مشارکت سیاسی ترغیب می‌کند؛ «روزنستون» و «هانستون» در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که افرادی که از طریق روابط بین فردی اطلاعات بیشتری کسب می‌کنند، بیشتر از سایرین در سیاست مشارکت می‌کنند (Rosenston & Hansen, 1993:32). شرکت افراد در انجمن‌های داوطلبانه غیرسیاسی مشارکت سیاسی آن‌ها را افزایش می‌دهد (وربا ۱۹۹۳، ۴۵۷-۸). از سوی دیگر سرمایه اجتماعی هنجارهای اجتماعی را تحکیم می‌بخشد و اعتماد بین فردی را افزایش می‌دهد (پوتنام، ۱۹۹۳: ۱۶۹) و از این طریق باعث افزایش اعتماد رأی‌دهندگان به کارگزاران حکومتی می‌شود. سرمایه اجتماعی سازمان‌های غیردولتی و احزاب سیاسی را که بنیاد آن‌ها بر اعتماد متقابل است، تقویت می‌کند و احزاب خواسته‌های حکومت و مردم را تعدیل و روابط آن‌ها را تلطیف می‌کنند، ضمن اینکه عضویت در حزب انگیزه مشارکت سیاسی را بالا می‌برد از نظر میلبراث به موازات عضویت افراد در سازمان‌های سیاسی و اجتماعی احتمال مشارکت سیاسی آن‌ها افزایش می‌یابد (هاشمی، ۲۵۵: ۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی باعث تقویت فضای دموکراتیک و افزایش مشارکت سیاسی می‌شود.

در تعدادی از نظریه‌ها مانند نظریه «هویت اجتماعی» رفتارهای سیاسی و اجتماعی افراد بر اساس عضویت آن‌ها در گروه تبیین می‌شود. همچنین مطابق نظریه «دل‌بستگی گروهی» عامل اصلی تفاوت در رفتار انتخاباتی افراد هویت‌یابی ذهنی و خودآگاهی گروهی است و گروه مرجع در شکل‌دهی به رفتار افراد نقش مهمی دارد (اکبری و فخاری، ۱۳۹۶: ۷۵). بنابراین وابستگی قومی یکی از عوامل تعیین‌کننده رفتار سیاسی اعضای جوامع تلقی می‌شود. اگرچه در کشورهای صنعتی قومیت در مصاف و وابستگی‌های مدرن مانند عضویت در تشکل‌های مدنی به حاشیه رانده شده است اما در کشورهای در حال توسعه مانند ایران همچنان وابستگی قومی یکی از شاخص‌های هویت‌بخش افراد است به گونه‌ای که در حتی در کلان‌شهرها اعضای اقوام مختلف دارای انجمن‌های قومی، مساجد و حسینیه‌های منحصر به قوم خود می‌باشند. میزان دارایی اقتصادی و طبقه اجتماعی (که تلفیقی از وضعیت اقتصادی و اجتماعی می‌باشد) نیز به عنوان یکی از عوامل اجتماعی در میزان و کیفیت مشارکت سیاسی مؤثر است؛

مطابق نظریه منابع مشارکت سیاسی نیازمند امکانات مالی از قبیل دارایی، دانش و زمان است. عدم دسترسی افراد به امکانات مالی آن‌ها را از صحنه رقابت انتخاباتی حذف خواهد کرد. این نیاز نه تنها برای فعالان سیاسی و نامزدهای انتخابات بلکه حتی برای شهروندان عادی نیز ضرورت دارد. حتی کسب حداقل آگاهی‌های سیاسی نیازمند امکانات مالی و دسترسی به آموزش می‌باشد. (Lovendoski and Noriss, 1996: 15)

