



## **A sociological study of factors affecting social and cultural participation: A case study of the citizens of Yazd**

Azam Moghimi

### **Abstract:**

Considering the importance of the role of citizen participation, in this article, after measuring the participation of citizens in Yazd, the most important factors affecting social and cultural participation were studied. The sample size of this study was 384 citizens of one district of Yazd, which was randomly selected, and the data collection tool was a standard questionnaire. Descriptive and correlation methods were used in this study. The data were extracted using SPSS software. Descriptive statistics were analyzed using central mean statistics and inferential statistics including (independent t-test, correlation, and analysis of variance). The results showed that the variables of education status, marital status and income status of individuals have no effect on participation, and the variables of age, gender, media usage and the level of social trust have a significant relationship with participation.

**Keywords:** Social Participation, Cultural Participation Trust, Media usage.



## مطالعه جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی (مورد مطالعه: شهروندان شهر یزد)

اعظم مقیمی<sup>۱</sup>

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۵

دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۱۰

### چکیده

مشارکت به معنای شراکت و همکاری در کاری، امری یا فعالیتی است که در ابعاد مختلف در جامعه صورت می‌گیرد. در بعد اجتماعی؛ مشارکت، در ۵ بعد صورت می‌گیرد: کنش متقابل میان افراد، گروه‌های اجتماعی، سازمان‌های غیردولتی، اجتماع محلی و کل اجتماع؛ و در بعد فرهنگی، مشارکت یعنی شرکت داوطلبانه و آگاهانه افراد جامعه در ابعاد گوناگون زندگی فرهنگی آن جامعه؛ برای رسیدن به توسعه پایدار و همه‌جانبه زندگی فرهنگی. بنابراین در این پژوهش تلاش گردید تا میزان مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی شهروندان یزدی مورد سنجش قرار گیرد و مهم‌ترین عوامل مؤثر بر آن بررسی شود. به لحاظ روش‌شناسی، پژوهش اخیر از نوع تحقیقات توصیفی و همبستگی محسوب می‌شود و به صورت میدانی (پیمایش) انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل همه‌ی افراد ۱۸ سال به بالای ساکن شهر یزد است که براساس نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و براساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد است و تحلیل داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS انجام گرفت. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آماره‌های توصیفی و استنباطی شامل (آزمون تی مستقل، همبستگی، آزمون تحلیل واریانس) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داده است که متغیرهای وضعیت تحصیلات، تأهل و وضعیت درآمدی افراد، تأثیری بر مشارکت‌پذیری ندارند و متغیرهای سن، جنسیت، میزان بهره‌مندی از رسانه‌ها و سطح اعتماد اجتماعی رابطه معنی‌داری با مشارکت‌پذیری دارند.

**واژگان کلیدی:** مشارکت اجتماعی، مشارکت فرهنگی، اعتماد، بهره‌مندی از رسانه.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه یزد. (نویسنده مسئول)



یکی از مهم‌ترین عواملی که به تداوم حیات بشر کمک کرده، همکاری و مشارکت در میان انسان‌ها است. از منظر جامعه‌شناسی، مشارکت به عنوان فرآیند تعاملی چندسویه مطرح می‌شود که مداخله و نظارت مردم و قابلیت سیاسی - اجتماعی نظام را در دستیابی به توسعه، همراه با عدالت اجتماعی در پی خواهد داشت. بنیادی‌ترین اندیشه زیربنایی مشارکت، پذیرش اصل برابری مردم است و هدف از آن هم‌فکری، همکاری و تشریک مساعی افراد در جهت بهبود کمیت و کیفیت زندگی در تمامی زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. مشارکت در فرایند توانمندسازی افراد جامعه، بر سه ارزش بنیادی سهیم کردن مردم در قدرت، راه دادن مردم به نظارت بر سرنوشت خویش، و بازگشودن فرصت‌های پیشرفت به روی مردم تأکید دارد (طوسی، ۱۳۷۰: ۵).

معمولاً در استراتژی‌های توسعه، بر رویکرد مشارکت مردمی به عنوان یک نیاز اصلی و جدی تأکید می‌گردد. مشارکت جزء مهم توسعه درون‌زا، برای کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود و بسیاری از مشکلات و مسائل اجتماعی تنها در سایه مشارکت‌های مردمی مرتفع می‌شود. از مهمترین اهداف توسعه، تحقق جامعه مدنی است. جامعه مدنی تنها در سایه‌سار مشارکت فعالانه و داوطلبانه افراد جامعه محقق می‌شود. هر جامعه‌ای نیازمند مشارکت آحاد آن است. مشارکت افراد در جامعه می‌تواند به بالندگی و رشد و خلاقیت منجر گردد و عدم مشارکت افراد جامعه قطعاً باعث از خودبیگانگی افراد جامعه، کاهش هویت ملی و محلی، بی‌اعتمادی و از بین رفتن همبستگی اجتماعی می‌شود.

ضرورت وجود مشارکت در سطح خرد و کلان سبب شده است، از چشم‌اندازهای نظری متفاوتی به موضوع مشارکت نگریسته شود و ابعاد گوناگون آن در نظر گرفته شود. به لحاظ موضوعی، مشارکت‌ها به انواع مشارکت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و روانی قابل تقسیم است. همچنین مشارکت‌ها به دو دسته رسمی (نهادی) و غیررسمی قابل تقسیم است. مشارکت‌های غیررسمی در کشور ما در زمینه‌های مختلفی وجود داشته و همچنان وجود دارد؛ از جمله در برگزاری مراسم مذهبی در ماه‌ها و ایام خاص، ساختن مساجد و حسینیه‌ها، کمک‌های متقابل در عروسی‌ها، جشن‌ها، سوگ‌ها، مشارکت‌های

کشاورزی و ... که تمامی این نوع تقسیم‌بندی‌ها، حکایت از اهمیّت و ضرورت تحقق مشارکت در جامعه دارد.

مشارکت مردم در امور سیاسی و اجتماعی، یکی از مباحث مهم در حوزه علوم سیاسی و فلسفه سیاسی است. این مشارکت در درجه نخست از طبع اجتماعی انسان و منافع فراوان حاصل از این کارکرد، ریشه می‌گیرد. عنصر اجتماعی در جامعه، علایق مشترکی را پدید می‌آورد که حفظ و پاسداری از آن‌ها، امر مشارکت را برای هر یک از افراد جامعه اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. مشارکت در امور اجتماعی، نوعی تعهد و قبول مسئولیت فردی و اجتماعی است که همه افراد انسانی ناگزیر به پذیرش آن هستند. این تعهد و مسئولیت یا ممکن است در قالب فعالیت معین و نامحدودی صورت پذیرد، مانند بسیاری از رفتارهای اخلاقی و اجتماعی؛ یا اینکه ساختار حقوقی و اقتصادی به خود می‌گیرد. اعضای جامعه به دلیل دارا بودن نقش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خود، در حکم گلبول‌های قرمز و سفید بدن انسان هستند؛ همان‌گونه که افزایش یا کاهش گلبول‌های یاد شده به بدن آسیب می‌رساند، نارسایی در مشارکت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نیز ادامه حیات جمعی را دستخوش تزلزل می‌سازد؛ تا آنجا که اگر بعد اجتماعی خود را از دست بدهد، نابودی آن حتمی است؛ اگر هم پا برجا بماند، شاید هدف خود را که خدمت به اعضا و اصلاح جامعه است، گم کند؛ البته این در صورتی است که مشارکت، از درون و اندیشه فرد بجوشد و با میل و رغبت همراه باشد، وگرنه مشارکت با زور و اجبار، مفید و کارآمد نخواهد بود. همان‌گونه که انگیزه کسب درآمد، چند سرمایه‌دار را به تشکیل یک شرکت وا می‌دارد، اگر اعضای یک جامعه نیز احساس کنند که همکاری و مشارکت آنان می‌تواند مشکلی از مشکلات جامعه را بر طرف کند، در مشارکت درنگ نخواهد کرد. با توجه به ضرورت و نیاز اساسی به مشارکت و مشکلات ناشی از عدم مشارکت یا مشارکت محدود در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی که در بسیاری زمینه‌ها خودنمایی می‌کند، در این پژوهش در نظر داریم که به بررسی میزان مشارکت‌های رسمی و یا غیررسمی در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن در بین شهروندان شهر یزد بپردازیم.



۱۰۵

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

مطالعه جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی ...



پیش از پرداختن به موضوع مبانی نظری تحقیق، به مهم‌ترین یافته‌های برخی از پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با مشارکت فرهنگی و اجتماعی در ایران، به صورت اشاره خواهد شد و در ادامه با استناد به این یافته‌های تحقیقات تجربی، مبحث مربوطه دنبال می‌شود.

تهرانی و دربندی (۱۳۸۵) در مقاله «بررسی رفتار و نگرش جمع‌گرایانه شهروندان» تلاش دارد، متغیرهای تأثیرگذار بر جمع‌گرایی یا همکاری در دو راهی اجتماعی شناسایی شود. چهارچوب نظری این پژوهش تئوری، انتخاب عقلانی است که در تحلیل خود از رفتار انسان غیر از محاسبات سود و زیان مادی، تمایلات دیگرخواهانه، رفتار منصفانه را نیز مورد توجه خود قرار می‌دهد. نتایج این تحقیق نشان داده است که به جز رضایت از زندگی و تجربه واکنش منفی دیگران، رابطه همه متغیرها (تعهد عام، خویشنداری، دینداری، تمایل به همکاری، باور به زیان‌های عدم همکاری، اعتماد به همکاری دیگران، دریافت پیام‌های متقاعد کننده) با متغیر وابسته (جمع‌گرایی) تأیید می‌شود.

