

بررسی مشارکت مردم در نهمین انتخابات ریاست جمهوری

* داود پرچمی

دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

مشارکت سیاسی فعالیتهایی است که شهروندان به طور مستقیم یا غیرمستقیم برای تأثیرگذاری بر گزینش اعضای دولت و حکومت، یا برنامه‌ها و فعالیتهای آنها انجام می‌دهند؛ و انتخابات یکی از مهمترین شکل‌های آن است. مشارکت مردم در انتخابات اثرات بسیار زیادی روی جامعه و افراد آن دارد. انتخاب سیاست‌گذاران و اداره‌کنندگان، انتخاب سیاست‌ها، برنامه‌ها و چگونگی اداره امور جامعه، گردش قدرت و اعمال فشار روی قدرتمندان، پاسخگو شدن حکومت و نهادهای انتخاباتی آن، مشروع نمودن نظام سیاسی، قدرت‌نمایی به خارج، پیوند علایق و ایجاد همبستگی، احساس مسؤلیت بیشتر شهروندان، کاهش نابرابری، تأکید نخبگان بر خواسته‌هایشان، بیان مخالفت و نارضایتی، کاهش اضطراب و فشارهای روانی برخی پیامدهای مشارکت در انتخابات است. به طور کلی، دو دسته عوامل فردی و سیاسی - اجتماعی بر شرکت در انتخابات تأثیر دارد. در این تحقیق، تلاش شده تا ضمن استفاده از تجربیات محققان دیگر، متناسب با شرایط خاص کشور ما، شرکت در انتخابات براساس داده‌های جمع‌آوری شده پس از انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری مورد بررسی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: مشارکت، مشارکت سیاسی، انتخابات، انتخابات رییس جمهوری.

Public Participation in the Ninth Presidential Election of Iran

Davoud Parchami

Lecturer, Department of Sociology

Faculty of Letters and Human Sciences, Shahid Beheshti University

Abstract

Public participation is an activity in which the citizens try to directly or indirectly influence the selection of government members, the ruling party or its programs and actions. Elections can be seen as one of the most important forms of this participation and has a great impact on the society in general and every individual in particular. Choosing the policymakers, selecting policies and programs, ruling procedures in the society, power rotation, putting pressure on authorities, responsiveness of the ruling party and selective institutions, legitimizing the political system, maneuvering against overseas powers, boosting the ties and interests, creating social cohesion and solidarity in the society, higher accountability of the citizens, reducing inequality, more emphasis by the elites on their desires, expressing opposition and dissatisfaction, and finally, decreasing stress and psychological pressures could be considered as the main outcomes of elections. In general, there are two major factors, individual and socio-political, which affect public participation in elections. In this research, after reviewing the literature, public participation is examined using the data of the ninth presidential election.

Keywords: Public participation, Citizens, Elections, Presidential election, Iran.

1. مقدمه¹

انتخابات و نتایج آن از مقولات مورد علاقه افراد، گروه‌ها و سازمان‌های مختلف با انگیزه‌های متفاوت است و عمدتاً این علاقه در پیشگویی و پیش‌بینی نتایج آن است. معمولاً فعالان سیاسی، صاحبان قدرت و افراد دارای منافع، بیش از مردم عادی به این موضوع علاقه‌مند هستند و سعی می‌کنند با درک شرایط، نتایج را پیش‌بینی نموده، حتی الامکان رفتار مردم را در انتخابات به کنترل خود در آوردند و بر حسب اهداف و میل و منفعت خود هدایت نمایند.

مشارکت مردم در انتخابات اثرهای بسیار زیادی روی جامعه و اعضای آن دارد: انتخاب سیاست‌گذاران و اداره‌کنندگان امور جامعه، انتخاب سیاست‌ها، برنامه‌ها و چگونگی اداره امور جامعه، گردش قدرت و در نتیجه اعمال فشار روی قدرتمندان و همچنین شروع نمودن نظام، بسیج، قدرت‌نمایی به خارج، پیوند علایق و ایجاد همبستگی، انتخاب رهبران و مسؤولان و بیان مخالفت و نارضایتی (Vengroff 2006: 1-6) تولید رضایت از نظام سیاسی، پاسخگوتر شدن حکومت و نهادهای انتخاباتی آن، احساس مسؤولیت بیشتر شهروندان مشارکت‌کننده برای حل مسایل جامعه، کاهش نابرابری و تأکید نخبگان بر خواسته‌هایشان (Vaccari 2003: lecturer1.p1). مشارکت سیاسی، عاملی است که می‌تواند اضطراب، فشارهای روانی را کاهش دهد (Sanders 2001: 305).

تحقیق حاضر به منظور تبیین و کسب شناخت علمی درباره مشارکت و انتخاب مردم در نهمین انتخابات ریاست جمهوری پس از انجام انتخابات، صورت گرفته است. هدف اصلی این مقاله، مطالعه و بررسی مشارکت و عدم مشارکت مردم در این انتخابات و عوامل مؤثر بر آن است. به عبارت دیگر، این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چه کسانی با چه ویژگی‌هایی و به چه دلایلی در این انتخابات شرکت کرده، یا شرکت نکرده‌اند.

2. چهارچوب نظری

2-1. تعریف و مفهوم مشارکت سیاسی

2-1-1. وربا و نای (Verba & Nie)

تعریف وربا و نای یکی از اولین تعاریفی است که در متون علوم سیاسی مطرح و مورد استفاده قرار می‌گیرد. از نظر آن‌ها مشارکت سیاسی به فعالیت‌هایی گفته می‌شود که شهروندان به‌طور

1- این تحقیق با حمایت مالی سازمان تحقیقات بسیج انجام شده است.

مستقیم یا غیرمستقیم و در اندازه‌های مختلف (کم یا زیاد) برای تأثیرگذاری بر گزینش اعضای دولت و حکومت، یا برنامه‌ها و فعالیت‌های آن‌ها انجام می‌دهند (Verba & Nie: 1979).

2-1-2. برادول و کانوی (Broadwell & Conway)

به هر عمل که با انگیزه سیاسی انجام شود، مانند رأی دادن، کمک نقدی و پرداخت پول و امکانات، ارتباط، یا عضویت در یک حزب سیاسی، تلاش برای یک مقام دولتی، تحریم یک کالا، شرکت در راهپیمایی، اعتراض خشونت‌آمیز و امثال این‌ها مشارکت سیاسی گفته می‌شود (Broadwell 2004: 1). مشارکت سیاسی، ابزاری برای کسب مزیت‌های سیاسی است (Conway 2000: 3).

2-1-3. برگستروم و مهروترا (Bergstrom & Mehrotra)

گاهی مشارکت سیاسی به منزله کنش شخصی یا خصوصی شهروندانی که به دنبال اثرگذاری یا حمایت از دولت و یا سیاست‌های آن هستند، تعریف می‌شود. از مفهوم مشارکت سیاسی گاهی به منزله وسیله و گاهی به منزله هدف فعالیت‌های سیاسی استفاده می‌شود. مهروترا مشارکت سیاسی را به حکومت و سیاست‌های آن محدود نمی‌کند و معتقد است مشارکت سیاسی حمایت‌های قانونی و غیرقانونی، شکل‌گیری مطالبات، بحث سیاسی و دیگر ارتباطات گفتاری و رسانه‌ای که به حکومت مربوط است، نیز شامل می‌شود. مشارکت و یا کنش سیاسی، فعالیت‌های سیاسی‌ای را که در نهادهای خصوصی انجام می‌شود، نیز در بر می‌گیرد (Bergstrom 2006: 41, Mehrotra 2005: 15).

2-1-4. کامل آل سید و دمیتروفکا (Kamel AL-Sayyid & Dimitrovka)

دمیتروفکا پرداختن مستقیم و غیرمستقیم مردم اعم از گروه‌ها و اجتماعات و افراد در آماده‌سازی، انتخاب کردن، تأیید و تصویب نمودن اهداف و استراتژی‌های سیاسی را مشارکت سیاسی می‌داند. در این تعریف، مشارکت سیاسی به منزله مشارکت در امور سیاسی عمومی و فعالیت‌های نظارتی برای کسب اطمینان از صلاحیت حکومت‌ها در نظر گرفته شده است و روشی برای شرکت عده زیادی از مردم در امور سیاسی است (Dimitrovka 2003: 1, AL-Sayyid 2003: 2).

2-1-5. واکاری و اولسون (Vaccari & Olson)

مشارکت سیاسی می‌تواند قانونی یا غیرقانونی باشد که به‌طور تاریخی یا فرهنگی تعریف خواهد شد. او دو نوع مشارکت را از هم تفکیک می‌کند: 1- مشارکت فعال، کمک در اخذ یک تصمیم، فعالانه دست‌اندرکار بودن و تأثیرگذاری و اعمال نفوذ بر امور سیاسی. 2- مشارکت منفعل، نشان دادن همانندی‌های و پیروی از یک گروه، برای تداوم رابطه با یک گروه، برای کسب رضایت و خود اظهاری. از نظر او، مشارکت عملی است که با سازمان، قدرت، سلسله مراتب و وابستگی مرتبط است. بنابراین به ندرت «دموکراتیک» می‌باشد، معمولاً اکثر مشارکت‌کنندگان مشارکت منفعل دارند و فقط عده کمی هستند که مشارکت فعال می‌نمایند (Vaccari 2003: ch 4, Olson 2005: III).

2-1-6. برادی (Brady)

برادی با مطالعه تعاریف مختلف از مشارکت سیاسی، نهایتاً چهار مفهوم اساسی آن را معرفی می‌کند: فعالیت یا کنش (activities of action)، عامه مردم یا شهروندان معمولی (ordinary citizens)، سیاست (politics) و تأثیر و نفوذ (Brady: 1999).

در این مقاله، تعریف وریا و نای برگزیده شده و صرفاً شرکت در رأی‌گیری یا عدم آن را بررسی می‌کنیم.

2-2. تئوری‌های مشارکت سیاسی

هدف از بررسی نظریه‌های مشارکت سیاسی متناسب با هدف این مقاله، شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت در رأی‌گیری یا عدم آن، از نظر سایر محققان و صاحب‌نظران است. به‌طور کلی می‌توان این نظریه‌ها را به سه نوع تقسیم نمود: نظریه‌هایی که مفهوم مشارکت سیاسی را توضیح می‌دهند و مصادیق آن را بیان می‌کنند؛ نظریه‌هایی که عوامل تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی را معرفی می‌نمایند و نظریه‌هایی که پیامدهای مشارکت سیاسی و یا عدم آن را توضیح می‌دهند. بدیهی است که برخی از نظریه‌ها بیش از یک مورد را بیان می‌کنند. در این جا به بررسی این نظریه‌ها می‌پردازیم:

2-2-1. برادول (Broadwell)

برادول جنسیت، منطقه سکونت، سن، تحصیلات، درآمد، نژاد، قومیت و دین را بر میزان مشارکت مؤثر می‌داند و بر مبنای نتایج تحقیقات خود، در پاسخ به این سؤال که چرا مردم در

امور سیاسی مشارکت می‌کنند، عوامل: منافع شخصی، نیازهای روانشناختی و اهداف شخصی را نام می‌برد. او دلایل عدم شرکت مردم را نیز محدودیت‌های قانونی، تضاد در زندگی شخصی، تهدید روانشناختی و فقدان مهارت در انجام فعالیت‌های سیاسی می‌داند. از نظر برادول چون بخشی از امریکایی‌ها از شرایط خوب زندگی خود راضی هستند، لذا خواهان تغییر آن نیستند و به همین دلیل، ضرورتی برای مشارکت در امور سیاسی نمی‌بینند. او همچنین می‌نویسد تحقیقات زیادی نشان می‌دهد که اعتماد امریکایی‌ها به نظام سیاسی‌شان پایین است و این نیز باعث کاهش مشارکت مردم می‌شود. علاوه بر این موارد، ناامیدی و دلسرد بودن از نتایج انتخابات، وجود نظام تک‌حزبی، تردید در مؤثر بودن در نتیجه انتخابات، عدم رقابت کاندیداها و عدم وجود کاندیدای رقیب، از عواملی است که بر میزان مشارکت افراد در امور سیاسی و به ویژه در انتخابات تأثیرگذار است (Broadwell 2004: 1-56).

