

Village and Development
Vol.28, No.109, Spring 2025

Research Paper

Investigating Factors Affecting Political Participation of Rural Youth in Guilan Province (Case Study: Villages in the East of Guilan)

*M.S Babapour Vajari*¹ , *R. Esfanjari Kenari*² , *A. Jansiz*³ 

Received: 24 January, 2025

Accepted: 27 May, 2025

Abstract

Introduction

Youth are a dynamic demographic with the potential to contribute significantly to various domains. Political engagement of rural youth is essential for societal development. This study aims to identify factors influencing political participation among rural youth in Guilan.

Materials and Methods

This applied study uses a quantitative research methodology. A sample of 241 rural youth from eastern Guilan was selected. Two questionnaires were used: a political participation questionnaire and a questionnaire on factors influencing political participation. The questionnaires were validated and tested for reliability.

Results and Discussion

Confirmatory Factor Analysis revealed that cultural-social, familial, individual, political, and economic factors significantly influence political participation.

-
1. MA in Rural Development, Faculty of Agricultural Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran.
 2. Corresponding Author and Assistant Professor, Faculty of Agricultural Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran. (esfanjari@guilan.ac.ir)
 3. Associate Professor, Faculty of Political Science and International Relations, University of Guilan, Rasht, Iran.

DOI: 10.30490/rvt.2025.367374.1644

Cultural-social, political, and economic factors have a strong impact, while the individual and familial factors show moderate to weak effects.

Conclusions

Rural youth engaged with IRIB, local leaders, and satisfied with government officials' performance exhibit higher political participation. Enhancing provincial broadcasting, reviving local institutions, and organizing meetings between leaders and youth can boost political participation among rural youth.

Keywords: Guilan, Political Development, Political Participation, Rural Sociology, Rural Youth.

روستا و توسعه

سال ۲۸، شماره ۱۰۹، بهار ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی استان گیلان (مورد مطالعه: روستاهای شرق گیلان)

محمدصابر باباپور واجاری^۱ (ID)، رضا اسفنجاری کناری^۲ (ID)، احمد جانسیز^۳ (ID)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۳/۶

چکیده

افزایش مشارکت سیاسی، دغدغه هر نظام سیاسی است. شناسایی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت از مهمترین راهکارها برای مدیریت و افزایش مشارکت مردم در انتخابات محسوب می‌شود. تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی استان گیلان انجام شد. جامعه آماری تحقیق را جوانان روستاهای شرق گیلان در سال ۱۴۰۲ تشکیل داده که تعداد ۲۴۱ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسش‌نامه محقق‌ساخته در خصوص مشارکت سیاسی با ۲۰ گویه و پرسش‌نامه عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی با ۵۱ گویه بود. بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل عامل تأییدی، پنج عامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی در مشارکت سیاسی جوانان روستایی مؤثر

۱- کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۲- نویسنده مسئول و استادیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

(esfanjari@guilan.ac.ir)

۳- دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

هستند که عامل فرهنگی - اجتماعی دارای بیشترین تأثیر و عامل خانوادگی دارای کمترین تأثیر بود. در نهایت بر اساس یافته‌ها، راهکارهایی به‌منظور افزایش میزان مشارکت سیاسی جوانان روستایی ارائه شد.

کلید واژه‌ها: توسعه روستایی، جامعه‌شناسی روستایی، جوانان روستایی، گیلان، مشارکت سیاسی.

مقدمه

توسعه سیاسی^۱ زمینه لازم را برای نهادینه کردن مشارکت سیاسی در کشور فراهم می‌کند (Motiee langroudy, 2018) و مشارکت سیاسی، افزایش توانمندی نظام سیاسی و تحقق جامعه مدنی را به دنبال خواهد داشت (Ahmadi, 2011). امروزه مشارکت سیاسی به برترین شاخص توسعه سیاسی کشورها در جهان تبدیل شده و در بین ملت‌های در حال توسعه که مراحل گذار از سنتی به مدرنیته را می‌گذرانند، شکل کاملاً حساسی به خود گرفته است (Mohammadi Kia et al., 2020). مشارکت سیاسی را می‌توان تعهد به سازوکارهای سیاسی در نظام سیاسی مانند شرکت در انتخابات و پیوستن به یک نظام سیاسی دانست (Diemer, 2012). گاهی منظور از مشارکت‌کنندگان، افراد فعالی هستند که برای دستیابی به مناصب دولت و مجلس تلاش می‌کنند، در همایش‌های عمومی حضور می‌یابند، به احزاب سیاسی می‌پیوندند و ساعات زیادی از وقت خود را در امور عمومی صرف می‌کنند. گاهی نیز شکل‌های محدودتر مشارکت سیاسی جزء مشارکت محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال، کسانی را که رأی نمی‌دهند اما درباره مسائل سیاسی با همسایگان خود گفت‌وگو می‌کنند و نقطه نظرهای سیاسی خود را ابراز می‌دارند و از طریق رسانه‌های گروهی در اطلاع‌رسانی سیاسی شرکت می‌کنند، جزء مشارکت‌کنندگان به حساب می‌آورند (Huntington & Weiner, 2000). برای بسیاری از مردم، مشارکت در سیاست از طریق رأی دادن، اصلی‌ترین شکل مشارکت سیاسی است. با این حال، روش‌های فراوانی برای مشارکت در امور سیاسی وجود دارند. مردم می‌توانند در یک مبارزه انتخاباتی فعال باشند، با مقام‌های عمومی تماس بگیرند، شکواییه منتشر کنند، عضو یک سازمان سیاسی شوند یا به یک نامزد انتخابات کمک مالی نمایند. همچنین ترتیب دادن تظاهرات، اعتراض یا حتی شورش نیز شکل دیگری از مشارکت سیاسی است (Mohammadi Kia et al., 2020).

از برخی نظریه‌های حوزه روان‌شناسی، اقتصاد، جامعه‌شناسی و ... می‌توان در توضیح پدیده مشارکت سیاسی بهره گرفت که در ادامه به توضیح تعدادی از آن‌ها پرداخته می‌شود. مطابق نظریه

آزاد شده^۱، تأثیر مستقیم موقعیت اجتماعی- اقتصادی والدین بر فرزندی که در سنین بالاتر هستند و دوره مدرسه را به پایان رسانده‌اند نسبت به فرزندی که در دوره‌های تحصیلی پایین‌تری هستند، بسیار ضعیف‌تر است (Breton-Skagen, 2015). نظریه بعدی، نظریه اقدام منطقی^۲ است که طبق آن، رفتار مصرف‌کننده ممکن است از فشارهای اجتماعی تأثیر بپذیرد (Amiri Aghdaie et al., 2017). عملکرد اصلی این نظریه، ارزیابی تأثیرات انگیزشی بر رفتار است. بنا بر عقیده آجزن (۱۹۹۱)، قصد رفتاری^۳ مهمترین عامل تعیین‌کننده رفتار یک شخص است. نخستین متغیر برای توضیح قصد، نگرش نسبت به رفتار است که به مرحله‌ای اشاره دارد که شخص ارزیابی مثبت یا منفی نسبت به رفتار خود داشته است (Nazidin et al., 2019). افراد وقتی متوجه می‌شوند که نتایج عملکردشان مطلوب است که نسبت به انجام آن رفتار، نگرش مثبت داشته دارند. دومین متغیر، هنجارهای ذهنی است که به‌عنوان برداشت‌هایی درباره نحوه قضاوت افراد در مورد انجام رفتارهای شخص تعریف می‌شود که شامل تأثیر خانواده، همکاران و افرادی است که فرد به آن‌ها احترام می‌گذارد (Nazidin et al., 2019). به‌عبارت‌دیگر، هنجارهای ذهنی به فشار اجتماعی درک شده در یک فرد و اینکه آیا باید آن رفتار را انجام دهد یا نباید انجام دهد، اشاره می‌کند (Badavar- Nahandi & Taghizadeh- khanqah, 2019). مطابق نظریه اقدام منطقی، رفتار یک فرد بر اساس تمایلات و نیت‌های او برای یک رفتار خاص تعیین می‌شود؛ بنابراین برای پیش‌بینی رفتار باید از تمایلات فرد مرتبط با آن موضوع مطلع شد (Yazdanshenas, 2018). از دیگر نظریه‌ها، نظریه علامت‌دهی^۴ است که در طیف وسیعی از رشته‌ها از انسان‌شناسی تا جانورشناسی کاربرد دارد (BliegeBird & Smith, 2005). هدف از نظریه علامت‌دهی، توضیح این موضوع است که سازمان‌ها درصددند اطلاعات سودمند هرچه بیشتری را به افراد خارج از سازمان منتقل کنند تا از این طریق گیرندگان را قادر سازند، نگرش مثبت خود را نسبت به سازمان افزایش دهند (Chang & Chin, 2018). ماهیت نظریه علامت‌دهی این است که علامت‌دهندگان، خودی^۵ هستند (مثلاً مدیران سازمان‌ها) و اطلاعاتی را که در دسترس دیگران نیست، ارائه می‌دهند (Connelly & et al., 2011). علامت‌دهی زمانی اتفاق می‌افتد که یک فرد اطلاعاتی داشته باشد که فرد دومی ندارد و

1. Liberated Theory
2. Theory of Reasoned Action (TRA)
3. Behavioral Intent
4. Signalling Theory
5. Insider

به اشتراک گذاشتن آن اطلاعات برای هر دو مفید باشد (Dunham, 2011). زایگرت و ارهارت^۱ (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که نظریه علامت‌دهی به تأثیر بسیاری از عواملی اشاره دارد که ممکن است به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده برای جذب متقاضی عمل کنند (Vinayak et al., 2017).