۳-۳. چارچوب نظری

بر اساس چارچوب نظری تحقیق، اگرچه امروزه برای تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان به عوامل متعدد مانند ویژگی‌های فردی و روان‌شناختی افراد مورد توجه قرار می‌گیرد اما در جامعه ایران همچنان عوامل اجتماعی در رفتار سیاسی شهروندان به ویژه در رفتار انتخاباتی آن‌ها نقش عمده‌ای دارد. تصور شهروندان از هویت ملی، میزان اعتماد اجتماعی، دین‌داری و میزان پایبندی به مذهب، طبقه اجتماعی، وضعیت اقتصادی، تصور از عدالت اجتماعی و میزان تحصیلات افراد به عنوان شاخص‌های متغیر مستقل بر رفتار رأی‌دهی مردم تأثیر چشمگیری دارند. به ویژه به دلیل خلف وعده جناح‌های سیاسی و استفاده از شعارهای غیرقابل تحقق در مصاف‌های انتخاباتی گذشته موضوع اعتماد اجتماعی در رفتار انتخاباتی مردم تأثیر تعیین کننده دارد.



۳-۵. مدل نظری تحقیق

۳-۶. فرضیات تحقیق

۳-۶-۱. فرضیه اصلی

عوامل اجتماعی تأثیر معناداری بر مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی داشته است.

۳-۶-۲. فرضیات فرعی

بین هویت ملی با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

بین اعتماد اجتماعی با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

بین اعتقادات مذهبی با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

بین طبقه اجتماعی با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

بین احساس عدالت با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

بین تحصیلات با مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی همبستگی معناداری وجود دارد.

۴. روش‌شناسی تحقیق

۴-۱. روش تحقیق و شیوه جمع‌آوری اطلاعات

روش این تحقیق از نوع پیمایشی است و اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است.

۴-۲. جمعیت آماری

جمعیت آماری این تحقیق را شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن در مناطق مختلف شهر تهران تشکیل می‌دهند.

۴-۳. شیوه نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه

این تحقیق از نوع پیمایشی است و اطلاعات آن از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران می‌باشد. این افراد طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ که در آمارنامه «استان تهران ثبت شده است»، ۶۸۷۸۶۸۸ نفر بوده‌اند. در این بررسی با کمک فرمول کوکران حجم نمونه برآورد می‌شود. برای انتخاب نمونه، ابتدا باید حجم نمونه را تعیین کرد. حجم نمونه بستگی به آن دارد که ما با چه دقتی می‌خواهیم نتایج تحقیق از نمونه را به کل جامعه آماری تعمیم دهیم. هر چه دقت و اطمینان بیشتر باشد، نیاز به حجم نمونه بیشتری خواهد بود و برعکس.

$$n = \frac{\frac{t^2 p q}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 p q}{d^2} - 1 \right)}$$

بر اساس این فرمول:

حجم نمونه = n ، حجم جمعیت آماری = N ، ضریب اطمینان قابل قبول = t ، نسبتی از جمعیتی که دارای صفت معین است = p ، نسبتی از جمعیتی که فاقد صفت معین است = q و فاصله اطمینان = d می‌باشد. در این تحقیق حجم جامعه آماری، ۶۸۷۸۶۸۸ نفر، ضریب اطمینان ۹۵ درصد قابل قبول، ۱/۹۶ و دقت ۰/۰۵ در نظر گرفته شد. با قرار دادن این مقادیر در فرمول مربوطه حجم نمونه ۳۸۴،۱ به دست آمده که به خاطر حذف احتمالی پرسشنامه‌های مخدوش، این تعداد به ۴۳۰ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری از جمعیت آماری به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد. بدین ترتیب که مناطق شهر تهران به پنج پهنه شمالی، جنوبی، شرقی، غربی و مرکزی تقسیم شدند. سپس از هر پهنه یک منطقه به‌طور تصادفی

انتخاب شد. در مرحله بعد از بین محلات هر منطقه ۳ محله انتخاب گردید. بعد از انتخاب محله، از میان بلوک‌های مسکونی هر محله سه بلوک انتخاب گردید و در هر بلوک با ۱۰ نفر از شهروندان مصاحبه شد و پرسشنامه‌ها توسط شهروندان تکمیل گردید.

۵. یافته‌های تحقیق

۴-۱. ویژگی‌های جمعیت نمونه

جنسیت: ۴۹ درصد افراد زن و ۵۱ درصد مرد هستند.

