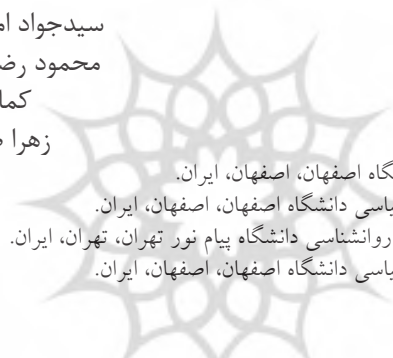


تاریخ وصول: ۱۳۹۱/۱۲/۰۳
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۲/۰۱

رابطه میان دینداری و رفتار انتخاباتی

(مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تبریز)

- سیدجواد امام جمعه زاده^۱
محمود رضا رهبر قاضی^{۲*}
کمال برزگر قاضی^۳
زهرا صادقی نقدعلی^۴



۱. دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
۲. دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
۳. فارغ التحصیل کارشناسی ارشد روانشناسی دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران.
۴. دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

چکیده

از مؤثرترین راه‌های رسیدن به توسعه پایدار، جلب مشارکت مردم در فرایند توسعه از مرحله تصمیم‌گیری تا اجرا است. رفتار انتخاباتی بیانگر الگوی خاصی از رفتار سیاسی است که مبتنی بر مجموعه نگرش‌ها، ارزش‌ها، ایستارها، هنجارها و آداب و رسوم یک جامعه می‌باشد. هدف از نگارش این مقاله بررسی رابطه میان دینداری و رفتار انتخاباتی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز می‌باشد. روش تحقیق پژوهش در جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش پیمایشی می‌باشد. این مطالعه بر روی ۱۵۵ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه تبریز صورت گرفته است؛ برای جمع‌آوری اطلاعات، از پرسشنامه استفاده شده است که اعتبار آن، به روش صوری، و پایایی آن، به کمک آماره آلفای کرونباخ سنجیده شده است و داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS تحت محیط ویندوز تجزیه و تحلیل شدند. با تقسیم دینداری به چهار بعد اعتقادی، عاطفی، پیامدی و مناسکی، به همراه در نظر گرفتن سه وجه از رفتار انتخاباتی یعنی ابعاد تماشاگرانه، متوسط و فعال مشاهده می‌شود که همبستگی‌های معناداری میان ابعاد دینداری و رفتار انتخاباتی پاسخ‌گویان وجود دارد.

واژگان کلیدی: دینداری، دانشگاه تبریز، رفتار انتخاباتی، دانشجو، سیاست.

این واقعیت که دو مقوله "دینداری" و "مشارکت مردی" طی قرن گذشته سهم بالایی در مطالعات سیاسی داشته‌اند و چنین به نظر می‌رسد که حداقل در چهار دهه پیش‌رو همچنان تحت تأثیر این دو عامل باشد، ما را به آنجا رهنمون می‌شود که پرسش از نسبت دینداری و مشارکت مردمی در عرصه سیاسی را بیش از پیش جدی تلقی نموده و بدان عطف توجه نماییم. بویژه این‌که جمهوری اسلامی با ارائه الگوی بومی "مردم‌سالاری دینی" در این زمینه پیشگام می‌باشد. بابررسی انتقادی مطالعات موجود مشخص می‌شود که

۱. ملاحظات مفهومی و نظری

از دیرباز مشارکت یکی از اساسی‌ترین صورت‌های روابط اجتماعی بوده و به عنوان یکی از محورهای موضوعی در جامعه‌شناسی تلقی شده است (Boix and Stokes, 2009: 28). مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرایند تعاملی بین کنش‌گر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعیین شده تعریف نموده‌اند. فرایندی که افراد جامعه به صورت آگاهانه و جمعی با در نظر داشتن اهداف معین و مشخص که منجر به سهم شدن آن‌ها در منابع اجتماعی می‌شود، در آن شرکت می‌کنند (Parsons, 1991: 83).