2-2-2. ونگروف (Vengroff)

به‌طور کلی مشارکت را به دو نوع کلی تقسیم می‌نماید: 1- سنتی یا متعارف (conventional): مشارکت سنتی یا متعارف، شامل این موارد است: رأی دادن، فعالیت‌های انتخاباتی، همکاری در فعالیت‌ها و دنبال کردن موضوعات اجتماعی، تماس‌های خاص و ویژه، ارتباط برای ارائه خدمات متقابل و مطالبات رسمی (به خدمت درآوردن نخبگان). 2- غیرسنتی یا غیرمتعارف (unconventional): مشارکت غیرسنتی یا غیرمتعارف شامل فعالیت‌های صلح‌جویانه، فساد، اعتراضات، ضربه‌زدن، آشوب، حملات نظامی (مسلحانه)، شورش، جنگ داخلی و انقلاب می‌شود. ونگروف مشارکت سیاسی را دارای کارکردهای مشروع نمودن نظام، بسیج، قدرت‌نمایی به خارج، پیوند علایق، انتخاب رهبران و بیان مخالفت و نارضایتی می‌داند. از نظر ونگروف پیشرفت اقتصادی، ساختار اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، گرایش‌ها، طبقه، قومیت، دین، منطقه و جنسیت با مشارکت همبستگی دارند (Vengroff 2006: 1-6).

2-2-3. وانگس (Wangc)

مشارکت سیاسی موجب آگاهی و فرهیختگی بیشتر، درک عمیق‌تر و شناخت وسیع‌تری از سیاست و افزایش احساس اثرگذاری سیاسی در افراد می‌شود. او معتقد است مردم به دلایل مادی، غیرمادی و منافع مثبت در امور سیاسی مشارکت می‌کنند. او دلایل عدم شرکت را بر چهار دسته می‌داند: دلایل جمعیت‌شناختی، دلایل روانی - اجتماعی، دلایل زمینه‌ای، دلایل

عقلانی. او می‌گوید ما نمی‌توانیم دلایل عدم شرکت در انتخابات را به‌طور کامل و بر اساس یک دسته از عوامل فوق تعیین نماییم؛ بلکه عدم شرکت تابع تأثیرگذاری جمعی این عوامل است. وانگس معتقد است کسانی که شدیداً علاقه‌مند به تأثیرگذاری بر سیاست‌های دولت باشند، کسانی که به اطلاعات دسترسی بیشتری دارند، کسانی که در معرض فشار اجتماعی بیشتری هستند، کسانی که برای رأی دادن به احزاب سیاسی مختلف احساس فشار نمی‌کنند و کسانی که احتمال دستیابی به مطالبات خود را بیشتر می‌دهند بیشتر در امور سیاسی و انتخابات شرکت می‌کنند (Wangc 2004: 1-3).

2-2-4. برگستروم (Bergstorm)

برگستروم برای عملیاتی کردن مشارکت سیاسی و طبقه‌بندی رفتار افراد، این موارد را بیان کرده است: رأی دادن، عضویت در احزاب و گروه‌های سیاسی و اقدام مرتبط با آن‌ها، برقراری تماس و ارتباط با سیاستمداران، مسؤولان، وکلا، انجمن‌ها، رسانه‌ها و دوستان و آشنایان، جلب کمک آشنایانی که در حکومت هستند و کسانی که بر افراد داخل حکومت نفوذ دارند، سازماندهی یک گروه، تشکیل پرونده دادخواهی در یک دادگاه، ارسال هدیه برای صاحب‌منصبان، فعالیت در مبارزات انتخاباتی، همیاری و کمک به رفتارهای سیاسی، تظاهرات، افشاگری و ضربه زدن، تحریم، حمایت مالی از افراد، احزاب و گروه‌های سیاسی، عدم رعایت قوانین و آشوب، پوشیدن لباس‌های خاص که دارای علامت خاصی باشد، انجام معامله به دلایل سیاسی، امضای یک دادخواست یا طومار، نوشتن نامه به فعالان سیاسی و روزنامه‌ها، تثبیت و رعایت یک فرهنگ خاص، فعالیت‌های اینترنتی سیاسی و مانند این‌ها (Bergstrom 2006: 41). برگستروم، دو رویکرد نظری ساختاری (Structural approach) و جهت‌گیری رأی‌دهنده (Voter-Oriented) را مطرح کرده است. در رویکرد ساختاری تمرکز بر ساختار فرصت‌های سیاسی (Political Opportunity Structure) است. منظور ساختاری است که میزان دسترسی گروه‌های مختلف به قدرت و استفاده از آن را تعیین می‌کند (Bergstrom 2006: 11). او در رویکرد جهت‌گیری رأی‌دهنده در پی شناخت انگیزه افراد برای مشارکت سیاسی، از مدل دموکراسی استفاده کرده است. مدل دموکراسی سه منبع سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی که مشارکت سیاسی را امکان‌پذیر می‌نماید را مطرح می‌کند. سرمایه فیزیکی به تمام امکانات مادی که افراد در اختیار دارند و مشارکت را تسهیل می‌کنند مانند درآمد، سرمایه و وسایل ارتباطی اطلاق می‌شود. سرمایه

انسانی مهارت و توانایی‌هایی است که در تعامل افراد با هم ارائه می‌شود، مانند تحصیلات، دانش و مهارت. سرمایه اجتماعی درون شبکه‌های اجتماعی معنی پیدا می‌کند و اساساً درون روابط میان افراد با هم وجود دارد و منبعی است که موجب مشارکت می‌شود (Bergstrom 2006: 12).

2-2-5. وایتلی و سید (Whiteley & Seyd)

در علوم سیاسی مدل‌های مختلفی برای مشارکت سیاسی مطرح کرده‌اند، برخی از آن‌ها عبارتند از: 1- مدل اراده‌گرایی مدنی (Civic Voluntarism): ایده اصلی و مرکزی این مدل میزان مشارکت سیاسی است و دلیل عدم مشارکت مردم آن است که منابع لازم را در اختیار ندارند و یا به دلیل بی‌علاقگی به مسایل سیاسی نمی‌پردازند، یا اساساً در معرض جلب مشارکت در امور سیاسی قرار نگرفته و جلب نشده‌اند.

2- مدل انتخاب عقلانی (Rational Choice): برای تحلیل مشارکت سیاسی بر اساس تئوری انتخاب عقلانی، و مغایرت هزینه مشارکت جمعی و کسب منافع فردی، به آستانه تحول توجه می‌شود که بیانگر آن است که وقتی هزینه مشارکت در کنش جمعی کم باشد، افراد احتمالاً آن را نادیده می‌گیرند و شرکت در رأی‌گیری از مواردی است که هزینه آن پائین‌تر از این آستانه قرار دارد. به عبارت دیگر شرکت در رأی‌گیری هزینه زیادی به افراد تحمیل نمی‌کند، لذا با آن که چیزی به دست نمی‌آورند در آن شرکت می‌کنند.

3- مدل روانشناختی اجتماعی (Social Psychological): این مدل بیشتر اشکال غیرمتعارف مشارکت سیاسی مانند اعتراض و شورش را در بر می‌گیرد. در این‌جا روی تئوری هنجارها و ارزش‌های مورد انتظار تأکید می‌شود و به تبیین رابطه بین گرایش‌ها و مشارکت سیاسی می‌پردازد.

4- مدل بسیج (Mobilization): در مدل بسیج، تأکید روی آن است که افراد با توجه به فرصت‌های سیاسی که در محیطشان وجود دارد و همچنین با توجه به انگیزشی که توسط سایرین در آن‌ها به وجود آمده در امور سیاسی مشارکت می‌کنند.

5- مدل انگیزه‌های عمومی (General Incentives): مدل انگیزه‌های عمومی وجود تمایلات شدید مشارکت که بر وابستگی‌های ما متمرکز هستند را تبیین می‌کند. آن نظریه ترکیبی از دو نظریه انتخاب عقلانی و روانشناختی اجتماعی برای تشریح مشارکت سیاسی است. جوهر و عصاره این نظریه این است که کنشگران نیازمند انگیزه‌هایی برای اطمینان از مشارکت خود در امور سیاسی هستند (Whiteley & Seyd 2002: 37-57).

2-2-6. لیو (Liu)

رضایت و نارضایتی افراد از دولت و حکومت می‌تواند آثار دوگانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی آن‌ها داشته باشد، که چگونگی آن خود متأثر از شرایط حاکم بر جامعه است. به نظر می‌رسد که هرچه میزان رضایت بیشتر باشد مشارکت نیز افزوده خواهد شد؛ اما تحت شرایطی افزایش عدم رضایت منجر به افزایش مشارکت سیاسی می‌گردد. لیو معتقد است در صورت وجود دموکراسی، برای تغییر وضع موجود، نارضایتی افزایش مشارکت را سبب می‌شود. از نظر لیو سه تئوری مشارکت سیاسی که به عامل نارضایتی در شرایط وجود دموکراسی در جامعه توجه دارند، عبارتند از: 1- پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد عامل، اصلی تبیین تفاوت میزان مشارکت سیاسی افراد است. 2- مکتب فرهنگ سیاسی بر اهمیت ارزش‌ها و گرایش‌ها تأکید می‌کند و عامل تأثیرگذاری سیاسی (Political efficacy) و اعتماد سیاسی (Political Trust) را بیش از سایر عوامل بر مشارکت سیاسی مؤثر می‌داند. 3- مکتب نهادی (Institutional) وابستگی سازمانی را مدنظر قرار داده است. وابستگی به انجمن‌های داوطلبانه و وابستگی حزبی افزایش مشارکت سیاسی را همراه خواهد داشت. از آنچه لیو اظهار کرده، می‌توان نتیجه گرفت که اگر افراد نظام سیاسی را به منزله یک نظام دموکراتیک بپذیرند و به آن اعتماد داشته، مشارکت خود را تأثیرگذار بدانند، نارضایتی آنان از امور موجب افزایش مشارکت آنان در امور سیاسی (برای تغییر شرایط) می‌شود (Liu 2001: 1-2).

2-2-7. نورسی (Norris)

شرایط اجتماعی و نقش‌های جنسیتی زنان و مردان عامل مهم تعیین کننده چگونگی رفتار آنان در ابعاد مختلف از جمله در امور سیاسی است. نورسی اشاره می‌کند که در بسیاری از کشورها که نظام دموکراسی در آن‌ها حاکم است، فاصله مشارکت زنان و مردان در حال کاهش است. حتی در برخی از کشورهای اروپایی مشاهده شده که زنان بیش از مردان در امور سیاسی و انتخابات شرکت می‌کنند که متأثر از تغییر در نقش‌های اجتماعی زنان در جوامع فرا صنعتی است (Norris 2001). بنابراین، مدرنیزاسیون و تغییر نقش‌های اجتماعی زنان بر افزایش میزان مشارکت آن‌ها در امور سیاسی مؤثر است.

2-2-8. مک کلرکینگ و مک دانیل (Mc Clerking & Mc Daniel)

اگر اعتقادات مذهبی و سازمان‌های مذهبی متناسب به آن بر مشارکت در امور سیاسی تأکید نمایند، یا شرکت در امور سیاسی را جزئی از قواعد و دستورهای مذهبی بدانند؛ بالطبع

مشارکت پیروان آن‌ها در امور سیاسی بیشتر خواهد شد. مک کلرکینگ و مک دانیل، محققان آمریکایی، در بررسی خود برای تعیین علل افزایش مشارکت سیاهان، دریافته‌اند که برخی از کلیساهای سیاهان در بسیج سیاسی آن‌ها نقش مؤثر داشته، اعضای خود را به کسب شناخت و مهارت‌های سیاسی تشویق می‌نمایند و مشارکت در فعالیت‌های سیاسی در این کلیساها تبدیل به یک هنجار شده است. آن‌ها دریافتند که کلیساهای مذکور فعالیت‌های درونی خود (اداره کلیسا و امور مربوط با آن) را به گونه‌ای تنظیم کرده‌اند که تمایل اعضایشان به مشارکت سیاسی بیشتر شده است (Mc Clerking, Mc Daniel 2005: 721).