محققان بسیاری در مورد عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی به ارائه نظر پرداخته‌اند. به عقیده بشیریه (۱۳۹۳)، مشارکت سیاسی از اجزای اصلی مباحث رفتار سیاسی است که عوامل و متغیرهای مختلفی چون سن، جنس، موقعیت طبقاتی، میزان درآمد، سواد، شهرنشینی و غیره بر آن تأثیر می‌گذارند. به باور میلبراث و گوئل^۲، انگیزه‌های سیاسی، جایگاه اجتماعی، مشخصه‌های شخصی و محیط سیاسی از جمله عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی هستند (Zolfaghari, 2023). همچنین مشارکت سیاسی می‌تواند تابعی از بهبود کمی و کیفی در تعلیم و تربیت باشد، زیرا آموزش و تحصیلات، حس وظیفه شهروندی، شایستگی، علاقه و مسئولیت‌ها و التزام مدنی و اجتماعی را افزایش می‌دهد و باعث افزایش ویژگی‌های شخصیتی نظیر اعتمادبه‌نفس، احساس برتری و نظم و تشکل فکری می‌شود (Mohammadi Kia et al., 2020). به گفته هوستن رانی^۳، در همه کشورهای دارای تکنولوژی ارتباطات جمعی، رسانه‌ها در شکل‌دادن سوگیری‌های اصلی و نیز افکار خاص بیشترین مردم، نقش مستقیمی دارند. لوسین پای تأکید می‌کند که رسانه‌های جمعی مناسب‌ترین روش موجود برای جامعه‌پذیری سیاسی است و عامل قاطع نوسازی به شمار می‌رود. هانتینگتون، لیپست، آلموند و وربا و جورج هربرت‌مید به نقش وسایل ارتباط جمعی در افزایش آگاهی سیاسی و در نتیجه افزایش مشارکت سیاسی اشاره کرده‌اند (Alam, 2014). مشارکت سیاسی، نسبت مستقیمی با درجه شهری شدن^۴ دارد؛ زیرا تراکم جمعیت در شهرهای بزرگ و سطح سواد عمومی و گسترش ارتباطات، مطالبات سیاسی شهروندان را افزایش داده و تعقیب این مطالبات خود را در جلوه‌های گوناگون مشارکت سیاسی نشان می‌دهد (Hajjarian, 2000). از نظر لیپست، تفاوت‌های شهری-روستایی در بعضی از مشارکت‌ها نظیر انتخابات وجود دارد و در بعضی دیگر نیست. مثلاً در آمریکا، شهرنشینان که بیشتر در معرض رسانه‌های همگانی و تعلیم و تربیت هستند و آمادگی بیشتری برای تشکیل انجمن‌های ارادی دارند، بیش از کسانی که در اجتماعات روستایی زندگی می‌کنند در انتخابات مشارکت می‌نمایند (Mohammadi Kia et al., 2020). هانتینگتون و نلسون

1. Ziegert and Ehrhart
2. Milbrath & Goel
3. Houston Racing
4. Urbanization

نیز معتقدند که توسعه اقتصادی و اجتماعی به دو صورت بر مشارکت مردم تأثیر می‌گذارد: الف) از طریق تحرک اجتماعی به این صورت که به کسب منزلت اجتماعی بالاتر برای فرد منجر می‌شود و در نتیجه توانمندی و قدرت تأثیرگذاری او افزایش می‌یابد (به‌طور مثال افزایش میزان سواد)، ب) از طریق ایجاد سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی نسبتاً مستقل به گونه‌ای که فرد با عضویت در آن‌ها امکان و موقعیت مناسب‌تری برای مشارکت پیدا می‌کند (Vosoughi & Hashemi, 2004). کولمن^۱ عقیده دارد که در جامعه‌های پیشرفته، تأثیر جامعه‌پذیرکنندگی والدین و آموزگاران در دوره اولیه جوانی رو به کاهش می‌گذارد و در مقابل، گروه‌های هم‌تا تأثیرات مهم فزاینده‌ای بر رفتار سیاسی برجا می‌گذارند (Alam, 2014).

در ادامه به بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مشارکت سیاسی پرداخته می‌شود. هی و همکاران (He et al., 2022) در پژوهش خود نشان دادند که رابطه معناداری بین مشارکت سیاسی و رضایت از زندگی ساکنان شهری در چین وجود دارد. فیوجیوارا و همکاران (Fujiwara et al., 2024) به تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر انتخابات در آمریکا پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که توییت‌ر سهم رأی جمهوری خواهان را در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ در این کشور کاهش داده اما تأثیرات محدودی در انتخابات مجلس نمایندگان، سنا و همچنین انتخابات ریاست جمهوری قبلی داشته است. آن‌ها دریافتند که محتوای نسبتاً آزاد توییت‌ر می‌تواند رأی‌دهندگان را متقاعد کند که دیدگاه‌های خود را تغییر دهند. تنگ و همکاران (Tang et al., 2020) تأثیر مشارکت سیاسی و حمایت روستایی بر شادی کشاورزان را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که ۱- مشارکت سیاسی و حمایت روستایی بر شادی کشاورزان تأثیر مثبت و معناداری دارد. ۲- مشارکت سیاسی به جزء تأثیر مستقیم بر شادی، به‌طور غیرمستقیم از طریق حمایت روستایی و با ایفای نقش واسطه بین مشارکت سیاسی و شادکامی، بر شادی تأثیر می‌گذارد. ۳- با توجه به ناهمگونی بین کشاورزان، مشارکت سیاسی تأثیر معنی‌داری بر شادی کشاورزان مرد با درآمد بالا و جوان دارد، درحالی‌که حمایت روستایی تأثیر بارزتری بر شادی کشاورزان مرد کم‌درآمد و مسن‌تر دارد. احمد و همکاران (Ahmad et al., 2019) به بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه در پاکستان پرداختند. نتایج نشان داد اکثر دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی برای آگاهی و اطلاعات سیاسی استفاده می‌کنند. نتایج تحقیق ظاهر (Zaheer, 2016) در بررسی استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در بین دانشجویان بیانگر آن بود که بین مدت زمان استفاده از فیس‌بوک

و فعالیت سیاسی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. مارتین (Martin, 2014) به نقش فناوری‌های جدید در مشارکت سیاسی پرداخت و به این نتیجه رسید که رسانه‌های مبتنی بر موبایل از توان بالقوه‌ای برای کمک به تغییرات اساسی در مشارکت سیاسی برخوردارند. اختر و شیخ (Akhter & Sheikh, 2014) با مطالعه عوامل تعیین‌کننده رفتار انتخاباتی در هند، نشان دادند که رفتار یک رأی‌دهنده تحت تأثیر عوامل متعددی مانند مذهب، طبقه، جامعه، زبان، پول، خط‌مشی، هدف رأی‌گیری^۱، میزان حق رأی^۲ و مواردی از این قبیل است که احزاب و گروه‌های سیاسی از این متغیرها برای پیروزی در نبرد انتخابات بهره می‌برند. الیسنا و گیولیانو (Alesina & Giuliano, 2011) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین روابط خانوادگی و میزان مشارکت سیاسی و مدنی افراد، رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. بدین معنی که هرچه افراد به خانواده به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات، بیمه و انتقال منابع متکی باشند، دارای تعهد مدنی و سیاسی کمتری می‌شوند. نسبیت لارکینگ (Nesbitt-Larking, 2010) در پژوهشی به بررسی تأثیر رسانه‌ها بر رفتار انتخاباتی در کانادا و مقایسه آن با ایالات متحده پرداختند. نتایج بیانگر وجود تمایزات عمده بین ایالات متحده و کانادا در مورد تبلیغات انتخاباتی در رسانه‌های این دو کشور بود. این تفاوت در تبلیغات رسانه‌ها، گویای فرهنگ سیاسی متفاوت این دو کشور است. نتایج تحقیق برادول (Broadwell, 2006) نشان داد که دلسردی از نتایج انتخابات، نظام تک‌حزبی، تردید در اثرگذاری نتیجه انتخابات، عدم رقابت، سکونتگاه، سن، درآمد، میزان تحصیلات، قومیت و نژاد، دین، منفعت‌های شخصی، نیازهای روان‌شناختی و هدف‌های شخصی از جمله مهمترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی به حساب می‌آیند. نجفی و همکاران (Najafi et al., 2023) به بررسی مطالعه جامعه‌شناختی نقش فرهنگی اجتماعی بر مشارکت سیاسی در بین جوانان جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر تبریز پرداختند. نتایج بیانگر آن بود که رفتار فرهنگی و اجتماعی در حد بسیار بالایی با میزان مشارکت سیاسی جوانان رابطه معنی‌داری دارد. ذوالفقاری و همکاران (Zolfaghari et al., 2023) در تحلیل رابطه علی رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی بر مشارکت انتخاباتی در بین شهروندان تهرانی بالای ۱۸ سال نشان دادند که تأثیر رسانه‌های مذکور بر مشارکت انتخاباتی مثبت است و میزان تأثیرگذاری تلویزیون بر مشارکت انتخاباتی بیشتر از میزان تأثیر رادیو و میزان تأثیرگذاری ماهواره بر مشارکت انتخاباتی در مقایسه با تلویزیون و رادیو، در پایین‌ترین حد خود قرار دارد. گمشادزهی (Gamshadzehi, 2022) در پژوهش

1. Purpose of the Polls
2. Extent of Franchise

خود به بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی در استان سیستان و بلوچستان پرداخت. نتایج نشان داد که عوامل مذهبی، قومی و طایفه‌ای بر مشارکت سیاسی در استان سیستان و بلوچستان تأثیرگذار هستند. روزیان و همکاران (Rouzian et al., 2022) به بررسی مقایسه‌ای رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان استان کهگیلویه و بویراحمد در دو انتخابات مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری پرداختند. نتایج نشان داد که میانگین رفتار انتخاباتی محلی بالاتر از رفتار انتخاباتی ملی است. همچنین نتایج حاکی از آن بود که متغیرهای دین‌داری، گرایش سیاسی، تبلیغات، رهبران افکار، عوامل اقتصادی اجتماعی و عوامل جامعه‌شناختی با هر دو رفتار انتخاباتی، ارتباط مثبت و معناداری دارند و متغیرهای مناسبات عشیره‌ای، دین‌داری و عوامل اجتماعی بر رفتار انتخاباتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی و متغیرهای رهبران افکار، تحصیلات، تبلیغات و گرایش سیاسی بر رفتار انتخاباتی در انتخابات ریاست جمهوری تأثیر بیشتری داشته‌اند. علی‌پور خدادادی و همکاران (Alipour khodadadi et al., 2022) در پژوهش خود به بررسی طراحی مدل قشربندی‌های خوزستان بر آگاهی‌بخشی و مشارکت سیاسی دانشجویان خوزستان بعد از انقلاب پرداختند. نتایج نشان داد که منزلت و پایگاه بیشترین تأثیر را در افزایش قشربندی جامعه خوزستان دارد و همچنین تحصیلات کمترین تأثیر را در مؤلفه‌های قشربندی جامعه خوزستان دارد. شرایط آموزشی بیشترین تأثیر را در افزایش مشارکت سیاسی دانشجویان در جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه سیاست‌گذاری عمومی دارد و همچنین جو عاطفی کمترین تأثیر را در افزایش مشارکت سیاسی دانشجویان در جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه سیاست‌گذاری عمومی دارد. گل‌محمدی و همکاران (Golmohammadi et al., 2022) در پژوهش خود دریافته‌اند که توسعه سیاسی، مستلزم نهادینه‌تر شدن هرچه بیشتر قدرت سیاسی است. به موازات افزایش نهادمندی قدرت سیاسی در پنج حوزه انحصار، کسب، اعمال، انفکاک و ادغام قدرت سیاسی، شاخص‌های مختلف توسعه سیاسی همچون ثبات نظم سیاسی، مشارکت سیاسی، رقابت سیاسی، حاکمیت قانون، توانایی یا ظرفیت نظام سیاسی و حقوق شهروندی ارتقاء خواهد یافت. باقری و همکاران (Bagheri et al., 2021) بیست و پنج تحقیق شامل پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد، دکترا و مقالات مرتبط با سرمایه اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند و به تحلیل رابطه آن با مشارکت سیاسی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که هر چقدر از زمان انقلاب اسلامی می‌گذرد، رابطه سرمایه اجتماعی با مشارکت سیاسی در حال افزایش است. نتایج تحقیق خفری و یحیایی (Khafri & Yahyaei, 2021) در بین ۳۸۰ نفر از دانشجویان کارشناسی، ارشد و دکتری دانشگاه علامه طباطبائی نشان داد که به ترتیب متغیرهای استفاده هدفمند