۱-۱. مشارکت سیاسی

مشارکت سیاسی به عنوان یکی از انواع مشارکت از شاخص‌های توسعه فرهنگی^۱، توسعه سیاسی^۲ و توسعه اجتماعی^۳ در کشورها به‌شمار می‌رود و از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است (Abdullahi, 2011: 4189). از مؤثرترین راه‌های رسیدن به توسعه واقعی و با دوام، همان جلب مشارکت مردم در فرایند توسعه از مرحله تصمیم‌گیری تا اجرا است (Stokes, 2003: 361-378). از منظر جامعه‌شناسی سیاسی، مشارکت سیاسی از ویژگی‌ها و مشخصه‌های جامعه مدنی است. به طور کلی، مشارکت سیاسی پدیده‌ای پیچیده و دارای ابعاد متعدد است که ارتباط میان جامعه‌ی مدنی و جامعه سیاسی را عملی می‌سازد (Leighley, 1996: 447-463). مشارکت سیاسی بیانگر الگوی خاصی از رفتار سیاسی^۴ است که مبتنی بر مجموعه نگرش‌ها، ارزش‌ها، ایستارها، هنجارها و آداب و رسوم یک جامعه می‌باشد (Putnam, 2000: 169). هانتینگتون و نلسون^۵، مشارکت سیاسی را کوشش‌های شهروندان غیردولتی به منظور تأثیر نهادن بر

سیاست‌های عمومی می‌دانند (Huntington and Nelson, 1976: 14). مک کلاسکی^۶ مشارکت سیاسی را آن دسته کنش‌های داوطلبانه‌ای می‌خواند که از طریق آن اعضای یک جامعه در گزینش حاکمان و به طور مستقیم و غیرمستقیم در شکل‌گیری سیاست‌های عمومی سهیم می‌شوند (McClosky, 1968: 249). از دیدگاه وینر^۷ مشارکت سیاسی هر عمل داوطلبانه موفق یا ناموفق، سازمان‌یافته یا بدون سازمان، دوره‌ای یا مستمر، شامل روش‌های مشروع و نامشروع برای تأثیر بر انتخاب رهبران، سیاست‌ها و اداره امور عمومی در هر حکومت محلی و ملی است (Weiner, 1971: 164). در یک معنای کلی و با توجه به تعاریف بالا، مشارکت سیاسی را می‌توان چنین تعریف کرد: فعالیت‌های داوطلبانه و آزادانه اعضای یک جامعه (چه به صورت فردی و چه به صورت جمعی) در امور حکومتی و سیاسی، که باهدف تأثیرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم بر تصمیم‌های سیاسی کشور صورت می‌گیرند و این فعالیت‌ها ممکن است حمایت از سیاست‌های موجود مقامات دولتی، و یا ساختار نظام باشد و یا ممکن است به دنبال تغییر وضع موجود در نظر گرفته شود.

۱-۲. رفتار انتخاباتی

رفتار انتخاباتی، نوعی مشارکت سیاسی است که با کارکردهای ساختاری زیرسیستم‌های فرهنگی در سطح کلان نظام اجتماعی رابطه دارد. انتخابات در واقع، یک نظرسنجی فراگیر و ملی از کل شهروندان کشور است و کمیت و کیفیت مشارکت انتخاباتی مردم می‌تواند میزان مشروعیت، کارآمدی نظام، سیاست‌ها و کارگزاران حکومتی را نشان دهد. به عبارت دیگر رفتار انتخاباتی مردم تبیین‌گر تقاضاها و خواسته‌های سیاسی و اجتماعی آن‌ها می‌باشد که می‌تواند دیدگاه‌ها و نگرش‌های موجود را به کاندیدا نمایندگی، تفهیم کند. البته ویسر معتقد است که پس از چندین دهه پژوهش درباره رفتار رأی‌دهی هنوز چارچوب نظری استواری برای مطالعه این نوع مشارکت سیاسی وجود ندارد اما می‌توان به مجموعه‌ای از دیدگاه‌های نظری اشاره کرد که هر کدام جوانبی از رفتار انتخاباتی مردم را تبیین می‌کنند (Visser, 1996: 23-34) که نظریات تأثیرات تبلیغات لازاسفلد، مکتب انتخاب عقلایی، مکتب شیکاگو، نظریه فراماتریالیسم اینگلهارت و دیدگاه شناختی بنت^۸ از جمله این دیدگاه‌های نظری می‌باشند.

