

عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست‌جمهوری و مجلس؛ مطالعه موردی شهر تهران

* دکتر کاووس سیدامامی

** دکتر عبدالمطلب عبدالله

چکیده

مشارکت در انتخابات و رأی دادن از مؤلفه‌های اساسی رفتار سیاسی شهروندان محسوب می‌شود. این سؤال که علل و انگیزه‌های شهروندان برای مشارکت در انتخابات چیست، از مهم‌ترین موضوعات مورد مطالعه در جامعه‌شناسی سیاسی است. در مقاله حاضر بر اساس پیمایشی که در سطح تهران صورت گرفت، تأثیر برخی از مهم‌ترین «منابع اجتماعی» و «عوامل انگیزشی» بر مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات ریاست‌جمهوری و

* دانشیار دانشگاه امام صادق (ع) (kemami@hotmail.com)
** استادیار دانشگاه علامه طباطبائی (abdollah_ab@yahoo.com)

تاریخ پذیرش: 1389/1/29

تاریخ دریافت: 1388/11/10

پژوهشنامه علوم سیاسی، سال چهارم، شماره چهارم، پاییز 1388، صص 146-109.

مجلس شورای اسلامی بررسی شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد در جمعیت مورد مطالعه در تهران، انگیزه‌هایی چون تقویت انسجام ملی، پیروی از مقام رهبری، حمایت از نظام جمهوری اسلامی ایران و احساس تکلیف شرعی، رابطه معناداری با مشارکت انتخاباتی دارند. به عبارت دیگر، پاسخ‌دهندگانی که در بیشتر انتخابات رأی داده‌اند، انگیزه‌های مذکور را مهم‌ترین دلایل شرکت ذکر کرده‌اند.

از میان منابع اجتماعی مورد بررسی، «پابندی به انجام تکالیف شرعی»، «اعتماد سیاسی»، «علاقمندی به سیاست»، «مهارت‌های مشارکتی» و «احساس اثربخشی سیاسی» همبستگی معناداری با مشارکت انتخاباتی نشان می‌دهند. «منابعی» که در مضمون جامعه ایران، برخلاف بیشتر جوامع دیگر همبستگی معناداری با مشارکت در انتخابات نشان ندادند، تحصیلات و درآمد بود.

واژه‌های کلیدی: رأی دادن، رفتار انتخاباتی، انتخابات، مشارکت سیاسی، جمهوری اسلامی ایران

مقدمه

مشارکت در انتخابات یکی از اشکال مشارکت سیاسی است. از جمله دلایل مطالعه مشارکت انتخاباتی، بررسی علل و عوامل مؤثر بر حضور شهروندان در پای صندوق‌های رأی و راه‌های افزایش این حضور است. در مباحث مرتبط با تحلیل رفتار رأی‌دهندگان ذکر این نکته مهم است که اولاً چه عواملی مردم را به شرکت در انتخابات برمی‌انگیزند، ثانیاً در مباحث رفتارشناسی رأی‌دهندگان پرسش اصلی این است که چه عواملی سبب می‌شود رأی‌دهندگان به این تصمیم برسند که به حزب یا شخص خاصی رأی دهند. به عبارت دیگر در وهله نخست، اقدام به مشارکت انتخاباتی مورد بحث است و در وهله دوم محتوای مشارکت مورد نظر است. در پژوهش حاضر، هدف بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت در انتخابات است و لذا نوع انتخاب رأی‌دهندگان بر پایه گرایش‌های سیاسی نامزدها از موضوع این تحقیق خارج است.

رأی‌دهی و مشارکت در انتخابات آشکارترین نوع مشارکت سیاسی برای اغلب شهروندان در جوامع مردم‌سالار است. رأی دادن مؤثرترین و عملی‌ترین وسیله برای شهروندان است تا افکار و عقاید خود را در اداره امور عمومی و اجتماعی اعمال کنند. رأی‌گیری در واقع یک نوع سازوکار اجتماعی برای گردآوری و تشخیص گزینه‌ها و ارجحیت‌های اجتماعی است. اساسی‌ترین عملکرد مشارکت رأی‌دهی فرصت دادن برای جانشینی و انتقال مناصب و مسئولیت‌ها در جامعه است.⁽¹⁾

از آنجاکه میزان مشارکت شهروندان در انتخابات یکی از شاخص‌های میزان مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی در بسیاری از کشورهاست، حکومت‌ها بر حضور حداکثری مردم در انتخابات تأکید می‌کنند. حکومتی که بتواند بیشترین

مشارکت در انتخابات را جلب کند نه تنها در عرصه داخلی بلکه در عرصه بین‌المللی نیز می‌تواند از موضع مقتدرانه برخوردار باشد. مشارکت حداکثری مردم در انتخابات بستری برای اعتماد به نفس مسئولان سیاسی و منتخبان مردم فراهم می‌کند که بتوانند در اداره امور کشور، رأی مردم را پشتیبان تصمیم‌های خود بدانند. به همین دلیل کاهش مشارکت مردم در انتخابات یکی از مسائل اساسی دولت‌ها به شمار می‌رود. در دهه‌های اخیر روند کاهش مشارکت انتخاباتی به خصوص در میان جوانان در بسیاری از کشورها، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی، به یک مشکل جدی تبدیل شده است.⁽²⁾

با پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار نظام جمهوری اسلامی در ایران، مشارکت سیاسی در شکل شرکت در انتخابات بسیار مهم و حساس تلقی شد. از آنجاکه حضور گسترده و همه‌جانبه مردم در انتخابات به نقطه قوت نظام جمهوری اسلامی ایران در عرصه ملی و بین‌المللی بدل شده است، سیاست مخالفان به سوی کاهش مشارکت و سیاست نظام جمهوری اسلامی بر تشویق آحاد ملت برای مشارکت در انتخابات بوده است. در سه دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در مجموع دو همه‌پرسی، ده دوره انتخابات ریاست جمهوری، نه دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، چهار دوره انتخابات مجلس خبرگان رهبری و سه دوره انتخابات شوراهای شهر و روستا برگزار شده است. ویژگی مهم این انتخابات مشارکت بالای پنجاه درصدی رأی‌دهندگان است؛ هرچند این میزان در انتخابات مختلف دارای فراز و نشیب بوده است. مشارکت بالای مردم در همه‌پرسی نظام جمهوری اسلامی 1358، هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در خرداد 1376 و دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در خرداد 1388 و کاهش مشارکت رأی‌دهی در جریان برگزاری انتخابات هفتمین دوره مجلس و نیز انتخابات شوراهای شهر و روستا در اسفند 1381، علاوه بر تغییر در گرایش‌های سیاسی و اجتماعی رأی‌دهندگان، مطالعه و بررسی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت رأی‌دهندگان در انتخابات نظام جمهوری اسلامی را به یک موضوع حساس در جامعه‌شناسی سیاسی ایران بدل کرده است. انباشت اطلاعات درباره رفتارهای رأی‌دهی شهروندان در ایران بسیار محدود است. اغلب مطالعات تجربی و کاربردی در خصوص مشارکت انتخاباتی و رفتار

رای‌دهی توسط مؤسسات دولتی صورت می‌گیرد و این‌گونه مراکز در انتشار نتایج حاصله، ملاحظات سازمانی و طبقه‌بندی اطلاعاتی دارند و داده‌های به‌دست‌آمده از پژوهش‌های خود را در اختیار سایر پژوهشگران قرار نمی‌دهند. برخی دیگر از پژوهش‌ها در این حوزه صرفاً محدود به یک دوره خاص انتخاباتی است و چندان امکان تعمیم نمی‌دهد. طیف دیگری از مطالعات غیرتجربی و معطوف به مباحث نظری یا گمانه‌زنی‌های نویسندگان است و از اعتبار لازم برای استناد برخوردار نیست. در این مقاله پس از مرور برخی از مطالعات پیشین درباره مشارکت در انتخابات، مهم‌ترین نتایج پیمایشی که به منظور بررسی نقش عوامل انگیزشی و منابع اجتماعی در انتخابات ریاست جمهوری و انتخابات مجلس شورای اسلامی در میان نمونه‌ای معرّف از واجدان شرایط رای‌دهی در تهران در اسفند ماه 1387 صورت گرفته است، ارائه خواهد شد.

پیشینه تحقیق

مطالعه رفتار انتخاباتی در ایران سابقه طولانی ندارد و به دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی و تشکیل نظام جمهوری اسلامی محدود می‌شود. در دوره اولیه انقلاب، در شرایط انقلابی دهه 60 و شرایط ناشی از انقلاب فرهنگی و تعطیلی دانشگاه‌ها و جنگ، توجه خاصی به مطالعه در حوزه رفتار رای‌دهی نشد و تنها از نیمه دوم دهه 1370 و به‌خصوص از دهه 1380 با تشکیل مراکزی چون مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) برخی مطالعات در این حوزه صورت گرفت که بخش قابل توجهی از آنها نیز به دلایل اداری در دسترس پژوهشگران قرار ندارد. در مطالعه‌ای که توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) با عنوان «بررسی نگرش و رفتار انتخاباتی مردم تهران» در آستانه انتخابات هفتم مجلس در سال 1382 در شهر تهران با اندازه نمونه 1291 نفر صورت گرفت، پاسخ‌دهندگان تهرانی علل و انگیزه‌های زیر را برای شرکت خود در انتخابات اعلام داشتند: تأثیرگذاری بر سیاست‌های نظام و سرنوشت خود، وظیفه شرعی، پابندی به نظام اسلامی، و دفاع از نظام جمهوری اسلامی در مقابل تهدیدهای خارجی.⁽³⁾

در نظرسنجی به‌عمل‌آمده برای مرکز پژوهش‌های مجلس با عنوان «نظرسنجی

انتخابات هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در میان دانشجویان دانشگاه‌های تهران» که در سال 1386 با اندازه نمونه 604 نفر از میان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی در سطح تهران انجام شد، دلایل پاسخ‌دهندگان برای شرکت در هشتمین دوره انتخابات مجلس سؤال شد. مهم‌ترین انگیزه پاسخ‌دهندگان برای شرکت در انتخابات مذکور به ترتیب عبارت بود از: مشارکت در سرنوشت کشور و تأثیر رأی من در تصمیمات کلان کشور (33/94 درصد)، عمل به وظیفه ملی (32/45 درصد)، عمل به وظیفه دینی و شرعی (27/15 درصد).⁽⁴⁾

در یک نظرسنجی که پیش از دهمین انتخابات ریاست‌جمهوری در سطح ملی انجام شد 90/1 درصد پاسخ‌دهندگان عامل «احساس وظیفه ملی»، 88/7 درصد «مشارکت در تصمیم‌گیری برای آینده کشور»، 71/9 درصد «احساس وظیفه دینی»، 66/8 درصد «مقابله با تهدیدات و تبلیغات خارجی»، و 63/5 درصد «تبعیت از مقام معظم رهبری» را در حد «خیلی زیاد و زیاد» در شرکت خود در انتخابات مؤثر دانستند.⁽⁵⁾