از رسانه خارجی، استفاده هدفمند از رسانه داخلی، میزان استفاده از رسانه خارجی، میزان استفاده از رسانه داخلی، واقعی تلقی کردن محتوای رسانه داخلی و استفاده غیرهدفمند از رسانه خارجی، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیر مشارکت سیاسی در بین دانشجویان هستند. خواجه‌سروی و همکاران (Khajehsarvy et al., 2021) در پژوهشی با هدف بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری دوره دوازدهم به تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر در رأی‌دهی قوم ترکمن به گفتمان اعتدال پرداختند. یافته‌ها نشان داد که به ترتیب، انتظارات انتخاباتی، قرابت با ایدئولوژی‌های مذهبی، عوامل تاریخی، روند تحولات جهانی منطقه، اثرپذیری از معتمدان سیاسی دینی، ویژگی‌های شخصیتی نامزد و شبکه‌های مجازی بیشترین نقش را در تمایل قوم ترکمن به گفتمان اعتدال داشته‌اند. ساکی (Saki, 2021) در پژوهش خود با عنوان بررسی نقش شبکه استانی آفتاب در مشارکت سیاسی مردم استان مرکزی (شهر اراک) به این نتیجه رسید که بین میزان تماشای شبکه آفتاب و میزان مشارکت سیاسی رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود داشته است. محمدی‌کیا و همکاران (Mohammadi Kia et al., 2020) در تحقیقی به مطالعه تطبیقی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان و نجف‌آباد پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که میان مشارکت سیاسی و متغیرهای رسانه‌های جمعی، دین‌داری، پایگاه اجتماعی-اقتصادی و نگرش سیاسی ارتباط معناداری وجود دارد. باقریان و خوش‌فر (Bagherian & Khshfar, 2017) به بررسی رابطه میان دین‌داری و مشارکت سیاسی دانشجویان در بین دانشجویان دانشگاه مازندران پرداختند و نشان دادند که همبستگی معناداری میان ابعاد دین‌داری و میزان مشارکت سیاسی پاسخگویان وجود دارد. نجات و همکاران (Nejat et al., 2015) به بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در استان بوشهر پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی اکثر جوانان مورد مطالعه در سطح متوسط است. همچنین نتایج تحقیق بیانگر تأثیر مستقیم و معنادار سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (اعتماد اجتماعی، حمایت مدنی و مشارکت مدنی) بر مشارکت سیاسی است.

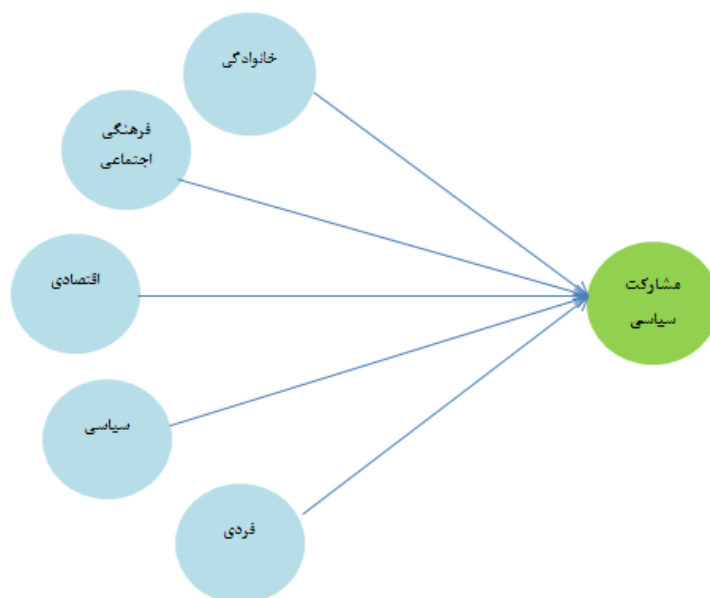
بررسی مطالعات گذشته بیانگر آن است که برخی از پژوهش‌ها به بررسی تأثیر مشارکت سیاسی بر سایر متغیرها پرداخته‌اند. به عبارت دیگر، مشارکت سیاسی به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است و در پژوهش‌هایی هم که به‌عنوان متغیر وابسته مورد مطالعه قرار گرفته، صرفاً به بررسی نقش یک یا دو عامل بسنده شده است. در صورتی که مشارکت سیاسی در پژوهش حاضر به‌عنوان متغیر وابسته است و برای تهیه پرسش‌نامه محقق ساخته، علاوه بر متغیرهای موجود در

نظریه‌های مختلف مرتبط با مشارکت سیاسی، از کدهای استخراج شده از نظریه‌های مختلف و پژوهش‌های پیشین نیز استفاده شد. بدین ترتیب ابعاد بیشتری از مشارکت سیاسی مورد بررسی قرار گرفت. همچنین بسیاری از پژوهش‌ها، به بررسی مشارکت سیاسی در بین ساکنین مناطق شهری پرداخته‌اند اما با توجه به اینکه روستاها از دیرباز به‌عنوان مراکز تصمیم‌گیری اجتماعی و سیاسی در جامعه نقش داشته‌اند، این تحقیق با هدف بررسی مشارکت سیاسی در بین روستاییان شکل گرفت. از آنجاکه جوانان به‌عنوان قشر فعال، با نشاط و نیرومند، از ظرفیت و قابلیت بالایی برخوردارند و در دهه‌های اخیر توانسته‌اند در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نقش‌آفرین باشند و به توسعه کشور کمک کنند (Heidari mokarrar & Hakimi pouya, 2017)؛ بنابراین جوانان روستایی به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند. به عقیده شیا و گرین (۲۰۰۷)، جوانان در امور سیاسی، پویاتر از افراد مسن هستند؛ اما دلایلی مانند وجود مشغله در زندگی شخصی، شغل و تحصیل، آن‌ها را از ترکیب شدن در جامعه باز می‌دارد (Niazi et al., 2019). لازم به ذکر است که به دلیل آشنایی پژوهشگران با منطقه شرق گیلان و در راستای تحقق شرط اجرای دقیق تحقیق به لحاظ امکان‌پذیری اجرایی از نظر جغرافیایی و زمانی، جوانان روستاهای شرق گیلان انتخاب شدند. بدین ترتیب، سهولت در برقراری ارتباط با جامعه هدف، و همین‌طور امکان گردآوری داده‌های دقیق‌تر و باکیفیت‌تر فراهم شد. به‌طور کلی، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به این سؤالات است که عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی کدامند و چه راهکارهایی برای افزایش آن وجود دارد؟

از این رو، فرضیه‌های زیر بررسی و آزمون شد:

- عامل فرهنگی اجتماعی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد.
- عامل فردی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد.
- عامل سیاسی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد.
- عامل اقتصادی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد.
- عامل خانوادگی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد.

با توجه به بررسی نظریه‌ها و همچنین مطالعات پیشین، عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی را می‌توان در قالب مدل مفهومی زیر نشان داد.



شکل ۱. مدل مفهومی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت، کمی است. برای رسیدن به اهداف تحقیق از روش توصیفی - تحلیلی و پرسش‌نامه محقق‌ساخته بهره گرفته شد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل جوانان ۲۲ تا ۳۵ ساله ساکن روستاهای شهرستان‌های شرق استان گیلان است. یک قانون کلی در خصوص حجم نمونه منتخب مطرح است؛ به طوری که حجم نمونه کمتر از ۱۰۰ را کوچک، بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ را متوسط و بیشتر از ۲۰۰ را بزرگ به حساب می‌آورند. برخی نیز معتقدند که حداقل حجم نمونه مناسب برای تحلیل، بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ است (Khine et al., 2013). از سوی دیگر، برای دستیابی به نتایج قابل اطمینان در مدل‌های معادلات ساختاری و رسیدن به حداکثر درست‌نمایی، حداقل حجم نمونه ۲۰۰ تعیین شده است. به طور کلی، در این نوع مطالعات نتایج حاصل در نمونه‌های کمتر از ۱۰۰ از اعتبار لازم برخوردار نیست (Kalantari, 2013). در پژوهش حاضر، به منظور افزایش اعتبار نتایج، حجم نمونه منتخب ۳۰۰ تعیین شد. لازم به ذکر است

که از مهمترین مزایای PLS^۱ عدم نیاز به حجم بالای نمونه و نرمال بودن توزیع داده‌ها است (Davari & Rezazadeh., 2017). به منظور انتخاب نمونه آماری در این تحقیق، از هر شهرستان یک بخش به صورت تصادفی ساده انتخاب و در مرحله بعد، از هر بخش یک دهستان (مجموعه‌ای از چند روستا) به صورت تصادفی ساده انتخاب شد. با توجه به تعداد زیاد روستاهای گیلان و همچنین دوری و در برخی موارد عبور دشوار از مسیر روستاها، به منظور تسریع در دسترسی به نمونه‌های آماری و تکمیل پرسش‌نامه‌ها و همین‌طور کاهش هزینه‌های جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، توزیع پرسش‌نامه در سطح دهستان (مجموعه‌ای از چند روستا) صورت گرفت. بدین منظور پرسش‌نامه‌های مورد نظر در اختیار دهرداری‌ها قرار گرفت تا در بین ۵۰ نفر از مراجعین ۱۸ تا ۳۵ ساله روستاهای تحت پوشش آن دهستان توزیع شود. بعد از جمع‌آوری تعداد ۳۰۰ پرسش‌نامه، ۵۹ مورد به دلیل ناقص بودن حذف شد. بدین ترتیب اطلاعات ۲۴۱ پرسش‌نامه در فرایند تجزیه و تحلیل آماری استفاده شد. جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه (n= ۲۴۱)

متغیر	طبقه	تعداد	متغیر	طبقه	تعداد
جنسیت	مرد	۱۵۳	محل تولد	روستا	۱۷۷
	زن	۸۸		شهر	۶۴
سن	۲۲ تا ۲۵ سال	۲۴	محل اخذ دیپلم	روستا	۱۷۷
	۲۶ تا ۲۹ سال	۲۴		شهر	۶۴
	۳۰ تا ۳۵ سال	۱۹۳	دانشجو بودن	خیر	۱۸۹
	دیبرستان	۶۴		بله	۵۲
سطح تحصیلات	دیپلم	۸۱	شغل	کشاورزی	۸۰
	فوق دیپلم	۱۶		کارمند	۴۸
	لیسانس	۶۴		معلم	۳۲
	فوق لیسانس	۱۶		بیکار	۱۶
				سایر	۶۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش

برای سنجش مشارکت سیاسی در این پژوهش، از تقسیم‌بندی انواع مشارکت سیاسی (با اندکی تغییر و متناسب‌سازی) ارائه شده توسط تتوچاریس و فان‌دت (۲۰۱۸) استفاده شد. مطابق