در شرایط اجتماعی ما که عضویت در سازمان‌های مذهبی، مانند غرب نیست و سازماندهی مذهبی با آن‌جا متفاوت است و بیشتر درون مساجد و هیأت‌های مذهبی صورت می‌گیرد، نیز می‌توان انتظار داشت افرادی که فعالیت مذهبی بیشتری دارند و به عبارتی دیگر پایبندی دینی قوی‌تری دارند احتمال مشارکتشان در امور سیاسی از جمله شرکت در انتخابات، بیشتر باشد. به ویژه این‌که مذهب ما و شرایط سیاسی حاکم بر کشور، بر مذهبی بودن شرکت در امور سیاسی تأکید دارند.

2-2-9. فینکل (Finkel)

در کشورهایی که نظام دموکراسی سابقه زیادی نداشته، در حال رشد و توسعه دموکراسی هستند، آموزش‌های اجتماعی یا آموزش‌های شهروندی (civic education) بزرگسالان بر مشارکت بیشتر افراد در امور سیاسی مؤثر است. او آموزش‌های اجتماعی را مرتبط با گروه‌های ثانوی، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها، انجمن‌های صنفی، هواداری از سازمان‌های غیردولتی (NGO) می‌داند (Finkel 2002: 994).

2-2-10. موجانی (Mujani)

موجانی به بررسی رابطه اسلام و دموکراسی پرداخته است. او در کار خود این نتایج را به دست آورده است: 1- تمام اجزای اسلام (عناصر پیروی از اسلام که در کار او بررسی شده) با ایفای نقش‌های شهروندی (غیردینی)، پرداختن به امور سیاسی و مشارکت سیاسی همبستگی مثبت داشته‌اند. 2- نه تنها مسلمانان مذهبی با دموکراسی تقابلی ندارند، بلکه هرچه پایبندی مذهبی مسلمانان بیشتر بوده، شرکت قوی‌تری در امور سیاسی داشته‌اند و اسلام به شهروندان

مسلمانان کمک می‌کند تا در امور سیاسی فعال باشند و این فعالیت در کل با نظام دموکراسی همخوانی دارد (Mujani 2003: 6).

2-2-11. کانوی (Canway)

نظریه دموکراسی کلاسیک مردم را علاقه‌مند به امور سیاسی و شرکت در آن امور می‌داند. در این نظریه آمده که مردم نسبت به فرایندهای حکومت و روش‌های جایگزینی دولت آگاهند، بنابراین علاقه‌مندند مطابق با قوانین و بر مبنای ارزش‌های خودشان در این امور مشارکت داشته باشند (Conway 200: 3). کانوی مشارکت سیاسی را با ویژگی‌های دیگر حکومت دموکراتیک، مانند عقلانیت (rationality) انعطاف‌پذیری (flexibility)، مشروعیت (legitimacy) پرهیز از تضاد (conflict resolution) مرتبط و ملازم می‌داند (Conway 2000: 4).

2-2-12. اندروس (Andrews)

در امریکا نمایندگی و مشارکت و حضور در حکومت رابطه مستقیم با طبقه و پایگاه اجتماعی افراد دارد. در یک جامعه دموکراتیک رأی‌گیری یک امر مهم است، هرچه اعضای جامعه مشارکت بیشتری داشته باشند، نشان دهنده ظرفیت بالقوه دموکراسی است. در برخی موارد مشارکت بازتاب ثبات نظام سیاسی است و خود نشانه‌ای برای کاهش تضادها روی اصول اصلی جامعه است. افزایش مشارکت، خود بیانگر افزایش فشار اجتماعی است. شرایط اقتصادی جامعه و افراد نیز بر میزان مشارکت آن‌ها تأثیر دارد. فشارهای اقتصادی مانند تورم، رکود، بهره‌کشی، انحصارات و یا تغییرات ساختاری اقتصادی عواملی هستند که می‌توانند تفاوت‌های میزان مشارکت مردم در انتخابات را تبیین نمایند. یکی از راه‌هایی که افراد تحت این فشارها، برای تغییر شرایط اقتصادی خود در اختیار دارند، مشارکت بیشتر در انتخابات و رأی‌گیری است. از سوی دیگر، مسایل اقتصادی مثل پایین بودن درآمد گروه‌های کم‌درآمد یا بیکاری، خود عامل پایین آمدن میزان مشارکت هستند. تطابق سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، احزاب و نامزدها با دین افراد و پای‌بندی دینی آن‌ها عامل دیگری است که بر میزان مشارکت آن‌ها در انتخابات مؤثر است. وجود بحران در جامعه، به ویژه وقتی که بحران‌های اقتصادی - اجتماعی یا سیاسی، بحرانی ملی تلقی شود، بر میزان شرکت در رأی‌گیری مؤثر است (Andrews: 2006).

2-2-13. واکاری (Vaccari)

واکاری، مشارکت سیاسی را به دو نوع تقسیم می‌کند:

1- مشارکت ابزاری (Instrumental Participation): وقتی که مشارکت برای دستیابی به یک نتیجه خاص باشد. در واقع افراد محاسبه می‌کنند که با مشارکت کردن چه چیزی به دست می‌آورند و چه چیزی از دست می‌دهد و اگر مشارکت نکنند چه از دست خواهند داد.

2- مشارکت اظهاری (Expressive Participation): در این نوع مشارکت افراد با تأکید بر هویت خود در امور جمعی (سیاسی) مشارکت می‌کنند. واکاری می‌نویسد کسانی که در مناطق شهری زندگی می‌کنند و کسانی که از دین مسلط جامعه پیروی می‌نمایند مشارکت بیشتری داشته و در امور سیاسی فعال هستند و برخی به دلیل وابستگی بالا به ساختار نظام سیاسی نیازی به مشارکت نمی‌بینند.

واکاری معتقد است بخشی از مشارکت یا عدم آن به فرهنگ جامعه مربوط می‌شود. میل به خدمت و کار برای اهداف عمومی و احساس وظیفه که از هنجارهای اجتماعی می‌باشند، و در گروه‌های اجتماعی و سازمان‌ها و نهادها به وجود می‌آیند، از فرهنگ جامعه نشأت می‌گیرند و تقویت و به کارگیری ساختارهایی که منابع سازمانی را برای مشارکت عموم مردم در یک زمان خاص آماده می‌کند، موجب می‌گردند. واکاری رسانه‌های جمعی را برخوردار از نقش کلیدی مؤثر در جریان انتخابات و مشارکت در امور سیاسی می‌داند. از نظر او، رسانه‌های جمعی در صحنه‌های سیاسی از مرکزیت برخوردار دارند. رسانه‌ها منبع قدرت هستند، زیرا کسانی که به آن دسترسی دارند می‌توانند بر رفتار دیگران تأثیرگذار باشند. رسانه‌های جمعی منابعی مردم پسندند که می‌توانند واقعیت‌های سیاسی اجتماعی را ایجاد، یا دگرگون نمایند. رسانه جمعی منبعی برای تبلیغات علنی و عمومی است که می‌تواند بر اطلاع‌رسانی مؤثر باشد (Vaccari 2003: ch 4).

2-2-14. اولسون (Olson)

اولسون درباره عوامل مؤثر بر مشارکت متعارف نوشته است: 1- بی‌علاقگی یا بی‌اعتنایی سیاسی: عدم علاقه در امور سیاسی. 2- تأثیرگذاری سیاسی: اثرگذاری سیاسی اعتقاد به ایجاد تغییر و دگرگونی در حوزه سیاست است. زمانی مردم در یک انتخابات بیشتر مشارکت می‌کنند که رأی خود را در نتیجه انتخابات با ارزش و مؤثر ارزیابی نمایند. 3- گسترش منابع سیاسی: توانایی افراد یا گروه‌ها که می‌تواند در فرایندهای سیاسی مؤثر باشد. این منابع شامل پول،

زمان، مهارت‌های ارتباطی و تماس‌های شخصی است. معمولاً زنان و اقلیت‌ها کمتر از این منابع استفاده می‌کنند. 4 - جامعه‌پذیری سیاسی: بعضی از مردم در شرایطی اجتماعی شده‌اند که گرایش بیشتری به مشارکت در امور سیاسی دارند. 5 - وسایل ارتباط جمعی: وسایل ارتباط جمعی با پوشش حمایتی خود از نامزدها، شهروندان را به مشارکت در انتخابات ترغیب کنند. از نظر اولسون عواملی دیگری می‌تواند بر مشارکت تأثیر داشته باشند: آسانتر شدن مشارکت، افزایش تحصیلات مردم و درک آن‌ها از اهمیت مشارکت، رفع موانع قانونی (محرومیت از رأی دادن) و افزایش مشارکت اقلیت‌ها، بی‌اعتمادی به دولت (در صورتی که وقایع خاصی اتفاق بیفتند)، وجود برخی نامزدها که می‌توانند بر انگیزه مشارکت مردم مؤثر باشند، وجود برخی شرایط خاص که کلیت جامعه را با بحران مواجه نماید، بسیج آرای افراد خاص که با دادن وعده‌هایی مطابق با گرایش‌های آن‌ها صورت می‌گیرد، مسایل اقتصادی و رشد کسری بودجه ملی و کاهش ارزش پول ملی (Olson 2005: chap 3).

2 - 2 - 15. بادیسکو (Badescu)

بادیسکو دو نوع عوامل زمینه‌ای را که با مشارکت سیاسی غیرمتعارف همراهی می‌کند، معرفی می‌کند. 1 - زمینه سازمانی (Context Organizational) که آن را زمینه محدود مشارکت تعریف نموده، باعث افزایش اثرهای روابط اجتماعی بین افراد در داخل یک محیط می‌شود. 2 - زمینه ملی (Context national) که آن را زمینه گسترده مشارکت تعریف نموده، عوامل محیط یا برون فردی را در بر می‌گیرد. بادیسکو می‌نویسد معمولاً برای مطالعه رابطه بین زمینه محدود مشارکت و مشارکت سیاسی غیرمتعارف از تئوری‌های بسیج و برای تحلیل رابطه بین زمینه گسترده مشارکت و مشارکت سیاسی غیرمتعارف از تئوری‌های مدرنیزاسیون استفاده می‌شود.

او چند فرضیه که از ترکیب تئوری‌های فوق مشتق شده است، ارائه می‌کند. در تئوری بسیج، بر وابستگی و تعلق خاطر و اشتراکات تأکید می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت شهروندانی که به یک سازمان سیاسی وابسته هستند، نسبت به شهروندانی که چنین وابستگی ندارند، احتمالاً مشارکت سیاسی غیرمتعارف بیشتری خواهند داشت. در تئوری‌های مدرنیزاسیون به تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر مشارکت سیاسی توجه می‌شود. میزان ثروت و دارایی، تحصیلات، شهری شدن، اندازه بخش خدمات در اقتصاد از عوامل اقتصادی و اجتماعی هستند که احتمالاً مشارکت را تبیین نمایند. در عوامل سیاسی، روی آزادی و دموکراسی و تراکم سازمانی تأکید می‌شود.

رویکردی که روی عوامل اقتصادی و اجتماعی متمرکز و آن را با مشارکت در رابطه می‌داند، در واقع رابطه بین منابع و فرصت‌های در دسترس افراد و امکان فعال شدن آنان در امور سیاسی را مطرح می‌نماید (Badescu 1998: 1-15).