زاهد و رجبی (۱۳۸۷) در مقاله «عوامل مؤثر بر مشارکت فرهنگی زنان در استان فارس»، این عوامل را شامل متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، خودپنداره، نقش‌های جنسیتی و وضعیت تأهل معرفی کرده است؛ همچنین دهقان و غفاری (۱۳۸۳) در مقاله «تبیین مشارکت اجتماعی فرهنگی دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران»، معتقد است که عوامل فرافردی و کلان خارج از مجموعه نهاد دانشگاه، تأثیر قابل ملاحظه‌ای در میزان و چگونگی مشارکت اجتماعی - فرهنگی دانشجویان دارند. صفری (۱۳۸۷) در مقاله «عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور مسائل خانوادگی و اجتماعی»، آورده است که پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان از جمله متغیرهای کلیدی است که می‌تواند بر میزان مشارکت آنها (در دو بعد فرهنگ مشارکتی و رفتار مشارکتی) تأثیر قابل ملاحظه‌ای داشته باشد.

پورجلی و نجفی (۱۳۹۱) نیز در مقاله «بررسی میزان مشارکت اجتماعی و سیاسی شهروندان شهر تبریز و عوامل مؤثر بر آن»، آورده است که مشارکت سیاسی شهروندان بیش



از هر متغیر دیگر، از متغیرهای عضویت در انجمن‌های ارادی متأثر است و پس از آن به ترتیب آگاهی سیاسی شهروندان تأثیرگذار است. از دیگر پژوهش‌ها می‌توان به مقاله «بررسی حس تعلق محله‌ای و نقش آن در مشارکت اجتماعی (نمونه موردی: محله نعمت‌آباد، نوشته نادری و دیگران (۱۳۹۳) اشاره کرد و در این مقاله آمده است که، بین حس تعلق محله‌ای و آمادگی برای مشارکت رابطه وجود دارد. همبستگی بین این دو متغیر در جهت مثبت بوده و با افزایش حس تعلق محله‌ای بر آمادگی برای مشارکت افزوده می‌شود.

همچنین آوریده و علمی (۱۳۸۹) در مقاله «بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور»، مطرح کرده است که متغیرهای میزان تحصیلات، احساس تعلق اجتماعی، مشکلات اقتصادی، عضویت در تشکلهای اجتماعی و فرهنگی به عنوان عمده‌ترین عوامل تأثیرگذار در زمینه‌سازی مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان است. از دیگر پژوهش‌های مرتبط با موضوع تحقیق می‌توان به مقاله نوابخش و دیگران (۱۳۹۲) با عنوان «بررسی رابطه میزان اعتماد شهروندان با میزان مشارکت اجتماعی آنان (مطالعه موردی: شهر ایلام)»، اشاره کرد. نتیجه این پژوهش نشان داده است که، هرچه اعتماد شهروندان بالاتر باشد، میزان مشارکت اجتماعی آنان نیز بیشتر است. درویش‌پور کاخکی و دیگران (۱۳۹۳) نیز در مقاله «میزان مشارکت اجتماعی، موانع و عوامل مرتبط با آن در سالمندان شهر تهران»، مطرح می‌کند که مشارکت اجتماعی سالمندان پایین گزارش شده و سالمندان با سن پایین‌تر، مذکر، متأهل، دارای تحصیلات دانشگاهی و با تعداد فرزندان کمتر به طور معنی‌داری مشارکت اجتماعی بهتری داشتند.

علیزاده و دیگران (۱۳۹۳) نیز در مقاله «همبستگی بین مشارکت اجتماعی زنان با کیفیت زندگی آنان در شهر کرمان»، بیان می‌کنند که بین مشارکت اجتماعی و کیفیت زندگی همبستگی مستقیم معنادار وجود داشته است و مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی آنها تأثیرگذار بوده است. در پژوهش دیگری با عنوان «سبک زندگی شهری و مشارکت اجتماعی شهروندان سالمند اهواز؛ یک پیمایش منطقه‌ای» کاری از اسداللهی و



دیگران (۱۳۹۲)، نتایج گویای آن است که متغیرهای اعتماد و تعلق اجتماعی، بالاترین ضریب تأثیر و همبستگی را با متغیر مشارکت داشته است. از دیگر پژوهش‌ها می‌توان به پژوهش باقری بنجار و رحیمی (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی رابطه میزان احساس تعلق اجتماعی شهروندان با میزان مشارکت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آنان (شهروندان مناطق ۳ و ۱۲ شهر تهران)»، اشاره کرد. نتایج این پژوهش نیز نشان داد که شهروندان در دو بعد فرهنگی و سیاسی، مشارکت فعالانه‌تری نسبت به بعد اجتماعی آن دارند و اینکه احساس تعلق اجتماعی زنان بیشتر از مردان بوده است، نوع شغل افراد هم بر مشارکت اجتماعی و سیاسی آنان تأثیرگذار بوده است.

### چارچوب نظری

از حیث مفهومی، واژه مشارکت به معنای شراکت و همکاری در کاری، امری یا فعالیت و حضور در جمعی، گروهی و سازمانی جهت بحث و تصمیم‌گیری چه به صورت فعال و چه به صورت غیرفعال است. در مجموع، جوهره اصلی مشارکت را باید در فرایند درگیری، فعالیت و تأثیرپذیری دانست (علوی‌تبار، ۱۳۷۹: ۱۵). از منظر جامعه‌شناسی، باید بین مشارکت به عنوان عمل و تعهد (عمل مشارکت)، و به عنوان حالت و وضع (امر شرکت کردن) تمیز قائل شد. مشارکت در معنای اول، داشتن شرکتی فعالانه در گروه را متوجه می‌سازد و به فعالیت اجتماعی انجام شده نظر دارد و در معنای دوم، از تعقل گروهی خاص و داشتن سهمی در هستی آن خبر می‌دهد (بیرو<sup>۱</sup>، ۱۳۶۶: ۲۷۵). از منظر نظام‌مندی و کارکردی مشارکت را، «ساز و کاری برای بقاء، توسعه و تعالی نظام اجتماعی دانسته‌اند که توسعه نیافتن ساختارهای لازم برای مشارکت و نهادی کردن آن، به انقراض نظام اجتماعی و سقوط سیاسی آن می‌انجامد (مردوخی، ۱۳۷۳: ۱۷۱).

مشارکت را می‌توان حرکت آگاهانه، فعال، آزاد و مسئولیت‌آوری دانست که برای تمام امور جامعه ضروری است (شادی‌طلب، ۱۳۷۲: ۷). به نظر رحمان، مشارکت؛ فعالیت سازمان‌یافته از طرف مردم متحد و منسجم است که اساس آن را، متقاعد شدن افراد به کنش

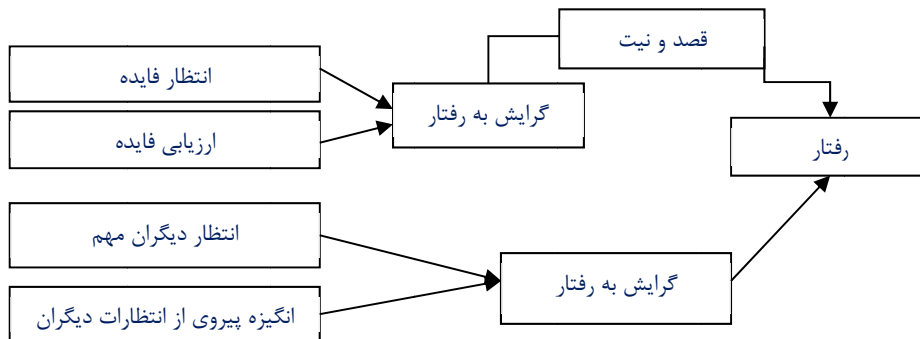


جمعی تشکیل می‌دهد (رحمان، ۱۹۹۳: ۱۵۰). بر این مبنا مشارکت، درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را بر می‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند (طوسی، ۱۳۷۰: ۵۴). در بنیادی‌ترین سطح جامعه‌شناسی خرد، کنش اجتماعی نخست به شکل تأثیر متقابل بین دو شخص و بعد به شکل کنش متقابل وسیع‌تر ظاهر می‌شود (روشه<sup>۱</sup>، ۱۳۷۹: ۱۹)؛ از این‌رو دارای ابعاد متفاوت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ... است. یکی از چارچوب‌هایی که برای تبیین رفتار مطرح شده، مدل آیزن و فیشبین<sup>۲</sup> است که می‌توان از آن برای تبیین رفتار مشارکتی نیز استفاده نمود. در قالب این مدل، برای تبیین رفتار ابتدا باید به آمادگی و یا گرایش بروز رفتار و یا انجام دادن عمل توجه نمود؛ زیرا گرایش و آمادگی برای رفتار مقدم بر خود رفتار و عمل است. به نظر آن‌ها رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقهٔ ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت برای انجام دادن یک رفتار است. نیت نیز تابع دو متغیر گرایش به رفتار و هنجار ذهنی است. گرایش به رفتار یک متغیر فردی و شخصی است، و متغیر هنجار ذهنی بیانگر نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام دادن کاری، احساس و ادراک می‌کند. هر یک از متغیرهای گرایش به رفتار و هنجار ذهنی نیز تحت تأثیر متغیرهای دیگری هستند. متغیر گرایش به رفتار، تحت تأثیر دو متغیر انتظار فایده و ارزیابی فایده است. متغیر هنجار ذهنی تحت تأثیر دو متغیر انتظار دیگران، به خصوص دیگران مهم، و نیز انگیزه پیروی از انتظارات دیگری است. مدل نظری آیزن و فیشبین به قرار زیر است:

1- Roshe

2- Ajzen and Fishbein





نمودار ۱: مدل نظری آیزن و فیشبین (رفیع پور، ۱۳۷۲)

رابرت دال<sup>۱</sup> در کتاب معروف‌اش، تجزیه و تحلیل جدید سیاست مشارکت سیاسی را مورد تحلیل قرار داده است و عوامل تسهیل کننده ورود به مشارکت سیاسی را مطرح نموده و توانسته مدلی را برای تبیین رفتار مشارکتی طراحی نماید. به نظر دال، عوامل زیر بر مشارکت تأثیر مستقیم دارند که در صورت بروز و تحقق آن‌ها مشارکت را در پی خواهند داشت:

- فرد برای پاداش‌های حاصل از مشارکت، ارزش بالایی قائل باشد.
- ساز و کار مشارکت را در نیل به هدف در قیاس با سایر ساز و کارها، مؤثرتر بداند.
- نسبت به دستیابی به نتایج اطمینان لازم را داشته باشد.
- برای مشارکت از دانش و مهارت کافی برخوردار باشد.
- در ذهن خود نوعی احساس آمادگی و برخورداری از دانش و اطلاعات و توانایی برای انجام دادن عمل را داشته باشد.
- در ورود به مشارکت و در جریان مشارکت، خود را مواجه با مشکلات و موانع زیادی نبیند (دال، ۱۳۶۴: ۳۵).