علی دارابی در تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان ایرانی در نهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری، عواملی چون فرهنگ سیاسی، شبکه‌های اجتماعی، فضای گفتمانی و ویژگی شخصیتی کاندیدای ریاست‌جمهوری را بر رفتار رأی‌دهی شهروندان مؤثر می‌داند.⁽⁶⁾ وی معتقد است فرهنگ سیاسی ایران معاصر ترکیبی از آمریت و تابعیت در عصر پهلوی و ترکیبی از تابعیت و مشارکت در جمهوری اسلامی است. مؤلفه‌هایی چون نظریه توطئه، بی‌اعتمادی سیاسی، بدبینی عمومی و عدم تساهل در فرهنگ سیاسی ایران معاصر به‌ویژه بارفتار رأی‌دهی شهروندان ارتباط می‌یابند. از عوامل مؤثر دیگر بر رفتار رأی‌دهندگان نقش «شبکه‌های اجتماعی» از جمله روحانیت و نهادهای وابسته به آن، هیئت‌های مذهبی، دانشجویان و تشکل‌های دانشجویی، مشاوران جوان و احزاب و تشکل‌های سیاسی را می‌توان نام می‌برد.⁽⁷⁾ وی استفاده از فضای گفتمانی در نقد و نفی گفتمان‌های دولت‌های گذشته، بومی‌سازی، و همگرایی با گفتمان مسلط جامعه همچنین ویژگی‌های شخصیتی کاندیدای ریاست‌جمهوری را از دیگر عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهی شهروندان برمی‌شمارد.⁽⁸⁾ ایشان در این کتاب شواهد تجربی را در تأیید

ادعاهای خود ارائه نمی‌دهند و لذا مباحث مورد ادعای ایشان گمانه‌زنانه باقی می‌ماند.

محمد گلابچی رفتار انتخاباتی را مؤلفه‌ای دو بُعدی متأثر از چگونگی سلوک نامزدها و روش انتخاباتی رأی‌دهندگان و تعاملات آن دو می‌داند. وی نقش پندارهای انتخاب‌کنندگان را عامل مهمی در تبیین رفتار رأی‌دهندگان می‌داند. این پندارها چون معلول ساختارهای محیطی است، کارکردهایشان در طول زمان فرق خواهد کرد. بدین سان طبیعی است که در دوره‌های گوناگون انتخابات نتایج متفاوتی بروز کند. آنچه در انتخابات شوراها، اسلامی شهر و روستا، مجلس هفتم و انتخابات نهم ریاست جمهوری رخ داد شگفت‌انگیز نبود، بلکه تغییر در عملکرد رأی‌دهندگان برآیند دگرگونی در پندارهای آنان و بر پایه آن روشی بود که برای رأی دادن در شرایط جدید برگزیده بودند. بر این پایه، شیوه رأی‌دهی انتخاب‌کنندگان بیشتر متأثر از ویژگی‌های ساختاری چون نهادینه نبودن تحزب، سطح پایین تجهیز شناختی، هم‌سنگ نبودن نهادهای اجتماعی، توسعه شتابان پس از وقفه‌ای انقلابی در توسعه شتابان پیشین، وجود پارادایم‌های گوناگون در اداره سیاست، اقتصاد، فرهنگ و در مجموع جامعه و شدت گرفتن تعارض‌های هنجاری و گسترش ابعاد آن به حوزه اصلی و فرعی جامعه است. در چنین فضایی باورها و عقاید سیاسی رأی‌دهندگان بر حسب احزاب سیاسی و مواضع آنها قطبی نمی‌شود و رفتار رأی‌دهی در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد. ذهن، نیت و رفتار سیاسی رأی‌دهنده که باید به طور طبیعی متأثر از فشارهای گروهی و دلبستگی‌های جناحی باشد تا بدون توسل به ابزارها و مهارت‌ها و اطلاعات سیاسی تنها به وفاداری‌های گروهی و حزبی پناه ببرد و بر اساس آن رأی دهد، تغییر جهت می‌دهد و او بر مبنای پندارهای تازه که زاینده تغییرات و تحولات اجتماعی تازه است، دست به انتخاب می‌زند.⁽⁹⁾

نتایج پژوهشی که در تیرماه 1384 و با اندازه نمونه‌ای بالغ بر 1262 نفر در سطح 22 منطقه شهر تهران توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) انجام شد نشانگر آن بود که گفتمان عدالت اجتماعی و ویژگی‌های شخصی و صفات منتسب به سبک مدیریتی آقای احمدی‌نژاد در بین گروه زیادی از مردم پذیرفته شد و

اصلی‌ترین دلیل رأی دادن به وی بود.⁽¹⁰⁾ در پژوهشی دیگر که به منظور بررسی نظرات 4738 نفر از شهروندان کشور در 10 مرکز استان، شهر تهران و کرج در خرداد ماه 1384 توسط همین مرکز انجام شد، اعتماد به مسئولان، احساس پاسخ‌گو بودن نظام سیاسی، اعتماد به دستگاه‌های نظام سیاسی و مشروعیت، بر میزان تمایل مردم به رأی دادن تأثیر داشتند.⁽¹¹⁾ در پژوهش ملی دیگری با نمونه‌ای 15370 نفره از شهروندان کشور در 30 مرکز استان، ابعاد مختلف نگرش‌های افراد درباره وضعیت جاری کشور سنجیده شد و نیز شرکت آنان در نهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری مورد پرسش قرار گرفت. هدف اصلی پژوهش، شناخت میزان مشارکت مردم در انتخابات و بررسی دلایل مشارکت یا عدم مشارکت آنها بود. بر اساس نتایج این تحقیق، مشارکت زمانی رخ می‌دهد که افراد از عملکرد نظام رضایت داشته باشند، آگاهی سیاسی داشته باشند، احساس کارآمدی سیاسی کنند، به آینده امیدوار باشند، برای نظام مشروعیت قائل باشند، عدالت‌رویه‌ای را احساس کنند و از زندگی خود رضایت داشته باشند.⁽¹²⁾

در گزارش «بررسی میزان مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات مجلس هفتم» به بررسی برخی عوامل و موانع مشارکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی اشاره شده است. عمده‌ترین دلیل شرکت نکردن در انتخابات ناامیدی از وضع موجود است. این ناامیدی بیش از آنکه به عوامل خارجی نظیر تأثیر تلویزیون‌های ماهواره‌ای یا توطئه خارجی‌ها نسبت داده شود، ناشی از عملکرد نظام در داخل است. داده‌ها نشان می‌دهند که اولاً تعداد کمی از مردم از تلویزیون‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند (نزدیک به 15 درصد). استفاده از اینترنت نیز فاقد تأثیر بر جهت‌گیری و نگرش سیاسی مردم است. ثانیاً، میزان اعتماد مردم به منابع اطلاعاتی خارجی بسیار کم است. درست است که با بالا رفتن تحصیلات و درآمد، میزان اعتماد با ضریب همبستگی کم افزایش می‌یابد، اما در کل، منابع اطلاعاتی خارجی در آخرین رده از میزان اعتماد مردم قرار دارند.

مردم تجربه انتخابات گذشته را مثبت ارزیابی نمی‌کنند. داده‌ها نشان می‌دهند مردم بهبود اوضاع اقتصادی و معیشتی را وظیفه هر دولتی می‌دانند و هیچ گروه اجتماعی و اقتصادی و جمعیت‌شناختی‌ای نیست که اولویت کمتر یا بیشتری برای

این خواسته نسبت به سایر گروه‌ها قائل باشد. به عبارتی، مردم اصلاً فکر نمی‌کنند مجلسی که چنین کاری را در اولویت قرار دهد کار خارق‌العاده‌ای انجام داده است. نخستین اولویت ابرازشده از سوی مردم، رعایت حقوق بشر است. پس از آن، «بهبود اوضاع اقتصادی» و در اولویت سوم احقاق حقوق زنان قرار گرفته است.⁽¹³⁾

بررسی نگرش و رفتار انتخاباتی و نظرات مردم تهران در آستانه انتخابات هفتمین دوره مجلس شورای اسلامی موضوع پژوهش دیگری است. این پژوهش نشان داد هرچه افراد بیشتر درباره انتخابات بحث کنند و در جریان اخبار انتخابات قرار گیرند، احتمال مشارکت آنها در انتخابات افزایش می‌یابد. به این اعتبار، هرگونه مسکوت گذاردن اخبار انتخابات از سوی رسانه‌ها سبب کاهش مشارکت خواهد شد. در این میان صدا و سیما بیش از هر رسانه‌ای اهمیت دارد زیرا بیش از 80 درصد مردم اخبار مربوط به انتخابات را از طریق این رسانه دنبال می‌کنند و سهم رسانه‌های دیگر در این خصوص بسیار اندک است. بر اساس یافته‌های این تحقیق احتمال شرکت مردم در انتخابات به شدت تحت تأثیر برآورد آنها از میزان مشارکت دیگران در انتخابات است. گرم شدن فضای انتخابات می‌تواند تصور افراد از میزان مشارکت دیگران در انتخابات را بالا ببرد. مشارکت مردم در انتخابات به شدت متأثر از ارزیابی ایشان از عملکرد مجلس ششم و قوای سه‌گانه است. به علاوه، امید ایشان به حل مشکلات از طریق مجلس هفتم نیز می‌تواند احتمال مشارکت را افزایش دهد. با توجه به پاسخ‌های افراد نمونه در این تحقیق، عملکرد شورای نگهبان در زمینه تنگ کردن دایره تنوع کاندیداها بر مشارکت مردم تأثیر منفی گذاشته است.⁽¹⁴⁾

در گزارش دیگری برای سنجش میزان مشارکت سیاسی در انتخابات مجلس هفتم که توسط ایسپا انجام شد هرچه افراد تحصیل‌کرده‌تر شده‌اند، میل آنها به مشارکت در انتخابات کاهش یافته است. این یافته برخلاف روند معمول در جهان است. نظریه‌های مشارکت سیاسی حکایت از آن می‌کنند که تحصیل‌کرده‌تر شدن به معنای یاد گرفتن مهارت‌های سیاسی بیشتر و میل به مشارکت سیاسی بیشتر است.⁽¹⁵⁾