سن: میانگین سن پاسخگویان نمونه ۳۸ سال با انحراف معیار ۱,۷ می‌باشد. حداقل سن ۱۸ و حداکثر سن ۷۴ می‌باشد.

مذهب: بیش از ۸۰ درصد از پاسخگویان شیعه و ۸,۶ درصد سنی بوده‌اند. مابقی (۱۳,۴ درصد) گزینه سایر را انتخاب کرده و یا از پاسخ به این سؤال امتناع ورزیده‌اند.

طبقه اجتماعی: برای تعیین طبقه اجتماعی افراد (در وجه منزلتی) از آنان پرسیده شده است که «خانواده شما در محل زندگی: از این نظر که افراد جزو چه طبقه و قشری شناخته می‌شود؟» در پاسخ به این سؤال ۳ گزینه وجود داشته است؛ بالا، متوسط و پایین. یافته‌ها نشان می‌دهد که پاسخگویان عمدتاً خود را جزو طبقه متوسط (۷۳,۸ درصد) محسوب می‌کنند.

۴-۲. آزمون فرضیه‌ها

تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

جدول (۱) رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته (مشارکت شهروندان در انتخابات)

نام متغیر	اعتماد اجتماعی	طبقه اجتماعی	احساس عدالت	هویت ملی	اعتقادات مذهبی	تحصیلات
ضریب همبستگی	۰,۶۵۴	-۰,۳۵۱	۰,۳۴۲	۰,۴۷۲	۰,۵۲۴	-۰,۳۶۶
سطح معناداری	۰,۰۰۰	۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۰۰۲	۰,۰۰۳	۰,۰۰۱
تعداد	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰

با توجه به جدول شماره ۱

◀ بین اعتماد اجتماعی با مشارکت شهروندان در انتخابات مجلس شورای اسلامی رابطه معناداری ($r=0,654$) وجود دارد. جهت رابطه مثبت و شدت رابطه در حد زیاد می باشد. بدین معنی که هرچقدر شهروندان به نهادهای حاکمیتی اعتماد بیشتری داشته باشند، احتمال مشارکت آنان در انتخابات مجلس یازدهم بیشتر می شود.

◀ با توجه به سطح معناداری به دست آمده ($0,001$) می توان گفت که بین طبقه اجتماعی شهروندان با مشارکت آنان در انتخابات دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. ضریب رابطه معادل $0,351-$ به دست آمده و این عدد نشان می دهد که در میان طبقات اجتماعی بالاتر احتمال شرکت در انتخابات کمتر است و طبقات متوسط و پایین رغبت بیشتری به حضور در پای صندوق های رأی نشان داده اند.

◀ بین احساس عدالت با شرکت در انتخابات مجلس رابطه مستقیم و مثبت ($0,342$) معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر به موازاتی که شهروندان احساس عدالت بیشتری در جامعه نمایند، احتمال شرکت آنان در انتخابات مجلس یازدهم بیشتر می شود. براین اساس فاصله طبقاتی یکی از مهمترین موانع حضور مردم در انتخابات اسفند ۱۳۹۸ خواهد بود.

◀ بر طبق سطح معناداری حاصله ($0,002$) می توان گفت که بین هویت ملی شهروندان با مشارکت آنان در انتخابات مجلس رابطه معناداری از نوع مثبت و مستقیم وجود دارد. ضریب رابطه معادل $0,472$ به دست آمده است. به این معنی که هر چه هویت ملی شهروندان برجسته تر بوده و تعلق بیشتری به نمادهای ملی خود داشته باشند، بیشتر احتمال دارد که در انتخابات مجلس یازدهم شرکت نمایند.

◀ بین اعتقادات مذهبی با مشارکت شهروندان در انتخابات مجلس یازدهم رابطه معناداری وجود دارد. ضریب رابطه برابر $0,524$ به دست آمده که نشان از رابطه مثبت و مستقیم با شدت متوسط دارد. بدین ترتیب وجود باورهای دینی مشوقی است برای مشارکت بیشتر شهروندان در انتخابات مجلس مذکور.