1. Partial Least Squares (PLS)

چارچوب تقسیم‌بندی مذکور، شرکت در انتخابات ریاست جمهوری، شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی، شرکت در انتخابات شورای اسلامی شهر و روستا، شرکت در انتخابات نمایندگان مجلس، شرکت در راهپیمایی، شرکت در جلسات و سخنرانی‌های سیاسی، شرکت در ستادهای انتخاباتی، شرکت در احزاب و تشکل‌های سیاسی، کوشش برای اقناع دیگران در ارتباط با مسأله سیاسی که خود به آن اعتقاد دارند، ارتباط با مقامات یا مسئولین سیاسی، پیگیری یا پذیرش مناصب سیاسی، تشویق دیگران به شرکت در انتخابات و رأی دادن به فردی خاص، بحث سیاسی در دیدارهای فAMILI و جمع دوستان، جستجو و پیگیری اخبار سیاسی، سرزنش دیگران به خاطر شرکت در انتخابات، نوشتن نامه اعتراضی به مسئولین، و شرکت در راهپیمایی‌های اعتراضی مورد پرسش قرار گرفت. این پرسش‌نامه مشتمل بر ۲۰ گویه بود که پاسخ مثبت یا منفی به صورت بله یا خیر مطرح شد. نمره فرد در مشارکت سیاسی از مجموع نمرات هر پاسخگو به این گویه‌ها به دست آمد و شاخص کلی مشارکت سیاسی با جمع نمرات هر فرد محاسبه شد. ابزار دوم گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که بر اساس یافته‌های حاصل از سندکاوی تهیه شد. با بررسی اسناد، پنج عامل استخراج شد که متناسب با هر عامل، پرسش‌نامه‌ای در یک مقیاس شش‌گزینه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم، اصلاً) با ۷۳ گزاره طراحی شد که به همراه اطلاعات جمعیت‌شناختی، پرسش‌نامه اولیه را تشکیل می‌داد. روایی عاملی پرسش‌نامه‌ها از نظر اعتبار محتوایی با بهره‌گیری از نظر اساتید محترم راهنما و مشاور تأیید شد. بررسی روایی محتوایی به روش کیفی با تمرکز بر گروه متخصصین و گروه هدف صورت گرفت. بدین ترتیب، نقطه‌نظرها و پیشنهادها سه نفر از اساتید گروه اقتصاد کشاورزی و علوم سیاسی و پنج نفر از جوانان تحصیل‌کرده روستایی در خصوص مفهوم و محتوای گویه‌ها، ترتیب گویه‌ها، رعایت دستور زبان فارسی، داشتن تناسب با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی گروه هدف و ساختار کلی ابزار در مورد هریک از گویه‌ها جمع‌آوری شد. همچنین برای اندازه‌گیری روایی صوری پرسش‌نامه از نظر اساتید گروه علوم سیاسی دانشگاه گیلان استفاده شد و در نتیجه نقص‌های ساختاری ابزار تحقیق شناسایی و اصلاحات لازم انجام شد. بدین ترتیب، پس از بررسی نقطه‌نظرهای گروه هدف و اساتید صاحب‌نظر و بازبینی و حذف سؤالات با مفهوم مشترک یا نامناسب و نامفهوم، تعداد گویه‌ها از ۷۳ به ۵۱ گویه کاهش یافت. برای بررسی پایایی، تعداد ۳۰ پرسش‌نامه در اختیار جوانان روستایی قرار گرفت و پس از تکمیل، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه مشارکت سیاسی و همچنین عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی به ترتیب ۸۳/۴ و ۸۸/۷ محاسبه شد که مؤید پایایی ابزار تحقیق است.

با عنایت به اهمیت پیش فرض‌های آزمون‌های پارامتریک، نرمال بودن تک‌متغیره و چندمتغیره و عدم هم‌خطی چندگانه با آزمون‌های مناسب بررسی شد. همچنین آزمون همبستگی پیرسون به منظور بررسی رابطه زوجی متغیرهای تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. بررسی وضعیت مشارکت سیاسی و وضعیت هر کدام از عوامل مؤثر بر آن نیز با بهره‌گیری از آزمون t تک نمونه‌ای صورت گرفت. روایی و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. همچنین مدل پژوهش با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مجذورات جزئی (با توجه به عدم تأیید مفروضه نرمال بودن چندمتغیره و اکتشافی بودن پرسش‌نامه و مدل) آزمون شد. مدل مفهومی پژوهش با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مجذورات جزئی (PLS) و با بهره‌گیری از نرم‌افزار Smart PLS آزمون شد.

نتایج و بحث

برای مقایسه میانگین عامل‌ها با مقداری استاندارد یا مفروض از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد. آزمون t تک‌نمونه‌ای زمانی استفاده می‌شود که میانگین نمونه با مقدار مفروض مقایسه شود. در این بخش میانگین نمونه با معیار ۳/۵ مقایسه شد. دامنه نمرات از ۱ تا ۶ بود که نمره ۳ به معنای متوسط و نمره ۴ به معنای زیاد است و در نتیجه مقادیر بین متوسط تا زیاد برابر با ۳/۵ بود؛ به طوری که اگر میانگین متغیری به طور معنی‌داری بیشتر از ۳/۵ باشد، آن متغیر از وضعیت بالاتر از متوسط برخوردار است. میانگین مشارکت سیاسی با مقدار ۰/۵ - که مقداری بین ۰ تا ۱ است - مقایسه شد. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. نتیجه آزمون t تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی استان گیلان

متغیر	معیار	میانگین	تفاوت میانگین	آماره t	سطح معنی‌داری	نتیجه
عامل فرهنگی - اجتماعی	۳/۵	۳/۸۵	۰/۳۵	۶/۰۰	<۰/۰۰۱	وضعیت بالا
عامل خانوادگی	۳/۵	۳/۸۸	۰/۳۸	۷/۱۱	<۰/۰۰۱	وضعیت بالا
عامل فردی	۳/۵	۴/۵۸	۱/۰۸	۲۶/۴۶	<۰/۰۰۱	وضعیت بالا
عامل سیاسی	۳/۵	۳/۵۳	۰/۰۳	۰/۵۷۶	۰/۵۶۵	وضعیت متوسط
عامل اقتصادی	۳/۵	۳/۵۴	۰/۰۴	۰/۸۸۴	۰/۳۷۸	وضعیت متوسط
مشارکت سیاسی	۰/۵۰	۰/۴۷	-۰/۰۳	۱/۶۰	۰/۱۱۲	وضعیت متوسط

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین سه عامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی و فردی به‌طور معنی‌داری بیشتر از ۳/۵ است و بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که سه عامل مذکور از وضعیت بالاتر از متوسط برخوردار بوده و میزان موافقت پاسخگویان در ارتباط با این عوامل بیشتر از متوسط است. بالاترین میانگین مربوط به عامل فردی با مقدار ۴/۵۸ محاسبه شده و کمترین میانگین مربوط به عامل سیاسی با مقدار ۳/۵۳ است. میانگین دو عامل سیاسی و اقتصادی تفاوت معنی‌داری با مقدار معیار نشان نداد و می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت و میزان عوامل سیاسی و اقتصادی در محدوده متوسطی است. میانگین مشارکت سیاسی نیز برابر با ۰/۴۷ به دست آمد که بررسی سطح معنی‌داری نشان داد که وضعیت مشارکت سیاسی در محدوده متوسط قرار دارد.

در ادامه رویکرد تحلیل عاملی تأییدی به‌منظور بررسی روایی پرسش‌نامه استفاده شد. در این پژوهش حداقل مقدار بار عاملی برای تأیید روایی گویه‌ها، ۰/۳ در نظر گرفته شد. بارهای عاملی، همبستگی‌های متغیرها با عامل‌ها است؛ چنانچه این همبستگی‌ها بیشتر از ۰/۶ باشند (بدون توجه به علامت منفی یا مثبت)، به‌عنوان بارهای عاملی بالا و چنانچه بیشتر از ۰/۳ باشند، به‌عنوان بارهای عاملی نسبتاً بالا در نظر گرفته می‌شوند. بارهای کمتر از ۰/۳ را می‌توان نادیده گرفت. همچنین برای ارزیابی پایایی پرسش‌نامه‌ها از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. لازم به ذکر است که پایایی زمانی مورد تأیید قرار می‌گیرد که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ باشد. برای بررسی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد.

با عنایت به اینکه در این پژوهش از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد، مقدار ۰/۳ نیز به شرط تأیید سایر شاخص‌های روایی و پایایی (بار عاملی، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ)، مورد قبول است (Klein, 2015). در ادامه نتایج تحلیل عاملی تأییدی به تفکیک مقیاس مشارکت سیاسی و عوامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی در جدول‌های ۳ تا ۸ ارائه می‌شود.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مقیاس مشارکت سیاسی

گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
رأی دادن در انتخابات مجلس شورای اسلامی	۰/۶۹	۱۹/۳۸	۰/۳۵	۰/۸۶	۰/۸۳
رأی دادن در انتخابات شورای اسلامی شهر و روستا	۰/۴۵	۸/۷۰			
رأی دادن در مجلس خبرگان رهبری	۰/۸۲	۳۵/۸۲			
مراجعه به نمایندگان مجلس یا شورای روستا برای طرح مسائل روستا	۰/۴۱	۵/۹۳			
حضور در نشست‌های (جلسات) سیاسی	۰/۴۴	۵/۹۲			
کمک مالی به یک سازمان سیاسی (بسیج محلات، بسیج مسجد، انجمن اسلامی دانشگاه، بسیج دانشجویی و ...)	۰/۸۱	۲۹/۸۳			
جمع‌آوری امضاء برای یک کارزار	۰/۴۱	۶/۴۸			
فعالیت در یکی از گروه‌های سیاسی (بسیج محلات، بسیج مسجد، انجمن اسلامی دانشگاه، بسیج دانشجویی، جامعه اسلامی و ...)	۰/۷۰	۱۸/۸۵			
شرکت در راهپیمایی/تظاهرات	۰/۸۶	۵۱/۷۹			
رأی دادن در انتخابات ریاست جمهوری	۰/۵۴	۱۳/۰۸			
داوطلب شدن برای یک پروژه اجتماعی (مثلاً کار جهادی در ساخت مدارس و ...)	۰/۳۳	۵/۱۳			
به اشتراک گذاشتن مطالب سیاسی در شبکه‌های اجتماعی (ایتا، تلگرام، واتس‌آپ، اینستاگرام و ...)	۰/۳۳	۴/۳۴			
تشویق دیگران به فعالیت در مسائل سیاسی یا اجتماعی با استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۵۶	۱۱/۰۳			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار بارهای عاملی به دست آمده - که بیشتر از ۰/۳ است - و همچنین مقدار آماره t، روایی سازه تمامی گویه‌ها تأیید شده و تمامی گویه‌های مقیاس مشارکت سیاسی از روایی مناسبی برخوردارند. لازم به ذکر است که هفت گویه از پرسش‌نامه مشارکت سیاسی (شماره ۱، ۸، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۸ و ۲۰) به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۳ از تحلیل حذف شدند. برای سنجش روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. نتایج نشان داد که مقدار میانگین واریانس استخراج شده برابر با ۰/۳۵ بوده که مقدار متوسط و قابل قبولی است. همچنین مقدار پایایی ترکیبی مقیاس مشارکت سیاسی برابر با ۰/۸۶ و مقدار آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۳ محاسبه شده که دلالت بر این دارد که تمام مقادیر پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ است و بنابراین پایایی

مقیاس مشارکت سیاسی مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به نتایج، روایی و پایایی مقیاس مشارکت سیاسی تأیید شد.