مدل دال، بیشتر مبتنی بر ابعاد فردی و روانی است که به‌نوعی ارتباط با گزاره‌های مربوط به نظریه مبادله نیست. این مدل در سطح فردی، قابل آزمون تجربی است. دیویدسیلز<sup>۲</sup> نیز از منظر روانی - اجتماعی در پی بیان عوامل تأثیرگذار بر مشارکت است. به

1- Robert Dahl  
2- David Sills

نظر او اولاً، افراد در متن نیروهای اجتماعی (منزلت، تعلیم و تربیت، مذهب و ...) محاط شده‌اند؛ ثانیاً، تفاوت‌های شخصیتی از نظر توانمندی‌ها و استعدادها موجب می‌شوند که افراد از نظر آمادگی برای پاسخ دادن به محرک‌های اجتماعی متفاوت باشند؛ ثالثاً، تأثیر پیش شرط‌های اجتماعی و روان‌شناختی بر فعالیت اجتماعی افراد، تا حدود زیادی بستگی به محیط‌های اجتماعی شامل نهادها و ساختارهای اجتماعی، الگوی باورها، اعتقادات و ارزش‌های فرهنگی و سیاسی دارد.

کلندرمن<sup>۱</sup> نیز در خصوص مشارکت، مدل ارزش انتظار را مطرح می‌نماید که دربر دارنده دو مؤلفه بسیج آگاهی و بسیج کنش است. بسیج آگاهی، فرایندی است که به واسطه آن یک گروه یا اتحادیه، اعضایش را نسبت به اهداف معطوف به کنش، و کوشش‌های حمایتی که باید برای نیل به این اهداف صورت گیرند، آگاه می‌سازند. به نظر او این فرایند برای تحقق کنش کافی نیست؛ زیرا اعضا فقط به اهداف فکر نمی‌کنند، بلکه هزینه و فواید تحقق اهداف را نیز لحاظ می‌کنند. در نتیجه، نیاز به بسیج برای کنش نیز مطرح می‌شود که اتحادیه یا گروه تلاش می‌نماید، اعضایش را نسبت به فواید و هزینه‌های مشارکت متقاعد نماید. کلندرمن برای مشارکت در کنش جمعی سه انگیزه را مطرح می‌کند:

#### ۱. انگیزه‌های هدف ۲. انگیزه‌های اجتماعی ۳. انگیزه پاداش

انگیزه‌های اجتماعی را در قالب واکنش دیگران مهم، به عمل مشارکت می‌بیند و انگیزه‌های هدف و پاداش را در قالب اعتقاد به مشارکت و توجه به هزینه‌ها و فواید مشارکت در نظر می‌گیرد. اراده و تصمیم افراد به مشارکت در کنش جمعی، مجموعه‌ای وزن یافته از این سه انگیزه است. وزن یافته به این دلیل که این انگیزه‌ها می‌توانند برای افراد متفاوت، وزن‌های متفاوتی داشته و مکمل یکدیگر باشند، و نیز وزن‌های این انگیزه‌ها بر حسب نوع کنش تغییر خواهند کرد (کلی و برین‌لینگر، ۱۹۹۶: ۳۴-۳). کلی و برین‌لینگر از منظر روان‌شناسی اجتماعی، مشارکت را نوعی عمل جمعی دانسته‌اند و تبیین‌های مربوط به آن را در دو سطح فردی و فرافردی مورد توجه قرار داده‌اند. آن‌ها با تأکید بر ویژگی‌های

1- Kelenderman





شخصیتی عنوان می‌نمایند که موقعیت کنترل، یک انتظار تعمیم یافته است که مربوط به اعتقاد افراد مبنی بر مؤثر بودن کنش‌هایشان برای نیل به اهداف مطلوب است. آن‌ها معتقدند، مشارکت در کنش جمعی باید با توجه به پیوندهای بین ویژگی‌های شخصیتی، موقعیت کنترل، اثرگذاری سیاسی و جهت‌گیری فردگرایانه جمع‌گرایانه و نیز جایگاه اجتماعی افراد مورد تبیین قرار گیرد (کلی و برین‌لینگر، ۱۹۹۶: ۱۹-۲۳).

ابعاد نظری مطرح شده درخصوص مشارکت، متمرکز بر زمینه‌های عمدتاً روانی مؤثر بر مشارکت هستند. از آنجایی که مشارکت به عنوان عمل و فرایند اجتماعی، جریانی است که برای تبیین آن باید به ابعاد فراتر از زمینه‌های روانی صرف اندیشد، در نتیجه متغیرهای جامعه‌شناختی را نیز باید در کنار ابعاد مطرح شده لحاظ نمود تا مدل نظری طراحی شده از شمول و جامعیت و توان تبیینی بیشتری برخوردار گردد. در منابع جامعه‌شناختی درخصوص عوامل مؤثر بر مشارکت؛ بر متغیرهای میزان تحصیلات، موقعیت اجتماعی-اقتصادی، تجارب شغلی، برخورداری از اطلاعات، اعتماد اجتماعی در سطوح بین‌فردی و نهادی، مشروعیت و ... تأکید شده است.

اینگلهارت<sup>۱</sup>، افزایش مشارکت در مغرب زمین را به سه عامل ارتقای سطح تحصیلات و اطلاعات سیاسی، تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت زنان و تغییر در اولویت‌های ارزشی که تأکید کمتر بر نیازهای آنی داشته و بر حق ابراز نظر تأکید بیشتر می‌ورزند، مورد تبیین قرار داده است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۳۷۸). اینگلهارت علاوه بر عوامل یاد شده، روابط بین اعتماد و مشارکت را مورد توجه قرار می‌دهد. به نظر او اعتماد به یکدیگر، از عوامل مؤثر در مشارکت است؛ زیرا به واسطه اعتماد، رفتارها قابل پیش‌بینی می‌گردد و در نتیجه حوزه کنش و تصمیم‌گیری تقویت می‌گردد. آنچنان که آلموند و وربا<sup>۲</sup> در طرح مبحث فرهنگ مدنی، اعتماد را از لوازم فرهنگ دموکراتیک دانسته‌اند. اینگلهارت همچنین سرمایه اجتماعی را هم‌ارز اعتماد دانسته و معتقد است که سرمایه اجتماعی، فرهنگ اعتماد و مدارا است که به مدد آن شبکه‌های گسترده سازمان‌های داوطلبانه، رشد می‌یابند. به اعتقاد او شبکه‌ها،

1- Inglehart

2- Almond &amp; Verba



نتیجه اعتماد مردم به یکدیگرند؛ نه اینکه اعتماد، محصول جانبی انجمنی شدن مردم باشد؛ مردمی که به یکدیگر اعتماد می‌ورزند، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند تا در وضعیت‌های مختلف از گروه ورزشی گرفته تا محل کار، انجمن تشکیل دهند و بدین وسیله بیشتر به یکدیگر اعتماد کنند (رز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹: ۷۸). از نظر پاتنام<sup>۲</sup> نیز در تقویت همکاری و مشارکت در جامعه، اعتماد یکی از عناصر ضروری است و یک عنصر غیراختیاری و نا آگاهانه نیست (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۲). در واقع، به اعتقاد او آنچه باعث میزان بالای مشارکت می‌شود، اعتمادی است که در قالب همکاری‌های اجتماعی و تعاونی ایجاد می‌شود.

اعتماد، مستلزم پیش‌بینی رفتار یک بازیگر مستقل است. در جوامع کوچک و به هم‌پیوسته این پیش‌بینی براساس چیزی انجام می‌شود که برنارد ویلیامز<sup>۳</sup> آن را اعتماد صمیمانه می‌نامد؛ یعنی اعتمادی که به آشنایی نزدیک با فرد بستگی دارد؛ اما در جوامع بزرگ‌تر و پیچیده‌تر، یک اعتماد غیرشخصی یا شکل غیرمستقیمی از اعتماد، ضرورت دارد (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۲). به نظر گیدنز<sup>۴</sup> در جوامع نوین، هر چه افراد فاصله زمانی - مکانی بیشتری از هم داشته باشند، به اعتماد بیشتری نیاز دارند. در جوامع ما قبل نوین که خصلتی محلی و بومی دارند و کنش‌های متقابل بیشتر در سطح محلی و رودرو رخ می‌دهند، در روابط اجتماعی، اعتماد به طور طبیعی وجود دارد؛ اما در جوامع بزرگ و گسترده که روابط اجتماعی در فاصله زمانی - مکانی بسیار دوری انجام می‌گیرد و افراد درگیر این روابط، کمتر با یکدیگر آشنایی چهره به چهره دارند، به اعتماد بسیار نیازمندند (طالقانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۲). گیدنز، اعتماد را به عنوان اطمینان از اعتمادپذیری اشخاص، یا اتکا بر کیفیت یا ویژگی یک شخص، و یا صحت عبارت و گفته‌ای توصیف می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۰: ۳۷). وی اعتماد را عامل احساس امنیت وجودی می‌داند که موجود انسانی منفرد را در نقل و انتقال‌ها، در بحران‌ها و در حال و هوایی آکنده از خطرهای احتمالی، قوت قلب می‌بخشد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۳). گیدنز اعتماد را از عناصر و مؤلفه‌های اصلی مدرنیته می‌داند و معتقد

1- Rose  
2- Putnam  
3- Bernard & William  
4- Gidenz



است چهار زمینه محلی اعتماد یعنی؛ خویشاوندی، اجتماع محلی، سنت و کیهان‌شناسی مذهبی بر فرهنگ‌های پیش از مدرن تسلط دارند؛ حال آنکه در دوران مدرن، اعتماد به نظام‌های انتزاعی و نمادها و نظام‌های کارشناسی، جای این نوع اعتماد را گرفته است (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۲۰).