◀ بین سطح تحصیلات با مشارکت شهروندان در انتخابات مجلس یازدهم رابطه معناداری وجود دارد. جهت رابطه معکوس و مستقیم ($0,366-$) می باشد. بدین معنی که افراد دارای تحصیلات بالاتر احتمال کمتری دارد در انتخابات مذکور شرکت نمایند.

جدول (۲): تحلیل رگرسیون عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخابات مجلس یازدهم

متغیر پیشین	متغیر ملاک	f	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب بتا
مشارکت در انتخابات	اعتماد اجتماعی	۳۴,۶۲	۰,۰۰۰	۰,۴۲۷	-۰,۶۵۴
	طبقه اجتماعی	۲۳,۶۶	۰,۰۰۰	۰,۱۲۳	-۰,۳۵۱
	احساس عدالت	۴۵,۳۶	۰,۰۰۱	۰,۱۱۷	-۰,۳۴۲
	هویت ملی	۲۳,۴۷	۰,۰۰۲	۰,۲۲۲	-۰,۴۷۲
	باورهای دینی	۲۸,۳۸	۰,۰۰۱	۰,۲۷۴	-۰,۵۲۴
	تحصیلات	۲۴,۳۵	۰,۰۰۳	۰,۱۳۴	-۰,۳۶۶

نتایج حاصل از جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که ۶۶,۴٪ از پراکندگی واریانس مشارکت در انتخابات توسط اعتماد اجتماعی، طبقه اجتماعی، احساس عدالت، هویت ملی، باورهای دینی و تحصیلات تعیین می‌شود. هم‌چنین این میزان برای اعتماد اجتماعی ۴۲,۷ درصد، طبقه اجتماعی ۱۲,۳ درصد، احساس عدالت ۱۱,۷ درصد و هویت ملی ۲۲,۲ درصد، برای باورهای دینی ۲۷,۴ درصد و برای سطح تحصیلات ۱۲,۴ درصد می‌باشد.

با مقایسه درصد‌های تبیین‌کننده مشخص می‌شود که بیشترین تأثیر در شرکت شهروندان را در انتخابات اعتماد اجتماعی و کمترین تأثیر را احساس عدالت دارد.

نتیجه‌گیری

مشارکت سیاسی یکی از مهمترین شاخص‌های پیشرفت و توسعه سیاسی محسوب می‌شود و در همه کشورها به‌ویژه در کشورهای در حال پیشرفت، حضور مردم در عرصه سیاست می‌تواند ضمن افزایش میزان مشروعیت نظام سیاسی زمینه‌های ارتقاء شاخص مردم‌سالاری را فراهم نماید. نظام جمهوری اسلامی ایران برآمده از مشارکت همگانی گروه‌های مختلف اجتماعی در انقلاب بهمن ۱۳۵۷ می‌باشد پس‌ازآن نیز مردم همواره در عرصه‌های گوناگون به‌ویژه در دفاع از تمامیت ارضی کشور و انتخابات نقش‌آفرینی کرده‌اند.

از آنجاکه بقاء نظام وابسته به حضور مستمر مردم در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی می‌باشد، مشارکت آن‌ها در انتخابات امری حیاتی به شمار می‌رود. مشارکت سیاسی از متغیرهای اجتماعی از جمله اعتماد اجتماعی تأثیر می‌پذیرد و تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان نیازمند نگاه علمی و چندبعدی به این موضوع می‌باشد.