مفاهیم مشارکت سیاسی و مشارکت در انتخابات

مشارکت در انتخابات از انواع مشارکت سیاسی متعارف است که در چهارچوب قوانین و مقررات رسمی یک کشور انجام می‌پذیرد. مشارکت سیاسی از مفاهیمی است که مصادیق آن گوناگون و از نظر مرتبه و میزان صرف وقت و هزینه انواع فراوانی دارد.⁽¹⁶⁾ مایکل راش مشارکت سیاسی را درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی از رأی دادن تا داشتن مقام رسمی سیاسی در نظر می‌گیرد.⁽¹⁷⁾ مایرون وینر مشارکت سیاسی را عبارت از هرگونه عمل داوطلبانه موفق یا ناموفق، سازمان‌یافته یا بدون سازمان، دوره‌ای یا مستمر، شامل به‌کارگیری روش‌های قانونی یا غیر قانونی می‌داند که بر انتخاب سیاست‌های عمومی، اداره امور عمومی و انتخاب رهبران سیاسی در هر سطحی از حکومت محلی یا ملی تأثیرگذار است.⁽¹⁸⁾ دائرةالمعارف بین‌المللی علوم اجتماعی، مشارکت سیاسی را فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیرمستقیم در سیاست‌گذاری عمومی تعریف می‌کند.⁽¹⁹⁾ به نظر ساموئل هانتینگتون مشارکت سیاسی کوشش‌های شهروندان عادی برای تأثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی است. وی تلاش‌های مردم عادی در هر نوع نظام سیاسی جهت نفوذ بر کار حاکمان و تغییر رفتار آنان را از وجوه مشارکت سیاسی می‌داند.⁽²⁰⁾ میلبراث مشارکت سیاسی را رفتاری می‌داند که هدف از آن اثرگذاری یا قصد اثرگذاری بر امور حکومتی است. *الن دوبنوا* مشارکت سیاسی را اساس دموکراسی معرفی می‌کند. از نظر وی دموکراسی چیزی نیست جز یک قالب سیاسی که در آن اکثر مردم می‌توانند در امور عامه شرکت جویند.⁽²¹⁾

در هر صورت باید توجه داشت که: (1) مشارکت سیاسی نوعی کنش یا فعالیت است و لذا علاقه به سیاست یا پیگیری اخبار سیاسی را نمی‌توان نوعی مشارکت سیاسی به شمار آورد، (2) مشارکت سیاسی محدود به شرکت در انتخابات یا برخی اشکال متعارف نمی‌شود، (3) منظور از مشارکت سیاسی رفتار شهروندان و نه فعالیت سیاست‌مداران یا مسئولان حکومتی است و (4) مشارکت سیاسی در اصل عملی داوطلبانه است ولو اینکه فرد به شدت تحت تأثیر برخی تلقین‌های ایدئولوژیکی یا باورهای مذهبی باشد.⁽²²⁾

مشارکت رأی‌دهی به معنای شرکت در هرگونه انتخابات و رأی دادن در آن به کار می‌رود. رأی دادن عملی تشریفاتی و حقوقی است که شهروندان با انجام آن طبق ضوابط و شرایط قانونی، به گزینش نماینده یا نمایندگان خود می‌پردازند. رأی‌دهنده با این عمل حقوقی در اداره امور سیاسی جامعه خود مشارکت می‌کند.⁽²³⁾ در توضیح اینکه چه کسی مشارکت می‌کند و عوامل مشارکت چیست نظریه‌های مختلفی بیان شده است. بر اساس «مدل مبنای»¹ وریا و نای، خصوصیت‌های فردی مثل جنس، سن و قومیت و «منابع اجتماعی» رأی‌دهنده یعنی توانایی‌های اکتسابی او در جامعه از جمله تحصیلات، درآمد و موقعیت شغلی نقش مهمی در تمایل او به شرکت در پای صندوق‌های رأی‌گیری ایفا می‌کنند. میلبراث معتقد است افرادی که سیاست‌ها و برنامه‌های حکومت را مرتبط با علائق و منافع خود می‌دانند و همچنین معتقدند اعمال آنها به طور انفرادی یا جمعی می‌تواند بر تصمیمات حکومت اثر بگذارد، تلاش خواهند کرد چنین اثری بگذارند، مگر اینکه ویژگی‌های ساختار نظام سیاسی مانع آنها شود. تحصیلات عالی، منزلت اجتماعی و درآمد اقتصادی بالاتر، راهی به سیاست تلقی می‌شود. از نظر وی، افرادی که مدت زمان طولانی مقیم یک جامعه هستند و اموال و املاک دارند، در سازمان‌های داوطلبانه مختلف عضویت و فعالیت دارند، نه چندان پیر و نه آن‌چنان جوان هستند، عضویت گروه‌های اقلیت را ندارند و کاملاً با آن جامعه آمیخته و هماهنگ شده‌اند، تمایل بیشتری به فعالیت سیاسی دارند. وی همچنین معتقد است مردان فعال‌تر از زنان هستند.⁽²⁴⁾

از نیمه دوم قرن بیستم پژوهشگران رفتار سیاسی کوشیده‌اند علل و انگیزه‌های مشارکت سیاسی و به‌خصوص مشارکت انتخاباتی را مورد بررسی قرار دهند. توجه به این نکته ضرورت دارد که عوامل متعددی در مشارکت سیاسی به طور عام و مشارکت در انتخابات به طور خاص دخالت دارند و ارائه یک نظریه جامع برای تبیین مشارکت سیاسی یا در سطح محدودتر، مشارکت انتخاباتی اصولاً امکان‌پذیر نیست و اغلب نظریه‌پردازی‌ها در قالب نظریه‌های میان‌بردی که رابطه متغیر خاصی را با مشارکت سیاسی (یا مشارکت انتخاباتی) به آزمون می‌گذارند، صورت گرفته

است اما به لحاظ تحلیلی می‌توان دو رویکرد کلی را بر پایه برخی تفاوت‌های روش‌شناختی از یکدیگر تفکیک کرد: رویکرد جامعه‌شناختی و رویکرد روان‌شناختی.

رویکرد جامعه‌شناختی در تبیین مشارکت سیاسی

نظریه‌های جامعه‌شناختی مشارکت سیاسی، برخلاف نظریه‌های روان‌شناسانه که بر سطح تحلیل فردی توجه دارند، مبنای تحلیل را عوامل یا ساختارهای اجتماعی در نظر می‌گیرند. آلموند و پاول معتقدند ساختارهای سیاسی بسترهای انجام فعالیت‌های سیاسی افرادند. امروزه شهروندان تحت پوشش شبکه‌هایی از مقررات قرار دارند. در واقع، همه نقش‌های عمده اجتماعی و اقتصادی در جوامع امروزی به نحوی با مقررات حکومتی در ارتباط است. لذا مشارکت شهروندان بیانگر نحوه بهره‌برداری شهروندان واجد شرایط مشارکتی از فرصت‌هایی است که حکومت‌ها در اختیار آنها قرار می‌دهند.⁽²⁵⁾

از نظر شرایطی که دولت‌ها برای مشارکت شهروندانشان در امور سیاسی فراهم می‌کنند آنها را می‌توان به انواع مختلف طبقه‌بندی کرد. بر پایه یکی از معمول‌ترین طبقه‌بندی‌ها، دولت‌ها به سه نوع دموکراتیک یا مردم‌سالار، اقتدارگرا، و تمامیت‌خواه یا توتالیتر تقسیم می‌شوند. البته هریک از این دولت‌ها نیز خود دارای انواعی هستند. هر سه نوع دولت به مشارکت سیاسی مردم اهمیت می‌دهند اما هریک با دید خاصی به آن می‌نگرند. حکومت‌های اقتدارگرا برای حفظ مشروعیت خود سعی می‌کنند مردم را به مشارکت‌های نمادین مانند رأی دادن به کسانی که خود تعیین کرده‌اند، ترغیب و حتی وادار کنند. در حکومت‌های توتالیتر نیز که معمولاً یک حزب حاکم همه قدرت سیاسی را کنترل می‌کند و بر همه فعالیت‌های شهروندان نظارت دارد سعی می‌شود تا مردم به بعضی از مشارکت‌های سیاسی مانند رأی دادن‌های صوری ترغیب شوند.

معمولاً در این کشورها به علت فشار سیاسی و کنترل سیاسی شدید میزان رأی دادن بالاست؛ اما هیچ‌یک از این دو نوع نظام سیاسی خواهان مشارکت سیاسی واقعی، آزادانه و آگاهانه مردم نیستند بلکه تنها اشکال کنترل‌شده‌ای از مشارکت

سیاسی را مطلوب می‌دانند؛⁽²⁶⁾ بنابراین یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم نوع نظام سیاسی و ساختارهای مشارکتی موجود در آن است که موقعیت‌های مشارکت را برای افراد فراهم می‌آورد.⁽²⁷⁾ از سوی دیگر، در برخی دیدگاه‌های جامعه‌شناختی ساختار نظام حزبی، نوع نظام انتخاباتی موجود در کشورها، میزان رقابت واقعی میان احزاب و نیروهای سیاسی و عوامل ساختاری دیگر برای تبیین مشارکت سیاسی و انتخاباتی شهروندان مورد تأکید قرار می‌گیرند. بر پایه این‌گونه عوامل اجتماعی و ساختاری است که برخی تحلیلگران نتیجه گرفته‌اند تفاوت در مشارکت کشور به کشور است تا فرد به فرد. اینکه فرد ثروتمند است یا فقیر، باسواد است یا بی‌سواد، به سیاست علاقه دارد یا نه، هیچ‌کدام به اندازه اینکه شخص استرالیایی است یا امریکایی اهمیت ندارد. این گروه از دانشمندان علم سیاست معتقدند اگر بخواهیم میزان مشارکت را افزایش دهیم راه آن افزایش سطح سواد نیست. به عنوان مثال اگر همه افراد در امریکا مدرک دانشگاهی داشته باشند الزاماً در انتخابات مشارکت بیشتری نخواهند داشت؛ هرچند متغیرهای فردی چون سطح تحصیلات، علاقه به سیاست و غیره در میزان مشارکت و در تفاوت‌های موجود میان افراد دخیل باشد.⁽²⁸⁾

در پاره‌ای از تبیین‌های جامعه‌شناختی دیگر سطح نوسازی و توسعه جامعه مبنای تحلیل مشارکت سیاسی قرار می‌گیرد. به اعتقاد برخی تحلیلگران از جمله دانیل لرنر، آلکس اینکلز و دیوید اچ اسمیت مشارکت سیاسی و اجتماعی نیازمند شکل‌گیری شخصیت و انسان نوگراست. از نظر ایشان مشارکت فعال در حوزه اجتماعی و سیاسی مستلزم شکل‌گیری شخصیتی نوگرا و انسان نوین است. انسان سستی همواره در وضع موجود و تداوم آن اظهار رضایت می‌کند و به هرگونه تغییر با دیده تردید می‌نگرد و به توانایی‌های خود برای ایجاد تغییرهای مطلوب اعتمادی ندارد. در مقابل، در انسان نوگرا نگرش‌هایی وجود دارد که او را ترغیب به شرکت و مداخله در امور مربوط به زندگی جمعی خود می‌کند.⁽²⁹⁾

از دیدگاه هانتینگتون و نلسون، فرایند توسعه اقتصادی و اجتماعی از دو طریق می‌تواند به گسترش مشارکت اجتماعی و سیاسی بیانجامد: یک طریق آن از معجری تحرک اجتماعی است. بدین صورت که کسب منزلت‌های اجتماعی بالاتر به نوبه