۳-۱. دینداری

در این راستا به نظر می‌رسد یکی از مهمترین عوامل و طرح‌واره‌هایی که بر روی رفتار انتخاباتی افراد تأثیر می‌گذارد، جهت‌گیری دینی و دینداری افراد است (Jones and Leal, 2001: 751-770). از این چشم‌انداز، وربا و همکارانش استدلال می‌کنند که زمان، پول و مهارت‌های مدنی^۸ منابع اصلی مشارکت سیاسی به شمار می‌روند. آن‌ها معتقدند افرادی که دارای جهت‌گیری‌های دینی قوی‌ای می‌باشند، از طریق شرکت در اجلاس گروهی، سخنرانی در محافل عمومی، گفتگو با دیگران، و یا نوشتن نامه به مقامات مهارت‌های مدنی خویش را افزایش می‌دهند. بدین ترتیب جهت‌گیری‌های مذهبی انبوهی از منابع را فراهم می‌کنند که باعث تقویت رفتارهای جمعی افراد می‌گردد (Verba, setal, 1993: 453-497). همچنین دیترام و همکارانش^۹ (Dietram setal, 2003: 300-324) با تقسیم‌بندی دینداری به دو بعد ساختاری و شناختاری^{۱۱} به بررسی ارتباط این دو بعد با رفتار انتخاباتی می‌پردازند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد درحالی‌که بعد شناختاری دین تأثیر منفی بر روی شهروندی دموکراتیک می‌گذارد ولی بعد ساختاری مذهب محیط مناسبی را برای افزایش احساس اثربخشی سیاسی و اشکال مختلف مشارکت شهروندان فراهم می‌کند. شوب^{۱۲} (Supe, 1977: 613-629) نشان می‌دهد افرادی که دارای عقاید مذهبی هستند، گرایش خاصی نسبت به عضویت در احزاب سیاسی و مشارکت در امور سیاسی دارند. همچنین اونیل^{۱۳} (۲۰۰۴) بر ارتباط اعتقادات مذهبی، به عنوان یک عنصر از سرمایه اجتماعی، و رفتار انتخاباتی زنان تأکید می‌کند. او استدلال می‌کند که اعتقادات مذهبی دامنه مهارت‌های اجتماعی زنان را گسترش می‌دهد و این امر می‌تواند بر افزایش مشارکت اجتماعی و بهبود رفتار انتخاباتی کمک کند. امام جمعه‌زاده و همکارانش (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی به بررسی رابطه میان دینداری و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان ایران می‌پردازند. آن‌ها با تقسیم دینداری به دو بعد اعتقادی و اخلاقی نشان می‌دهند که همبستگی معناداری میان ابعاد دینداری و میزان مشارکت سیاسی پاسخ‌گویان وجود دارد.

گرین‌برگ^{۱۴} (Greenberg, 2000: 377-394) استدلال می‌کند که روابط سیاسی متأثر از دینداری نه تنها انگیزه افراد برای رای‌دهی را افزایش می‌دهد، بلکه آن همچنین افراد را قادر می‌سازد تا احساس کنند که تأثیر آن‌ها بر روی فرآیندهای سیاسی بهتر و مؤثرتر صورت می‌گیرد. دوریز و همکارانش^{۱۵} (۲۰۰۲) به بررسی تأثیر دینداری و ارزش‌ها بر نگرش سیاسی افراد در فلاندر^{۱۶} (بلژیک) پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها

نشان می‌دهد که، در درون فضای اجتماعی-فرهنگی و سیاسی مورد بررسی، علیرغم تأثیر زیاد جهت‌گیری‌های ارزشی، دینداری عامل تأثیرگذار مهمتری بر روی رویکرد سیاسی^{۱۷} به حساب می‌آید. هافمن و دود^{۱۸} (Hoffman and Dowd, 2008) بر اساس یافته‌های پژوهش خود استدلال می‌کنند افرادی که دارای جهت‌گیری مذهبی قویتری هستند، از نظر معرفت سیاسی نیز در سطح بالایی قرار دارند و دین و مذهب تأثیر قابل ملاحظه‌ای در رفتارهای انتخاباتی این افراد دارد. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که هر دو مذهب اسلام و مسیحیت افراد را به مشارکت سیاسی فرا می‌خوانند اما مشارکت در بین افراد مسلمان بیشتر از افراد مسیحی بوده است. ال.اپلی^{۱۹} (Epley, 2005) نیز در تحقیقی به رابطه مذهب، جامعه مدنی و سیاست در پنج دین رسمی بودیسم، کاتولیک، مسیحیت، هندو و اسلام در اندونزی پرداخته است. وی از انگیزه مذهبی به عنوان عاملی تأثیرگذار برای ایجاد روحیه مشارکتی در افراد اشاره می‌کند. یافته‌های او نشان می‌دهد که آداب و رسوم و اعتقادات اسلامی در مقایسه با ادیان دیگر، تأثیرات فرهنگی، مذهبی و سیاسی متفاوتی داشته است. اما نوریس و اینگلهارت (Nooris and Inglehart, 2003) استدلال می‌کنند که هیچ تفاوت مهمی در حمایت از ارزش‌های مردم سالارانه- از جمله مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی- میان مسلمانان و غیرمسلمانان وجود ندارد.