در این پژوهش تأثیر عوامل اجتماعی به‌ویژه اعتماد اجتماعی بر مشارکت ساکنان شهر تهران در انتخابات دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی مورد بررسی قرار گرفت. تعدادی از نظریه‌های جامعه‌شناسانه به‌عنوان مبنای نظری تحقیق تعیین گردید. از قبیل: نظریه مشارکت سیاسی هانتینگتون و نلسون، نظریه رفتار انتخاباتی پل لازارسفلد، نظریه رفتار سیاسی رنه بکر، نظریه‌های دورکیم، لیمن و فوکویاما در مورد نقش دین در مشارکت سیاسی، نظریه دل‌بستگی گروهی و نظریه پوتنام و دو توکویل مبنی بر نقش اعتماد اجتماعی در مشارکت سیاسی مربوط به اعتماد اجتماعی. برای اثبات فرضیه‌های تحقیق تعداد ۴۵۰ پرسشنامه میان شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن مناطق مختلف تهران توزیع شد. مطابق نتایج تحقیق: میان متغیرهای مستقل شامل: هویت ملی، اعتماد اجتماعی، اعتقادات مذهبی، طبقه اجتماعی و احساس عدالت از یک‌سو و متغیر وابسته یعنی مشارکت در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس داده‌های پژوهش احساس عدالت اجتماعی به‌طور مستقیم میزان حضور در انتخابات را افزایش می‌دهد. یکی از مهمترین مسائل اجتماعی در طول تاریخ ایران به‌ویژه در تاریخ معاصر مسئله فاصله طبقاتی بوده است که از عواملی نظیر مالکیت حکومت‌ها بر زمین و منابع خدادادی از جمله نفت نشئت گرفته است. بخش عمده‌ای از نابرابری به‌ویژه نابرابری در دسترسی به فرصت‌ها و مناصب سیاسی در نتیجه پیروزی انقلاب اسلامی بر طرف گردید اما در حوزه اقتصاد و معیشت به دلایل مختلف همچنان بی‌عدالتی وجود دارد. وابستگی اقتصاد کشور به نفت شکنندگی آن را در برابر نوسانات اقتصاد بین‌الملل و تحولات سیاسی افزایش داده است. از سوی دیگر در سال‌های اخیر به دلیل تحریم اقتصادی گرایش به تجارت غیرقانونی و غیر شفاف افزایش یافت و در نتیجه به موازات تشدید فقر در کشور، عده‌ای به دلیل دسترسی به امتیازات خاص به ثروت‌های هنگفت دست یافتند و شکاف اقتصادی- اجتماعی میان فقرا و ثروتمندان عمیق‌تر شد. آنگونه‌که نتایج پیمایش‌ها (از جمله پیمایش

ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اجرا گردید) نشان می‌دهد، جامعه ایران به شدت نسبت به بی‌عدالتی حساس است. لذا فاصله طبقاتی یکی از چالش‌های جدی در حوزه سیاست و از جمله مشارکت انتخاباتی شهروندان محسوب می‌شود و بی‌عدالتی نیز اعتماد عمومی را کم‌رنگ می‌سازد.

اعتماد اجتماعی یکی از مهمترین ملزومات زندگی اجتماعی محسوب می‌شود و اعتماد مردم به کارگزاران نظام سیاسی ضامن مشروعیت و مقبولیت نظام می‌باشد اگرچه اعتماد شهروندان ایرانی به اصل نظام جمهوری اسلامی در سطح بسیار بالایی قرار دارد اما اعتماد به جناح‌های سیاسی و یا منتخبان مردم در قوای مقننه و مجریه ممکن است دچار نوسان گردد. این بی‌اعتمادی صرفاً ناشی از کاهش خدمات رفاهی نیست بلکه ناهمراستای دولت‌ها و نمایندگان مجلس با ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب نیز اعتماد مردم به آن‌ها را کاهش می‌دهد. مطابق ارقام جدول شماره ۴ در میان متغیرهای مستقل، موضوع اعتماد اجتماعی بیشترین تأثیر را بر روی مشارکت سیاسی شهروندان و رفتار انتخاباتی آن‌ها دارد، این امر نشان می‌دهد که به دلایل گوناگون مانند: عدم پایداری برخی از منتخبان مردم در دوره‌های پیشین (اعم از رئیس‌جمهور و نمایندگان مجلس شورای اسلامی) به وعده‌های انتخاباتی، معطل ماندن مطالبات به حق مردم و حرکت دولت وقت به سمت اتکا به بیگانگان اعتماد عمومی شهروندان کاهش یافته و بی‌اعتمادی به نامزدهای انتخاباتی افزایش یافته است. لذا کاهش مشارکت سیاسی شهروندان و تغییر رفتار انتخاباتی آن‌ها در انتخابات اسفند ۱۳۹۸ (که در طول چهار دهه گذشته کم‌سابقه بوده است) تا حد زیادی ناشی از کاهش اعتماد عمومی نسبت جناح حاکم بر دولت و مجلس دهم بوده است. منشأ اصلی بروز بی‌اعتمادی شعارهای فاقد پشتوانه عملی بوده است که توسط دولت و نمایندگان مجالس قبلی مطرح شده بود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که برای حفظ و افزایش مشارکت و حضور مردم ایران در صحنه‌های سیاسی باید متغیرهای اجتماعی به‌ویژه اعتماد و برقراری عدالت میان طبقات مختلف مورد توجه قرار گیرد. ملت ایران برای ارزش‌های انقلاب خود هزینه‌های زیادی داده‌اند و هر مسئول یا جناح سیاسی‌ای با ارزش‌های انقلاب فاصله بگیرد، با بی‌اعتمادی جامعه روبه‌رو خواهد شد.