خود در فرد احساس توانمندی، و نگرش‌های معطوف به توانایی تأثیر گذاردن بر تصمیم‌گیری‌های دستگاه‌های اجتماعی و عمومی را ایجاد می‌کند و این عوامل ذهنی در مجموع می‌تواند مشوق مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی یا امور سیاسی باشد. در این حالت، منزلت اجتماعی بالاتر و احساس توانایی و مؤثر بودن از نظر اجتماعی و سیاسی، به عنوان متغیرهای واسطه، مشوق مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی به حساب می‌آید. از نظر آنان از میان متغیرهای منزلتی، سطح تحصیلات فرد بیشترین تأثیر را بر مشارکت اجتماعی و سیاسی وی دارد. طریق دوم تأثیر توسعه اقتصادی و اجتماعی بر مشارکت عضویت و مشارکت فعال در انواع گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی نظیر اتحادیه‌های شغلی و صنفی و گروه‌های مدافع علایق خاص است که در جامعه توسعه‌یافته‌تر بر تعداد آنها افزوده می‌شود. این عامل در جوامعی که فرصت‌های تحرک فردی در آنها محدودتر است اهمیت بیشتری دارد، زیرا فرد برای رسیدن به وضع اجتماعی و اقتصادی بهتر، به عنوان آخرین راه‌حل به فعالیت در سازمان‌های اجتماعی یا احزاب سیاسی می‌پردازد. در مجموع از دیدگاه هانتینگتون و نلسون، در اثرگذاری این دو عامل (منزلت اجتماعی و اقتصادی و فعالیت در سازمان‌های اجتماعی) عامل دوم از اهمیت بیشتری برخوردار است.⁽³⁰⁾

رویکرد روان‌شناختی در تبیین مشارکت سیاسی

تبیین‌های روان‌شناختی مشارکت بیشتر توجه را به محرک‌های روانی و انگیزشی معطوف می‌دارند و معتقدند افراد در مشارکت بیشتر تحت تأثیر انگیزه‌هایی مانند مطلوبیت‌خواهی، اثرگذاری بر روند امور و ایجاد تغییرات، انجام وظیفه و انگیزه‌های مذهبی یا ملی قرار دارند.⁽³¹⁾

رویکرد روان‌شناختی را در الگوی رابرت دال از مشارکت سیاسی در کتاب انسان سیاسی به‌خوبی می‌توان دید. الگوی دال مبتنی بر مفروضات انتخاب عاقلانه است و همواره به عنوان یکی از اصلی‌ترین الگوها برای تبیین مشارکت سیاسی و به‌ویژه مشارکت انتخاباتی مورد استفاده قرار داشته و انواع اصلاحیه‌ها و تجدیدنظرها بعداً به آن افزوده شده است. نظرات رابرت دال را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

c اگر مردم در ارزشیابی خود متوجه شوند پاداشی که از مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی به دست می‌آید از پاداش دیگر فعالیت‌ها ناچیزتر است، یقیناً خود را در این امور درگیر نخواهند ساخت.

c هرگاه شخصی بین شقوق پیش روی خویش تفاوت‌های بارز احساس نکند و بدان‌ها اهمیت ندهد، کمتر به مشارکت در سیاست و امور اجتماعی خواهد پرداخت.

c هرگاه فرد تصور کند فعالیت او در صحنه سیاست بی‌تأثیر است و نمی‌تواند منشأ تغییر باشد، هرگز در آن وارد نمی‌شود.

c هرگاه مردم معتقد باشند بدون مداخله آنان نتایج اقدامات سیاسی رضایت آنان را تأمین می‌کند احتمال مشارکت آنها در سیاست کمتر خواهد شد.

c هرگاه فرد خود را به علت محدودیت آگاهی و دانش لازم، فاقد کارایی سیاسی جهت دخالت در سیاست تصور کند، ترجیح می‌دهد کمتر در آن مشارکت داشته باشد.

c به موازات افزایش مشکلات ورود به عالم سیاست، احتمال مشارکت کاهش خواهد یافت.⁽³²⁾

منتقدان دال مفروضات انتخاب عقلایی و تفکر هزینه - منفعت مستتر در آن را زیر سؤال برده‌اند و خاطر نشان کرده‌اند منفعت مورد انتظار از یک رأی فردی با توجه به تأثیر اندک آن در مجموع نتایج انتخابات نمی‌تواند صرفاً مبنای محاسبه سود و زیان شخصی فرد قرار گیرد که به خود زحمت حضور در پای صندوق رأی را بدهد. البته مدافعان مدل دال در پاسخ استدلال می‌کنند که پاداش مورد انتظار افرادی که پای صندوق حاضر می‌شوند صرفاً نفع اقتصادی شخصی نبوده و انگیزه‌هایی چون احساس رضایت عاطفی در انجام وظیفه مدنی، حمایت از نظام سیاسی و اعلام ترجیحات حزبی می‌تواند انگیزه مشارکت باشد.⁽³³⁾

در رویکرد روان‌شناختی به مشارکت، مفاهیمی چون اثربخشی (کفایت) سیاسی و اعتماد سیاسی نقش اساسی دارند. ضروری است این مفاهیم بیشتر توضیح داده شوند.

اثربخشی سیاسی: رابرت لین اثربخشی را احساس تسلط و کنترل داشتن روی

خویش و محیط در جهت حسی از سودمند بودن سیاسی تعریف می‌کند. این احساس مردم را به جهتی سوق می‌دهد که نسبت به روند سیاسی خود هوشیارتر شوند و در روند سیاسی مشارکت فعال‌تری داشته باشند. بسیاری از پژوهشگران اثربخشی را متغیری کلیدی در فعالیت سیاسی به شمار آورده‌اند. آنان در مطالعات خود دریافته‌اند که ارزیابی فرد از میزان اثربخشی و از توانایی و شایستگی‌اش در مشارکت سیاسی بر تمایل وی به مشارکت در امور سیاسی تأثیر می‌گذارد.⁽³⁴⁾ با توجه به ابعاد عقلایی و عاطفی احساس اثربخشی، برخی تحلیل‌گران دو مؤلفه «بیرونی» و «درونی» را در احساس اثربخشی سیاسی از هم تفکیک می‌کنند. احساس اثربخشی بیرونی به معنای استنباط فرد از تأثیر انواع فعالیت‌ها و اقدامات افراد جامعه بر تصمیم‌گیری‌های مقامات یا بر فرایند سیاسی با توجه به میزان پاسخ‌گو بودن مقامات سیاسی در یک نظام سیاسی خاص است. اما احساس اثربخشی درونی که با اعتماد به نفس سیاسی، احساس مؤثر بودن و کفایت سیاسی مترادف به کار می‌رود به توانایی‌های خود فرد اشاره دارد و اینکه خود را تا چه میزان دارای کفایت برای عمل سیاسی می‌داند.⁽³⁵⁾

اعتماد سیاسی: بخشی از پژوهش‌های سیاسی در تحلیل مشارکت سیاسی و به خصوص مشارکت در انتخابات، اعتماد سیاسی را در کانون توجه خویش قرار داده و آن را ویژگی حیاتی حکومت‌های مردم‌سالار می‌دانند، زیرا اعتماد سیاسی حلقه وصل افراد جامعه با نهادهایی است که می‌خواهند نماینده مردم در ساختار اجتماعی باشند. در یک تعریف، اعتماد سیاسی ارتباط نزدیک با کارآمدی حاکمان دارد و بیانگر درجه‌ای از انتظار شهروندان از توانایی و موفقیت حاکمان است که متناسب با انتظارات مردم باشد.⁽³⁶⁾ اما در یک معنای عام‌تر اعتماد سیاسی را می‌توان حالت ذهنی‌ای دانست که بر مبنای آن فرد در حیات مدنی و سیاسی خویش می‌تواند به گفته‌ها و اعمال دیگری اتکا کند و در آن رابطه‌ای مبتنی بر استثمار خود را نبیند. فردی که اعتماد می‌کند تعاون و همکاری با دیگران را احساس می‌کند و باور دارد که سایر بازیگران در زندگی سیاسی یار و مددکار او خواهند بود. پناهی و شایگان در یک پژوهش تجربی اعتماد سیاسی را به سه مؤلفه تقسیم می‌کنند: اعتماد به نظام سیاسی، اعتماد به نهادهای سیاسی و اعتماد به کنشگران سیاسی.⁽³⁷⁾

چهارچوب نظری تحقیق حاضر

پیمانورس با تلفیق رویکردهای جامعه‌شناختی (ساختاری) و روان‌شناختی (فردی) الگویی را برای تبیین مشارکت سیاسی ارائه داده که می‌تواند برای تبیین مشارکت انتخاباتی به طور خاص نیز مورد استفاده قرار گیرد. در این الگو نورس به سه دسته نظریات کلان، متوسط و خرد در تبیین مشارکت سیاسی اشاره دارد.

در سطح کلان دو مجموعه از نظریات مطرح شده است: گروه اول از نظریات کلان بر این امر تأکید می‌کنند که ساختار دولت در یک جامعه تعیین‌کننده نوع و سطح مشارکت شهروندان است. منظور از ساختار دولت به طور عام، ساختارهای قانون اساسی، نظام حزبی، قوانین و نظام انتخاباتی و نظایر آن است که در سطح کلان در یک جامعه بر مشارکت تأثیر می‌گذارد و می‌تواند تبیین‌کننده تفاوت‌ها بین جوامع مختلف باشد. دسته دیگر از نظریات کلان بر این نکته پافشاری می‌کنند که فرایند مدرنیزاسیون باعث تغییر جنبه‌های مختلف حیات اجتماعی از جمله مشارکت می‌شود. برخی از این تحولات عبارتند از: ارتقای سطح زندگی، رشد بخش خدمات، افزایش سطح سواد و فرصت‌های آموزشی، تغییر مناسبات اقتصادی از سنتی (کشاورزی و دامداری) به مدرن (صنعتی) و گسترش طبقه متوسط، تخصصی شدن حرفه‌های مختلف، افزایش دسترسی به رسانه‌های جمعی دیداری، شنیداری و مکتوب، رشد دیوان‌سالاری، تغییر خانواده‌های گسترده به خانواده‌های هسته‌ای و افزایش ورود زنان به بازار کار. بروز این تحولات در سطح فردی را می‌توان در تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد از جمله در حوزه سیاست مشاهده کرد.