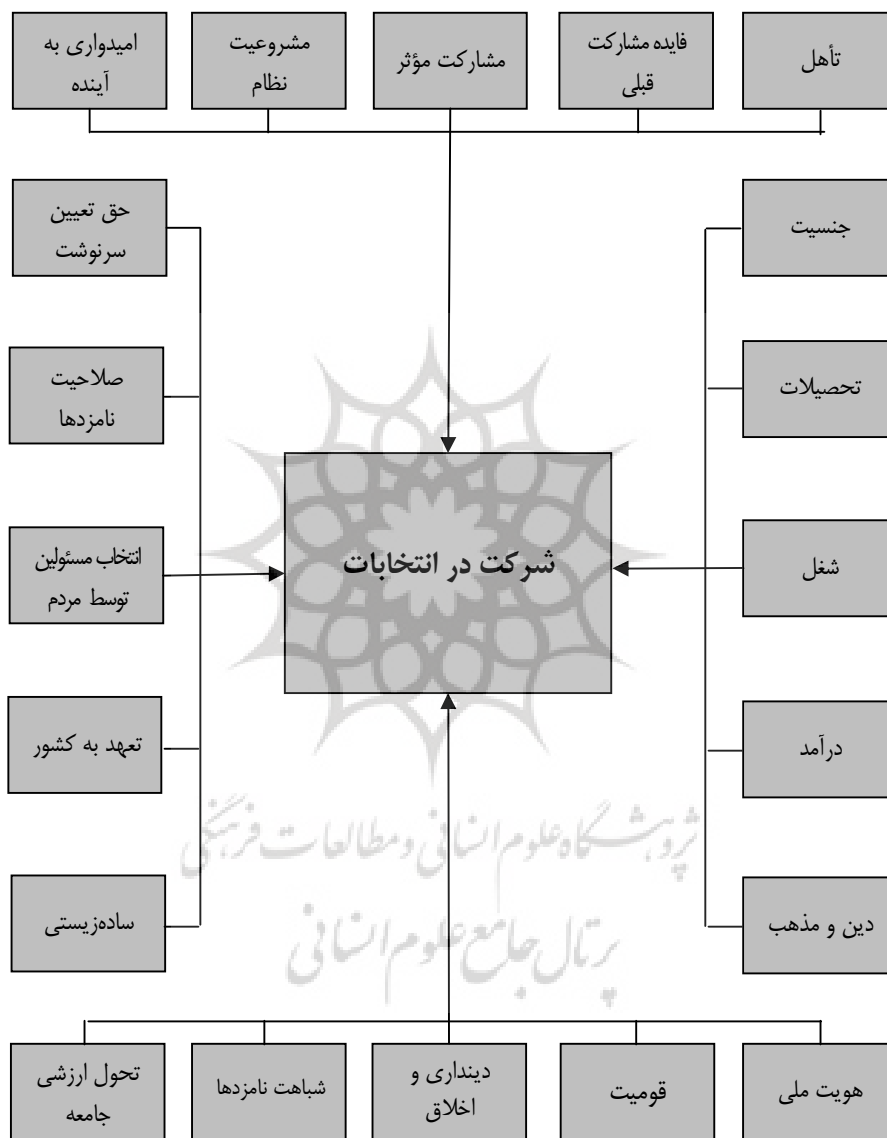
2 - 2 - 16. بولشایا دمیتروفکا (Bolshaia Dmitrovka)

دمیتروفکا که مسأله مورد بررسی او سازمان‌های سیاسی خودجوش غیردولتی است، سطوح، انواع و اشکال مشارکت سیاسی را مورد مطالعه قرار داده است. او مشارکت را به سه سطح محلی و منطقه‌ای و ملی تقسیم نموده و مشارکت قانونی (legal)، داوطلبانه (Voluntary) و خودجوش (Spontaneous)، مشارکت بسیج‌گونه، متعارف و غیرمتعارف را انواع مشارکت تلقی کرده است. او برخورداری از شناخت و اطلاع درباره فرایندهای واقعی مدیریت قدرت، فرایندهای مالی، عضویت در احزاب سیاسی و سازمان‌های عمومی مردمی، دسترسی به رسانه‌های جمعی به ویژه رسانه‌های الکترونیکی جدید (باتوجه به گسترش رو به رشد اینترنت)، وابستگی خانوادگی به رهبران و صاحبان قدرت، میزان آگاهی و وقوف به هویت قومی و مذهبی، همکاری با انجمن‌های دوستی در یک منطقه یا انجمن‌ها یا گروه‌ها یا با هویتی غیر از هویت خودشان و دارا بودن اوقات فراغت را به عنوان عوامل و منابع مشارکت سیاسی مورد مطالعه قرار داده است. او عوامل نهادی درجه مشارکت و فعالیت در سطح محلی، منطقه‌ای و ملی، شاخه‌های قدرت حکومت و میزان اعتماد به هریک از قوای سه‌گانه، میزان توسعه یافتگی سازمان‌های سیاسی عمومی و انجمن‌ها و تعامل آن‌ها با هم و عوامل فرهنگی سیاسی و عوامل جمعیتی - اجتماعی را به‌طور خاص مورد توجه قرار داده است (Dimitrovka 2003: 2-6).

با استفاده از نظریه‌های ارائه شده و با در نظر گرفتن شرایط خاص جامعه، برخی از متغیرهایی که در این تحقیق بررسی شده‌اند، عبارتند از: عامل تحصیلات از نظریه برادول، برگستروم، اولسون، بادیسکو، عامل دین از نظریه ونگروف، واکاری، موجانی، عامل قومیت از نظریه برادول، ونگروف، عامل مناطق مسکونی (شهری یا روستایی) از نظریه برادول، واکاری، بادیسکو، عامل پایبندی دینی از نظریه مک کلرکینگ و مک دانیل، موجانی، واکاری، عامل هویت از نظریه دمیتروفکا، عامل مؤثر بودن مشارکت از نظریه برادول، لیو، اولسون، عامل ویژگی نامزدها از نظریه اولسون، برادول، عامل مشروعیت از نظریه کانوی، ونگروف عامل ارزش‌ها از نظریه واتیلی و سید، لیو، کانوی، عامل تعهد و احساس مسؤولیت از نظریه واکاری گرفته شده است. علاوه بر این عوامل، برخی عوامل دیگر که متناسب با شرایط اجتماعی ما

می‌توانست بر افزایش یا کاهش شرکت مردم در رأی‌گیری مؤثر باشند، نیز بررسی شده‌اند که در مدل زیر آمده‌اند:

مدل عوامل مؤثر بر شرکت در انتخابات



3. روش تحقیق

اکنون که مطالعات نظری دربارهٔ مشارکت سیاسی ارائه شده، لازم است به بررسی تجربی آن پرداخته شود. از آنجا که روش‌های بررسی موضوع‌های اجتماعی به‌طور کلی نسبی و تابع موضوع، اهداف، تئوری‌ها و متغیرها و معرف‌های آن‌ها و شرایط جامعه آماری و پاسخگویان است، لذا توجه و دقت در انتخاب و استفاده از روش‌های مناسب بسیار اهمیت دارد.

در این پژوهش از روش پیمایشی (survey) استفاده شده است، تا ابعاد مختلف موضوع مورد بررسی قرار گیرد. برای جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق از روش مصاحبه شفاهی که مبتنی بر یک پرسشنامه از قبل تدوین شده بود، استفاده گردیده است.

3-1. جمعیت تحقیق و جامعه آماری

جمعیتی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، مجموعه‌ای از افراد 15 ساله و بالاتر از خانوارهای شهری و روستایی ساکن در سرتاسر کشور در زمان گردآوری اطلاعات (خردادماه 1385) است. در کل کشور با 6528 نفر مصاحبه شد که 53 درصد آن‌ها مرد و 47 درصد آن‌ها زن بودند.

3-2. ابزار سنجش

در این بررسی، از پرسشنامه به عنوان ابزار سنجش استفاده شد. بر اساس مبانی نظری و اهداف تحقیق، مطالعات مقدماتی برای طراحی ابزار سنجش در قالب پرسشنامه آغاز گردید. در طراحی پرسشنامه متناسب با تئوری‌ها، متغیرها و معرف‌های آن‌ها که از نظریه‌ها و دیدگاه‌های مطرح در جامعه‌شناسی سیاسی و علوم سیاسی برگرفته شده بودند و با در نظر گرفتن شرایط خاص اجتماعی کشور ما، ابتدا روش‌های مطلوب برای بررسی آن‌ها شناسایی شد و پس از ارزیابی و آزمایش‌های متعدد و متنوع، در نهایت پرسشنامه‌ای با 108 سؤال که حاوی 18 سؤال باز، 2 سؤال نیمه باز، 42 سؤال بسته و 46 گویه بود، برای جمع‌آوری داده‌های این تحقیق در نظر گرفته شد. این پرسشنامه نیز ابتدا توسط چند نفر از پرسشگران مجرب آزمایش شد و پس از رفع برخی اشکالات جزئی باقیمانده، برای تحقیقات اصلی آماده گردید. در پردازش آماری داده‌های مقدماتی برای

حصول اطمینان از دقت سنجش و اعتبار (Reliability) و روایی (Validation) مقیاس‌های سنجش، تجزیه و تحلیل‌های آماری لازم انجام شد. قابل ذکر است که این پرسشنامه برای بررسی رفتار مردم در انتخابات که شامل مشارکت و انتخاب نامزدهاست تدوین گشته بود؛ لیکن در این مقاله صرفاً به ارائه تجزیه و تحلیل نتایج مربوط به شرکت در انتخابات که در این تحقیق بررسی شده‌اند، بسنده می‌کنیم.

3-3. روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری، همانند سایر بخش‌های یک تحقیق، نسبی و متأثر از شرایط تحقیق و تئوری‌های آن است. برای نمونه‌گیری این تحقیق، به صورت ترکیبی از شیوه‌های خوشه‌ای، سهمیه‌ای و تصادفی استفاده شده است. از آنجا که جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه افراد 15 ساله و بالاتر جامعه شهری و روستایی کشور بوده است و با توجه به این که مراکز استان‌ها نسبت به اتفاقات سیاسی حساسیت بیشتری دارند و علی‌الاصول شکل‌گیری رفتارهای سیاسی ابتدا در مراکز استان‌ها صورت می‌گیرد و سپس به نواحی شهری دیگر و پس از آن در روستاها منتشر می‌شود، در این تحقیق 40 درصد نمونه‌های هر استان به مرکز آن و 30 درصد به سایر شهرهای آن استان (این 30 درصد به طور برابر و به صورت اتفاقی در دو شهر مرکز شهرستان آن استان توزیع شده است) و 30 درصد آخر هم به روستاهای آن استان اختصاص یافته است. پس از تعیین سهم شهرها و روستاهای استان، با بلوک‌بندی و توزیع نمونه‌ها در سطح شهر و روستا متناسب با میزان جمعیت آن‌ها، به صورت کاملاً اتفاقی و منظم منازل پاسخگویان تعیین و با مراجعه به درب منازل، با آن‌ها مصاحبه انجام می‌شد. برای تعیین سهمیه جنسیت پاسخگویان، با توجه به وزن و تأثیرگذاری مردان در عرصه انتخابات، در تمام مناطق 60 درصد افراد نمونه از مردان و 40 درصد آن‌ها از زنان انتخاب می‌شدند. هرچند که در عمل این رقم به 53 درصد مرد و 47 درصد زن تغییر کرد.

3-4. شیوه گردآوری اطلاعات

داده‌های این پیمایش ملی طی یک مرحله همزمان در 30 استان کشور جمع‌آوری شده است. جمع‌آوری داده‌ها در نیمه اول خردادماه 1385 و در مدت شش روز انجام گرفت.

سازماندهی لازم برای جمع‌آوری داده‌ها، از ابتدای سال 85 با توجیه و آموزش مسؤلان دفاتر تحقیقاتی، مناطق و انتخاب و توجیه و سازماندهی پرسشگران، صورت پذیرفت.