۱-۴. دینداری و رفتار انتخاباتی

دینداری به عنوان یک متغیر تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی عنوان عامی است که به هر فرد یا پدیده‌ای که ارزش‌ها^{۲۰} و نشانه‌های دینی^{۲۱} و گاهی اوقات اخلاقی در آن متجلی باشد، اطلاق می‌شود. دین به مثابه نظام فرهنگی (Geertz, 1973) و پدیده اجتماعی (Durkheim, 1968) در مطالعات انسان‌شناختی جایگاه خاصی دارد. از دیدگاه دورکیم دین بیان ارزش‌های اخلاقی یک اجتماع و باورداشتهای دسته جمعی آنان است. نظامی واحد از عقاید و اعمال منتسب به اشیا و امور مقدس - یعنی اشیا و امور متمایز شده و حرمت یافته - که همه مؤمنان را در یک اجتماع معنوی واحد یا یک تشکیلات دینی گرد هم می‌آورد (Durkheim, 1968: 62). از نظر گیرتز دین از طریق ارائه چشم‌انداز مذهبی^{۲۲} برای مؤمنان، به حل مسئله معنا برای دینداران می‌پردازد. از نظر او دین نه تنها کوششی در جهت توجیه جنبه‌های شگفت‌انگیز جهان است، بلکه در زمینه‌ای گسترده‌تر برای یکنواختی زندگی نیز اعتباری فراهم می‌سازد (Geertz, 1973: 90). دینداری، به بیانی کلی، یعنی داشتن اهتمامی دینی^{۲۳} به نحوی که نگرش، گرایش و

کنش‌های فرد را متأثر سازد (Himmelfarb, 1975: 606-618). به عقیده آلپورت مذهب به عنوان یک سیستم ارزشی باعث وحدت بخشیدن به حیات انسان می‌شود. به عبارت دیگر، بالاترین سیستم ارزشی که به زندگی انسان وحدت و یکپارچگی می‌دهد سیستم ارزشی مذهبی است؛ سیستمی که بر روی تمام وجوه زندگی فرد تأثیر می‌گذارد. آلپورت بر آن است که احساسات دینی نه ماهیتی صرفاً عقلانی دارند و نه کاملاً غیرعقلانی. بلکه بیشتر تلفیقی از احساس و تفکر منطقی است. در واقع دینداری، فلسفه‌ای از زندگی برای فرد ارائه می‌کند که نه تنها ماهیتی عقلانی دارد بلکه به لحاظ احساسی و هیجانی نیز ارضاً کننده است. بنابراین، آلپورت نتیجه می‌گیرد که تمام ادیان بزرگ دنیا نوعی جهان‌بینی برای پیروان خود به ارمغان می‌آورند که هم سادگی منطقی دارد و هم زیبایی‌های هارمونیک (Allport, 1950: 18-19). جاسترو^{۲۴} معتقد است که دین مرکب از سه چیز است: اعتراف به قدرت یا قدرت‌هایی که در حیطه اختیار ما نیستند، ادراک مقهوریت نسبت به این قدرت یا قدرت‌ها و طلب ارتباط با این قدرت یا قدرت‌ها. پس دین اعتقادی است نظری به یک یا چند قوه مفارق از ما و مسلط بر ما و نتیجه این اعتقاد، تشکیلات و قوانین معین، اعمال مخصوص و نظارت مخصوص که انسان را با این قوه یا قوا مربوط و متصل می‌سازد، می‌باشد (کمپانی، ۱۳۵۳: ۱۱۳). از دیدگاه دنلپ^{۲۵} دین نهاد یا چهره‌ای از فرهنگ است که در جهت خدمت به آدمی نقش‌ها و کارکردهایی را ایجاد می‌کند که از هیچ نهاد دیگری ساخته نیست (کلیم و دیگران، ۱۳۷۹: ۲۹). همچنین فرانکل^{۲۶} دین را تکاپوی بشر برای یافتن معنای غایی در زندگی تعریف می‌کند و آن را ناشی از تمایل بشری و منبعث از کشش درونی انسان معرفی می‌نماید و استدلال می‌کند دین، احساسی عمیق و ریشه دار در اعماق ضمیر ناهشیار همه انسانها است (فرانکل، ۱۳۷۵: ۱۹). و سرانجام هرویو- لژه معتقد است که دین وسیله و یا دستگاه برنامه‌ای عقیدتی، اجرایی و نمادین (سمبولیک) است که بدان وسیله آگاهی (فردی و اجتماعی) از تعلق به یک خط اعتقادی خاص به وجود آمده، تقویت، تکمیل و کنترل می‌شود. وی معتقد است هر اعتقادی دین نیست و اگر سه عنصر با هم جمع و متحد نشوند، چیزی به نام دین به وجود نمی‌آید که این سه عنصر عبارتند از بیان یک اعتقاد، خاطره‌ای از یک تداوم، عطف و ارجاعی مشروعیت ساز به روایتی مجاز از این خاطره. دین متوجه آن شکل خاص از اعتقاد و یا ذهنیاتی است که در طول قرون و اعصار به وجود آمده‌اند و خود را با ارجاع به یک سنت، مشروع می‌سازند (ویلیم، ۱۳۷۷: ۱۷۴-۱۷۵).