کتاب‌نامه

۱. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰)، «بررسی رابطه بین مشارکت اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷، بهار و تابستان
۲. اکبری، حسین و فخاری، روح اله، (۱۳۹۶)، «نقش قومیت در رفتار انتخاباتی جوامع چند قومیتی، مطالعه موردی؛ شهرستان بجنورد»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۶۶
۳. الوانی، مهدی «سرمایه اجتماعی؛ مفاهیم و نظریه‌ها، فصلنامه مطالعات مدیریت شماره‌های ۲۳ و ۲۴
۴. الهی منش، محمدحسن (۱۳۸۶)، «تأثیر فرهنگ سیاسی نخبگان بر هویت ملی ایران»، فصلنامه سیاست، دوره ۳۷، شماره ۳
۵. انصاری، حمید و همکاران، (۱۳۸۰)، «پژوهش در وجه نظرها و رفتار مشارکتی مردم تهران در مسائل مرتبط با وظایف ناجا و عوامل مؤثر بر آن» پژوهش اجراشده در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
۶. بگ‌رضایی، پرویز (۱۳۸۷)، «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مشارکت سیاسی زنان شهرستان ایلام»، مجله فرهنگ ایلام، شماره ۲۰ و ۲۱
۷. پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۹)، «انتخابات و مسیر مشارکت سیاسی مردم در استان خوزستان»، فصلنامه سرزمین، دوره هفتم، شماره ۲۶
۸. خاکساری، علی (۱۳۸۰). فرایند مشارکت و سطوح آن»، مجموعه مقالات کارگاه آموزشی توسعه مشارکت زنان، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۹. خدداوردی، علی (۱۳۸۴)، مشارکت عمومی و همبستگی ملی، تهران: عقیدتی-سیاسی ناجا.
۱۰. دارابی، علی (۱۳۸۷). «جامعه‌شناسی انتخابات و رفتار انتخاباتی در جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مطالعات سیاسی، شماره ۲، زمستان.
۱۱. ربانی خوراسگانی، ع و همکاران (۱۳۸۸). «بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در سطح محله»، دو فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶.
۱۲. رضی، داود (۱۳۸۰). «بررسی تطبیقی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت مردم در انتخابات شش دوره ریاست جمهوری پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران»، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهرا (س)، سال یازدهم شماره ۳۷ و ۳۸.
۱۳. سفیری، خدیجه و صادقی، مریم (۱۳۸۸). «مشارکت اجتماعی دانشجویان دختر دانشکده‌های علوم اجتماعی دانشگاه‌های شهر تهران و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره ۲.
۱۴. شهرام نیا، امیر مسعود و همکاران، (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی انتخابات دهم ریاست جمهوری، مطالعه موردی: بخش جلگه اصفهان» فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال پنجم،