3- 5. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

پس از گردآوری اطلاعات، تمام پرسشنامه‌ها از استان‌ها به تهران ارسال شد و تک‌تک آن‌ها مورد بررسی کارشناسانه قرار گرفت. خطاهای احتمالی تصحیح و پرسشنامه‌های ناقص حذف گردید. پس از آن با کدگذاری سؤالات باز و نیمه باز داده‌ها وارد رایانه شد و برای پردازش و تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، متناسب با سطوح سنجش متغیرها آماره‌های مناسب استفاده؛ و تعمیم‌پذیری نتایج به دست آمده نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

4. نتایج

4- 1. بررسی شرکت در انتخابات

در این مقاله مشارکت مردم در انتخابات نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران (سال 1384) بررسی شده است. به منظور بررسی میزان مشارکت مردم در انتخابات نهمین دوره ریاست جمهوری، مشارکت و عدم مشارکت در مرحله اول و دوم انتخابات و علل آن از پاسخگویان سؤال شده است:

4- 1- 1- 1. مشارکت در مرحله اول انتخابات: همان‌طور که در جدول (ض ج 1) درج شده است 88/6 درصد از کل پاسخگویان در مرحله اول انتخابات نهمین دوره ریاست جمهوری شرکت کرده و 11/4 درصد شرکت نکرده بودند.² یادآوری این نکته لازم است که در نظرسنجی دیگری که در خرداد ماه 1384 در سراسر کشور صورت گرفته است، 80/3 درصد از پاسخگویان در کشور اظهار کرده بودند

1- در توصیف نتایج، فقط درصدهای معتبر که فاقد موارد حذفی می‌باشند تشریح می‌گردد؛ اما در جدول‌ها درصد و درصد معتبر درج شده است. موارد حذفی شامل پاسخ‌های نمی‌دانم، بی‌پاسخ، بی‌ربط و در برخی موارد پاسخ‌های خارج از طبقات پاسخ یعنی سایر موارد می‌باشد. برای دیدن جدول‌ها، توزیع فراوانی عوامل مؤثر بر مشارکت به ضمیمه 1 و 2 مراجعه کنید. (ض ج 1) یعنی ضمیمه جدول 1، (ض ج 22 س 1) یعنی ضمیمه جدول 22 سطر 1.

که در انتخابات ریاست جمهوری شرکت خواهند کرد. $12/3$ درصد گفته بودند شرکت نمی‌کنند. $7/4$ درصد نیز گفته بودند هنوز معلوم نیست، شاید، تصمیم نگرفته‌اند، یا نمی‌دانند که در انتخابات شرکت می‌کنند یا نه (پرچمی 1384: 32) (ض ج 2).

از مقایسه اطلاعات این دو جدول، می‌توان نتیجه گرفت در زمان رأی‌گیری نه تنها افرادی که برای شرکت در انتخابات مردد بودند در انتخابات شرکت کرده‌اند؛ بلکه از تعداد کسانی که قصد شرکت در انتخابات نداشتند نیز کاسته شده است.

از سوی دیگر، اطلاعات رسمی منتشر شده از سوی وزارت کشور حاکی از آن است $62/3$ درصد واجدین شرایط در این انتخابات شرکت کرده‌اند (روزنامه کیهان یکشنبه 29 خرداد 1384) مقایسه این ارقام با ارقام دو جدول فوق، این احتمال را ممکن می‌سازد که پاسخگویان به دلایلی در نظرسنجی‌ها پاسخ دقیق نداده باشند. این احتمال تا حدودی می‌تواند قابل پذیرش باشد که مربوط به احساس نیاز به احترام و نیاز به امنیت پاسخگویان می‌شود. در تحقیقات اجتماعی، به ویژه در شرایطی که پاسخگویان احتمال توبیخ خود را اعم از مجازات رسمی، یا توبیخ غیررسمی بدهند، احتمال آن که پاسخی غیر از آنچه واقعاً عمل می‌نمایند ارائه کنند، بیشتر می‌شود. در نظر گرفتن مندرجات دو جدول فوق را که در دو زمان متفاوت قبل و بعد از انتخابات و در دو گروه متفاوت از پاسخگویان در سراسر کشور و توسط گروه‌های پرسشگر متفاوت انجام شده و نتایجی تقریباً یکسان به دست آمده؛ می‌توان متأثر از این عامل دانست (ض ج 3).

4 - 1 - 2. علل مشارکت و عدم مشارکت در مرحله اول انتخابات: $55/9$ درصد از پاسخگویانی که در مرحله اول انتخابات شرکت داشتند، ادای وظیفه ملی و مذهبی را دلیل مشارکت خود در انتخابات ابراز کرده‌اند و $36/8$ درصد سهیم بودن در سرنوشت کشور، $8/1$ درصد مهم بودن انتخاب ریاست جمهوری و مؤثر بودن رأی آن‌ها در انتخاب رئیس جمهور، $4/8$ درصد بهبود وضع جامعه و در نهایت $1/6$ درصد برای مهرخوردن شناسنامه خود در انتخابات شرکت کرده بودند. $2/9$ درصد از افراد پاسخ‌هایی غیر از موارد فوق داده‌اند (ض ج 4).

$48/1$ درصد از پاسخگویانی که در انتخابات شرکت نداشتند، دلیل عدم حضور خود را مشکلات شخصی و $32/9$ درصد، بی‌فایده‌گی شرکت کردن و بی‌تأثیری رأی دادن را دلیل

عدم مشارکت خود عنوان نموده‌اند. 16/6 درصد نیز پاسخ‌هایی غیر از پاسخ‌های فوق ارائه کرده بودند که به دلیل پراکندگی زیاد پاسخ‌ها، تحت عنوان سایر موارد آمده است (ض ج 5).

4 - 1 - 2. مشارکت در مرحله دوم انتخابات

89 درصد کل پاسخگویان در مرحله دوم انتخابات نهمین دوره ریاست جمهوری شرکت داشتند و 11 درصد آن‌ها در این انتخابات شرکت نکرده بودند (ض ج 6). در دور دوم انتخابات، تعداد شرکت‌کنندگان اندکی افزایش داشته است که خود می‌تواند مؤید مؤثر دانستن مشارکت و تطبیق رفتار افراد با رفتار اکثریت باشد؛ هرچند که افزایش آن چشمگیر نیست. وزارت کشور در این مرحله عده مشارکت‌کنندگان در انتخابات را 27959253 نفر اعلان نموده که 60 درصد کل واجدان شرایط (46786418) می‌باشد و بر همین اساس، 40 درصد نیز در مرحله دوم انتخابات شرکت نکرده‌اند (جدول 7) (روزنامه شرق 84/4/5). علل مشارکت و عدم مشارکت در مرحله دوم، از نظر نوع دلایلی که افراد اظهار کرده‌اند، با مرحله اول انتخابات تفاوتی ندارد (ض ج 7).

4 - 1 - 3 - 1. عدم شرکت در مرحله اول و شرکت در مرحله دوم: 57/4 درصد افرادی که در مرحله اول انتخابات شرکت نداشتند، در مرحله دوم شرکت کرده بودند و 42/6 درصد آن‌ها در مرحله دوم هم شرکت نکرده بودند (ض ج 8).

4 - 1 - 3 - 2. شرکت در مرحله اول و عدم شرکت در مرحله دوم: 7 درصد افرادی که در مرحله اول شرکت کرده بودند، در مرحله دوم شرکت نکرده بودند. بقیه آن‌ها یعنی 93 درصدشان در مرحله دوم نیز شرکت کردند (ض ج 9).

4 - 1 - 3 - 3. دلایل شرکت در مرحله اول و عدم شرکت در مرحله دوم: همان‌طور که بیان شد، تنها 7 درصد از افرادی که در مرحله اول شرکت داشتند، در مرحله دوم شرکت نکرده بودند. 51/8 درصد از این افراد دلیل شرکت نکردن خود را مشکلات شخصی و 24/5 درصدشان بی‌فایده‌گی شرکت کردن و بی‌تأثیری رأی دادن را عنوان نموده‌اند. احتمالاً این افراد (24/5 درصد) کسانی هستند که با پیش‌بینی نتیجه انتخابات و احتمال

رای نیاوردن نامزد مورد نظرشان، شرکت خود در مرحله دوم را بی‌فایده ارزیابی کرده‌اند (ض ج 10).

4 - 2. عوامل مؤثر بر مشارکت در انتخابات

عوامل مؤثر بر رفتار مردم در انتخابات متعدد است و می‌توان آن‌ها را به طرق گوناگون طبقه‌بندی نمود. با توجه به نظریه‌های ارائه شده در بخش نظری مقاله، در این تحقیق این عوامل را به دو دسته عوامل فردی که ویژگی‌های فردی پاسخگویان را شامل می‌شود و عوامل سیاسی - اجتماعی تقسیم نموده‌ایم که به تشریح آن‌ها می‌پردازیم:

4 - 2 - 1. ویژگی‌های فردی پاسخگویان

در این تحقیق، ویژگی‌های فردی شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، شغل، میزان درآمد، دین، مذهب، قومیت و شهری یا روستایی بودن پاسخگویان، مورد بررسی قرار گرفته که به شرح همبستگی آن‌ها با شرکت در انتخابات می‌پردازیم. از آنجا که رابطه بین سن، درآمد، دین با شرکت در هر دو مرحله انتخابات از نظر آماری معنی‌دار نبوده، برای رعایت اختصار در مقاله از بیان آن‌ها خودداری شده است. برای مشاهده توزیع فراوانی این متغیرها، می‌توانید به ضمیمه مقاله مراجعه نمایید.

4 - 2 - 1 - 1. جنسیت: همبستگی جنسیت با مشارکت در مرحله اول ($v = 0/048$) و سطح معنی‌داری آن ($sig=0/000$) است. یعنی مقدار ($4/8$) درصد از مشارکت یا عدم مشارکت افراد در مرحله اول انتخابات به تفاوت جنسیت آن‌ها مربوط بوده است؛ و به معنی آن است که مشارکت زنان بیش از مردان بوده است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v= 0/062$) و سطح معنی‌داری ($sig=0/000$) است (ض ج 23 س 1).

4 - 2 - 1 - 2. وضعیت تأهل: وضعیت تأهل با مشارکت در مرحله اول انتخابات رابطه معنی‌دار نداشته است. اما این رابطه در مرحله دوم انتخابات معنی‌دار است. همبستگی در این رابطه ($v = 0/042$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/001$) است. یعنی مقدار ($4/2$) درصد

از تغییرات مشارکت در مرحله دوم انتخابات افراد به وضعیت تأهل آن‌ها مربوط بوده است و به معنی آن است که مشارکت در متأهل‌ها بیش از مجردها است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد (ض ج 23 س 2).

4 - 2 - 1 - 3. میزان تحصیلات: همبستگی تحصیلات با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/053$) و سطح معنی‌داری آن ($\text{sig} = 0/003$) است. یعنی مقدار (5/3) درصد از تفاوت مشارکت در مرحله اول انتخابات به تفاوت میزان تحصیلات افراد مربوط بوده است. افرادی که دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر بوده‌اند، بیشتر در انتخابات شرکت کرده‌اند. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. تحصیلات با مشارکت در مرحله دوم انتخابات رابطه معنی‌دار نداشته است (ض ج 23 س 3).

4 - 2 - 1 - 4. شغل: همبستگی شغل با مشارکت در هر دو مرحله انتخابات ($v = 0/11$) و سطح معنی‌داری آن ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار 11 درصد از تفاوت مشارکت در انتخابات افراد به تفاوت شغل آن‌ها مربوط است. این نتیجه در سطح بسیار بسیار زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد (ض ج 23 س 4).

4 - 2 - 1 - 5. مذهب: همبستگی مذهب با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/107$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (10/7) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد به نوع مذهب آن‌ها مربوط بوده است (شیعه بودن بیش از سنی بودن با مشارکت همبستگی داشته است. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/158$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد (ض ج 23 س 5).

4 - 2 - 1 - 6. قومیت: قومیت پاسخگویان با مشارکت در هر دو مرحله انتخابات رابطه معنی‌دار داشته است. همبستگی این رابطه در مرحله اول ($v = 0/086$)، با سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) و در مرحله دوم ($v = 0/126$)، سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$)

sig) است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. اقوام کرد و عرب مشارکت کمتری داشته‌اند (ض ج 23 س 6).

4-2-1-7. شهری یا روستایی بودن: همبستگی رابطه شهری یا روستایی بودن با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/039$) و با سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/007$) است. یعنی مقدار (3/9) درصد از تفاوت مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد به شهری یا روستایی بودن آن‌ها مربوط بوده و به معنی آن است که میزان مشارکت مناطق کوچک جمعیتی، بیش از مناطق با جمعیت بزرگ بوده است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. شهری و روستایی بودن با مشارکت در مرحله دوم انتخابات رابطه معنی دار نداشته است (ض ج 23 س 7).