عمده پژوهش‌های موجود به موضوع مشارکت سیاسی پرداخته‌اند و از بررسی تأثیر ابعاد

مختلف دینداری بر ابعاد رفتار انتخاباتی غافل مانده‌اند. به این ترتیب، هدف از بررسی رابطه چهار بعد دینداری (اعتقادی، عاطفی، پیامدی و مناسکی) با سه بعد رفتار انتخاباتی (رفتارهای تماشاگرانه، متوسط و فعالانه) است. و از این منظر سؤال اصلی تحقیق عبارت است از: ابعاد مختلف دینداری چه تأثیری بر روی رفتار انتخاباتی دانشجویان (دانشگاه تبریز) داشته است؟

۲. روش شناسی

۲-۱. جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

پژوهش حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی پیمایشی است. از نظر هدف، یک بررسی کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان ۱۸ تا ۳۰ سال دانشگاه تبریز می‌باشد. تعداد نمونه بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با دقت برآورد $d=0.05$ و حداکثر واریانس $s^2 = 0.25$ $(s^2 = pq)$ و سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۱۶۷ نفر تعیین شده، که به دلیل زایل شدن پاره‌ای از پرسش‌نامه‌ها هنگام گردآوری داده‌ها و عدم امکان استفاده از آن‌ها، ۱۵۵ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

۲-۲. ابزارهای تحقیق

در این پژوهش با توجه به اهمیت موضوع و حساسیت آن از دو پرسشنامه سنجه دینداری مسلمانان و پرسشنامه محقق ساخته رفتار انتخاباتی استفاده شد. سنجه دینداری مسلمانان توسط سراج زاده (۱۳۷۷) تهیه شده است. در سنجه دینداری مسلمانان چهار بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی مورد توجه قرار گرفته است. بعد فکری یا دانش دینی در این پرسشنامه گنجانده نشده است زیرا در بسیاری از کشورهای اسلامی از جمله ایران آموزش دینی بخشی از برنامه آموزشی مدارس است، بنابراین نمی‌توان این بعد را معرف معتبری برای دینداری افراد دانست. در جوامع غربی نیز این بعد معرف معتبری برای دینداری نبوده است. سنجه دینداری مسلمانان متشکل از ۲۶ سؤال است و دارای چهار زیر مقیاس بعد اعتقادی (سؤالات ۱ تا ۷)، بعد تجربی (سؤالات ۸ تا ۱۳)، بعد پیامدی (سؤالات ۱۴ تا ۱۹) و بعد مناسکی (سؤالات ۲۰ تا ۲۶) است. سؤالات این پرسشنامه نگرشی هستند و در یک طیف پنج قسمتی (کاملاً مخالف: ۱، مخالف: ۲، بینابین: ۳، موافق: ۴ و کاملاً موافق: ۵) بر اساس سیستم لیکرت نمره گذاری می‌شوند. به این ترتیب نمره هر آزمودنی در این پرسشنامه از ۲۶ تا ۱۳۰ متغیر بوده