در سطح میانی، نظریه‌های مختلفی ارائه شده که از آن تحت عناوینی چون نظریه‌های سازمانی یا نظریه‌های عوامل یا کارگزاران بسیج یاد می‌شود. این اعتقاد وجود دارد که در تبیین مشارکت سیاسی شهروندان باید توجه بیشتری به نقش عوامل بسیج اجتماعی و سیاسی و شبکه‌های اجتماعی در فعال‌سازی و بسیج شهروندان مبذول داشت. مهم‌ترین عوامل و کارگزاران بسیج عبارتند از: احزاب سیاسی، اتحادیه‌های کارگری و صنفی، کلیساها و مراکز مذهبی، انجمن‌های داوطلبانه و رسانه‌های خبری. بر اساس این نظریه‌ها، تفاوت‌هایی که در نوع و سطح مشارکت سیاسی در کشورهای دارای نظام‌های دموکراتیک دیده می‌شود بر اساس

نقش و میزان تأثیر کارگزاران بسیج اجتماعی و سیاسی قابل تبیین است. در سطح خرد، می‌توان از دو گروه نظریه تحت عناوین «نظریه منابع» و «نظریه انگیزش» یاد کرد. در نظریه منابع این عقیده مطرح است که افراد برخوردار از منابع، بیشتر سطوح بالاتری از مشارکت را از خود نشان می‌دهند. از مهم‌ترین منابع تأثیرگذار بر مشارکت می‌توان به تحصیلات، درآمد، زمان آزاد و ارتباطات و مهارت‌های مشارکتی در سازمان‌ها و انجمن‌ها اشاره کرد.

در نظریه انگیزش اعتقاد بر این است که هرچند وجود منابع موجب تسهیل مشارکت شهروندان می‌شود، اما در صورتی که شهروندان از انگیزه لازم برای مشارکت برخوردار نباشند، به این کار مبادرت نمی‌ورزند. عوامل انگیزشی دامنه گسترده‌ای دارند و می‌توانند از انگیزه‌های مادی تا انگیزه‌های ارزشی و نگرشی را دربرگیرند. برخی از مهم‌ترین انگیزه‌هایی که تصور می‌شود بر مشارکت سیاسی اثرگذار باشند عبارتند از: احساس وظیفه (مدنی یا ملی)، اعتقادات مذهبی و ارزش‌های سیاسی افراد. اگر فرد احساس کند با رأی دادن یا مشارکت در سیاست، وظیفه مدنی یا دینی خود را انجام داده و همچنین اگر به ارزش‌های موافق نظام حاکم یا ارزش‌های ترویج‌کننده اصل مشارکت اعتقاد داشته باشد، احتمال مشارکت وی افزایش می‌یابد.⁽³⁸⁾

نمودار 1. الگوی نظری نوریس در مشارکت سیاسی



در تحقیق حاضر صرفاً سطح «خرد» از الگوی نوریس مبنای تحلیل قرار گرفته و

نقش عوامل انگیزشی و منابع اجتماعی در مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس شورای اسلامی در میان شهروندان تهرانی مورد بررسی قرار گرفته است.

اهداف و سؤال‌های تحقیق: هدف از این تحقیق تبیین منابع اجتماعی و عوامل انگیزشی مؤثر بر مشارکت شهروندان تهرانی در انتخابات مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری است. به عبارت دیگر، هدف توضیح علل کاهش یا افزایش مشارکت در ادوار مختلف انتخابات ریاست جمهوری یا مجلس شورای اسلامی نبوده است. چنین تحلیلی نیازمند توجه به عوامل سطح کلان‌تر مثل شرایط کلی برگزاری انتخابات و غیره است. در این تحقیق قصد نداریم تغییر در مشارکت در انتخابات از دوره‌ای به دوره دیگر را بر اساس عوامل ساختاری حاکم بر هر دوره انتخابات یا تغییر در شیوه‌های بسیج مردم برای رأی دادن تبیین کنیم. آنچه مد نظر بوده یافتن عوامل ایجاد تفاوت در میان افراد از حیث مشارکت کمتر یا بیشتر آنان در مجموع انتخابات مجلس و ریاست جمهوری در گذشته بوده است.

اطلاعات به دست آمده در این تحقیق در راستای پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

• آیا همان‌گونه که در نظریه منابع ادعا می‌شود، می‌توان رابطه‌ای میان برخی منابع اجتماعی نظیر علاقه به سیاست، مهارت‌های مشارکتی ناشی از همکاری یا فعالیت در انواع انجمن‌ها و تشکل‌های اجتماعی و غیره و مشارکت شهروندان در انتخابات یافت؟

• در انطباق با نظریه انگیزش، انگیزه‌هایی که شهروندان در مشارکت خود در انتخابات مهم می‌دانند تا چه میزان با مشارکت آنان در انتخابات همبستگی دارد؟

روش تحقیق: یافته‌های تحقیق حاضر مبتنی بر پیمایشی است که در اسفند 1387 و فروردین 1388 در سطح شهر تهران انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز پرسشنامه‌ای طراحی شد که به کمک آن بتوان همه متغیرها را اندازه‌گیری کرد. جمعیت آماری پژوهش حاضر کلیه شهروندان ساکن در مناطق بیست و دوگانه تهران در سن رأی دادن در نظر گرفته شد و از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. در هر بخش از مناطق شهری تهران به طور متوسط 20 تا 30 پرسشنامه توزیع و هریک از پرسشگران در منطقه محول شده خود در میان خانوارهای ساکن آن مناطق و مکان‌های عمومی پرسشنامه‌ها را توزیع کرد و

پرسشنامه‌های تکمیل شده را پس گرفت. اندازه نمونه بر اساس فرمول کوکران 519 نفر تعیین شد⁽³⁹⁾ و در عمل تعداد 530 پرسشنامه به طور کامل برای استخراج مورد استفاده قرار گرفت. در تحلیل‌های آماری، علاوه بر استفاده از جداول فراوانی و درصد برای تفسیر داده‌های توصیفی، بسته به نوع متغیرها و سطوح اندازه‌گیری آنها از آزمون‌های آماری متناسب مثل آزمون کای دو، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره و آزمون‌های دیگر استفاده شد.

متغیرهای تحقیق

1. متغیرهای وابسته

در تحقیق حاضر، مشارکت در انتخابات در قالب سه متغیر جداگانه بررسی شده است: c مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری (که به صورت دفعات شرکت در آن انتخابات ریاست جمهوری که فرد واجد شرایط رأی دادن بوده، اندازه‌گیری شده است).

c مشارکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی (که به صورت دفعات شرکت در آن انتخابات مجلس شورای اسلامی که فرد واجد شرایط رأی دادن بوده اندازه‌گیری شده است).

c مشارکت در مجموع انتخابات گذشته (که به صورت مجموع دفعات مشارکت فرد در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس شورای اسلامی اندازه‌گیری شده است).

2. متغیرهای مستقل

منابع اجتماعی: منابع عبارت است از هر چیزی که بتواند توسط افراد، گروه یا ملت در تعقیب اهدافشان مورد استفاده قرار گیرد. از آنجاکه در تحقیق حاضر تحلیل در سطح فرد صورت می‌گیرد، منابع اجتماعی کیفیت یا موقعیتی است که فرد در جامعه در طول زمان کسب کرده و او را برای انجام برخی امور توانمند ساخته است. در تحقیق حاضر تحصیلات، درآمد، دین‌داری، اعتماد سیاسی، علاقمندی به سیاست، اثربخشی سیاسی درونی (کفایت سیاسی) و مهارت‌های مشارکتی از جمله منابع اجتماعی مورد بررسی به شمار می‌روند.

متغیرهای مذکور به صورت زیر اندازه‌گیری شده‌اند:

c **تحصیلات:** سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان در طیف زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و بالاتر مورد پرسش قرار گرفته شد.

c **علاقه‌مندی به سیاست:** از پاسخ‌دهندگان خواسته شد میزان علاقه خود به سیاست را در طیف خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم و اصلاً بیان کنند.

c **درآمد:** سطح درآمد پاسخ‌دهندگان در گویه‌های زیر 300 هزار تومان، بین 300 تا 600 هزار تومان، بین 600 تا یک میلیون تومان، بین یک تا دو میلیون تومان و بالاتر مورد سؤال قرار گرفته شد.

c **دین‌داری:** اندازه‌گیری دین‌داری افراد طبعاً بسیار پیچیده و دشوار است. در تحقیق حاضر صرفاً به یکی از ابعاد دین‌داری که در شرایط خاص جامعه ایران بسیار مهم تلقی می‌شود اکتفا شده است، یعنی به میزان پایبندی افراد به انجام تکالیف شرعی. لذا متغیر مذکور بر حسب پاسخ به سؤالی در مورد میزان پایبندی پاسخ‌دهندگان به انجام تکالیف شرعی در قالب طیف لیکرت از «خیلی زیاد» تا «مذهبی نیستم» سنجیده شده است.

c **مهارت‌های مشارکتی:** برای سنجش این متغیر، عضویت و میزان فعالیت پاسخ‌گویان در انواع گروه‌ها و انجمن‌های داوطلبانه پرسش شده و یک سنجه کلی از عضویت و میزان فعالیت آنها ساخته شده است.

c **احساس اثربخشی:** برای سنجش اثربخشی سیاسی تنها «اثربخشی درونی» یا «کفایت سیاسی» بر اساس گویه‌های زیر مورد سؤال قرار گرفت:

e سیاست آن‌قدر پیچیده است که افرادی مثل من نمی‌توانند از آن سر در بیاورند؛

e فکر می‌کنم توانایی و اطلاعات کافی برای مشارکت در امور سیاسی کشور را دارم؛

e افرادی مثل من در تعیین یا تغییر امور سیاسی کشور نقش و مسئولیت دارند؛

e آن‌قدر در زندگی خود گرفتارم که نمی‌توانم به سیاست فکر کنم.

c **اعتماد سیاسی:** اعتماد سیاسی، میزان نگرش مثبت و حامیانه مردم نسبت به

نظام سیاسی، نهادهای سیاسی و کنشگران سیاسی در جامعه است. اعتماد سیاسی بر

اساس این تعریف به سه شاخص اعتماد به نظام سیاسی، اعتماد به نهادهای سیاسی و اعتماد به کنشگران سیاسی تقسیم شده است. در تحقیق حاضر گویه‌های زیر برای سنجش اعتماد سیاسی مورد پرسش قرار گرفتند:

- ε اجرای قانون در کشور برای همه یکسان است؛
- ε نمایندگان مجلس به فکر حل مشکلات مردم نیستند؛
- ε خواست‌ها و انتظارات مردم در دستورکار دولت است؛
- ε مقامات دولتی عده‌ای هستند که به فکر مردم نیستند و به دنبال منافع خودشان هستند؛

ε مسئولان فقط به رأی مردم اهمیت می‌دهند نه به نظرات و خواست آنان.
c عوامل انگیزشی: در مشارکت در انتخابات علاوه بر منابعی که فرد در اختیار دارد، انگیزه‌های شرکت در امور یا فعالیت‌های سیاسی را باید به حساب آورد. در این پیمایش، با توجه به مهم‌ترین انگیزه‌هایی که در پژوهش‌های پیشین از سوی پاسخ‌دهندگان ابراز شده است، عوامل انگیزشی زیر انتخاب شدند: تقویت انسجام ملی، احساس تکلیف شرعی، احساس مسئولیت نسبت به کشور، پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات، ادای دین به شهیدان و خانواده آنها، بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی مردم، رضایت از وضع موجود و تمایل به تداوم آن، مخالفت با جناح یا کاندیدای رقیب، مهر خوردن شناسنامه، عادت به رأی دادن، فشارهای محیط کار و فشار خانواده و اقوام.