4-2-2. سایر عوامل مؤثر بر مشارکت مردم در انتخابات

4-2-2-1. تأثیر مشارکت بر نتیجه انتخابات: یکی از عوامل تأثیرگذار بر مشارکت مردم در انتخابات آن است که مردم مشارکت خود در انتخابات را بر نتیجه آن مؤثر ارزیابی کنند. در این تحقیق این عامل به چند بعد جزئی‌تر تقسیم و برای اندازه‌گیری هر بعد آن از یک گویه استفاده شده است. در زیر به تشریح این ابعاد می‌پردازیم:

4-2-2-1-1. مؤثر دانستن مشارکت در نتیجه انتخابات: مؤثر دانستن شرکت در انتخابات بر نتایج آن به وسیله گویه «شرکت کردن یا شرکت نکردن افرادی مثل من تأثیری روی نتیجه انتخابات ندارد» سنجیده شده است. 84/8 درصد از پاسخگویان مشارکت خود را در انتخابات مؤثر دانسته‌اند³. میانگین تأثیر شرکت در انتخابات 3/15 از 5 و پراکندگی از میانگین آن 0/98 می‌باشد (ض ج 22 س 1). همبستگی این عامل با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/286$) و سطح معنی داری آن ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (28/6) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد با نظر آن‌ها در مورد تأثیر شرکتشان در انتخابات رابطه داشته است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این عامل با مشارکت در مرحله دوم انتخابات ($v = 0/261$) و سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 8).

2- در توصیف عوامل مؤثر وجه غالب بیان شده است. اطلاعات کامل را می‌توانید در ضمیمه‌ها مشاهده نمایید.

4 - 2 - 2 - 1 - 2. **انتخاب مسؤولان توسط مردم:** در موارد زیادی می‌شنویم که برخی افراد می‌گویند آن‌هایی که باید انتخاب شوند، از قبل انتخاب شده‌اند و انتخاب آن‌ها ربطی به رأی ما ندارد. این نوع تعابیر در درون خود دو مفهوم را در بر دارد: یکی مؤثر ندانستن مشارکت در انتخابات و دیگری عدم اعتماد به نظام انتخاباتی کشور. در این تحقیق با ارائه‌گویی «در کشور ما مردم هستند که مسؤولان اصلی کشور را انتخاب می‌کنند» نظر پاسخگویان در این درباره پرسیده شده است. $74/8$ درصد از پاسخگویان معتقدند انتخاب مسؤولان کشور توسط مردم صورت می‌گیرد. میانگین موافقت پاسخگویان با انتخاب مسؤولان توسط مردم $3/86$ از 5 و پراکندگی از میانگین $0/96$ است (ض ج 22 س 2). همبستگی این عامل با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/273$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/000$) است؛ یعنی مقدار (27) درصد از مشارکت یا عدم مشارکت در مرحله اول انتخابات مربوط به این عامل است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/295$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/000$) است (ض ج 23 س 9).

4 - 2 - 2 - 1 - 3. **استفاده از حق تعیین سرنوشت کشور:** بعد دیگری که مورد توجه بوده، حق تعیین سرنوشت کشور به وسیله مردم و انتخابات به عنوان راهی برای استفاده از این حق است؛ که به وسیله گویه «این حق من است که با شرکت در انتخابات در تعیین سرنوشت کشورم شرکت کنم» سنجیده شده است. $93/5$ درصد پاسخگویان با این گویه موافق بودند. میانگین نظر پاسخگویان در این باره $4/4$ از 5 است و پراکندگی از میانگین آن $0/74$ می‌باشد (ض ج 22 س 3). استفاده از حق تعیین سرنوشت کشور با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/305$) همبستگی داشته و سطح معنی‌داری آن ($sig = 0/000$) است؛ یعنی مقدار ($30/5$) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد با ارزیابی آن‌ها درباره استفاده از حق تعیین سرنوشت مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد معنی‌دار است، یعنی برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/32$) و سطح معنی‌داری آن ($sig = 0/000$) است (ض ج 23 س 10).

4 - 2 - 2 - 2. **ارزیابی از فایده مشارکت (فایده از انتخابات مجلس):** یکی از مهمترین عواملی که می‌تواند در شرکت یا عدم شرکت مردم در انتخابات مؤثر باشد،

ارزیابی آنان از فایده مشارکتشان در چند انتخابات قبلی است. آخرین انتخابات عمومی که مردم قبل از انتخابات نهمین دوره ریاست جمهوری در آن شرکت کرده بودند، انتخابات مجلس هفتم بود. میزان رضایت پاسخگویان از این انتخابات به وسیله گویه «در انتخابات دفعه قبل مجلس، مردم افراد خوبی را انتخاب کردند که باعث بهتر شدن وضع کشور شده‌اند» سنجیده شده است. 42/5 درصد از پاسخگویان مشارکت قبلی را مفید ارزیابی کرده بودند. میانگین فایده از مشارکت قبلی 3/19 است و پراکنده‌گی از میانگین آن 1/02 است (ض ج 22 س 4). همبستگی این عامل و مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/133$) و سطح معنی‌داری آن ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (13/3) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات مربوط به این عامل است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/14$) و سطح معنی‌داری آن ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 11).

4 - 2 - 2 - 3. فضای حاکم بر انتخابات: فضای حاکم بر انتخابات، متغیری است که بسیاری از صاحب‌نظران به آن اشاره نموده و آن را در برگزاری انتخابات و نتایج آن، بسیار مؤثر می‌دانند. فضای حاکم بر انتخابات، شرایط سیالی است که می‌تواند در هر انتخابات متفاوت باشد. شرایط خاص حاکم بر جامعه، مثل جنگ یا اتفاقات خاص مانند مرگ یا ترور یک شخصیت، نوع انتخابات، تعداد نامزدها، افرادی که نامزد شده‌اند و برنامه‌های آنها، کنترل‌ها، نظارت‌ها و اعمال محدودیت‌ها و تأیید یا رد صلاحیت نامزدها، اندازه و نوع فعالیت‌های احزاب و جناح‌ها و گروه‌های سیاسی، اندازه و نوع فعالیت گروه‌های فشار، اعمال نفوذهای داخلی و خارجی، تبلیغات، انتشار شایعات و مانند این‌ها، ابعاد مختلفی از فضای حاکم بر انتخابات است. در این تحقیق، برخی از این ابعاد مورد بررسی قرار گرفته است که در زیر به تشریح آنها می‌پردازیم:

4 - 2 - 2 - 3 - 1. عدم صلاحیت عمومی نامزدها: یکی از عواملی که می‌تواند بر میزان مشارکت مردم در انتخابات مؤثر باشد، میزان و تفاوت صلاحیت نامزدهای انتخاباتی است. اگر ارزیابی مردم به گونه‌ای باشد که هیچ یک از نامزدها صلاحیت لازم را برای احراز پستی که برای آن نامزد شده‌اند، ندارند؛ تمایلشان به مشارکت در آن انتخابات کم

خواهد شد. برای سنجش این عامل، از گویۀ «این‌ها که نامزد ریاست جمهوری شدند، هیچ‌کدامشان صلاحیت رئیس‌جمهور شدن را نداشتند» استفاده شده است. $77/7$ درصد پاسخگویان با عدم صلاحیت عمومی نامزدها مخالف بودند. میانگین نظر پاسخگویان در مورد عدم صلاحیت عمومی نامزدها $2/06$ از 5 است. پراکندگی از میانگین $0/92$ می‌باشد (ض ج 22 س 5). همبستگی صلاحیت نداشتن همه نامزدها با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/232$) و سطح معنی‌داری آن ($sig = 0/000$) است؛ یعنی مقدار $(23/2)$ درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات با صلاحیت نامزدها همراه است. این نتیجه در سطح خیلی‌خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/237$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/000$) است (ض ج 23 س 12).

4 - 2 - 3 - 2. عدم تفاوت بین نامزدها در مرحله اول: یکی دیگر از عواملی که در فضای انتخابات می‌تواند مورد توجه باشد، وجود تفاوت بین نامزدهاست؛ به این معنی که اگر تفاوت بین نامزدها خیلی کم، یا خیلی زیاد باشد؛ احتمال شرکت در انتخابات کاهش می‌یابد؛ زیرا در تفاوت خیلی زیاد، نامزدها با هم به دلیل مشخص بودن پیروزی نامزد قوی‌تر، یا به عبارت دیگر مشخص بودن نتیجه از قبل، تمایل به مشارکت کاهش می‌یابد. در تفاوت خیلی کم نامزدها نیز، انتخاب هریک از آنها تفاوت زیادی در نتیجه ندارد؛ لذا از نظر شرکت‌کنندگان مشارکت یا عدم آن تقریباً یکسان ارزیابی می‌شود و بنابراین احتمالاً مشارکت آنها کاسته می‌شود. برای بررسی این عامل نیز از یک گویه استفاده شده است: «در مرحله اول نامزدهای اصول‌گرا و ارزشی تقریباً همه مثل هم بودند و فرق زیادی با هم نداشتند، برای همین هم فرق زیادی نمی‌کرد که به کدامشان رأی بدهیم». قابل ذکر است که نتایج نظرسنجی‌های قبل از انتخابات، عموماً انتخاب نامزدهای اصلاح‌طلب و دوم خردادی را ضعیف ارزیابی کرده بودند، لذا در این گویه نامزدهای اصول‌گرا مورد توجه قرار گرفته‌اند. $57/3$ درصد پاسخگویان با عدم تفاوت بین نامزدهای اصول‌گرا و ارزشی در مرحله اول مخالف بودند. میانگین نظر پاسخگویان در مورد عدم تفاوت میان نامزدها در مرحله اول $2/53$ از 5 است. پراکندگی از میانگین $0/97$ است (ض ج 22 س 6). همبستگی این عامل در مرحله اول انتخابات ($v = 0/127$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/000$) است. این نتیجه در سطح خیلی‌خیلی زیاد برای جمعیت کل

کشور قابلیت تعمیم دارد قابل ذکر است که این متغیر در مرحله دوم نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری وجود نداشته است (ض ج 23 س 13).

4 - 2 - 2 - 4. مشروعیت نظام: مشروع دانستن نظام سیاسی یا عدم آن، از عواملی است که مشارکت در امور سیاسی هم سوی با آن نظام را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. به عبارتی دیگر، هرچه مشروعیت نظام سیاسی بیشتر باشد، احتمال مشارکت مردم در امور مرتبط با آن نظام از جمله انتخابات بیشتر خواهد شد. برای سنجش میزان مشروعیت نظام جمهوری اسلامی نزد پاسخگویان از سه گویه استفاده شده است: یک گویه قبول داشتن نظام و شرکت در انتخابات را سنجیده دانسته و گویه دوم بهتر شدن وضع مردم در جمهوری اسلامی را اندازه‌گیری نموده که رضایت از عملکرد نظام جمهوری اسلامی را در بر دارد و آخرین گویه نیز موفقیت نظام در آینده را در بر دارد.

4 - 2 - 2 - 4. 1. قبول داشتن (مقبولیت) نظام جمهوری اسلامی: برای سنجش میزان مشروعیت، یا مقبولیت نظام جمهوری اسلامی از جمله «اصلاً جمهوری اسلامی را قبول ندارم که در انتخابات شرکت کنم» استفاده شد. 91 درصد از پاسخگویان با این جمله مخالف بودند. میانگین موافقت با این گویه 1/59 از 5 می‌باشد. پراکندگی از میانگین 0/85 است (ض ج 22 س 7). همبستگی مقبولیت نظام جمهوری اسلامی با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/282$) و سطح معنی‌داری آن ($sig = 0/000$) است. یعنی مقدار (28/2) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد با مقبولیت نظام جمهوری اسلامی در رابطه است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم انتخابات ($v = 0/297$) و سطح معنی‌داری ($sig = 0/000$) است (ض ج 23 س 14).

4 - 2 - 2 - 4. 2. بهبود وضع مردم در نظام جمهوری اسلامی: اشاره کردیم ارزیابی از اثر نظام جمهوری اسلامی در بهبود وضع زندگی مردم بیانگر میزان مشروعیت و مقبولیت آن است که برای سنجش آن از گویه «جمهوری اسلامی وضع مردم را خیلی بهتر کرده است» استفاده کرده‌ایم. 65/1 درصد پاسخگویان با این گویه موافق بودند. میانگین

موافقت پاسخگویان با بهتر شدن وضع مردم در جمهوری اسلامی 3/74 از 5 می‌باشد. پراکندگی از میانگین 0/95 است (ض ج 22 س 8). همبستگی این عامل با مشارکت در مرحله اول ($v = 0/281$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (28/1) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات به این عامل مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی‌خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/272$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 15).