- شماره ۱۹.
۱۵. -شیخ‌زاده، حسین، (۱۳۸۵). **نخبگان و توسعه ایران**، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
۱۶. -عباسی اسفنجیر، علی‌اصغر و اسفندیاری، مجتبی (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان، مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی و احد ساری»، **دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی**، دوره ۲، شماره ۴.
۱۷. -طالبان، محمدرضا و میرزایی، مهدی، (۱۳۹۰). «دین‌داری و رفتار انتخاباتی»، **مجله علوم اجتماعی**، دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۸. -عبدالله، عبدالمطلب (۱۳۸۸). «سیری در نظریه‌های رفتار رأی‌دهی»، **فصلنامه رهیافت انقلاب اسلامی**، سال سوم، شماره ۸.
۱۹. -فیرحی، داوود (۱۳۷۸). «مفهوم مشارکت سیاسی»، **فصلنامه علوم سیاسی**، سال اول، شماره ۱.
۲۰. -فیروزآبادی، (۱۳۸۴). «نقد و معرفی کتاب بولینگ تک‌نفره: فروپاشی و احیاء مجدد اجتماع آمریکایی»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۶.
۲۱. -گیدنز، آنتونی (۱۳۷۶). **راه سوم و بازسازی سوسیال‌دموکراسی**، ترجمه منوچهر محسنی، تهران: تیرازه.
۲۲. -محمدی فر، نجات؛ یوسفی جویباری، محمد؛ سوری، حسین و محمدی، منصور (۱۳۹۲). «بررسی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر رفتار انتخاباتی با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری نهم و دهم، مورد مطالعه: شهر کرمانشاه»، **فصلنامه دانش سیاسی و بین‌الملل**، سال دوم، شماره ۵.
۲۳. -مقصودی (۱۳۸۵). «مشارکت انتخاباتی اقوام در ایران، بررسی موردی: انتخابات ریاست جمهوری»، **فصلنامه مطالعات ملی**، دوره هشتم، شماره ۴.
۲۴. -نعمت الهی، زهرا و همکاران، (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام و مشارکت اجتماعی) دانشجویان دانشگاه افسری امام علی (ع)»، **فصلنامه مدیریت نظامی**، شماره ۵۰.
۲۵. -نقیب‌زاده، احمد (۱۳۷۹) **درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی**، تهران: سمت.
۲۶. -هاشمی، سید ضیاء، فولادوند، مجید و فاطمی امین، زینب (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل اجتماعی و روانی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم شهر تهران»، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال پنجم، شماره ۱.
۲۷. -هان‌تینگتون، ساموئل (۱۳۷۰)، **سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علم.
28. -Bladder.Steven& Tom.R.Tylor(2002), what constitutes fairness in work settings; afour model of l components procedural jussive. Hman Resource management
29. -Heinz, Eulau Roger Gibbins,Paul David Webb, (2018),Election,Britannica.com (15/6/2018)
30. Enayat, halimeh. (2002). Political Participation of Women in Iran: A

31. Sociological Study. Ph. D. Thesis. Punjab University, Chandigarh, India.
32. -Kelencser,J,L. (2007),social Capitaland political participation in Latin America: Evidence from Argentina, Chile, Mexico and Peru” Latim American Research Reviw,42(2)
33. Lovendoski,Toni and Noriss,Pipa, (1996),Women in politics,London,Oxford University press.
34. -Michele Benson and R.Rochon Thomas, (2004) “Interpersonal Trust and the magnitude of protes Micro and Macro level aprprosch”Comparative political Studies, Vol 34, No.4
35. -Nygard,M.Nyqvist,F.Steenbeck,W& Jacobsson.G. (2015). Docs social capital enhance political participation of other adults?A multi-level analysis of older finns and Swedes.Journal of International and comparative social policy, 31(3)
36. Paul lazarsfeld, bernald berelson, hazel gadget, (1994), The People Choice, Columbia University Press
37. Rosenstone.S.J&J.M.Hansen(1993) Mobilization,participation and Democracy in America,New York, Macmillan publishing company.
38. -Gimpel,j.&Wendyk,T. (2004)”the persistence of white Ethnicity in New England politics” political geography,23
- 39.
40. -Rush,M. (1992),politics & Society,An Introduction to Political Sociology,London:Harvester Weat sheaf,chapter G,Political Participation