گفتنی است که بسیاری از مکاتب یک ارتباط قوی بین اعتماد و دموکراسی در جامعه یافته‌اند. آنها می‌گویند اعتماد، نقش برجسته‌ای را در تعهد به دوام دموکراسی در عرصه‌های مختلف ایفا می‌کند؛ این مکاتب همچنین اعتماد را به‌عنوان منبع اجتماعی سودمند که وحدت و همکاری را برای کسب سود متقابل تسهیل می‌کند، در نظر می‌گیرند (لی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸: ۵۸۵). از سوی دیگر برخی مکاتب سرمایه‌ی اجتماعی هم معتقدند که، اعتماد تعمیم‌یافته، مردم را در پیوستن در انجمن‌های داوطلبانه و درگیر شدن در فعالیت‌های مدنی تشویق می‌کند (پارک و شین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳: ۱۸). به‌تصور کوک<sup>۳</sup> در دنیای بدون اعتماد، زندگی سخت و نظم اجتماعی شکسته می‌شود و نهادهایی که نوعاً مقررات و نظارت اجتماعی را در جامعه تولید و تقویت می‌کنند و شرایط سازمانی را برای همکاری در جامعه مهیا می‌سازند، باید برای برقراری نظم اجتماعی، عملکرد خود را به صورتی انعطاف‌ناپذیر اجرا کنند (کوک، ۲۰۰۱: ۵).

برای سنجش اعتماد در تحقیقات گوناگون از دو شاخص استفاده می‌شود:

الف) سطح فردی (ب) سطح اجتماعی، و برای انواع اعتماد نیز سه شکل عمده را نام برده‌اند:

**اعتماد بنیادی:** نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون که رفتار و اعمال ما را متأثر می‌سازد و موجب تقویت تفکری می‌گردد که افراد و امور جهان قابل اعتماد هستند و بر استمرار و ثبات آن صحنه می‌گذارد. اریکسون<sup>۴</sup> معتقد است که اعتماد بنیادی در مراحل اولیه زندگی انسان شکل می‌گیرد (درانی و رشیدی، ۱۳۸۷: ۱۳).

1- Lee  
2- Park & Shin  
3- Cook  
4. Erikson

اعتماد عام یا تعمیم یافته: اعتماد عام یا تعمیم یافته را می توان داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه، جدا از تعلق آنها به گروه های قومی و قبیله ای تعریف نمود. اعتماد تعمیم یافته تنها به افرادی که روابط رو در رو دارند، محدود نمی گردد؛ بلکه مرزهای خانوادگی، همسایگی، قومی و محلی را در می نوردد و در سطح ملی گسترش می یابد (طامیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۹).

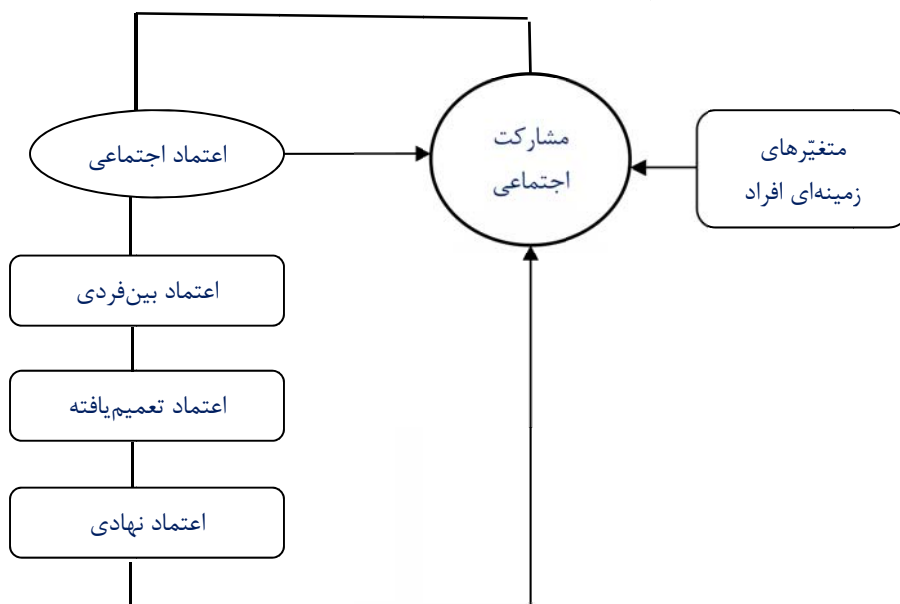
اعتماد بین شخصی: شکل دیگری از اعتماد است که در روابط چهره به چهره خود را نشان می دهد و در نوع شبکه ای که فرد در آن مشارکت دارد، به کار می رود. اعتماد بین شخصی، حوزه ای از تعاملات میان دوستان، خویشاوندان، همکاران، همسایگان و همچنین اعتماد میان رئیس و کارمند، معلم و شاگرد و پزشک و بیمار و ... را دربر می گیرد (درانی و رشیدی، ۱۳۸۷: ۱۳). در جامعه ای که مردم با هم نوعانشان تعامل دارند و در انجمن های داوطلبانه به یکدیگر می پیوندند و به طور جمعی در محیط عمومی فعالیت می کنند، اعتماد تعمیم یافته متداول است؛ در مقابل در جامعه ای که مردم تنها با اعضای گروه شان تعامل دارند، از زندگی مدنی دور می ماند و اعتماد بین شخصی مسلط می شود (پارک و شین، ۲۰۰۳: ۱۶).

کلاوس اوفه<sup>۱</sup> در مقاله خود با عنوان «چگونه می توان به شهروندان اعتماد داشت؟» می نویسد: اعتماد گمانه ای بر مبنای ارزیابی دیگران است که ممکن است اشتباه باشد. او معتقد است که از ترکیب دوگانه «توده نخبه» و «افقی - عمودی» چهار حوزه به دست می آید که روابط اعتماد در آن چهار حوزه خود را نشان می دهد: نخستین حوزه: اعتماد شهروندان به همشهریان خود است، حوزه دوم، اعتماد به نخبگان سیاسی یا نخبگان سایر بخش ها (از قبیل نمایندگان رسانه ها، پلیس، دادگاه، ارتش یا پزشکان)؛ و اعتماد نخبگان به یکدیگر و نخبگان دیگر بخش ها از قبیل نخبگان بخش های تجاری، کارگری، دینی، دانشگاهی، ارتشی و غیره سومین حوزه اعتماد را تشکیل می دهد و چهارمین حوزه، اعتماد سطوح بالا به سطوح پایین جامعه است که در آن نخبگان دربار G گرایش های رفتاری

1- Claus Offe



عناصر بخش‌های مختلف یا کل توده‌ها به باورهایی دست می‌یابند (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۰۷). با تأکید بر مبانی نظری مطرح شده، نهایتاً باید گفت که اعتماد و مشارکت که از عناصر سرمایه اجتماعی هستند، لازم و ملزوم یکدیگرند و اعتماد هرچه بیشتر (به ویژه در جوامع در حال توسعه) گسترش یابد، میزان مشارکت اجتماعی شهروندان نیز بالا می‌رود. گفتنی است اگر اعتماد در ابعاد سه‌گانه بین فردی، تعمیم یافته و به ویژه نهادی در میان شهروندان و مسئولان از میزان خوبی برخوردار باشد، قطعاً در تحقق مشارکت و گسترش همکاری‌های دوجانبه مردم و دولت نقش بسزایی خواهد داشت.



نمودار (۲). مدل تئوریک تحقیق

هانتینگتون<sup>۱</sup> و واینر<sup>۲</sup>، مشارکت را در قالب فرایند اثرگذاری شهروندان بر تصمیم‌گیری‌های دولت در نظر می‌گیرند (هانتینگتون و واینر، ۱۳۹۲: ۳). به نظر آن‌ها دو پارامتر تحرک اجتماعی و عضویت در انجمن‌ها و گروه‌های اجتماعی زمینه را برای بسط مشارکت اجتماعی فراهم می‌نمایند. با الهام و بهره‌گیری از رویکردهای نظری مطرح شده

1- Huntington  
2- Vyner

در این پژوهش، متغیر اعتماد اجتماعی در سطح اعتماد بین‌فردی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی به عنوان متغیر تأثیرگذار بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان یزدی در نظر گرفته شده است.

در بعد فرهنگی مشارکت، برای بررسی آن می‌توان به عوامل فرهنگی نظر داشت که صاحب‌نظرانی از جمله هابرماس، راپپورت<sup>۱</sup> و مک آیور<sup>۲</sup> چه مستقیم و چه غیرمستقیم به آن پرداخته‌اند. هابرماس معتقد است مذاکره، گفتگو و ... در افزایش مشارکت در جامعه و به تبع آن تشکیل جامعه مدنی نقش بسزایی دارد و آن را در قالب نظریه شهروندی گفتگویی، مطرح می‌کند. او راهبردهای فلسفه سیاسی‌اش را از طریق کاربرد اخلاق گفتگویی، عقلانیت بین‌ذهنی، کنش ارتباطی به شکل یک شهروند تعاملی، ارتباطی، تفاهمی، توافقی که تجلی آن شهروند گفتگویی است، صورت‌بندی می‌کند (منوچهری و نجاتی، ۱۳۸۵: ۱-۲). عقلانیت ارتباطی هابرماس در نهایت معطوف به اجماع و نظم و وفاق مشارکتی در جامعه است (منوچهری و نجاتی، ۱۳۸۵: ۲۰).