فرضیه‌ها

1. انتظار می‌رود میان منابعی از قبیل سطح تحصیلات افراد، علاقه به سیاست و پیگیری مسائل سیاسی، مهارت‌های مشارکتی، سطح درآمد، کفایت سیاسی، دین‌داری و اعتماد سیاسی با مشارکت رأی‌دهی افراد رابطه‌ای معنادار در جهت مثبت وجود داشته باشد؛ به گونه‌ای که با بالا رفتن هر یک از عوامل مذکور بر احتمال شرکت فرد در پای صندوق‌های رأی افزوده شود.

2. انتظار می‌رود انگیزه‌هایی چون تکلیف شرعی، مسئولیت مدنی، حمایت از حزب یا جناح مورد علاقه و شمار دیگری از انگیزه‌هایی که تحت عنوان متغیرهای

انگیزی در این تحقیق مشخص شده‌اند با مشارکت افراد در انتخابات، همبستگی مثبت داشته باشند. به عبارت دیگر، انتظار می‌رود میان تأکید بر انگیزه‌های مذکور و مشارکت رأی‌دهی، همبستگی مثبت و معناداری مشاهده شود.

نقش منابع اجتماعی در مشارکت انتخاباتی

1. علاقه به سیاست

علاقه به سیاست یکی از عوامل مشارکت در انتخابات است. اصولاً فرض بر این است که افرادی که علاقه بیشتری به سیاست دارند، در عرصه سیاست بیشتر فعالیت می‌کنند.

جدول شماره 1. علاقه به سیاست

گزینه‌ها	تعداد	درصد
خیلی زیاد	57	10/75
زیاد	87	16/41
متوسط	158	29/81
کم	73	13/77
خیلی کم	46	8/67
اصلاً	86	16/22
بی‌پاسخ	23	4/33
جمع	530	100

جدول 1 نشان می‌دهد بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان (29/8 درصد) در حد متوسط به سیاست علاقه نشان می‌دهند. علاقه به سیاست در حد «خیلی زیاد» و «زیاد» در میان پاسخ‌دهندگان این تحقیق در حدود 27 درصد است.

برای بررسی رابطه میان متغیر «علاقه به سیاست» و «مشارکت در انتخابات» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

1. رابطه میان علاقه به سیاست و میزان شرکت در انتخابات ریاست جمهوری:

$$r=0/24$$

2. رابطه میان علاقه به سیاست و میزان شرکت در انتخابات مجلس شورای

$$r=0/24 \text{ اسلامی}$$

3. رابطه میان علاقه به سیاست و میزان شرکت در مجموع انتخابات: $r=0/30$
 هر سه آزمون حاکی از رابطه معنی دار و مثبت میان متغیر علاقمندی به سیاست و مشارکت در انتخابات در سطح اطمینان 95 درصد است.

2. مهارت‌های مشارکتی

فعالیت در گروه‌ها و انجمن‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، صنفی و مذهبی از ابزارهای مهم برای کسب مهارت‌های مشارکت محسوب می‌شود. افرادی که در احزاب، گروه‌ها و انجمن‌ها عضویت و فعالیت دارند مهارت‌های مشارکتی کسب می‌کنند و تمایل بیشتری به مشارکت سیاسی نشان می‌دهند.

جدول شماره 2. عضویت و میزان فعالیت در گروه‌ها و انجمن (درصد)

انجمن‌ها / میزان فعالیت	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	عضویت ندارم	بی پاسخ
بسیج	7/55	7/74	10/00	6/23	60/75	7/74
انجمن یا تشکل محل کار یا تحصیل	2/26	2/83	4/34	6/23	73/21	11/13
انجمن‌های خیریه	1/13	0/38	1/51	2/45	81/51	13/02
اتحادیه کارگری	0/38	0/75	0/75	2/26	82/64	13/21
هیئت‌های مذهبی	6/42	6/98	11/51	4/72	61/32	9/06
کانون بازنشستگی	3/40	3/58	11/89	5/47	64/53	11/13
سایر	0/75	0/57	0/19	0/38	41/13	56/98

جدول 2 نشان می‌دهد بیش از 60 درصد پاسخ‌دهندگان در هیچ‌یک از گروه‌های فوق عضویت ندارند و فعالیت در بسیج و پس از آن هیئت‌های مذهبی بیش از سایر گروه‌ها و انجمن‌هاست. برای بررسی رابطه میان متغیر «مهارت‌های مشارکتی» و «مشارکت در انتخابات» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

1. رابطه میان مهارت‌های مشارکتی و میزان شرکت در انتخابات ریاست جمهوری: $r=0/07$

2. رابطه میان مهارت‌های مشارکتی و میزان شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی: $r=0/14$

3. رابطه میان مهارت‌های مشارکتی و میزان شرکت در مجموع انتخابات: $r=0/13$

نتایج آزمون حاکی از آن است که متغیر مهارت‌های مشارکتی، با توجه به مقدار $p < 0/1038$ ، با شرکت در انتخابات ریاست جمهوری رابطه‌ای که بتوان به درستی معنادار دانست ندارد؛ اما با توجه به مقدار $p < 0/0022$ ، با شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی رابطه معنادار اما نسبتاً ضعیف نشان می‌دهد؛ و با توجه به سطح معنی داری $0/0049$ ، با مشارکت در مجموع انتخابات نیز رابطه معنادار اما نسبتاً ضعیف دارد. به نظر می‌رسد متغیر «مهارت‌های مشارکتی» که در بسیاری از پژوهش‌ها در دیگر کشورها در تبیین مشارکت سیاسی نقش مهمی دارد، در زمینه رأی دادن در انتخابات تأثیر کمی بر مشارکت‌جویی افراد دارد.

اثربخشی سیاسی

در مطالعات تجربی مربوط به رفتار انتخاباتی متغیر «اثربخشی سیاسی» به عنوان عامل مهمی در مشارکت سیاسی در نظر گرفته می‌شود. بر پایه نظریه میان‌بردی که در این رابطه وجود دارد و مشاهده‌های تجربی مکرر، افرادی که حس اثربخشی بالایی دارند بیشتر از دیگران در انواع فعالیت‌های سیاسی مشارکت می‌کنند. در این تحقیق، رابطه اثربخشی سیاسی یا «کفایت سیاسی» و مشارکت انتخاباتی در جدول شماره 3 نشان داده شده است.

جدول شماره 3. اثربخشی درونی یا کفایت سیاسی پاسخ‌دهندگان (درصد)

بی‌پاسخ	کاملاً موافق	موافق	مردد	مخالف	کاملاً مخالف	اثربخشی / میزان
2/83	10/75	17/17	13/58	30/94	24/72	سیاست آن‌قدر پیچیده است که افرادی مثل من نمی‌توانند از آن سر در بیاورند
2/64	11/89	31/13	23/77	22/45	8/11	فکر می‌کنم توانایی و اطلاعات کافی برای مشارکت در امور سیاسی کشور را دارم
2/64	16/04	37/55	17/92	14/53	11/32	افرادی مثل من در تعیین یا تغییر امور سیاسی کشور نقش و مسئولیت دارند
3/02	13/58	15/28	11/70	36/60	19/81	آن‌قدر در زندگی خود گرفتارم که نمی‌توانم به سیاست فکر کنم

جدول 3 نشان می‌دهد:

c 55/66 درصد پاسخ‌دهندگان کاملاً مخالف و مخالف این نظر هستند که «سیاست آن‌قدر پیچیده است که افرادی مثل من نمی‌توانند از آن سر در بیاورند».

c 43 درصد پاسخ‌دهندگان کاملاً موافق و موافق این نظر هستند که «فکر می‌کنم توانایی و اطلاعات کافی برای مشارکت در امور سیاسی کشور را دارم».

c 53/59 درصد پاسخ‌دهندگان کاملاً موافق و موافق این نظر هستند که «افرادی مثل من در تعیین یا تغییر امور سیاسی کشور نقش و مسئولیت دارند».

c 56/41 درصد پاسخ‌دهندگان کاملاً مخالف و مخالف این نظر هستند که «آن‌قدر در زندگی خود گرفتارم که نمی‌توانم به سیاست فکر کنم».

داده‌ها نشانگر آن است که پاسخ‌دهندگان در مجموع خود را به لحاظ سیاسی «باکفایت» می‌دانند.

برای بررسی رابطه میان متغیر «اثربخشی سیاسی درونی» و «مشارکت در انتخابات» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

1. رابطه میان اثربخشی سیاسی و میزان شرکت در انتخابات ریاست‌جمهوری:
 $r=0/15$

2. رابطه میان اثربخشی سیاسی و میزان شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی:
 $r=0/17$

3. رابطه میان اثربخشی سیاسی و میزان شرکت در مجموع انتخابات:
 $r=0/18$

هر سه آزمون حاکی از رابطه معنی‌دار و مثبت میان متغیر اثربخشی سیاسی و مشارکت در انتخابات، در سطح اطمینان 95 درصد است.

اعتماد سیاسی

باورها، احساسات و نگرش‌های افراد جامعه از نظام سیاسی و دستگاه‌های اجرایی و مقامات حکومتی و مسئولان سیاسی، بخشی از نگرش سیاسی و عامل مهمی در ایجاد انگیزه برای مشارکت سیاسی و مشارکت انتخاباتی است. یکی از متغیرهای نگرشی مهم در ادبیات مشارکت سیاسی، اعتماد سیاسی است که می‌توان آن را در ابعاد اعتماد به نهادهای سیاسی به مسئولان کشور و به نحوه اجرای قانون در کشور سنجید.

جدول شماره 4. میزان اعتماد سیاسی پاسخ‌دهندگان به برخی دستگاه‌های اجرایی (درصد)

اعتماد سیاسی / میزان	کاملاً مخالف	مخالف	مردد	موافق	کاملاً موافق	بی‌پاسخ
اجرای قانون در کشور برای همه یکسان است	35/47	21/32	16/6	14/52	11/69	0/37
نمایندگان مجلس به فکر حل مشکلات مردم نیستند	6/98	20/18	28/49	22/45	21/13	0/75
خواست‌ها و انتظارات مردم در دستور کار دولت است	16/03	14/52	26/03	30/18	11/5	1/69
مقامات دولتی عده‌ای هستند که به فکر مردم نیستند و به دنبال منافع خودشان هستند	8/49	23/01	23/01	22/83	22/07	0/56
مسئولان فقط به رأی مردم اهمیت می‌دهند، نه به نظرات و خواست آنان	9/81	18/67	20/37	25/47	24/15	1/5

نتایج جدول 4 نشان می‌دهد:

c 56/79 درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند اجرای قانون در کشور برای همه یکسان نیست.

c 43/58 درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند نمایندگان مجلس به فکر حل مشکلات مردم نیستند.

c 41/68 درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند خواست‌ها و انتظارات مردم در دستور کار دولت است.

c 44/90 درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند مقامات دولتی عده‌ای هستند که به فکر مردم نیستند و به دنبال منافع خودشان هستند.

c 49/62 درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند مسئولان فقط به رأی مردم اهمیت می‌دهند نه به نظرات و خواست آنان.