و نمره بالاتر نمایانگر دینداری بیشتر است. برای بررسی پایایی این پرسشنامه از روش اجرای مجدد و هماهنگی درونی استفاده شده است محاسبه شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای سنجه کلی دینداری ۰/۸۳ محاسبه شده است. روایی این پرسشنامه نیز از طریق سه رویکرد مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج موید روایی ساختی و روایی ظاهری آن هستند. روایی بیرونی پرسشنامه از طریق رابطه بین نمرات افراد در پرسشنامه و ارزیابی خودشان از میزان دینداری خود در یک طیف ۱۰ قسمتی، ۰/۶۱، محاسبه گردیده است (سراج زاده، ۱۳۷۷).

ابزار دیگر مورد استفاده در این پژوهش پرسش نامه محقق ساخته رفتار انتخاباتی بود. در این راستا، برای سنجش رفتار انتخاباتی از پرسش نامه از نوع سنج لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه با بهره گیری از مقیاس لیکرت توسط محقق ساخته شد که دارای ۲۰ سؤال است. برای تعیین روایی و اعتبار ابزار تحقیق ابتدا پرسش های متعددی به وسیله چند نفر متشکل از استادان علوم سیاسی و علوم اجتماعی طرح و پس از بررسی تعداد ۲۰ سؤال انتخاب شد و پس از ویرایش و به منظور اطمینان بیشتر بر روی یک گروه چهل نفری به صورت آزمایشی اجرا شد. در این پژوهش ضرایب پایایی این مقیاس به روش کرونباخ برابر ۰/۷۹ درصد بوده است. به منظور افزایش دقت و با توجه به شرایط جامعه ایران، رفتار انتخاباتی بر اساس مدل لستر میلبرت (۱۹۶۵) به سه بعد رفتارهای تماشاگرانه (از قبیل رای دادن، راه اندازی یک بحث سیاسی، تلاش برای اقناع فرد دیگر به رای دادن به گونه ای خاص و غیره)، رفتارهای متوسط (از قبیل شرکت در یک جلسه یا گردهمایی سیاسی، کمک مالی به یک گروه سیاسی یا کاندیدا، تماس با مقامات سیاسی و غیره) و رفتارهای فعالانه (از قبیل صرف وقت در یک کارزار تبلیغات سیاسی، عضویت فعال در یک گروه سیاسی، گردآوری کمک های مالی برای مقاصد سیاسی و غیره) تقسیم گردید. این مقیاس ابزاری برای سنجش رفتار انتخاباتی افراد است که نمره گذاری هر سؤال بر روی یک پیوستار از ۱ (کاملاً موافقم) تا ۵ (کاملاً مخالفم) می باشد.

۲-۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات همبستگی بوده و طرح آن با توجه به روش جمع آوری داده‌ها از نوع پس رویدادی می‌باشد.

۳. یافته‌های پژوهش

به منظور ارائه تصویر روشن تری از وضعیت متغیرهایی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند، در جدول ۱، برخی یافته‌های توصیفی از قبیل میانگین و انحراف استاندارد ابعاد دینداری و رفتار انتخاباتی گزارش شده است.

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد نمرات شرکت کنندگان در هر یک از ابعاد دینداری و رفتار انتخاباتی

| متغیرها | انحراف معیار | میانگین |
|-------------------------|--------------|---------|
| اعتقادی | ۵/۱۷ | ۲۷/۴۳ |
| عاطفی | ۴/۵۸ | ۲۴/۱۴ |
| پیامدی | ۴/۳۰ | ۱۹/۰۹ |
| مناسکی | ۴/۷۷ | ۲۰/۸۵ |
| نمره کل دینداری | ۱۵/۸۷ | ۹۱/۵۲ |
| تماشاگرانه | ۵/۲۷ | ۲۳/۸۲ |
| متوسط | ۴/۱۷ | ۱۳/۳۰ |
| فعال | ۴/۲۹ | ۱۲/۰۴ |
| نمره کل رفتار انتخاباتی | ۱۳/۰۰ | ۴۹/۱۸ |