نظریه ساخت فرهنگی امس راپپورت نیز به نظم و وفاق در جامعه اشاره می‌کند و آن را حاصل عامل فرهنگی به ویژه اعتقادات مذهبی مردم می‌داند. او معتقد است که ذهن انسان به طبقه‌بندی پدیده‌ها پرداخته و به همه چیز نظم داده و مدلی آگاهانه برای محیط زیست خود به وجود می‌آورد. هر گاه این نظم با فعالیت‌ها سازگار شود و یکدیگر را تقویت نمایند، مفاهیم نهفته در نمادها، بارز شده و این سازگاری می‌تواند، ارتباطات اجتماعی به ویژه از نوع فرهنگی را میان مردم تقویت کند. در واقع او تأکید می‌کند که هر محیط، مجموعه‌ای از ارتباطات متقابل الگودار و آگاهانه است. به اعتقاد مک آیور در هر رفتار متقابل الگودار و آگاهانه از جمله مشارکت، یک فرایند دوگانه سازماندهی و انتخاب وجود دارد. از یک سو نظام ارزشی فرد، شبکه پیچیده فرهنگ متداول و شخصیت او، متوجه یک جهت و یک هدف ویژه می‌شود؛ از سوی دیگر بعضی جنبه‌های واقعیت بیرونی به طور

1. Rapaport
2. McIvor







انتخابی با ارزیابی کنترلی ارتباط می‌یابد و از دنیای عوامل بیرونی متمایز می‌شود. او می‌گوید انسان در جامعه دنباله‌رو یک ارزش نیست؛ بلکه از یک نظام ارزشی پیروی می‌کند (کوزر<sup>۱</sup> و روزنبرگ<sup>۲</sup>، ۱۳۷۸: ۲۳۹)، و این امر در امر مشارکت به ویژه از نوع فرهنگی دارای اهمیت است.

براساس مبانی و چهارچوب نظری تحقیق فرضیات ذیل قابل طرح است:  
- بین متغیرهای زمینه‌ای مانند (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت تحصیلات، وضعیت درآمد، وضعیت اشتغال) و میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی رابطه وجود دارد.

- بین میزان استفاده از رسانه‌ها و میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی رابطه وجود دارد.

- بین میزان اعتماد اجتماعی (اعتماد بین فردی یا شخصی، اعتماد تعمیم‌یافته و اعتماد نهادی) و میزان مشارکت اجتماعی فرهنگی شهروندان یزدی رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی

به لحاظ روش‌شناسی، پژوهش اخیر در زمره تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) و همبستگی محسوب می‌شود. در این پژوهش با توجه به اینکه به دنبال بررسی وضعیت میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی هستیم، پژوهش از نوع توصیفی محسوب می‌شود و از آنجا که رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته نیز مورد سنجش قرار می‌گیرد، از نوع همبستگی محسوب می‌شود.

لازم به ذکر است که نتایج این پژوهش به نحوی کاربردی است؛ زیرا با رصد وضع مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی و عوامل مؤثر بر آن، امکان دستیابی به شناخت کاملی از وضعیت موجود جامعه و مشاهده نقاط ضعف در میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی فراهم می‌شود. جامعه آماری این پژوهش شهروندان ناحیه یک شهر یزد در گروه سنی ۱۸ سال به بالا است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر

برآورد گردید. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. جهت گردآوری اطلاعات، از پرسشنامه استاندارد که روایی و اعتبار آن قبلاً در تحقیقات پیشین بررسی شده است، استفاده شد. در استخراج اطلاعات پرسشنامه این تحقیق از نرم‌افزار SPSS استفاده و در تجزیه و تحلیل اطلاعات از آماره‌های مرکزی (میانگین) و جداول توزیع فراوانی و آماره‌های استنباطی متناسب با سطح سنجش متغیرها (آزمون همبستگی پیرسون، تی مستقل و تحلیل واریانس) استفاده گردید.

در ادامه تلاش شده است تا متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش معرفی شود. در این پژوهش متغیرهای مستقل شامل سن، جنسیت، تأهل، وضعیت درآمد، اشتغال، سطح تحصیلات، اعتماد اجتماعی و بهره‌مندی از رسانه است و متغیر وابسته، مشارکت‌پذیری فرهنگی و اجتماعی است. مشارکت اجتماعی به معنای شرکت دوجانبه و متقابل افراد برای انجام یک کار است (نوابخش و دیگران، ۱۳۹۲) و مشارکت فرهنگی یعنی شرکت داوطلبانه و آگاهانه افراد، گروه‌ها و سازمان‌های تشکیل‌دهنده یک جامعه در ابعاد گوناگون زندگی فرهنگی آن جامعه، برای رسیدن به توسعه پایدار و همه‌جانبه زندگی فرهنگی (کوثری و حسینی، ۱۳۷۹: ۲۹).

در این پژوهش، مشارکت اجتماعی - فرهنگی هر یک در دو بعد رسمی و غیررسمی سنجیده شده است.



جدول ۱: آیتم‌های مربوط به ابعاد مشارکت اجتماعی- فرهنگی

ابعاد مشارکت		آیتم‌های مربوط به ابعاد مشارکت
مشارکت اجتماعی	بعد رسمی	مشارکت در فعالیت‌های مربوط به حفظ محیط زیست (پاکسازی کوهستان، و ...).
		مشارکت در انجمن‌های خیریه.
		مشارکت در انجمن‌های حمایتی مثل حمایت از حقوق زنان، سالمندان و ...
	غیررسمی	مشارکت در برنامه خرید چهره‌ها برای خانواده‌های نیازمند و کمک به فقرا.
		مشارکت در مراسم عزاداری و عروسی.
		مشارکت با همسایگان و یا مدیریت مجتمع مسکونی در امور عمومی بهداشت محل زندگی.
		مشارکت در پیگیری امور محله (آسفالت، روشنایی، فاضلاب، گاز و ...).
		مشارکت برای رفع و حل یک مشکل، با رادیو و تلویزیون و یا روزنامه محلی.
		مشارکت جهت حل مشکلات منطقه و تماس با مسئولین.
		مشارکت در جذب کودکان به کتابخوانی.
مشارکت فرهنگی	غیر رسمی	مشارکت و اهمیت دادن در کتابخوانی با اعضای خانواده.
		حمایت و خرید از تولیدات فرهنگی ایرانی (سی‌دی فیلم و سریال‌های ایرانی، نرم‌افزارو بازی‌های رایانه‌ای ایرانی).
		رفتن به مراکز فرهنگی مثل سینما و ...
		مشارکت در موضوع صلح‌رحم.
		مشارکت در احترام و رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی احترام.
		بهره‌مندی از برنامه‌های رسانه ملی (تلویزیون).
		مشارکت آموزش فعالیت‌های محیط زیستی به کودکان.
	بعد رسمی	عضویت و مشارکت در انجمن‌های علمی، فرهنگی و هنری.
		مشارکت در فعالیت‌های انجمن‌های اولیا و مربیان.
		مشارکت در طرح‌های کمک‌رسانی (ایتام، جشن نیکوکاری و ...).



همچنین در این پژوهش اعتماد اجتماعی در سه بعد، به شرح زیر مورد ارزیابی قرار گرفت:

اعتماد بین شخصی یا فردی: مبتنی بر روابط بین‌فردی است و به معنای اعتماد به افراد خانواده، خویشان، دوستان و همکاران و دیگر موارد مشابه است.

اعتماد تعمیم‌یافته: اعتماد به بیگانگان یا افراد کمتر آشنای اجتماع را شامل می‌شود.

اعتماد نهادی: بازگویی اطمینان افراد نسبت به عملکرد نهادها و گروه‌های اجتماعی است؛ به عبارتی نشان‌دهنده میزان اعتماد به نهادها، احزاب و سازمان‌ها و مسئولان اداره کشور است (نوابخش و دیگران، ۱۳۹۲).

جدول ۲: گویه‌های مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی

سطح اعتماد	گویه
اعتماد بین فردی یا بین شخصی	اگر کسی بخواهد در کارش با کسی شریک شود، بهتر است با قوم و فامیلش شریک شود تا با غریبه‌ای که حتی خیلی هم فرد درستی است.
	به همسایگانم اعتماد ندارم.
	در صورت نیاز از دوستانم کمک می‌گیرم.
	به اعضای خانواده خود اعتماد دارم.
اعتماد تعمیم یافته	شما موافقید که اغلب مردم می‌توانند مورد اعتماد واقع شوند.
	به تجربه به من ثابت شده که در رابطه‌ام با دیگران نباید اطلاعات زیادی از خودم به آن‌ها بدهم.
	همیشه با دیگران رک و پوست‌کنده حرف می‌زنم.
	همواره نسبت به دیگران احساس مسئولیت می‌کنم.
	در رابطه با دیگران همیشه صداقت و درستکاری دارم.
	به اطرافیان خود اعتماد دارم.
	در صورت نیاز، به دیگران کمک می‌کنم.
اعتماد نهادی	به گروه‌ها، تشکل‌ها و احزاب اعتماد دارم.
	به رسانه‌های همگانی اعتماد دارم.
	به نهادهای صنفی در جامعه اعتماد دارم.
	به عملکرد مسئولان حکومتی اعتماد دارم.

### یافته‌های تحقیق

در این تحقیق ۳۸۴ نفر از شهروندان شهر یزد مشارکت داشته‌اند که از این تعداد ۵۵/۵ درصد مردان و ۴۴/۵ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین ۷۵/۹ درصد از پاسخگویان در این پژوهش متأهل بوده‌اند، ۲۱/۶ درصد مجرد، ۱/۵ درصد مطلقه و ۱ درصد همسرشان فوت کرده است.