لازم به یادآوری است در پاسخ به سؤال‌های اعتماد سیاسی، بسیاری از پاسخ‌دهندگان دچار تردید بوده و لذا گزینه «مردد» درصد نسبتاً بالایی در مقایسه با سؤال‌های دیگر دارد.

برای بررسی رابطه میان متغیر «اعتماد سیاسی» و «مشارکت در انتخابات» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

1. رابطه میان اعتماد سیاسی و میزان شرکت در انتخابات ریاست جمهوری: $r=0/27$

2. رابطه میان اعتماد سیاسی و میزان شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی: $r=0/37$

3. رابطه میان اعتماد سیاسی و میزان شرکت در مجموع انتخابات: $r=0/36$
 هر سه آزمون حاکی از رابطه معنی دار و مثبت میان متغیر اعتماد سیاسی و مشارکت در انتخابات، با 95 درصد اطمینان است.

دین داری

از متغیرهایی که انتظار می رود بر مشارکت سیاسی و انتخاباتی در ایران تأثیر بسیاری داشته باشد، مذهبی بودن افراد است. در این تحقیق از ابعاد مختلف مذهبی بودن فقط به بُعد میزان پایبندی به انجام تکالیف شرعی توجه شده است. این بُعد در طیف خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم و مذهبی نیستم، سنجیده شده است.

جدول شماره 5. میزان دین داری (پایبندی به انجام تکالیف شرعی)

درصد	تعداد	دین داری
31/88	169	خیلی زیاد
26/6	141	زیاد
21/32	113	تا حدودی
5/47	29	کم
10	53	مذهبی نیستم
4/71	25	بی پاسخ
100	530	جمع

در جدول 5 نشان داده شده که 31/88 درصد پاسخ دهندگان خود را خیلی زیاد پایبند به انجام تکالیف شرعی می دانند. 26/6 درصد، 21/32 درصد، و 5/47 درصد پاسخ دهندگان به ترتیب خود را در حد «زیاد»، «تا حدودی»، و «کم» پایبند به انجام تکالیف شرعی می دانند و 10 درصد اظهار کرده اند که مذهبی نیستند. نکته قابل توجه در جدول فوق این است که اکثریت (حدود 58 درصد) پاسخ دهندگان در این تحقیق خود را به انجام تکالیف و واجبات شرعی در حد «خیلی زیاد» و «زیاد» مکلف می دانند.

برای بررسی رابطه میان متغیر «پایبندی به انجام تکالیف شرعی» و «مشارکت در انتخابات» از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

1. رابطه میان پایبندی به انجام تکالیف شرعی و میزان شرکت در انتخابات ریاست جمهوری: $r=0/34$
2. رابطه میان پایبندی به انجام تکالیف شرعی و میزان شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی: $r=0/41$
3. رابطه میان پایبندی به انجام تکالیف شرعی و میزان شرکت در مجموع انتخابات: $r=0/45$

هر سه آزمون حاکی از رابطه معنی دار و مثبت میان متغیر پایبندی به انجام تکالیف شرعی و مشارکت در انتخابات در سطح اطمینان 95 درصد است.

تحصیلات

در اغلب جوامع، سطح تحصیلات افراد رابطه مستقیمی با تمایل آنها به مشارکت سیاسی در همه ابعاد آن دارد؛ لذا انتظار می رود در ایران نیز با افزایش تحصیلات فرد تمایل او به مشارکت در انتخابات افزوده شود. در جدول شماره 6 سطوح تحصیلات پاسخ دهندگان مشخص شده است.

جدول شماره 6. سطح تحصیلات پاسخ گوینان

تحصیلات	تعداد	درصد
زیر دیپلم	65	12/26
دیپلم	167	31/50
فوق دیپلم	44	8/30
لیسانس	190	35/84
فوق لیسانس و بالاتر	52	9/81
بی پاسخ	12	2/26
جمع	530	100

جدول شماره 6 نشان می دهد 12/26 درصد پاسخ دهندگان دارای مدرک زیر دیپلم، 31/50 درصد دارای دیپلم، 8/30 درصد دارای فوق دیپلم، 35/84 درصد دارای

لیسانس، 9/81 درصد دارای فوق لیسانس و بالاتر هستند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بیشتر پاسخ‌گویان در این تحقیق در سطح تحصیلات لیسانس، و پس از آن در سطح دیپلم هستند.

در تحلیل‌های آماری مشخص شد که میان سطح تحصیلات و مشارکت در انتخابات رابطه‌ی پیش‌بینی‌شده‌ای به‌دست نمی‌آید. پاسخ‌گویان زیردیپلم بیشترین مشارکت را در مجموع انتخابات داشته‌اند، اما پاسخ‌دهندگان دیپلمه کمترین میزان مشارکت را نشان می‌دهند. لذا نتیجه می‌گیریم رابطه‌ای خطی میان تحصیلات و شرکت در انتخابات وجود ندارد.

در ضمن، میان درآمد افراد و مقیاس‌های مشارکت در انتخابات مجلس، ریاست‌جمهوری، و انتخابات در کل رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد. این یافته با برخی مشاهدات در پژوهش‌های دیگر مبنی بر اینکه با افزایش درآمد از تمایل مردم به رأی دادن کاسته می‌شود، همخوانی نداشت.

نقش عوامل انگیزشی در مشارکت انتخاباتی

از آنجاکه انگیزه‌های افراد برای مشارکت در انتخابات می‌تواند متفاوت باشد در این تحقیق سعی شده انگیزه‌های مختلف پاسخ‌دهندگان برای مشارکت در انتخابات مورد بررسی قرار گیرد. این انگیزه‌ها در موارد زیر مورد سؤال قرار گرفته است: احساس مسئولیت نسبت به کشور، احساس تکلیف شرعی، ادای دین به شهیدان و خانواده‌ی آنها، فشارهای محیط کار، فشار خانواده و اقوام، مهر خوردن شناسنامه، عادت به رأی دادن، مخالفت با جناح یا کاندیدای رقیب، تقویت انسجام ملی در مقابل دشمن، حمایت از نظام جمهوری اسلامی، پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات، رضایت از وضع موجود و تمایل به تداوم آن.

جدول شماره 7. عوامل انگیزشی (درصد)

عوامل انگیزشی	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	بی پاسخ
احساس مسئولیت نسبت به کشور	48/11	22/64	16/22	10/75	2/26
احساس تکلیف شرعی	36/22	15/66	17/73	26/22	4/15
ادای دین به شهیدان و خانواده آنها	33/96	16/41	18/86	26/6	4/15
فشارهای محیط کار	4/71	6/41	12/26	65/28	11/32
فشار خانواده و اقوام	3/01	3/2	13/96	67/92	11/88
مهر خوردن شناسنامه	11/5	9/05	19/24	50	10/18
عادت به رأی دادن	3/2	5/47	17/92	61/88	11/5
مخالفت با جناح یا کاندیدای رقیب	12/45	11/88	20	46/41	24/9
تقویت انسجام ملی در مقابل دشمن	34/33	19/81	17/16	24/15	4/52
حمایت از نظام جمهوری اسلامی	35/28	16/6	11/88	31/32	4/9
پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات	30/56	14/9	12/07	36/41	6/03
رضایت از وضع موجود و تمایل به تداوم آن	12/83	12/45	19/05	48/3	7/35
بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی مردم	57/54	23/01	8/86	8/49	2/07
بهبود وضعیت و جایگاه ایران در عرصه بین‌المللی	59/24	18/49	9/81	10/37	2/07

جدول شماره 7 نشان می‌دهد مهم‌ترین عوامل انگیزشی اعلام شده از سوی پاسخ‌دهندگان برای مشارکت در انتخابات در گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد «بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی مردم»، «بهبود وضعیت و جایگاه ایران در عرصه بین‌المللی»، «احساس مسئولیت نسبت به کشور»، «تقویت انسجام ملی در مقابل دشمن»، «احساس تکلیف شرعی» و «حمایت از نظام جمهوری اسلامی» است. کمترین انگیزه «فشار خانواده» و «فشار محیط کار» و «عادت به رأی دادن» اظهار شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد دیدگاه‌هایی که ترس از عدم مشارکت و یا فشارهای محیط کار و یا خانواده را عوامل انگیزشی مهمی برای شرکت در انتخابات می‌دانند، دست کم بر پایه آنچه ما به دست آورده‌ایم یا روشی که برای احصای این انگیزه‌ها برگزیده‌ایم، چندان کمکی به تبیین عوامل انگیزشی شرکت در انتخابات در ایران نمی‌کند.

وجود همبستگی مثبت و معنادار میان هریک از عوامل انگیزشی مورد بررسی و مشارکت در انتخابات بدین معناست که با افزایش این عامل انگیزشی، میزان

عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس؛ مطالعه موردی شهر تهران

مشارکت افراد در انتخابات افزایش می‌یابد، و در مواردی که همبستگی منفی معنی دار وجود دارد، با افزایش عوامل انگیزشی میزان مشارکت کاهش می‌یابد. جدول زیر رابطه تمامی متغیرهای مستقل انگیزشی با متغیر وابسته (مشارکت در انتخابات) را نشان می‌دهد:

جدول شماره 8. میزان همبستگی عوامل انگیزشی و شرکت در انتخابات

شرکت در انتخابات			عوامل انگیزشی
مجموع انتخابات	مجلس	ریاست جمهوری	
0/44	0/42	0/36	تقویت انسجام ملی
0/45	0/50	0/33	پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات
0/46	0/48	0/33	حمایت از نظام جمهوری اسلامی
0/45	0/46	0/31	احساس تکلیف شرعی
0/38	0/37	0/29	احساس مسئولیت نسبت به کشور
0/38	0/40	0/28	ادای دین به شهیدان و خانواده آنها
0/26	0/15	0/27	بهبود وضعیت و جایگاه ایران در عرصه بین‌الملل
0/23	0/14	0/24	بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی مردم
0/23	0/31	0/20	رضایت از وضع موجود و تمایل به تداوم آن
0/13	*0/0	0/15	مخالفت با جناح یا کاندیدای رقیب
0/18	0/16	0/14	عادت به رأی دادن
*0/06	*0/02	0/10	مهر خوردن شناسنامه
*-0/07	*-0/04	*0/02	فشارهای محیط کار
*0	*0	*0/02	فشار خانواده و اقوام

* موارد مشخص شده در سطح 95 درصد اطمینان معنادار نیستند.