4 - 2 - 2 - 3. به آبادی و سربلندی رسیدن کشور در جمهوری اسلامی: بعد دیگری از مشروعیت نظام امید به موفقیت نظام جمهوری اسلامی در رسانیدن کشور به آبادانی و سربلندی است که به وسیله گویه «با جمهوری اسلامی بالاخره کشور ما به آبادانی و سربلندی می‌رسد» سنجیده شده است. 77/5 درصد پاسخگویان با این گویه موافق بودند. میانگین نظرها روی این گویه 4 از 5 و پراکندگی از میانگین 0/87 آن است (ض ج 22 س 9). همبستگی این عامل و مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/311$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (31/1) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد با امید به آینده نظام (رسیدن کشور به آبادی و سربلندی با جمهوری اسلامی) مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی‌خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/325$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 16).

4 - 2 - 2 - 5. پایبندی به ارزش‌های انقلابی: نظام ارزشی افراد بر چگونگی رفتار آن‌ها مؤثر است. در شرایط اجتماعی ما هرچه پایبندی به ارزش‌های انقلاب بیشتر باشد، احتمال مشارکت مردم در امور سیاسی و اجتماعی که مرتبط و همسوی با نظام سیاسی باشد، بیشتر می‌شود. در این تحقیق برای سنجش میزان پایبندی مردم به ارزش‌های انقلاب از گویه «برای این که کشور ما پیشرفت کند، ما باید راه انقلاب و راه امام خمینی را ادامه بدهیم» سنجیده شده است. 86/7 درصد پاسخگویان با این که پیشرفت کشور با ادامه راه انقلاب و امام میسر است، موافق بودند. میانگین پایبندی به ارزش‌های انقلابی پاسخگویان 4/28 از 5 است (ض ج 22 س 10). پراکندگی از میانگین 0/84 است. همبستگی پایبندی به ارزش‌های انقلابی با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($\text{sig} = 0/295$)

v و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (29/5) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات به این عامل مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/317$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 17).

4 - 2 - 2 - 6. پایبندی دینی: در شرایط اجتماعی ما، پایبندی دینی مردم از عوامل اساسی است که می‌تواند بسیاری از متغیرهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را تحت‌تأثیر خود قرار دهد. پایبندی دینی را می‌توان به‌طور کلی به دو بخش فردی و اجتماعی تقسیم نمود. بر این اساس یکی از عوامل مورد بررسی در این تحقیق میزان پایبندی دینی پاسخگویان است که به وسیله دو گویه دو قطبی سنجیده شده است: گویه اول «سعی می‌کنم تمام دستورات دین را رعایت کنم 2 _____ 1 _____ 0 _____ 1 _____ 2 رعایت دستورات دینی برایم خیلی مهم نیست» برای سنجش بعد فردی استفاده شده است؛ و گویه دوم «لازم نیست جامعه را بر اساس قوانین اسلام اداره کنند 2 _____ 1 _____ 0 _____ 1 _____ 2 باید جامعه را بر اساس قوانین اسلام اداره کنند» برای سنجش بعد اجتماعی - دینی به‌کار شده است.

4 - 2 - 2 - 6 - 1. رعایت دستورهای دینی توسط پاسخگویان: 91 درصد پاسخگویان دستورهای دینی را رعایت می‌کردند. میانگین رعایت دستورهای دینی 4/5 از 5 است. پراکندگی از میانگین 0/84 است (ض ج 22 س 11). همبستگی پایبندی دینی پاسخگویان در رعایت دستورات دینی با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/189$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (18/9) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات به پایبندی مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/187$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 18).

4 - 2 - 2 - 6 - 2. ضرورت اداره جامعه بر اساس قوانین اسلامی: 79/9 درصد پاسخگویان با ضرورت اداره جامعه بر اساس قوانین اسلامی موافق بودند. میانگین ضرورت اداره جامعه بر اساس قوانین اسلامی 3/21 و پراکندگی از میانگین 1/19 است (ض ج 22 س 12). همبستگی

این عامل با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($v = 0/18$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) می‌باشد. یعنی مقدار (18) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات با ضرورت اداره جامعه بر اساس قوانین اسلامی مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. در همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/195$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 19).

4 - 2 - 2 - 7. تغییر ارزشی - مادی شدن: یکی از عوامل مهم مؤثر بر رفتار انسان‌ها ارزش‌های آن‌هاست که خود تحت تأثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی افراد و جامعه است. این عامل می‌تواند بر رفتار سیاسی افراد از جمله بر میزان مشارکت آن‌ها در انتخابات مؤثر باشد، به ویژه این‌که در سال‌های اخیر روند اداره جامعه به گونه‌ای بوده که به نظر می‌رسد تغییر ارزشی از ارزش‌های معنوی به ارزش‌های مادی بیشتر شده است. برای سنجش این عامل و بررسی رابطه آن با مشارکت در انتخابات از دو گویه دو قطبی استفاده شده که به تشریح آن‌ها می‌پردازیم.

4 - 2 - 2 - 7 - 1. تمایل به ساده‌زیستی: اولین گویه که برای سنجش ارزش‌های پاسخگویان در نظر گرفته شده گویه زیر است: «دوست دارم زندگی ساده و معمولی داشته باشم 2 _____ 1 _____ 0 _____ 1 _____ 2 دوست دارم زندگی شیک و مدرن داشته باشم.» 53/9 درصد به زندگی ساده و معمولی در مقابل زندگی شیک و مدرن تمایل داشتند. میانگین این عامل 3/43 و پراکندگی از میانگین 1/43 است (ض ج 22 س 14). همبستگی تمایل به ساده‌زیستی با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($\text{sig} = 0/136$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (13/6) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات افراد به تمایل آن‌ها به ساده‌زیستی مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. ضریب همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/129$) و سطح معنی‌داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 20).

4 - 2 - 2 - 7 - 2. تلاش برای پیشرفت مالی در مقابل پیشرفت معنوی: گویه دوم که برای سنجش ارزش‌های پاسخگویان در نظر گرفته شده گویه زیر است: «باید همه تلاش خود

را به کار بگیریم تا از نظر مالی پیشرفت کنیم 2 _____ 1 _____ 0 _____ 1 _____ 2 باید همیشه تلاش کنیم تا از نظر معنوی پیشرفت کنیم.» 44/5 درصد پاسخگویان با تلاش برای پیشرفت معنوی موافق بودند. میانگین نظر پاسخگویان در مورد تلاش برای پیشرفت معنوی 2/53 و پراکندگی از میانگین 1/18 است (ض ج 22 س 15). همبستگی این عامل با مشارکت در مرحله اول ($v = 0/153$) و سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/000$) است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/134$) و سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 21).

4 - 2 - 2 - 8. **تعهد به کشور:** به طور کلی، تعهد افراد نسبت به کشور موجب افزایش تمایل به مشارکت بیشتر اعضای جامعه در تمامی امور آن می شود. در این تحقیق برای اندازه گیری میزان تعهد افراد نسبت به کشور از دو گویه «هر کشوری بخواهد به ایران حمله کند، من با تمام وجودم با آن می جنگم» و «به من ربطی ندارد که آینده کشور چه می خواهد بشود، هر کس باید به فکر خودش باشد» استفاده کرده ایم:

4 - 2 - 2 - 8 - 1. **تعهد در مقابله با متجاوز به کشور:** 87/3 درصد پاسخگویان با جنگ با هر کشوری که بخواهد به ایران حمله کند، موافق بودند. میانگین موافقت پاسخگویان با جنگ با دشمن خارجی 4/32 و پراکندگی از میانگین 0/88 است (ض ج 22 س 16). همبستگی تعهد در مقابله با متجاوز به کشور با مشارکت در مرحله اول انتخابات ($0/224$) ($v =$ و سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/000$) است. یعنی مقدار (22/4) درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات به تعهد در مقابله با متجاوز به کشور مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. این رابطه در مرحله دوم ($v = 0/249$) و سطح معنی داری ($\text{sig} = 0/000$) است (ض ج 23 س 22).

4 - 2 - 2 - 8 - 2. **عدم تعهد نسبت به آینده کشور:** 90/6 درصد از پاسخگویان با عدم تعهد نسبت به آینده کشور و فقط به فکر خود بودن، مخالف بودند. میانگین بی اعتنایی نسبت به آینده کشور 1/62 از 5 می باشد و پراکندگی از میانگین 0/86 است (ض ج 22 س 17). همبستگی عدم تعهد نسبت به آینده کشور با مشارکت در مرحله اول انتخابات

$(v = 0/202)$ و سطح معنی‌داری $(sig = 0/000)$ است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم $(v = 0/212)$ و سطح معنی‌داری $(sig = 0/000)$ است (ض ج 23 س 23).

4 - 2 - 9. افتخار به هویت ملی ایرانی: برخورداری از هویت ملی و اهمیت آن برای افراد نیز از عوامل مهمی است که می‌تواند چگونگی مشارکت آن‌ها در امور جامعه، از جمله مشارکت در امور سیاسی و شرکت در انتخابات را تحت‌تأثیر خود قرار دهد. هرچه هویت ملی افراد برایشان مهمتر و قوی‌تر باشد، احساس مسؤولیتشان نسبت به سرنوشت جامعه بیشتر خواهد شد و در نتیجه تمایلشان برای تلاش برای بهتر شدن آن نیز بیشتر خواهد شد. در این تحقیق هویت ملی افراد به وسیله گویه دو قطبی ذیل سنجیده شده است: «من به ایرانی بودنم افتخار می‌کنم 2 _____ 1 _____ 0 _____ 1 _____ 2 ایرانی بودن افتخاری ندارد.» $93/6$ درصد از پاسخگویان با افتخار کردن به ایرانی بودن موافق بودند. میانگین هویت ملی پاسخگویان $4/66$ و پراکندگی از میانگین $0/72$ است (ض ج 22 س 18). همبستگی افتخار به هویت ملی ایرانی و مشارکت در مرحله اول انتخابات $(v = 0/145)$ و سطح معنی‌داری $(sig = 0/000)$ است. یعنی مقدار $(14/5)$ درصد از مشارکت در مرحله اول انتخابات با افتخار به هویت ملی ایرانی مربوط است. این نتیجه در سطح خیلی خیلی زیاد برای جمعیت کل کشور قابلیت تعمیم دارد. همبستگی این رابطه در مرحله دوم $(v = 0/156)$ و سطح معنی‌داری $(sig = 0/000)$ است (ض ج 23 س 24).

4 - 3. تحلیل چند متغیری (رگرسیون لجستیک)

در برخی از مسایل رگرسیون، متغیر وابسته (پاسخ) دو حالتی (1 و 0) است. در این گونه مسایل استفاده از الگوی خطی مناسب نیست؛ زیرا نمی‌توان خطاهای نرمال را متناظر با صفر و یک دانست. به طور کلی در مواردی که امکان سنجش و اندازه‌گیری متغیر (وابسته) در سطوح سنجش ترتیبی، فاصله‌ای و نسبی وجود ندارد، روش رگرسیون لجستیک به کار گرفته می‌شود. رگرسیون لجستیک برای پیش‌بینی وقوع یا عدم وقوع یک پیشامد خاص بر مبنای تغییرات متغیرهای مستقل استفاده می‌شود.