به لحاظ وضعیت تحصیلات ۱/۵ درصد از پاسخگویان در این پژوهش بی‌سواد بوده‌اند،





۳/۵ درصد؛ سواد خواندن و نوشتن داشته‌اند، ۱۶/۲ درصد؛ در سطح ابتدایی، ۱۲/۱ درصد؛ در سطح راهنمایی، ۲۹/۸ درصد؛ در سطح دیپلم، ۱۰/۱ درصد؛ فوق دیپلم، ۲۶/۳ درصد؛ در سطح تحصیلات تکمیلی (فوق لیسانس و دکتری) و ۰/۵ درصد در سطح حوزه بوده‌اند.

به لحاظ وضعیت فعالیت و اشتغال، ۳۹/۲ درصد از پاسخگویان در بخش خصوصی و دولتی مشغول به فعالیت هستند و ۶۰/۵ درصد بقیه به لحاظ فعالیت بدین شرح هستند: ۲/۹ درصد؛ بیکار، ۵۵/۸ درصد؛ خانه‌دار، ۱۵/۴ درصد؛ محصل، ۱/۹ درصد؛ دانشجو، ۱/۲۲ درصد؛ بازنشسته و ۱/۹ درصد سرباز هستند.

در این پژوهش، ۳۰/۲ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ قرار دارند، ۲۹/۶ درصد؛ در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۰/۶ درصد در گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۹/۶ درصد در گروه سنی ۵۱ تا ۶۴ سال قرار دارند.

نتایج مربوط به ادغام کلی گویه‌های مربوط به مشارکت اجتماعی و فرهنگی در امور مختلف در جدول ذیل، گزارش شده است. نتایج موجود نشان می‌دهد که سطح مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزد از سطح متوسط پایین‌تر است و در واقع آنها در امور فرهنگی و اجتماعی که در این پژوهش مورد سؤال قرار گرفت، کمتر مشارکت دارند.

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مشارکت اجتماعی - فرهنگی

متغیر	زیاد	متوسط	کم	اصلاً
مشارکت اجتماعی و فرهنگی	۱۸	۲۷/۵۱	۲۲/۶۹	۳۱/۸۰

براساس تفکیک نتایج حاصل شده در امور فرهنگی، دینی و اجتماعی، مشاهده می‌شود که یزدی‌ها بیشتر در امور دینی و مذهبی مشارکت بالایی دارند و پایین‌ترین درصد مشارکت در امور اجتماعی است.

جدول ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان در خصوص مشارکت در امور فرهنگی - اجتماعی و دینی به تفکیک

متغیر	زیاد	بعضی وقت‌ها	کم	اصلاً
مشارکت اجتماعی شهروندان یزدی	۹/۶	۲۴/۵	۲۵/۰۳	۴۰/۸۶
مشارکت فرهنگی شهروندان یزدی	۱۹	۲۶/۰۳	۲۳/۷۲	۳۱/۲۵
مشارکت دینی شهروندان یزدی	۲۵/۴۵	۳۲/۱۹	۱۹/۰۶	۲۳/۳

سنجش وضعیت مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی برحسب جنسیت و سن نشان می‌دهد که به لحاظ جنسیت، تفاوت معنی‌داری در میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی وجود دارد. همچنین بین دو متغیر مشارکت اجتماعی و فرهنگی و سن پاسخگویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. در واقع با افزایش سن افراد، میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی افراد بالا می‌رود و با کاهش سن افراد میزان مشارکت اجتماعی فرهنگی کاهش پیدا می‌کند.

جدول ۵: رابطه بین متغیرهای میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی و جنسیت و سن

متغیرها	مشارکت اجتماعی - فرهنگی		
	نام آزمون	مقدار آزمون	سطح معنی‌داری
جنسیت	آزمون تی مستقل	۲/۳۰۲	۰/۰۲۳
سن	همبستگی پیرسون	۰/۱۷۸	۰/۰۱۷

به منظور سنجش مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان برحسب متغیرهای وضعیت تأهل، وضعیت تحصیلات، وضعیت درآمد و وضعیت اشتغال، از آزمون تحلیل واریانس استفاده شد. نتایج در خصوص وضعیت تأهل، وضعیت درآمدی، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین گروه‌ها به لحاظ سطح مشارکت اجتماعی و فرهنگی وجود ندارد ( $P > 0/05$ ).



۱۲۳

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

جدول ۶: میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی برحسب وضعیت تأهل، تحصیلات، درآمد و اشتغال

مشارکت اجتماعی - فرهنگی			متغیرها
سطح معنی داری	مقدار آزمون	آزمون	
۰/۵۳۳	۰/۷۳۴	تحلیل واریانس	وضعیت تأهل
۰/۵۵۵	۰/۸۲۱		وضعیت تحصیلات
۰/۰۵۴	۲/۳۷۲		وضعیت درآمد
۰/۳۳۶	۱/۱۵۸		وضعیت اشتغال

بررسی رابطه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌ها و مشارکت اجتماعی و فرهنگی نشان داد که سطح معنی داری این دو متغیر برابر با ۰/۰۴۹ و کمتر از ۰/۰۵ است؛ در نتیجه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌ها و میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار ضریب همبستگی ۰/۱۴۴- است، می‌توان گفت که هر چقدر میزان استفاده از رسانه‌ها (به خصوص فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای) بیشتر است، سطح مشارکت اجتماعی پایین‌تر است و هرچه میزان استفاده از رسانه‌ها کمتر می‌شود، سطح مشارکت اجتماعی بالاتر می‌رود.

جدول ۷: رابطه بین میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی و استفاده از رسانه‌ها

میزان استفاده از رسانه‌ها		میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی
مقدار همبستگی پیرسون	-۰/۱۴۴	
سطح معنی داری	۰/۰۴۹	

آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سنجش رابطه بین میزان اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان نشان می‌دهد که سطح معنی داری در هر سه سطح اعتماد نهادی، تعمیم‌یافته و اعتماد بین فردی کمتر از ۰/۰۵ است و در نتیجه می‌توان ادعا کرد که بین میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی و سطح اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ به عبارت دیگر هرچقدر سطح اعتماد اجتماعی افزایش می‌یابد، میزان مشارکت اجتماعی فرهنگی نیز افزایش می‌یابد و برعکس.



۱۲۴

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

مطالعه جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی ...

جدول ۸: رابطه بین میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی و سطح اعتماد اجتماعی

اعتماد نهادی	اعتماد تعمیم یافته	اعتماد بین فردی	میزان مشارکت اجتماعی - فرهنگی
۰/۷۱	۰/۸۵	۰/۵۳	ضریب پیرسون
۰/۰۳۳	۰/۰۱۹	۰/۰۴۶	سطح معنی داری

برای مشخص کردن تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته پژوهش، یعنی مشارکت اجتماعی - فرهنگی، از روش رگرسیون مدل همزمان استفاده شده است. متغیرهای مستقلی که در مدل پژوهش آورده شده است، شامل؛ میزان استفاده از رسانه‌ها، سطح اعتماد بین فردی، اعتماد نهادی و اعتماد تعمیم یافته است که با متغیر مشارکت اجتماعی فرهنگی رابطه معنی داری داشتند.

همان طور که در جدول شماره (۹) مشاهده می شود، متغیر رسانه‌ای؛ با توجه به ضریب بتا استاندارد شده که معادل ۰/۲۵۳ است، می تواند به تنهایی ۰/۲۵ از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند. ضریب بتا در مورد متغیر سن برابر ۰/۲۰۸ است و ۰/۲۰ از تغییرات متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی به واسطه این متغیر قابل تبیین است. همچنین میزان تأثیر متغیر اعتماد بین فردی ۰/۱۱۱، متغیر اعتماد تعمیم یافته ۰/۰۰۵، و متغیر اعتماد نهادی ۰/۱۳۶ می باشد.

جدول شماره ۹: خروجی رگرسیون چندگانه تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته

Sig	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		Model
	Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۱۴	--	۶/۱۱۰	۱۵/۲۶۰	(Constant)
۰/۰۰۲	۰/۲۵۳	۰/۳۵۷	۱/۱۰۳	مصرف رسانه‌ای
۰/۰۱۳	۰/۲۰۸	۰/۰۷۲	۰/۱۸۲	سن
۰/۰۱۵	۰/۱۱۱	۰/۴۵۸	۰/۶۴۹	اعتماد بین فردی
۰/۰۹۵	۰/۰۰۵	۰/۲۹۰	۰/۰۱۶	اعتماد تعمیم یافته
۰/۰۰۸	۰/۱۳۶	۰/۲۳۴	۰/۴۱۰	اعتماد نهادی







یافته‌ها نشان داد ضریب همبستگی چندگانه (R) برابر با ۰/۳۱۹، ضریب تعیین مساوی با ۰/۱۰۲ و ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با ۰/۰۷۳ است. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در این مدل توانسته ۱۰/۲ درصد از تغییرات متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان شهر یزد را تبیین کنند و ۸۹/۸ درصد دیگر مربوط به عوامل دیگری است که در مدل مطرح نشده است.

### نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش گردید، ضمن سنجش میزان مشارکت‌پذیری شهروندان در ابعاد اجتماعی و فرهنگی، مهمترین عوامل مؤثر بر این موضوع نیز مورد بررسی قرار گیرد. نتایج مربوط به متغیر مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان یزدی نشان می‌دهد که ۱۸ درصد، دارای مشارکت زیاد هستند؛ ۲۷/۵۱ درصد؛ مشارکت متوسط دارند، ۲۲/۶۹ درصد؛ دارای مشارکت پایین، و ۳۱/۸۰ درصد اصلاً در امور اجتماعی - فرهنگی مشارکتی ندارند. نتایج حاصله نشان می‌دهد که سطح کلی مشارکت در شهر یزد متوسط رو به پایین است. به منظور بررسی دقیق‌تر این موضوع، بررسی سطح مشارکت در امور مختلف نشان داد که مشارکت یزدی‌ها در امور مذهبی نسبت به سایر مشارکت‌های اجتماعی و فرهنگی بالاتر است. در واقع، شهروندان شهر یزد نسبت به امور اجتماعی و فرهنگی دیگر چندان توجهی ندارند و این مسأله حتماً در وضعیت توسعه این شهر مؤثر است. تا زمانی که مردم نسبت به امور اجتماعی و فرهنگی بی‌تفاوت باشند، انتظار بهبودی در امور وجود نخواهد داشت و در نتیجه مردم همیشه احساس می‌کنند، تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سطح جامعه محلی نیز باید از بالا و از سوی مسئولین صورت گیرد؛ اما این انتظار وجود دارد که چرایی کمبود مشارکت اجتماعی و فرهنگی به عنوان یک مسأله مهم مورد شناسایی قرار گیرد.