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل فرهنگی - اجتماعی

گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
میزان استفاده از صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (رادیو و تلویزیون)	۰/۷۸	۱۳/۲۶			
میزان استفاده از شبکه‌های خبری ماهواره‌ای (بی بی سی، ایران اینترنشنال و من و تو...)	۰/۵۷	۳/۴۰			
میزان استفاده از سایت‌های خبری فارسی زبان خارج از کشور (بی بی سی انگلیسی، ایران اینترنشنال و دوئیچه وله فارسی، رادیو فردا، رادیو زمانه، صدای آمریکا)	۰/۴۵	۲/۵۸	۰/۳۷	۰/۷۷	۰/۷۳
میزان استفاده از خبرگزاری‌های رسمی ایران (ایلنا، ایسنا، فارس و ...)	۰/۶۶	۵/۸۵			
میزان استفاده از شبکه استانی گیلان (شبکه باران)	۰/۴۴	۳/۷۶			
میزان استفاده از روزنامه و مجلات داخلی	۰/۶۷	۶/۰۷			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مطابق نتایج جدول ۴، روایی سازه تمامی گویه‌های عامل فرهنگی - اجتماعی تأیید شد. سه گویه از عامل فرهنگی - اجتماعی (شماره ۱، ۲ و ۹) به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۳ و روایی و پایایی ضعیف از تحلیل حذف شدند. به منظور بررسی روایی همگرا نیز از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که مقدار میانگین واریانس استخراج شده برابر با ۰/۳۷ به دست آمد که مقدار متوسط و قابل قبولی است. ارزیابی پایایی ترکیبی عامل فرهنگی - اجتماعی (۰/۷۷) و محاسبه مقدار آلفای کرونباخ (۰/۷۳)، پایایی عامل فرهنگی - اجتماعی را تأیید کرد. در مجموع، یافته‌های فوق بیانگر تأیید روایی و پایایی عوامل فرهنگی - اجتماعی است.

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی....

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل خانوادگی

گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
میزان مذهبی بودن خانواده	۰/۷۴	۱۰/۶۵			
میزان علاقه‌مندی اعضای خانواده به فعالیت‌های سیاسی	۰/۶۰	۶/۰۵	۰/۴۸	۰/۷۹	۰/۷۲
میزان تناسب تحصیلات والدین با سایر خانوارهای محل سکونت	۰/۳۴	۲/۶۶			
میزان دوره‌های فامیلی	۰/۹۴	۷۸/۴۵			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج جدول ۵، روایی سازه تمامی گویه‌های عامل خانوادگی تأیید شد. مقدار میانگین واریانس استخراج شده نیز برابر با ۰/۴۸ بوده که مقدار متوسط و قابل قبولی است. همچنین مقدار پایایی ترکیبی عوامل خانوادگی برابر با ۰/۷۹ و مقدار آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۲ به دست آمد که حاکی از تأیید پایایی عامل خانوادگی است.

جدول ۶. نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل فردی

گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
میزان رفت و آمد به شهر	۰/۵۰	۸/۷۶			
میزان حضور در نماز جمعه/ نماز اعیاد	۰/۷۹	۴۰/۲۵			
میزان علاقه‌مندی به داشتن پُست‌های دولتی	۰/۶۴	۱۱/۳۹			
میزان ارتباط با مقامات سیاسی (امام جماعت محل، دهیار روستا، رئیس پاسگاه و ...)	۰/۸۰	۳۰/۹۹			
میزان مذهبی بودن	۰/۷۲	۲۹/۲۶			
میزان اعتقاد به تقدیر	۰/۵۵	۱۰/۱۹			
میزان ارتباط با سایر اهالی روستا	۰/۶۲	۱۲/۵۰	۰/۳۳	۰/۸۷	۰/۸۵
میزان آگاهی از مسائل سیاسی روز کشور	۰/۳۹	۵/۸۸			
میزان اعتقاد به گفتن حقیقت	۰/۴۴	۷/۴۵			
میزان رضایت از زندگی	۰/۵۴	۱۰/۹۴			
عشق ورزیدن به زادگاه	۰/۴۵	۷/۴۱			
احساس غرور و بزرگی به‌واسطه قومیت خود	۰/۵۳	۸/۳۲			
میزان اعتقاد به این که لر، کُرد، فارس یا ... بودن فرقی ندارد.	۰/۳۴	۴/۵۰			
مهم این است که در یک کشور زندگی می‌کنیم					
میزان اعتقاد به اینکه باید برای آبادی ایران تلاش کنیم	۰/۵۳	۱۱/۳۱			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج مندرج در جدول ۶ بیانگر تأیید روایی سازه تمامی گویه‌های عامل فردی است. شایان ذکر است که سه پرسش مرتبط با عوامل فردی (شماره‌های ۲۲، ۲۳ و ۲۴) به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۳۰ از تحلیل حذف شدند. برای سنجش روایی همگرا از AVE استفاده شد. نتایج محاسبه میانگین واریانس استخراج شده (۰/۳۳) نشان داد که این شاخص از مقدار متوسط و قابل قبولی برخوردار است. همچنین مقدار پایایی ترکیبی عامل فردی و آلفای کرونباخ به ترتیب برابر با ۰/۸۷ و ۰/۸۵ محاسبه شد که نشان دهنده پایایی عامل فردی است.

جدول ۷. نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل سیاسی

گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
میزان رضایت خانواده از عملکرد دولت	۰/۷۴	۱۲/۲۳			
میزان اعتقاد به تأثیر مشارکت سیاسی در بهبود اوضاع جامعه و زندگی	۰/۵۲	۸/۲۰			
میزان احساس امنیت	۰/۵۶	۱۴/۲۴			
میزان اعتقاد به تأثیر گذاری مردم عادی روستا بر تصمیمات دولت	۰/۷۶	۲۶/۷۲			
میزان اعتقاد به قدرت مردم روستا در رفع مشکلات محل	۰/۳۴	۴/۵۵			
میزان اعتقاد به اینکه اداره کشور دست گروهی صاحب قدرت و ثروت است	۰/۴۰	۵/۱۵			
میزان اعتقاد به توانایی روستاییان در تأثیر گذاری در تحولات کشور	۰/۶۰	۱۱/۹۰	۰/۴۳	۰/۹۱	۰/۸۹
میزان اعتقاد به نقش مهم روستاییان در اداره امور کشور	۰/۴۱	۵/۱۶			
رضایت‌مندی از عمل کردن به وعده در مسئولین دولتی	۰/۹۱	۹۰/۵۱			
میزان اعتقاد به اهمیت دادن دولت به نظر مردم	۰/۶۷	۹/۴۲			
میزان اعتقاد به اینکه مسئولین دولتی از موقعیت شغلی‌شان سوءاستفاده نمی‌کنند	۰/۶۹	۱۳/۹۸			
میزان اعتقاد به پایین‌دستی مسئولین دولتی به قانون	۰/۷۶	۱۵/۸۷			
میزان اعتقاد به خدمت‌رسانی دولت	۰/۸۶	۳۳/۸۳			
میزان اعتقاد به عدم سوءاستفاده مسئولین دولتی از امکانات دولتی	۰/۷۰	۱۶/۳۹			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل سیاسی (جدول ۷) نشان داد که روایی سازه تمامی گویه‌ها مورد تأیید است. همچنین سه پرسش مربوط به عامل سیاسی (شماره‌های ۴۱، ۴۶ و ۴۷) به دلیل بار عاملی کمتر از ۰/۳ از مدل حذف شدند. نتایج سنجش روایی همگرا با استفاده از میانگین واریانس استخراج شده نشان داد که مقدار شاخص برابر با ۰/۴۳ است که بیانگر مقدار متوسط و قابل قبولی است. مطابق نتایج، مقدار پایایی ترکیبی عوامل سیاسی برابر با ۰/۹۱ و مقدار آلفای کرونباخ نیز برابر با ۰/۸۹ محاسبه شده که دلالت بر تأیید پایایی عامل سیاسی دارد.

جدول ۸. نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل اقتصادی

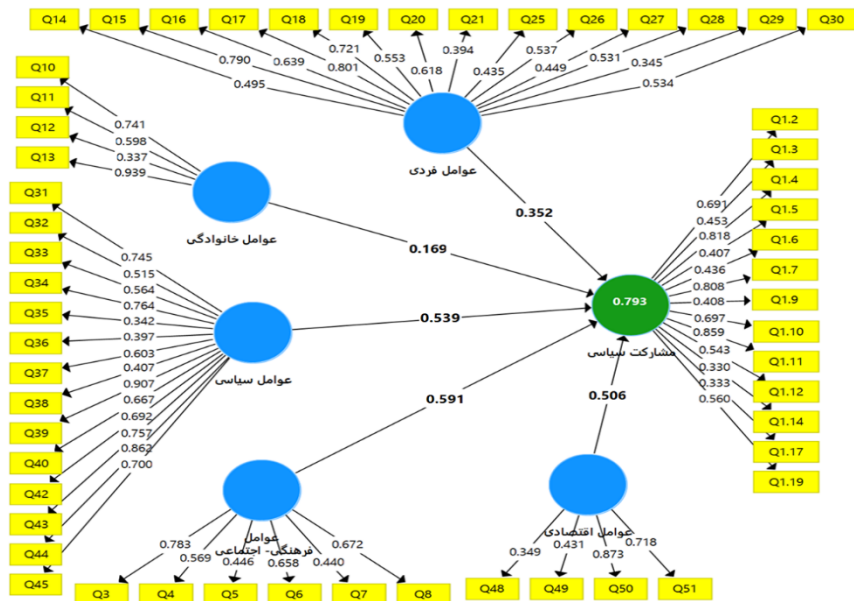
گویه	ضریب استاندارد (بار عاملی)	آماره t	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
میزان رضایت از وضعیت اقتصادی	۰/۳۵	۲/۴۶			
میزان تناسب درآمد ماهانه خانواده با سایر ساکنین محل سکونت	۰/۴۳	۳/۱۳	۰/۴۰	۰/۷۵	۰/۷۳
قدرت خرید زمین کشاورزی خانواده	۰/۸۷	۲۵/۴۷			
میزان فاصله درآمد خانواده از خط فقر	۰/۷۲	۸/۱۶			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

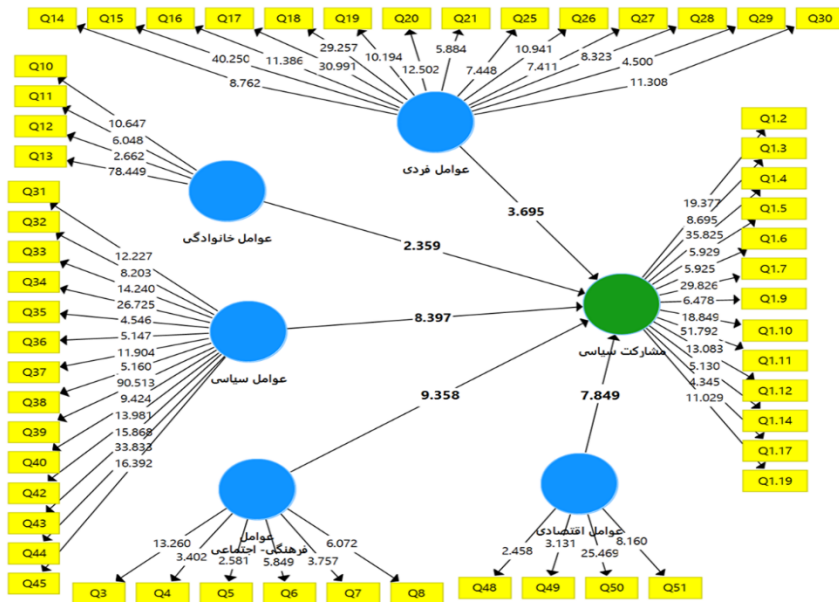
جدول ۸ نتایج تحلیل عاملی تأییدی عامل اقتصادی را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، مقدار بارهای عاملی به دست آمده بیشتر از ۰/۳ است که با توجه به آماره t مربوط، روایی سازه تمام گویه‌های عامل اقتصادی تأیید شد. برای سنجش روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که یافته‌ها مبین مقدار متوسط و قابل قبول شاخص مذکور است. مقدار شاخص پایایی ترکیبی عوامل اقتصادی برابر با ۰/۷۵ و مقدار آلفای کرونباخ نیز برابر با ۰/۷۳ به دست آمد که با توجه به اینکه مقدار این شاخص‌ها بیشتر از ۰/۷ است، پایایی عوامل اقتصادی مورد تأیید قرار گرفت.

نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری

نتیجه مدل مفهومی پژوهش با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری در شکل‌های ۲ و ۳ ارائه شده است. به عبارت دیگر، شکل ۲ نشان دهنده ضرایب به دست آمده بر اساس مدل مذکور و شکل ۳ نیز نشان دهنده آماره t مربوط به ضرایب است.



شکل ۲. ضرایب (استاندارد) مسیر مدل پژوهش



شکل ۳. آماره t مربوط به ضرایب (استاندارد) مسیر مدل پژوهش

مطابق شکل ۲، بیشترین تأثیر بر مشارکت سیاسی مربوط به عوامل فرهنگی- اجتماعی با ضریب ۰/۵۹۱ و بعد از آن سیاسی با ضریب ۰/۵۳۹ و اقتصادی با ضریب ۰/۵۰۶ است. بررسی مقادیر آماره t (شکل ۳) نیز نشان می‌دهد که تمامی ضرایب مسیر از نظر آماری معنی‌دار هستند و تأثیر تمام گویه‌ها بر متغیرهای پنهان دارای ارزش آماری است. این مسأله تأییدکننده این موضوع است که متغیرهای آشکار به درستی توانسته‌اند تغییرات متغیرهای پنهان را اندازه‌گیری کنند. مطابق یافته‌ها، تأثیر پنج عامل فردی، خانوادگی، سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی تأیید شد.

شاخص‌های برازش مدل‌یابی معادلات ساختاری در جدول ۹ ارائه شده است. لازم به ذکر است که بر اساس شاخص NFI (شاخص برازش هنجار شده)، مقادیر بیشتر از ۰/۹ نشان دهنده برازش قابل قبول است. همچنین مطابق شاخص SRMR (ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد)، مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشان از برازش قابل قبول مدل دارد. این در حالی است که مقادیر بین ۰/۰۸ تا ۱ بیانگر برازش متوسط است (Ghasemi, 2013). ارزیابی بخش ساختاری مدل با دو شاخص برازش اعتبار افزونگی Q^2 و ضریب تعیین انجام شد. ضریب Q^2 که به آن اعتبار افزونگی یا CV-Redundancy گفته می‌شود، در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل کاربرد دارد. در این شاخص، مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شاخص افزونگی معرفی شده است. معیار ضروری برای سنجش مدل ساختاری، ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون درون‌زاست. چین (۱۹۸۸) مقادیر ضریب تعیین ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ در مدل مسیر PLS را به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف می‌کند (Davari & Rezazadeh, 2017).

جدول ۹. شاخص‌های برازش برآورد مدل پژوهش

متغیر وابسته	ضریب تعیین (R^2)	شاخص اعتبار افزونگی (Q^2)	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد (SRMR)
مشارکت سیاسی	۰/۷۹۳	۰/۲۵	۰/۹۲	۰/۰۷۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مطابق جدول ۹، مقدار شاخص برازش هنجار شده (NFI) برابر با ۰/۹۲ به دست آمد که نشان از برازش مناسب مدل تجربی دارد. شاخص برازش ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد برابر با ۰/۰۷۶ محاسبه شد که خوبی برازش مدل مطابق این شاخص مورد تأیید قرار گرفت. مقدار شاخص

افزونگی برای مشارکت سیاسی نیز برابر با ۰/۲۵ به دست آمد که نشان از برآزش قابل قبول بخش ساختاری مدل داشت. همچنین مقدار آماره ضریب تعیین برای متغیر وابسته مشارکت سیاسی برابر با ۰/۷۹۳ است که نشان از قدرت تبیین مناسب مدل دارد. بر اساس این نتیجه، عوامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی حدود ۷۹/۳ درصد از واریانس مشارکت سیاسی را تبیین می‌کنند. نتیجه بررسی تأثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی (فرضیه‌های تحقیق) در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰. آزمون تأثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی

نوع تأثیر	ضریب استاندارد	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
عامل فرهنگی - اجتماعی - مشارکت سیاسی	۰/۵۹۱	۰/۰۶۳	۹/۳۶	<۰/۰۰۱
عامل خانوادگی - مشارکت سیاسی	۰/۱۶۹	۰/۰۷۲	۲/۳۶	۰/۰۱۹
عامل فردی - مشارکت سیاسی	۰/۳۵۲	۰/۰۹۵	۳/۷۰	<۰/۰۰۱
عامل سیاسی - مشارکت سیاسی	۰/۵۳۹	۰/۰۶۴	۸/۴۰	<۰/۰۰۱
عامل اقتصادی - مشارکت سیاسی	۰/۵۰۶	۰/۰۶۵	۷/۸۵	<۰/۰۰۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان طور که جدول ۱۰ نشان می‌دهد، تمام عوامل مورد بررسی در تحقیق حاضر، تأثیر معنی‌دار بر مشارکت سیاسی جوانان دارند و بنابراین همه فرضیه‌های تحقیق تأیید شدند. همچنین نحوه تأثیر هر کدام از این عوامل، مثبت شد که بیانگر این است که افزایش هر یک از عوامل، با افزایش مشارکت سیاسی همراه خواهد بود. شدت تأثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی، فردی، سیاسی و اقتصادی به ترتیب برابر با ۰/۵۹۱، ۰/۱۶۹، ۰/۳۵۲، ۰/۵۳۹ و ۰/۵۰۶ به دست آمد که ضریب عوامل فرهنگی - اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نشان از شدت تأثیر قوی و قابل توجه بر افزایش مشارکت سیاسی دارد. این در حالی است که ضریب عامل فردی، شدت تأثیر متوسط و ضریب عامل خانوادگی، شدت تأثیر کم را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مطابق نتایج تحقیق، عامل فرهنگی - اجتماعی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر قوی دارد. نتایج بیانگر این است که صدا و سیما، روزنامه و مجلات و سایت‌های خبری، نقش مهمی در میزان مشارکت سیاسی جوانان روستایی دارند و آگاهی سیاسی جوانان روستایی، بیشتر از طریق

رسانه‌ها صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، رسانه‌ها بیشتر از پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی قادرند در جوانان نسبت به فعالیت‌های سیاسی نگرش مثبت ایجاد کنند. نتایج تحقیقات فیوجیوارا و همکاران (Fujiwara et al., 2024)، احمد و همکاران (Ahmad et al, 2019)، ظاهر (Zaheer, 2016)، مارتین (Martin, 2014)، خفری و یحیایی (Khafri & Yahyaei, 2021)، خواجه‌سروی و همکاران (Khajehsarvy et al., 2021) و ساکی (Saki, 2021) نیز بیانگر تأثیر رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی بود. نسبیت لارکینگ (Nesbitt-Larking, 2010) نیز به این نتیجه دست یافتند که رسانه‌ها در جوامع با فرهنگ سیاسی متفاوت، تأثیر متفاوتی دارند.

امروزه بخش قابل توجهی از فعالیت‌های سیاسی به واسطه رسانه‌ها و به طور خاص فضاهای برخط انجام می‌شود. در تبیین این نتیجه می‌توان از نظریه عمل منطقی کمک گرفت. طبق این نظریه، افراد وقتی متوجه می‌شوند که نتایج عملکردشان مطلوب است، تمایل دارند که نسبت به انجام آن رفتار، نگرش مثبت داشته باشند. زمانی که رسانه‌ها نقش روستا و روستاییان را برجسته نشان می‌دهند و از روستا به عنوان عاملی مهم در خودکفایی کشاورزی نام برده می‌شود (چنانچه در سال‌های اخیر این اتفاق رخ داده است)، در افراد ساکن در روستا انگیزه ایجاد می‌شود و از عملکرد خود احساس رضایت می‌کنند که این می‌تواند منجر به مشارکت سیاسی فعالانه و مثبت شود.

نظریه کاهش عدم قطعیت^۱ استدلال می‌کند که افرادی که با عدم قطعیت مواجهند، به دنبال اطلاعاتی هستند که در کاهش عدم اطمینان مؤثر است و رفتار جستجوی اطلاعات بیشتر، با افزایش سطوح عدم اطمینان رخ می‌دهد (Chang & Chin, 2018). از طرفی طبق نظریه علامت‌دهی، رفتار جستجوی اطلاعات گیرندگان بر فعالیت‌های علامت‌دهی فرستنده تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، جوانانی که از اطلاعات سیاسی کافی برخوردار نیستند، به دنبال کسب اطلاعات بیشتر هستند. در این مرحله، علامت‌دهی رسانه‌ها می‌تواند تأثیر قابل توجهی داشته باشد. بنابراین، تلاش‌های تبلیغاتی با تأثیر بر نگرش افراد، بر رفتار آن‌ها تأثیر دارند. رسانه به عنوان علامت‌دهنده علامت می‌دهد. این علامت خطاب به استفاده‌کننده از رسانه این است که با مشارکت سیاسی فعالانه و مثبت (برای مثال شرکت در انتخابات)، اوضاع اقتصادی کشور بهبود می‌یابد. استفاده‌کننده از رسانه به این سخن رسانه اعتماد می‌کند و باز خورد آن شرکت در انتخابات می‌شود.