4-3-1. تحلیل چند متغیری شرکت در مرحله اول انتخابات

پیش از آن که متغیرهای مستقل یا عوامل تأثیرگذار بر مشارکت در انتخابات وارد معادله شوند (Block 0)، حداکثر برازش یا درست‌نمایی (maximom likelihood) مدل که با 2LL - نمایش داده می‌شود برابر 95، 3686 بود. با ورود اولین عامل مؤثر، یعنی به آبادی و سربلندی رسیدن کشور با جمهوری اسلامی که بیشترین همبستگی را با شرکت در انتخابات دارا می‌باشد، این رقم به 3340/425 کاهش می‌یابد و نهایتاً پس از ورود سایر متغیرهای مستقل به معادله تا مقدار 33، 2968 کاهش می‌یابد که این کاهش تأیید کننده تطابق مدل و داده‌ها با هم یا برازش مدل است. علاوه بر این، ورود متغیرهای مختلف قدرت تبیین R Square را نیز افزایش داده و ضریب تبیین آن از $R^2 = 0/064$ به $R^2 = 0/128$ و از $R^2 = 0/127$ به $R^2 = 0/254$ رسیده است که بیانگر میزان تبیین تغییرات مشارکت در مرحله اول انتخابات توسط متغیرهای مستقلی است که وارد معادله شده‌اند (ض ج 18). پس از 16 مرحله (گام)، این مدل تمام عواملی که ورودشان به معادله رگرسیون موجب بهبود برازش مدل و یا افزایش توان پیش‌بینی و تبیین تغییرات شرکت در انتخابات مرحله اول را در پی داشته وارد معادله نموده است و می‌توان بر این اساس معادله رگرسیون آن را نوشت:

تلاش برای پیشرفت مالی در مقایسه با پیشرفت معنوی $0/101 - 0/210 =$ مشارکت در انتخابات

+ 0/731	مذهب (شیعه)
+ 0/045	میزان تحصیلات پاسخگویان
+ 0/040	شغل (آزاد، تاجر و کارخانه‌دار، کارگر و کشاورز و دامدار، بیکار)
+ 0/373	استفاده از حق تعیین سرنوشت کشور با شرکت در انتخابات
+ 0/250	عدم تأثیر شرکت کردن در انتخابات
+ 0/196	انتخاب مسؤولیت توسط مردم
- 0/166	قومیت (کرد یا عرب بودن)
+ 0/202	عدم تفاوت بین نامزدهای اصول‌گرا و ارزشی
- 0/205	عدم صلاحیت نامزدهای ریاست جمهوری

+ 0/166	انتخاب افراد خوب در دوره قبل مجلس
+ 0/148	قبول داشتن جمهوری اسلامی و شرکت در انتخابات
+ 0/262	بهبتر کردن وضع مردم توسط جمهوری اسلامی
+ 0/132	تمایل پاسخگو به زندگی ساده و معمولی

نتایج به دست آمده، بیانگر آن است که به ازای هر واحد تغییر در تلاش برای پیشرفت مالی در مقایسه با پیشرفت معنوی 0/101- برابر واحد شانس مشارکت در انتخابات وجود دارد. این نتیجه برای متغیر، مذهب (شیعه بودن) 0/731، برای متغیر میزان تحصیلات پاسخگویان 0/045، برای متغیر شغل (آزاد، تاجر و کارخانه‌دار، کارگر و کشاورز و دامدار، بیکار) 0/040، برای متغیر استفاده از حق تعیین سرنوشت کشور با شرکت در انتخابات 0/373، برای متغیر شرکت کردن یا نکردن تأثیری در انتخابات ندارد 0/250-، برای متغیر انتخاب مسئولیت توسط مردم انجام می‌گیرد 0/196، برای متغیر قومیت (کرد، عرب بودن) 0/166-، برای متغیر عدم تفاوت بین نامزدهای اصول‌گرا و ارزشی 0/202، برای متغیر صلاحیت نامزدهای ریاست جمهوری 0/205، برای متغیر انتخاب افراد خوب در دوره قبل مجلس 0/166، برای متغیر قبول داشتن جمهوری اسلامی و شرکت در انتخابات 0/148، برای متغیر بهتر کردن وضع مردم توسط جمهوری اسلامی 0/262، برای متغیر تمایل پاسخگو به زندگی ساده و معمولی 0/132 می‌باشد. نتایج حاصل از ورود متغیرها به معادله در این گام معنی‌دار هستند؛ یعنی نتایج به دست آمده برای جمعیت تحقیق رد نمی‌شود (ض ج 19).

4 - 3 - 2. تحلیل چند متغیری شرکت در مرحله اول انتخابات

حداکثر برازش یا درست‌نمایی مدل (2LL-) 3861/435 بود. با ورود اولین عامل مؤثر، یعنی استفاده از حق تعیین سرنوشت کشور، این رقم به 3435/168 کاهش می‌یابد و نهایتاً پس از ورود سایر متغیرهای مستقل به معادله، تا مقدار 3057/110 کاهش می‌یابد که این کاهش تأییدکننده تطابق مدل و داده‌ها با هم یا برازش مدل است. علاوه بر این، ورود متغیرهای مختلف قدرت تبیین R Square را نیز افزایش داده و ضریب تبیین آن از $R^2 = 0/074$ به $R^2 = 0/134$ و از $R^2 = 0/147$ به $R^2 = 0/289$ رسیده است که بیانگر میزان تبیین تغییرات مشارکت در مرحله اول انتخابات توسط

متغیرهای مستقلی است که وارد معادله شده‌اند (ض ج 20). پس از 11 مرحله (گام)، این مدل تمام عواملی که ورودشان به معادله رگرسیون موجب بهبود برازش مدل و یا افزایش توان پیش‌بینی و تبیین تغییرات شرکت در انتخابات مرحله اول را در پی داشته، وارد معادله نموده است و می‌توان براساس آن معادله رگرسیون آن را نوشت (ض ج 21):

استفاده از حق تعیین سرنوشت با شرکت در انتخابات $0/448 + 0/263 =$ مشارکت در انتخابات

- 0/115	عدم تأثیر شرکت کردن در انتخابات
- 0/203	عدم صلاحیت نامزدهای ریاست جمهوری
+ 0/200	انتخاب مسؤولیت توسط مردم
+ 0/143	انتخاب افراد خوب در دوره قبل مجلس
+ 0/255	قبول داشتن جمهوری اسلامی و شرکت در انتخابات
+ 0/159	بهبتر کردن وضع مردم توسط جمهوری اسلامی
+ 0/266	پایبندی به ارزش‌های انقلابی
+ 0/087	تمایل پاسخگو به زندگی ساده و معمولی
+ 1/149	مذهب (شیعه)
- 0/030	شغل (آزاد، تاجر و کارخانه‌دار، کارگر و کشاورز و دامدار، بیکار)

5. جمع‌بندی

مشارکت سیاسی فعالیت‌هایی است که شهروندان به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم برای تأثیرگذاری بر گزینش اعضای دولت و حکومت یا برنامه‌ها و فعالیت‌های آن‌ها انجام می‌دهند و انتخابات یکی از مهمترین اشکال آن است. مشارکت مردم در انتخابات پیامدهای بسیار مهمی روی جامعه و اعضای آن دارد.

در مرحله اول انتخابات 88/6 درصد از کل پاسخگویان در نهمین دوره ریاست جمهوری شرکت کرده و 11/4 درصد شرکت نکرده بودند، در مرحله دوم این ارقام به ترتیب 89 درصد و 11 درصد است.

مهمترین دلایل مشارکت در انتخابات، ادای وظیفه ملی و مذهبی، سهیم بودن در سرنوشت کشور، مهم بودن انتخاب ریاست جمهوری و مؤثر بودن رأی در انتخاب رئیس جمهور، بهبود وضع جامعه و مهر خوردن شناسنامه و مهمترین دلایل عدم مشارکت، مشکلات شخصی و بی‌فایده‌گی شرکت کردن و بی‌تأثیری رأی دادن بوده است.

به‌طور کلی، دو دسته عوامل فردی و سیاسی - اجتماعی بر شرکت در انتخابات تأثیر دارد. در ویژگی‌های فردی جنسیت، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، شغل، میزان درآمد، دین، مذهب، قومیت و شهری یا روستایی بودن مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله اول شرکت در انتخابات، بیشترین همبستگی را با شغل، مذهب و قومیت و در مرحله دوم بیشترین همبستگی را با مذهب، قومیت و شغل داشته است.

در ویژگی‌های سیاسی - اجتماعی، بین شرکت در هر دو مرحله انتخابات و مشروعیت (مقبولیت) نظام جمهوری اسلامی، استفاده از حق انتخاب در تعیین سرنوشت کشور، پایبندی به ارزش‌های انقلابی، مؤثر دانستن شرکت در انتخابات، صلاحیت نامزدهای انتخاباتی، تعهد نسبت به کشور، پایبندی دینی و اهمیت هویت ملی ایرانی بیشترین همبستگی وجود داشته است. به عبارت دیگر، برای افزایش میزان مشارکت مردم در انتخابات باید این عوامل را تقویت نمود.

وزن تأثیرگذاری عوامل مختلف در پیش‌بینی شرکت یا عدم شرکت در انتخابات نیز در تحلیل چند متغییری آمده است.

منابع

پرچی، داود. 1384. نظرسنجی درباره نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری. مرحله 9. مرکز سنجش افکار بسیج.

Andrews, Bruce R. 2006. *Tracking A Presidential Election: Class and Politics in the United States* <http://users.dickinson.edu/~cliftonb/index.htm>.

Badescu Gabriel. 2006. *Contextual Factors of Political Participation in Romania*. www.polito.ubbcluj.ro/EAST/issue2_contents.html

Barnes, Samuel and Max Kaase. 1979. *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*. Beverly Hills, CA: Sage.

- Bergström, Liza. 2006. Political participation - A qualitative study of citizens in Hong Kong. Karlstad University. www.diva-portal.org/kau/undergraduate/abstract.xsql?lang=sv&dbid=257
- Broadwell Wendell. 2006. *Political participation GEORGIA PERIMETER COLLEGE ROCKDALE/NEWTON CAMPUS*. www.gpc.edu/~wbroadwe.
- Conway, Margaret, Gertrude A. Steuernagel, and David Ahern. 1997. *Women and Political*. MA: Harvard University Press.
- Dmitrovka Bolshaia. 2003. Report "Development of Forms and Methods of the Political Participation and Social Self-Organization of the Population of Russia". *Institute for Comparative Social Research*. Moscow <http://www.cessi.ru/index.php?id=1&L=1>
- Edward C. Olson. 2005. *political participation*. <http://www.angelo.edu/dept/government/online%20lectures.htm>.
- Finkel Steven E. 2000. *Civic Education and the Mobilization of Political Participation in Developing Democracies*. University of Virginia. www.princeton.edu/~csdp/events/pdfs/finkel.pdf.
- Liu. Alex. 2001. *Political Participation and Dissatisfaction with Democracy: A Comparative Study of New and Stable Democracies*. RM Institute. www.ResearchMethods.org
- McClerking. Harwood K. & Eric L. McDaniel. 2005. *Belonging and Doing: Political Churches and Black Political Participation*. *Political Psychology*. Vol. 26, No5. The Ohio State University University of Texas at Austin
- Mehrotra Aparma. 2005. *Gender and Legislation in America and Caribbean*. <http://www.undp.org/rblac/gender/legislation/>
- Mujani. Saiful. 2003. *Religious Democrats: Democratic Culture And Muslim Political Participation In Post-Suharto Indonesia*. The Ohio State University. www.ohiolink.edu/etd/send-pdf.cgi?osu1054572222
- Mustapha Kamel Al-Sayyid. 2001. *Political Participation In Arab Countries*. Centre for Study of Developing Countries, Cairo University. <http://www.unhchr.ch/huridocda/huridoca.nsf/>
- Norris Pippa. 2001. *Women's Power at the Ballot Box For International IDEA Voter Turnout from 1945 to 2000: A Global Report on Political Participation*. Harvard University.
- Sanders.Lynn M. 2001. The Psychological Benefits of Political Participation. Prepared for presentation at the Annual Meeting of the American Political Science Association, San Francisco, August 30 - September 2 Department of Government and Foreign Affairs. University of Virginia Faculty. virginia.edu/sanders/Sanders_APSA_2001_final.pdf.

Vaccary, Cristian. 2003. *The Present and Future of Democracy and Civic Engagement in the Age of Mass Communications Lecture I: Introduction to political participation and mass communications*. University of Denver.

Vengroff Richard. 2006. *Political Participation*. <http://www.ucc.uconn.edu/~vengroff/polpart.html>.

Wangc. 2006. *Political Participation and Voting*. <http://www.unc.edu/~wangc/Class%20Note%205.doc>.

Web site: Class and Politics in the United States <http://users.dickinson.edu/~cliftonb/index.htm>.

Whiteley Paul F. and Patrick Seyd. 2006. *High-Intensity Participation The Dynamics of Party Activism in Britain*. <http://www.press.umich.edu/>.