بر اساس نتایج آزمون همبستگی پیرسون، میان شرکت در انتخابات ریاست جمهوری با شماری از عوامل انگیزشی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بیشترین میزان همبستگی در گویه‌های «تقویت انسجام ملی»، «حمایت از نظام جمهوری اسلامی» و «پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات» بوده و

«گویه‌های فشارهای محیط کار» و «فشار خانواده و اقوام» با توجه به مقدار p به دست آمده، با شرکت در انتخابات ریاست جمهوری رابطه ندارند.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد میان برخی عوامل انگیزشی و شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی رابطه معنادار و مثبتی وجود داشته و بیشترین میزان همبستگی در گویه‌های «پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات»، «حمایت از نظام جمهوری اسلامی» و «احساس تکلیف شرعی» دیده می‌شود و گویه‌های «فشارهای محیط کار» و «فشار خانواده و اقوام» با شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی رابطه ندارند.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد میان تعدادی از عوامل انگیزشی و شرکت در کل انتخابات رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بیشترین میزان همبستگی در گویه «حمایت از نظام جمهوری اسلامی»، «پیروی از مقام رهبری برای مشارکت در انتخابات» و «احساس تکلیف شرعی» مشاهده می‌شود و گویه‌های «مهر خوردن شناسنامه»، «فشارهای محیط کار» و «فشار خانواده و اقوام» با شرکت در کل انتخابات، با توجه به مقدار p به دست آمده، رابطه ندارند.

در تفسیر این آزمون‌ها باید توجه داشت که یافته‌های مذکور بیانگر آن است که افرادی که برای انگیزه‌های بالا بیشترین اهمیت را قائل بوده‌اند در همه ادوار انتخاباتی مشارکت بیشتری داشته‌اند. برای بررسی اینکه متغیرهای مستقل در این تحقیق در مجموع تا چه میزان متغیر وابسته (مشارکت در انتخابات) را توضیح می‌دهند، از تحلیل چندمتغیره استفاده شد. با استفاده از تحلیل رگرسیون رابطه میان دو عامل یعنی عوامل انگیزشی و منابع اجتماعی با مشارکت در انتخابات برآورد شده است. نتایج این برآورد در جدول زیر خلاصه شده است.

جدول شماره 9. نتایج رگرسیون چندمتغیره

عوامل	ضریب	ضریب تعیین ¹	سطح معناداری f
عوامل انگیزشی	0/4	33 درصد	0/000
منابع اجتماعی	0/273		

نتایج جدول شماره 9 حاکی از آن است که:

1. دو عامل انگیزشی و منابع اجتماعی هم‌زمان در حدود 33 درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی مشارکت در انتخابات را تبیین می‌کنند.
2. تأثیر هر دو عامل انگیزشی و منابع اجتماعی در مشارکت در انتخابات مثبت است؛ یعنی با افزایش هر یک از عوامل ذکر شده میزان مشارکت در انتخابات نیز افزایش می‌یابد.
3. میزان تأثیرگذاری عوامل انگیزشی تقریباً $1/5$ برابر منابع اجتماعی است. باید خاطر نشان کرد که به‌رغم آزمون اخیر، این موضوع بررسی نشده که آیا متغیرهای انگیزشی و «منابع» مستقیماً با مشارکت در انتخابات رابطه دارند یا برخی از آنها نقش متغیر میانگیر را ایفا می‌کنند و رابطه میان متغیر دیگری را با مشارکت انتخاباتی تقویت می‌کنند یا اساساً امکان‌پذیر می‌سازند؟ چنین بررسی‌ای تحقیق دیگری را با کنترل‌های بیشتر می‌طلبد.

نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش برخی از عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در انتخابات ریاست‌جمهوری و انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران بوده است. با اتکا به نمونه‌ای معرف از رأی‌دهندگان تهرانی، رابطه مهم‌ترین منابع اجتماعی و عوامل انگیزشی با شرکت پاسخ‌دهندگان در انتخابات در چند سال اخیر، از طریق پیمایشی که در اسفند ماه 1387 و فروردین 1388 صورت گرفت، بررسی شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد در میان متغیرهایی که ذیل «منابع اجتماعی» مطرح کردیم و مطابق پیش‌بینی نظریه‌های میان‌بردی که در مورد «منابع» مذکور وجود دارد، علاقه به سیاست، مهارت‌های مشارکتی، اثربخشی سیاسی، اعتماد سیاسی، و دین‌داری به طور معناداری با مشارکت در انتخابات رابطه دارند. با افزایش هر یک از این متغیرها، احتمال مشارکت فرد در انتخابات بیشتر می‌شود. تنها «منبعی» که در مضمون جامعه ایران همبستگی معناداری با مشارکت در انتخابات نشان نداد تحصیلات بود.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد طیفی از متغیرهای «انگیزشی» با

مشارکت در انتخابات رابطه معنادار دارند. از میان عوامل انگیزشی مذکور، بیشترین میزان همبستگی با مشارکت در انتخابات در انگیزه‌های زیر یافت شد: «حمایت از نظام جمهوری اسلامی»، «پیروی از مقام رهبری» و «تقویت انسجام ملی». به عبارت دیگر، افرادی که این انگیزه‌ها را مهم تلقی کرده بودند، همواره در شمار رأی‌دهندگان در ادوار گوناگون انتخابات ریاست‌جمهوری و مجلس شورای اسلامی بوده‌اند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل رگرسیون چندمتغیری، منابع اجتماعی و عوامل انگیزشی بررسی شده در این تحقیق، در مجموع در حدود 33 درصد از متغیرها، مشارکت رأی‌دهی در انتخابات را تبیین می‌کنند. \bar{O}

پی‌نوشت‌ها

1. Robert E. Dowse, Jon A. Hughes, *Political Sociology*, (New York: John Wiley & Sons, 1986), p. 293.
2. البته باید توجه داشت انواع جدیدی از مشارکت سیاسی که جنبه «بیانی» (Expressive) دارند نظر بسیاری از جوانان را به خود جلب کرده است، به گونه‌ای که ترجیح می‌دهند به جای رأی دادن، خواسته‌های سیاسی خود را به شکل دیگری به منصفه ظهور برسانند.
3. «بررسی نگرش و رفتار انتخاباتی مردم تهران»، خبرگزاری ایسپا، گزارش 183، 1382.
4. کاووس سید امامی، نظرسنجی انتخابات هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در میان دانشجویان دانشگاه‌های تهران، (تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس، 1386).
5. گزارش نظرسنجی درباره انتخابات دهم ریاست جمهوری، اسفند 1387 و فروردین 1388، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
6. علی دارابی، رفتار انتخاباتی در ایران: الگوها و نظریه‌ها، (تهران: انتشارات سروش، 1388)، ص 276.
7. همان، صص 287-293.
8. همان، صص 313-317.
9. محمد گلاب‌چی، «نقش پندارهای حزبی در رفتار انتخاباتی»، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره 215-216، (مرداد و شهریور 1384)، صص 148-163.
10. خبرگزاری ایسپا، گزارش 254، 1384.
11. همان، گزارش 248، 1384.
12. همان، گزارش 240، 1384.
13. همان، گزارش 183، 1382.
14. همان، گزارش 193، 1382.
15. همان، گزارش 197، 1382.
16. حجت‌الله ایوبی، «مشارکت انتخاباتی» در: مشارکت سیاسی، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، (تهران: نشر سفیر، 1377)، ص 16.
17. مایکل راش، جامعه و سیاست، مترجم: منوچهر صبوری، (تهران: انتشارات سمت، 1387)، ص 99.

18. لوسین دبلیو پای و لئونارد بایندر، بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی، مترجم: غلامرضا خواجه‌سروی، (تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، 1380)، ص 247.
19. آلن بیرو، فرهنگ علوم اجتماعی، مترجم: باقر ساروخانی، (تهران: انتشارات کیهان، 1370).
20. مایرون واینر و ساموئل هانتینگتون، درک توسعه سیاسی، مترجم: پژوهشکده مطالعات راهبردی، (تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، 1379)، ص 139.
21. آلن دوبنوا، «مسئله دموکراسی»، مترجم: نادر بزرگ‌زاده، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره 77-78، 1377.
22. کاووس سید امامی، سنجش اشکال و سطوح مشارکت سیاسی دانشجویان و نگرش آنها درباره مشارکت سیاسی، (گزارش تحقیق)، سازمان ملی جوانان، دفتر مطالعات و تحقیقات، 1384.
23. مرکز پژوهش‌های مجلس، گزارش شماره 12701327، (برگرفته از پورتال مرکز).
24. Pippa Norris, "Political Activism: New Challenges, New Opportunities" in Charles Boix and Susan C. Stokes (eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Politics*, (New York: Oxford University Press, 2002).
25. جی. آی. آلموند و جی. بی. پاول، «مشارکت و حضور سیاسی شهروندان»، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال هجدهم، شماره 163-164، سال 1380.
26. محمدحسین پناهی، جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی زنان، (تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، 1386)، ص 39.
27. Pippa Norris, *Op. Cit.*
28. Lawrence Leduc, Richard G. Niemi, and Pippa Norris, *Comparing Democracies, Elections and Voting in Global Perspective*, (London: SAGE Publications, 1996), p. 218.
29. Alex Inkeles and David H. Smith, *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries*, (Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1974).
- Daniel Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing The Middle East*, (Glencoe, Ill: Free Press, 1958).
30. ساموئل هانتینگتون، موج سوم دموکراسی در پایان سده بیستم، مترجم: احمد شهباس، (تهران: انتشارات روزنه، 1381)، ص 54.
31. مونتینی پالمرو و لاری اشترن، نگرش جدید به علم سیاست، مترجم: منوچهر شجاعی، (تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، 1367)، ص 146.
32. رابرت دال، تجزیه و تحلیل سیاست، مترجم: حسین مظفریان، (تهران: ناشر مترجم، 1364)، صص 141-133.
33. Robert E. Dowse, *Op. Cit.*
34. مونتینی پالمرو و لاری اشترن، پیشین، ص 159.
35. کاووس سید امامی، «مشارکت سیاسی دانشجویان: ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی»، پژوهشنامه علوم سیاسی، شماره 6، 1386.

36. محمدباقر خرمشاد، مردم‌سالاری دینی، جلد سوم، (قم: نشر معارف، 1385)، ص 279.

37. محمدحسین پناهی، فریبا شایگان، «اثر میزان دینداری بر اعتماد سیاسی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره 37، بهار 1386.

38. Pippa Norris, *Op. Cit.*

39. در فرمول زیر با در نظر گرفتن $p = 0/5$ و $\alpha = 0/086$ تعداد کل نمونه در شهر تهران 519 تن به دست آمد که برای جبران پرسشنامه‌های بی‌پاسخ یا مخدوش، از یک نمونه 530 نفره استفاده شد.