1. Uncertainty Reduction Theory

یافته‌های تحقیق نشان داد که عامل خانوادگی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد. اولین محلی که افراد در آن با ساختار قدرت، آشنا می‌شوند، نهاد خانواده است. رابینسون^۱ به خانواده به‌عنوان مهمترین عامل فرایند اجتماعی‌شدن سیاسی می‌نگرد (Saboktakingh & Shaeri, 2020). نتایج تحقیقات اختر و شیخ (Akhter & Sheikh, 2014)، برادول (Broadwell, 2006)، روزیان و همکاران (Rouzian et al., 2022)، گمشادزهی (Gamshadzehi, 2022)، محمدی‌کیا و همکاران (Mohammadi Kia et al., 2020) و باقریان و خوش‌فر (Bagherian & Khoshfar, 2017) مؤید یافته‌های تحقیق حاضر است. نتایج تحقیق حاضر بیانگر آن است که میزان تناسب تحصیلات خانواده با سایر اهالی، دوره‌های فامیلی، مذهبی بودن خانواده، علاقه‌مندی خانواده به فعالیت سیاسی، به ترتیب بیشترین تأثیر را در میزان مشارکت سیاسی دارند. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که چالز هورتن کولی، جورج هربرت‌مید، جین لایگلی و میلبراث نیز معتقدند که کنش سیاسی افراد در زندگی روزمره تحت تأثیر گروه‌هایی است که به آن تعلق دارند. از این‌رو، افراد صرفاً به دلیل افکار خود به فعالیت نمی‌پردازند، بلکه معیارهای دوستان و خانواده است که رفتار سیاسی آنان را هدایت می‌کند. به دیگر سخن، افراد آن‌گونه می‌اندیشند که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برند (Ebrahimi et al., 2013). تحقیق حاضر نشان داد که علی‌رغم تأثیر عامل خانوادگی بر مشارکت سیاسی، اما این متغیر نسبت به سایر عوامل دارای کمترین میزان تأثیر است. در تبیین نتیجه فوق می‌توان بیان داشت که طبق نظریه آزاد شده^۲، تأثیر خانواده با افزایش سن، بالغ شدن فرزندان و خارج شدن از خانه پدری و استقلال بیشتر از بین می‌رود (Breton-Skagen, 2015). شاید بتوان این‌گونه بیان کرد که در جوامع روستایی، فرزندان نسبت به خانواده‌های شهری زودتر و بیشتر استقلال پیدا می‌کنند. الیسنا و گیولیانو (Alesina & Giuliano, 2011) نیز به این نتیجه دست یافتند که هرچه افراد به خانواده به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات، بیمه و انتقال منابع متکی باشند، تعهد مدنی و سیاسی کمتری نسبت به خانواده خواهند داشت.

همچنین نتایج به دست آمده نشان داد که عامل فردی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد. نتیجه حاصل از این فرضیه با یافته‌های هی و همکاران (He et al., 2022)، ذوالفقاری و همکاران (Zolfaghari et al., 2023) و گمشادزهی (Gamshadzehi, 2022) همسو است. دنیس (Dennis, 1991) و فرانکلین (Franklin, 1996) نیز به انگیزه افراد به‌عنوان عامل ایجاد و

1. Robinson
2. Liberated Theory

شکل‌گیری رفتار سیاسی اشاره کردند. طبق نتایج حاصل از تحقیق، بیشترین تأثیر مربوط به حضور در نماز اعیاد و همچنین میزان ارتباط فرد با امام جماعت محل، دهیار روستا، رییس پاسگاه و ... است. از منظر روان‌شناختی، باورها، نگرش‌ها و افکاری که شخصیت افراد را شکل می‌دهد، بر رفتار سیاسی افراد اثر می‌گذارد (Jafarinia, 2012). تحقیق حاضر نشان داد که احساس هویت و عزت نفس نقش بسیار مهمی در افزایش میزان مشارکت سیاسی دارد. طبق نتایج حاصل از این تحقیق، میزان آگاهی از مسائل سیاسی روز بر مشارکت سیاسی مؤثر است. اینگلهارت از طرفداران نظریه جامعه‌شناختی رفتار انتخاباتی، داشتن اطلاعات سیاسی را از جمله عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی می‌داند. از نظر بلومر^۱، پویایی و تحرک از مهمترین عوامل پیدایش تمایلات سیاسی است. پویایی یعنی اینکه فرد به موضوعات خاص حساس شده و ضمن احساس تعلق و مسئولیت، نسبت به فعالیت بیشتر پیرامون موضوع تحریک می‌شود (Zolfaghari, 2023). طبق یافته تحقیق حاضر، جوانان روستا تعلق خاطر فراوانی به محل زندگی خود دارند و از این‌رو در فعالیتهای سیاسی مشارکت می‌نمایند.

بخش دیگری از نتایج تحقیق نشان داد که عامل سیاسی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد. نتایج گل‌محمدی و همکاران (Golmohammadi et al., 2022)، باقری و همکاران (Bagheri et al., 2021)، خواجه‌سروی و همکاران (Khajehsarvy et al., 2021) و نجات و همکاران (Nejat et al., 2015) مؤید این یافته پژوهش است. ذوالفقاری و همکاران (Zolfaghari et al., 2023) نشان دادند که افزایش اعتماد سیاسی مردم به ساختار سیاسی اعم از دولت، حکومت و حاکمیت و رضایت از عملکرد سیاسی از عامل‌های مؤثر بر رفتار سیاسی است. به اعتقاد کمپل نیز هرچه احساس کارایی سیاسی فرد بیشتر باشد، میزان مشارکت سیاسی وی افزایش می‌یابد. شهروندی که احساس می‌کند که حرفی برای گفتن در حوزه مسائل سیاسی و حکومتی دارد یا اینکه مسئولین به نظر‌ها و دیدگاه‌های او توجه می‌کنند، به احتمال زیاد در امور سیاسی مشارکت می‌کند. در تبیین این فرضیه می‌توان از نظریه‌های اثربخشی سیاسی^۲ و اعتماد سیاسی^۳ بهره گرفت که جزء نظریه‌های روان‌شناختی محسوب می‌شوند. اثربخشی سیاسی رابرت دال نگرشی است که در اثر آن، فرد احساس می‌کند با مشارکت سیاسی خود بر فرایندهای سیاسی اثر گذاشته و بر آن‌ها کنترل و نظارت می‌کند و می‌تواند از این طریق به ارضای نیازهای خود بپردازد (Jafarinia, 2012). اثربخشی، از درک فرد درباره نتایج رفتار خود ناشی می‌شود. وقتی افراد یک جامعه در رسیدن به

1. Blumer
2. Political Efficacy
3. Political Confidence

اهداف مؤثر هستند در این نوع فعالیت‌ها شرکت می‌کنند؛ ولی زمانی که احساس کنند مشارکت سیاسی آنان اثری در اوضاع جامعه و زندگی خودشان ندارد از این فعالیت‌ها امتناع می‌ورزند (Ghaderzadeh et al., 2019). نظریه رابرت دال که مبتنی بر رویکرد روان‌شناختی رفتارگرایانه است، بیان می‌کند که افراد وقتی تصور کنند آنچه انجام دهند اثر قابل توجهی بر نتایج سیاسی نخواهد گذاشت، کمتر در امور سیاسی مشارکت می‌کنند؛ به طوری که می‌توان گفت هرچه احساس اثربخشی سیاسی فردی کمتر باشد، مشارکت سیاسی او کمتر خواهد بود. رابرت دال، این احساس را اعتمادبه‌نفس سیاسی^۱ نیز می‌نامد و اظهار می‌دارد که این قضاوت درباره ناکارایی سیاسی فرد چه واقع‌بینانه باشد و چه نباشد به شهروندان این را القا می‌کند که مسئولان توجهی به افرادی مانند آن‌ها ندارند و آن‌ها نمی‌توانند در فرایند سیاسی اثر بگذارند (Jafarinia, 2012). همچنین بر اساس نظریه سودمندی^۲، کاهش یا افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی به میزان تأثیر آن در رفع نیازهای انسان وابسته است (Rush, 2012).

نتایج پژوهش نشان داد که عامل اقتصادی بر مشارکت سیاسی جوانان روستایی تأثیر دارد. بک و جنینگز (Beck & Jennings, 1982) و محمدی‌کیا و همکاران (Mohammadi Kia et al., 2020) نیز به این نتیجه دست یافتند. بنا به نظر میلبراث و گوئل (۱۹۹۷) عامل اقتصادی در میزان مشارکت سیاسی اثر می‌گذارد. به نظر کمپل، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، درآمد و شغل به شدت بر میزان مشارکت سیاسی فرد تأثیر دارند (Jafarinia, 2012). طبق نظریه هانتینگتون و نلسون، اگر افراد بتوانند وضع اقتصادی خود را از طریق مواردی چون مهاجرت بهبود بخشند، از مشارکت سیاسی صرف‌نظر می‌کنند (Niazi, 2019). این در حالی است که نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بهبود وضعیت اقتصادی بر افزایش میزان مشارکت سیاسی تأثیر مثبت دارد.

با توجه به نتایج حاصل از تحقیق می‌توان پیشنهادهای زیر را برای افزایش میزان مشارکت سیاسی جوانان روستایی ارائه داد:

- تقویت صدا و سیمای استانی با تولید برنامه‌هایی با تأکید بر نقش مهم روستاییان در توسعه روستا.

1. Political Self- Confidence
2. Utility

- برگزاری نشست‌های مختلف مقامات سیاسی روستا از جمله دهیار روستا، امام جماعت محل، رییس پاسگاه و ... با جوانان روستایی با محوریت مؤثر بودن جوانان در بهبود وضعیت روستا و در نتیجه کشور.
- دعوت از نخبگان سیاسی برای سخنرانی در نماز جماعت با هدف آگاه‌سازی جوانان به مسائل سیاسی و تشویق آنان به مشارکت سیاسی و بالا بردن سطح آگاهی و ترغیب آنان به شرکت در فعالیت‌های اجتماعی.
- گزارش فصلی وعده‌های عمل‌شده مسئولین در نشست‌های مختلف مقامات سیاسی روستا با روستاییان.