مطالعه عوامل تأثیرگذار در موضوع مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان یزدی در این پژوهش نشان داد که که متغیرهای وضعیت تأهل، وضعیت درآمدی، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال، تأثیری بر سطح مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان یزدی ندارد. این در حالی است که خیلی از پژوهش‌های مرتبط با این حوزه نشان می‌دهد که این متغیرها



همیشه تأثیرگذار است. با افزایش سطح تحصیلات، بهتر شدن وضعیت معیشتی و درآمدی و تشکیل خانواده توسط جوانان، سطح مشارکت براساس اصول عقلی و علمی باید افزایش یابد؛ اما در شهر یزد این متغیرها دیگر بر سطح مشارکت تأثیرگذار نبوده است و این مسأله احتمالاً دلالت بر مسائل مختلفی دارد که شهروندان یزدی در سال‌های اخیر با آن روبرو بوده‌اند. افزایش فقر، گسترش نارضایتی اجتماعی، مسائل و مشکلات مختلف جوانان مانند بیکاری، ازدواج و ... و همچنین سایر مسائل اجتماعی دیگر در سطح جامعه که حتی اقشار پردرآمد را نیز تحت تأثیر قرار داده، به طور کلی بر وضعیت مشارکت گروه‌های مختلف تأثیرگذار بوده است و این مسأله در درازمدت به خصوص در مشارکت‌های سیاسی و افزایش حس نارضایتی شهروندان یزدی خود را نشان می‌دهد.

بررسی تأثیر متغیرهای مستقل این پژوهش نشان می‌دهد که دو متغیر کلیدی این پژوهش؛ یعنی اعتماد اجتماعی و میزان بهره‌مندی از رسانه‌ها، بر سطح مشارکت اجتماعی - فرهنگی شهروندان یزدی تأثیرگذار است. لازم به ذکر است که مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که، سطح اعتماد تعمیم‌یافته نسبت به اعتماد نهادی و فردی بیشتر است؛ همچنین سطح اعتماد نهادی نیز پایین است که حکایت از سطح پایین اعتماد در بین شهروندان یزدی است. اعتماد، مهمترین عاملی است که اعضای یک جامعه را به هم مربوط ساخته و در افزایش انسجام اجتماعی تأثیرگذار است. نتایج عملکرد نادرست مسئولین استان و کشور در امور مختلف نتیجه‌ای جز کاهش اعتماد شهروندان نسبت به نهادهای تصمیم‌گیر و تعمیم این بی‌اعتمادی به سایر امور نداشته است. کاهش اعتماد اجتماعی در درازمدت به شدت بنیان‌های جامعه را متزلزل خواهد ساخت و تار و پودهای اجتماعی را خواهد گسست.

با تأکید بر مبانی نظری مطرح شده در این پژوهش، باید گفت که اعتماد و مشارکت که از عناصر سرمایه‌ی اجتماعی هستند، لازم و ملزوم یکدیگرند و اعتماد هرچه بیشتر (به ویژه در جوامع در حال توسعه) گسترش یابد، میزان مشارکت اجتماعی شهروندان نیز بالا می‌رود. گفتنی است اگر اعتماد در ابعاد سه‌گانه بین‌فردی، تعمیم‌یافته و به ویژه نهادی در میان شهروندان و مسئولان از میزان خوبی برخوردار باشد، قطعاً در تحقق مشارکت و



گسترش همکاری‌های دوجانبه مردم و دولت نقش بسزایی خواهد داشت. به عقیده برخی صاحب‌نظران، اعتماد؛ مهمترین بعد سرمایه اجتماعی است و ابعاد دیگر را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی است و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. اعتماد، مبادلات را در زمینه‌های مختلف جامعه (شامل: اعتماد به خود، خانواده، دوستان، نهادهای رسمی و غیررسمی و همچنین مشاغل اجتماعی)، ممکن می‌سازد.

با توجه به آنچه در این پژوهش آمده است، میزان مشارکت اجتماعی در شهر یزد کاهش یافته و این ناشی از پایین آمدن سطح اعتماد اجتماعی است. همچنین رسانه‌ها در مشارکت اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذارند؛ بنابراین بزرگ‌نمایی و ارائه آمارهای غلط و نادرست در رسانه ملی که مورد توجه اکثریت اعضای جامعه است، به شدت در کاهش مشارکت مؤثر است. رسانه باید زبان مردم و نشان‌دهنده انتظارات و نیازهای اعضای جامعه، و وسیله‌ای برای نقد و ارزیابی عملکرد مسئولین و فضایی برای شفاف‌سازی اخبار و امور جامعه باشد. رسانه‌ای که نتواند به رفع انتظارات جامعه بپردازد، زمینه استفاده از رسانه‌های معتبرتری را فراهم ساخت و در کاهش مشارکت و گسترش بی‌اعتمادی در جامعه به شدت مؤثر خواهد بود.

### پیشنهادات

بر این اساس پیشنهادهایی به شرح ذیل که توسط برخی رویکردهای نظری که از سوی اصحاب علوم اجتماعی ارائه شده است، آورده می‌شود و در ادامه پیشنهادی ناشی از خروجی پژوهش ذکر می‌گردد. برخی از جامعه‌شناسان، راهکار افزایش اعتماد اجتماعی از طریق گروه‌های خرد و واسطه‌ای جامعه‌ای را پیشنهاد می‌دهند؛ به این معنا که مکان‌ها و موقعیت‌هایی که در آن اعتماد ایجاد و توسعه می‌یابد، شناسایی و تقویت شود. دیگر جامعه‌شناسان بر نقش سازمان‌های غیردولتی، در ایجاد اعتماد اجتماعی تأکید می‌ورزند؛ دیگرانی نیز بر نقش و تأثیر خانواده بر ایجاد اعتماد اجتماعی اشاره می‌نمایند و معتقدند که خانواده و رفتارهای اعضای آن، اعتماد اولیه را در افراد ایجاد و آن را به سایر سطوح

گروه‌ها و نهادهای جامعه گسترش می‌دهد.

جامعه‌شناسانی که بر پایه رویکرد کارکردگرایی به دین می‌نگرند، به تأثیر و نقش دین‌داری در اعتماد اجتماعی توجه می‌کنند. گروه دیگری از جامعه‌شناسان نیز بر خصوص تأثیر نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی بر اعتماد اجتماعی توجه کرده و معتقدند تا هنگامی که نابرابری‌های اجتماعی (توزیع نابرابر ثروت و فرصت‌های اجتماعی) در جامعه وجود دارد، نمی‌توان شاهد شکل‌گیری و توسعه اعتماد در جامعه بود. همان‌گونه که در نتایج پژوهش ملاحظه گردید، میزان اعتماد نهادی که شامل اعتماد به گروه‌ها، تشکّل‌ها و احزاب، رسانه‌های همگانی، نهادهای صنفی و عملکرد مسئولان بوده است، در سطح پایین است. شاید بتوان گفت که اعتماد نهادی، مهمترین بخش موضوع اعتماد اجتماعی است؛ مادامی که این موضوع در اذهان عمومی مرتفع نشود و مردم به مسئولین و احزاب و رسانه‌ها اعتماد کافی نداشته باشند، سطح اعتماد اجتماعی نیز پایین خواهد بود و این موضوعی است که نیازمند یاری جدی مسئولین و ولی‌نعمتان مردم است که لازم است با صدق گفتار و رفتار و کردار خود سطح اعتماد عمومی را افزایش دهند.

ارتباطات، عنصری حیاتی و مایه قوام جامعه است. ارتباط ناب، منوط به اعتماد متقابل است و اعتماد متقابل نیز به نوبه خود رابطه‌ای نزدیک با صمیمیت دارد. برای ایجاد اعتماد، شخص باید هم به دیگری اعتماد کند و هم خودش تا دست کم در محدوده رابطه مورد نظر، قابل اعتماد باشد. انسان‌ها اعتماد می‌کنند تا ارتباط برقرار کنند، ارتباط برقرار می‌کنند تا این باور در ذهنشان ریشه کند که بدون همکاری، مشارکت و همفکری کاری از پیش نخواهند برد. اعتماد، مهم‌ترین انگیزه‌ای است که افراد را به داشتن ارتباطات دوسویه یا چندسویه تشویق می‌کند. حتی بسیاری از اندیشمندان اجتماعی، اعتماد را حسی می‌دانند که منجر به تعاون و همکاری می‌شود و فقط در این حالت است که انسان در عین تفاوت‌ها، قادر به حل مشکلات خواهد بود.

گویر<sup>۱</sup>، اندیشمند اجتماعی، با هرگونه جداسازی بین دنیا و زندگی روزمره انسان با





۱۳۰

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

مطالعه جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی ...