منابع

1. Ahmad, T., Alvi, A. & Ittefaq, M. (2019). The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan. *Sage Open*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>.
2. Ahmadi, H. (2011). *Political Sociology of Islamic Movements*. Tehran: Imam Sadegh Publication.
3. Akhter, Z., & Sheikh, Y.A. (2014). Determinants of voting behaviour in India: Theoretical perspective. *Public Policy and Administration Research*, 4(8), 104-108.
4. Alam, A. (2014). *Foundation of political science*. Tehran: Nashr-e Ney.
5. Alesina, A., & Giuliano, P. (2011). Family ties and political participation. *Journal of the European Economic Association*, 9(5), 817-839. DOI: 10.1111/j.1542.4774.2011.01024.x
6. Alipour Khodadadi, M., Parizad, R. & Elahi Manesh, M. (2022). The impact of khuzestan strata on awareness and political participation of khuzestan students after the revolution. *Journal of Political Sociology*, 10(5), 2950-2963. DOI: 10.30510/PSI.2021.301491.2197. [In Persian]
7. Amiri Aghdaie, S., Teimouri, H. & trarkan, Z. (2017). Analyzing the effect of gamification strategy on customers' loyalty (case study: customers of selected branches of Isfahan Mellat Bank). *New Marketing Research Journal*, 7(25), 135-152. DOI: 10.22108/NMRJ.2017.21802. [In Persian]
8. Anouar, L. M. (2014). On-line political participation: Fractures and inequality between the citizens. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 163, 257-263. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.314>.
9. Badavar- Nahandi, Y., & Taghizadeh- khanqah, V. (2019). Accounting major choice in Iranian universities. *Journal Of Empirical Research in*

- Accounting*, 9(1), 93-118. DOI: 10.22051/JERA.2017.16129.1714. [In Persian]
10. Bagheri, M., Shojaie, H. & Kiani, S. (2021). Meta-analysis of social capital studies with political participation in Iran after the Islamic Revolution of Iran. *Journal of Islamic social studies*, 27(123), 247-278. DOI: 10.30513/ISS.2021.3400.1180. [In Persian]
 11. Bagheriyan, M., & Khoshfar, G. (2017). Study of the relationship between dimension of religiosity and political participation among students of Mazandaran University. *Journal of Social Sciences*, 76(24), 175-212. <https://doi.org/10.22054/qjss.2017.9431.1233>. [In Persian]
 12. Bashiriyeh, H. (2014). *Teaching political knowledge*. Negah-e Moaser press.[In Persian]
 13. Beck, P.A., & Jennings, M.K. (1982). Pathways to participation. *American Political Science Review*, 76(1), 94-108. DOI: <https://doi.org/10.2307/1960445>
 14. BliegeBird, R., & Smith, E. (2005). Signaling theory, strategic interaction, and symbolic capital. *Current anthropology*, 46(2), 221-248. <https://doi.org/10.1086/427115>
 15. Breton-Skagen, C. (2015). From level to field: factors influencing student choice of undergraduate field of study. (MASTER), University of British Columbi.
 16. Broadwell, W. (2006). Political participation. *Georgia Perimeter College Rockdale/Newton Campus*.
 17. Chang, E., & Chin, H. (2018). Signaling or experiencing: Commitment HRM effects on recruitment and employees' online ratings. *Journal of Business Research*, 84, 175-185. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.002>
 18. Connelly, B.L., Certo, S.T., Ireland, R.D. & Reutzel, C.R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of management*, 37(1), 39-67. <https://doi.org/10.1177/014920631038841>
 19. Davari, A., & Rezazadeh, A. (2017). *Structural Equation Modeling with PLS*. Jahad-e daneshgahi press.
 20. Dennis, J. (1991). The study of electoral behavior. *Political science: Looking to the Future*, 3, 51-89 .
 21. Diemer, M.A. (2012). Fostering marginalized youths' political participation: Longitudinal roles of parental political socialization and youth sociopolitical development. *American Journal of Community Psychology*, 50, 246-256 . DOI: 10.1007/s10464-012-9495-9.

22. Dunham, B. (2011). The role for signaling theory and receiver psychology in marketing. *Evolutionary psychology in the business sciences* (pp. 225-256): Springer.
23. Ebrahimi, E., Nejati Karim Abad, E. & Shoja. A. (2020). Application of signaling theory in creating organizational attraction for job applicants: explaining the role of attitude and identification of applicant. *Journal of resaerch in human resources management*. 11(38), 187-213. DOI: 20.1001.1.82548002.1398.11.4.6.2. [In Persian].
24. Ebrahimi, Sh., Najafi, D., Mahmoodoghli, R. & Sadeghi Naghdali, Z. (2013). Review of relationship between social networks and political activities among students at Isfahan University. *A Quarterly Journal of Strategy*, 22(66), 263-284. DOI: 20.1001.1.10283102.1392.22.1.10.9. [In Persian].
25. Franklin, M.N. (1996). Electoral participation. *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, 216-235.
26. Fujiwara, T., Müller, K. & Schwarz, C. (2024). The effect of social media on elections: Evidence from the united states. *Journal of the European Economic Association*, 22(3), 1495-1539. DOI: 10.3386/w28849
27. Gamshadzehi, H. (2022). Investigating factors affecting political participation in Sistan and Baluchistan province (case study in three cities of Zahedan, Khash, Saravan). *Journal of Crisis Studies of The Islamic World*, 9(2), 1-16. DOI: 10.2783.4999/PRIW.2306.1255.2.25.1. [In Persian]
28. Ghaderzadeh, O., Sharifi, F. & Hasankhani E. (2019). Political participation and the related factors; a survey study of students at university of Kurdistan. *Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies*, 7 (4) :93-129. [In Persian]
29. Ghasemi, V. (2013). *Structural Equation Modeling In Social Researches Using Amos Graphics*. Tehran: Jameeshenasan Press.
30. Golabchi, M. (2005). Sociological analitic of candidates electoral behavior in tehran forth election for majlese shoraye eslamy. Unpublished masters thesis, Tarbiat modares University.
31. Golmohammadi, A., Dinparast, F. & Kalateh, F. (2022). Political development and the institutionalization of political power: providing a new model for measuring political development. *Research Letter of Political Science*, 2(17), 163-206. [In Persian]
32. Hajjarian, S. (2000). Republic: *Disenchantment with Power*. Tarh-e no press.
33. He, L., Wang, K., Liu, T., Li, T. & Zhu, B. (2022). Does political participation help improve the life satisfaction of urban residents: Empirical

- evidence from China. *Plos one*, 17(10), e027352. DOI: 10.1371/JOURNAL.PONE.0273525.
34. Heidari mokarrar. H.& Hakimi pouya, R. (2017). the role of youth in rural culture and their participation in social arenas: a case study of hamoon county, the 3rd national conference of new researches in the field of humanities and social studies in iran.[In Persian]
 35. Huntington, S., & Weiner, M. (2000). *Understanding Political Development* (Strategic Studies Research Institute, Trans). Tehran: Strategic studies research institute (Original work published: 1987). [In Persian]
 36. Jafarinia, Gh. (2012). A survey of socio-economic factors affecting the rate of Khormoj residents political participation. *Journal of Research Letter of Political Science*, 7(2),87-122. [In Persian]
 37. Kalantari, Kh. (2013). *Structural Equation Modeling in Socio-Economic Research (Using LISREL and SIMPLUS)*. Tehran: Farhang-e Saba Publication.
 38. Khafri, N., & Yahyaei, S. (2021). A study of the impact of domestic and external media on students' political participation in the presidential election (case study: students of Allameh Tabatabai university). *A Quarterly Journal of Strategy*, 30(3), 621-652. DOR: 20.1001.1.10283102.1400.30.3.7.6. [In Persian]
 39. Khajehsarvy, Gh., Khorramshad, M., Rahbar, A. & Mahmoodi Raja, S. (2021). Study and analysis of factors affecting citizens 'political participation; case study: Turkmen election participation in twelfth presidential election. *Journal of Political Strategic Studies*, 37,112-174. <https://doi.org/10.22054/qps.2021.51189.2499>. [In Persian]
 40. Khine, M.S., Ping, L. & Cunningham, D. (2013). *Application of Structural Equation Modeling in Educational Research and Practice* (Vol. 7). Springer.
 41. Klein, P. (2015). *An Easy Guide to Factor Analysis*. (Sadr- Sadat, S. & Minaei, A., Trans). Tehran: Samt Publication.
 42. Martin, J.A. (2014). Mobile media and political participation: Defining and developing an emerging field. *Mobile media & communication*, 2(2), 173-195. <https://doi.org/10.1177/2050157914520847>
 43. Mohammadi Kia, A., Malaekheh, S. & AgharebParast, M. (2020). Political participation and factors affecting it among young students. *Journal of Strategic Studies on Youth And Sports*, 19(48), 273-296. [In Persian]
 44. Motiee langroudy, H. (2013). *Rural Planning- with an Emphasis on Iran*. Mashhad: Jahad-e Daneshgahi Publication.
 45. Najafi, H., Navabakhsh, M., Ghadimi, B., Shiri, T. & Mottaghi, E. (2023). Sociological study of the role of socio-cultural factors on political

- participation of young people in Tabriz city in 1396. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 2(15), 7-19. DOI: 10.30495/jisds.2023.53445.11247. [In Persian]
46. Nazidin, N.M., Ismail, I. & Haron, H. (2019). The intention to enroll among students of private higher learning institutions. Paper presented at the KnE Social Sciences. DOI: 10.18502/kss.v3i22.5069.
 47. Nejat, J., Ebadollahi, H. & Zahmatkesh, H. (2015). A study on effect of social capital on political participation (case study: 15- 29 year old young people in bushehr province). *Journal of Strategic Studies on Youth And Sports*, 26(13), 171-183. [In Persian]
 48. Nesbitt-Larking, P.W. (2010). The role of the media in electoral behaviour: A Canadian perspective. *Policy and Society*, 29(1), 53-64. <https://doi.org/10.1016/j.polsoc.11.005>.
 49. Niazi, M., Hassanzadeh, Z., Mohammadzadeh, M. & Zolfaghari, A. (2019). *Political Participation, From Theory to Practice: Theories and Strategies*. Tehran: Naghd-e Farhang Publication.
 50. Rouzian, A., Akvani, H. & Elteyami Neya, R. (2022). A comparative study of voters' electoral behaviours in the presidential and islamic consultative assembly elections in Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad province. *Journal of Applied Sociology*, 33(1), 83-110. DOI: 10.22108/JAS.2021.127190.2052. [In Persian]
 51. Rush, M. (2012). *Politics and Society: An Introduction to Political Sociology*. (Translator: Sabouri, M). Tehran: Samt Press (Original work published: 1992).
 52. Saboktakingh, Gh., & Shaeri, F. (2020). Examining the relationship between dimensions of political socialization and political participation among citizens of Bojnurd. *Journal of Political Sociology*, 12, 199-228. [In Persian]
 53. Saki, A. (2021). Investigating the role of Aftab provincial network in the political participation of the people of Markazi province (Arak city). *Journal of Media Studies*, 4(15). <https://doi.org/10.22054/qjsd.2015.686>. [In Persian]
 54. Tang, L., Luo, X., Yu, W. & Huang, Y. (2020). The effect of political participation and village support on farmers happiness. *Journal of Chinese Political Science*, 25, 639-661.
 55. Theocharis, Y., & Van Deth, J. (2022). *Political Participation in a Changing World*. (Translator: Abbasi, B.). Tehran, Joyandeh Pub. (Original Work Published: 2017). [In Persian].
 56. Vinayak, P.C., Khan, B.M. & Jain, M.C. (2017). Role of signalling theory in potential applicant attraction: An employer branding perspective. *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*, 6(4), 2278-9359. DOI: 10.23956/IJERMT/V713/0188.

57. Vosoughi, M., & Hashemi, A. (2004). Villagers and their political participation in iran: a case study of three villages of booshehr. *Journal of Social Sciences*, 11(26), 109-140. [In Persian]
58. yazdanshenas, M. (2018). Mediating role of positive psychological ownership in the effect of human resource development climate on knowledge sharing behavior. *Journal of Positive Psychology Research*, 1(4), 1-18. [In Persian]
59. Zaheer, L. (2016). Use of social media and political participation among university students. *Pakistan Vision*, 17(1), 278-299. <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>.
60. Zolfaghari, A. (2023). Meta-analysis of factors affecting political participation in national elections in the Islamic Republic of Iran: Researches in the period 2017-2022. *Strategic Studies Quarterly*, 26(98), 133-167. DOR: 20.1001.1.1735501.1402.26.98.5.5. [In Persian]