زندگی رسمی مخالف است و عامل اتصال این دو جلوه از زندگی انسان را، اعتماد معرفی می‌کند. او اصل بنیادی در ارتباطات انسانی چه به صورت رسمی و چه به صورت غیررسمی را اعتماد می‌داند و آن را «قانون ارتباطات انسانی» نام می‌نهد. مهم‌تر اینکه، معنای دقیق اعتماد اجتماعی، آنجا که رنگی از باور به تأثیرات کنش دیگران، به خود می‌گیرد، می‌تواند نتیجه تعاملات اجتماعی موجود در گروه‌ها، انجمن‌ها و فعالیت‌های اجتماعی باشد. پروساک<sup>۱</sup>، دیگر نظریه‌پرداز اجتماعی با این تعبیر، پافشاری می‌کند که اگر این اعتماد از حد فردی به سطح اجتماعی انتقال یابد، به‌عنوان یک سرمایه با ارزش، تلقی می‌شود. همچنین این سرمایه موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تعاملات اجتماعی و اقتصادی و اقدامات مختلف می‌شود. با این تفاسیر، مهمترین پیشنهاد برای افزایش مشارکت اجتماعی - فرهنگی مردم، افزایش سطح میزان اعتماد اجتماعی در جامعه است. این اعتماد اجتماعی با استفاده از رسانه‌های سالم و مثبت می‌تواند افزایش پیدا کند و در نتیجه، با میانجی‌گری اعتماد اجتماعی با استفاده از ابزار رسانه‌ها، امکان افزایش آحاد جامعه در مشارکت اجتماعی فراهم خواهد گشت.



### منابع و مآخذ

- آوریده، سولماز و علمی، محمود (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی و فرهنگی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور (بررسی موردی پیام نور مرکز رشت)، **زن و مطالعات خانواده**، ۳ (۹): ۵۲-۳۵.
- اسداللهی، عبدالرحیم؛ حسین‌زاده، علی حسین؛ محسنی‌تیریزی، علیرضا و نبوی، عبدالحسین (۱۳۹۲). سبک زندگی شهری و مشارکت اجتماعی شهروندان سالمند اهوازی، یک پیمایش منطقه‌ای، **جامعه‌شناسی کاربردی**، ۲۴ (۴۹): ۱۶-۱.
- اوفه، کلاوس (۱۳۸۵). چگونه می‌توان به شهروندان اعتماد داشت؟، در: **سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه** (گردآوری کیان تاجبخش). تهران: شیرازه.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۸۰). اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، **نمایه پژوهش**، ۵ (۱۸): ۴۲-۹.



- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی** (ترجمه: مریم وتر). تهران: کویر.
- باقری بنجار، عبدالرضا و رحیمی، ماریا (۱۳۹۱). بررسی رابطه میزان احساس تعلق اجتماعی شهروندان با میزان مشارکت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آنان (شهروندان مناطق ۳ و ۱۲ شهر تهران)، **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، ۲ (۵): ۱۷۰-۱۴۳.
- بیرو، آلن (۱۳۶۶). **فرهنگ علوم اجتماعی** (ترجمه: باقر ساروخانی). تهران: کیهان.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). **دموکراسی و سنت‌های مدنی** (ترجمه: محمدتقی دلفروز). تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- پورجلی، ربابه و نجفی، هوشنگ (۱۳۹۱). بررسی میزان مشارکت اجتماعی و سیاسی شهروندان شهر تبریز و عوامل مؤثر بر آن، **مطالعات علوم اجتماعی ایران**، ۱۱ (۴۱): ۳۶-۲۲.
- دال، رابرت (۱۳۶۴). **تجزیه و تحلیل جدید سیاست** (ترجمه: حسین ظفریان). تهران: ظفریان.
- درائی، کمال و رشیدی، زهرا (۱۳۸۷). بررسی تعاریف، مفاهیم و چگونگی ایجاد سرمایه اجتماعی (با تأکید بر اعتماد اجتماعی)، **ماهنامه مهندسی فرهنگی**، ۲ (۱۸ و ۱۷): ۱۹-۸.
- دربندی، علیرضا (۱۳۸۵). بررسی رفتار و نگرش جمع‌گرایانه شهروندان تهرانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- درویش‌پور کاخکی، علی؛ عابدسعیدی، ژیلا و عباس‌زاده، عباس (۱۳۹۳). میزان مشارکت اجتماعی، موانع و عوامل مرتبط با آن در سالمندان شهر تهران، **مدیریت ارتقای سلامت**، ۳ (۴): ۷۳-۶۵.
- دشتی، عبدالله (۱۳۷۶). دیالکتیک انضباط و خودجوشی، نقش نظریه انقلابی ساندیست‌ها در فرهنگ سیاسی و مشارکت مردمی، **فرهنگ**، شماره ۲۳: ۱۹۰-۱۵۳.
- دهقان، علیرضا و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). تبیین مشارکت اجتماعی- فرهنگی دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران، **جامعه‌شناسی ایران**، ۶ (۱): ۹۸-۶۷.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۲). **سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی**. تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی و وزارت جهاد سازندگی.
- روشه، گی (۱۳۷۹). **تغییرات اجتماعی** (ترجمه: منصور وثوقی). تهران: نی.
- زاهد، سیدسعید و رجبی، ماهرخ (۱۳۸۷). عوامل مؤثر بر مشارکت فرهنگی زنان در استان فارس، **مطالعات اجتماعی ایران**، ۲ (۱): ۷۵-۵۵.
- شادی‌طلب، ژاله (۱۳۷۳). **توسعه عقب‌افتادگی زنان در ایران، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۱: ۱۶۸-۱۴.



- شیخ‌حسینی، غلامحسین و مهمان‌دوست، فهیمه (۱۳۸۹). نقش مشارکت اجتماعی و اقتصادی روستاییان در طرح‌های عمران روستایی (مطالعه موردی: دهستان نساء)، **جغرافیایی سرزمین**، ۷ (۲۸): ۱۲۴-۱۰۹.
- صفری‌شالی، رضا (۱۳۸۷). عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور مسائل خانوادگی و اجتماعی، **پژوهش زنان**، ۶ (۱): ۱۵۹-۱۳۷.
- طالقانی، غلامرضا؛ فرهنگی، علی‌اکبر و عابدی‌جعفری، عابد (۱۳۸۹). طراحی مدل عوامل مؤثر بر اعتماد شهروندان نسبت به مدیریت شهری، **مدیریت دولتی**، ۲ (۴): ۱۰۶-۸۹.
- طوسی، محمدعلی (۱۳۷۰). **مشارکت در مالکیت و مدیریت**، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- عبداللهی، حمیدرضا (۱۳۸۷). بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی (مطالعه موردی: روستای نیک‌نامه از توابع شهرستان شمیرانات)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- علوی‌تبار، علیرضا (۱۳۷۹). **بررسی الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها**، تهران: مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری.
- علیزاده، سمیه؛ محسنی، محبت؛ خانجانی، نرگس و مؤمن‌آبادی، ویکتوریا (۱۳۹۳). «همبستگی بین مشارکت اجتماعی زنان با کیفیت زندگی آنان در شهر کرمان»، **مدیریت ارتقای سلامت**، ۳ (۲): ۴۲-۳۴.
- کوثری، محمدرضا (۱۳۷۹). **مشارکت فرهنگی**. تهران: انتشارات آن.
- کوزر، لوئیس‌آلفرد و روزنبرگ، برنارد (۱۳۷۸). **نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی** (ترجمه: فرهنگ ارشاد). تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). **راه و رسم بازسازی سوسیال دموکراسی** (ترجمه: منوچهر صبوری). تهران: تیراژه.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). **پیامدهای مدرنیت** (ترجمه: محسن ثلاثی). تهران: مرکز.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا (۱۳۷۶). **بررسی راه‌های جلب مشارکت مردمی در برنامه‌های توسعه پایدار کشاورزی در روستاهای منطقه گرمسار**. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- مردوخی، بابیزید (۱۳۷۳). **مشارکت مردم در فرایند توسعه و طرحی برای سنجش میزان آن**، **اقتصاد کشاورزی و توسعه**، شماره ۶: ۸۴-۶۵.



۱۳۳

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

مطالعه جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی ...

- منوچهری، عباس، نجاتی‌حسینی، سید محمود (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه شهروندی گفت و گویی در فلسفه سیاسی هابرماس، **مطالعات جامعه‌شناختی**، شماره ۲۹: ۲۸-۱.
- نادری، احمد؛ شیرعلی، ابراهیم و قاسمی کفرودی، سجاد (۱۳۹۳) بررسی حس تعلق محله‌ای و نقش آن در مشارکت اجتماعی (نمونه موردی: محله نعمت‌آباد)، **مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، ۶ (۳): ۲۰-۷.
- نوابخش، مهرداد؛ رضایی، محمد و رحیمی، ماریا (۱۳۹۲). بررسی رابطه میزان اعتماد شهروندان با میزان مشارکت اجتماعی آنان (مطالعه موردی: شهر ایلام)، **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، ۴ (۱۰): ۱۷-۱.
- هانتینگتون، ساموئل و واینر، مایرون (۱۳۹۲). **درک توسعه سیاسی** (ترجمه: پژوهشکده مطالعات راهبردی)، چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- Cook, K.S (2001). *Trust in Society*, New York: Russell Sage.
- Judge, R (2003). "The difference that Gender makes" *Social Capital, Gender and Political Participation*, Eyewitness Robert. University of Manitoba.
- Kelly, C & Brenlinger, S (1996). *The Social Psychology of Collective Action*, London: Taylor and Francis.
- Lee, E (2008). *A social Resource Model of Political Participation, Mass Media Use, Social Capital, and Political Participation (Dissertation)*, Cornell University, UAS.
- Park, CH.M & Shin, D.C (2003). Social Capital and democratic citizenship: the case of south korea, *Working paper series*, 12: 1-39.
- Rahman, M (1993). *People Self – development*. London: cd books.
- Rose, R (1999). "Getting Things Done in an Anti-Modern Society: social capital Networks in Russia. *Social Capital Initiative*, 6: 71-147.





۱۳۴

سال دوم، شماره ۸  
زمستان ۱۳۹۹

مطالعه جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت‌پذیری اجتماعی و فرهنگی ...