همانطور که جدول ۱ نشان می‌دهد میانگین و انحراف معیار بعد اعتقادی دینداری به ترتیب ۲۷.۴۳ و ۵.۱۷ به دست آمده است و میانگین بعد عاطفی ۲۴.۱۴ با انحراف معیار ۴.۵۸ به دست آمده است. همچنین میانگین ابعاد پیامدی و مناسکی به ترتیب برابر ۱۹.۰۹ و ۲۰.۸۵ با انحراف معیار ۴.۳۰ و ۴.۷۷ به دست آمده که بر این اساس میزان نمره بعد اعتقادی دینداری در میان افراد بیشتر از سایر ابعاد است. در پرسشنامه مشارکت سیاسی، میانگین بعد تماشاگرانه، متوسط و فعال به صورت مقادیر بالا در جدول شماره ۱ به دست آمده است. میانگین نمره کل رفتار انتخاباتی ۴۹.۱۸ و انحراف استاندارد آن ۱۳.۰۰ و مقادیر مذکور برای نمره کل باورهای مذهبی به ترتیب ۹۱.۵۲ و ۱۵.۸۷ به دست آمده است.

جدول ۲. همبستگی بین ابعاد دینداری و رفتار انتخاباتی

| متغیرها | تماشاگرانه | متوسط | فعال |
|---------|--------------|---------|---------|
| اعتقادی | ضریب پیرسون | ۰/۵۶۰** | ۰/۵۴۰** |
| | سطح معناداری | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| عاطفی | ضریب پیرسون | ۰/۵۶۳** | ۰/۵۱۲** |
| | سطح معناداری | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| پیامدی | ضریب پیرسون | ۰/۵۹۶** | ۰/۶۰۷** |
| | سطح معناداری | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| مناسکی | ضریب پیرسون | ۰/۶۶۵** | ۰/۶۷۰** |
| | سطح معناداری | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |

جدول ۲ همبستگی ساده (پیرسون) هر یک از ابعاد دینداری با رفتار انتخاباتی را نشان می دهد. همانگونه که در جدول مشاهده می شود بین تمام ابعاد دینداری با تمام ابعاد رفتار انتخاباتی رابطه مثبت معنی دار مشاهده می شود. بالاترین میزان همبستگی مربوط به رابطه بعد مناسکی دینداری با بعد تماشاگرانه رفتار انتخاباتی ($p < 0.001$ و $r = 0.795$) مشاهده می شود و کمترین رابطه بین بعد عاطفی دینداری با بعد فعال رفتار انتخاباتی ($p < 0.001$ و $r = 0.512$) است.

برای بررسی رابطه چندگانه ابعاد دینداری با هر یک از ابعاد رفتار انتخاباتی از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. جدول ۳ نتایج مدل رگرسیونی را به ازای رابطه‌ی دینداری و بعد اعتقادی، عاطفی، پیامدی و مناسکی با هر یک از ابعاد رفتار انتخاباتی و میزان کل رفتار انتخاباتی نشان می دهد.

جدول ۳. نتایج مدل رگرسیون به ازای رابطه‌ی دینداری با رفتار انتخاباتی

| متغیر پیش بین | متغیر ملاک | R | R ^۲ | R ^۲ تعدیل شده | خطای استاندارد برآورد | F | سطح معناداری |
|---------------------------------------|-----------------|------|----------------|--------------------------|-----------------------|--------|--------------------|
| دینداری (اعتقادی-عاطفی-پیامدی-مناسکی) | تماشاگرانه | ۰/۸۷ | ۰/۷۶ | ۰/۷۶ | ۲/۵۷ | ۱۲۴/۶۰ | ۰,۰۰۰ ^a |
| | متوسط | ۰/۷۱ | ۰/۵۱ | ۰/۵۰ | ۲/۹۳ | ۰۴/۲۱ | ۰,۰۰۰ ^a |
| | فعال | ۰/۷۱ | ۰/۵۱ | ۰/۵۰ | ۳/۰۳ | ۳۹/۶۹ | ۰,۰۰۰ ^a |
| | رفتار انتخاباتی | ۰/۸۰ | ۰/۶۵ | ۰/۶۴ | ۷/۰۷ | ۲۸۵/۳۸ | ۰,۰۰۰ ^a |

۳۷

دانشنامه مطالعات قدرت نرم

سیدجواد امام جمعه زاده و همکاران
بررسی رابطه میان دینداری و رفتار انتخاباتی

همانگونه که جدول ۳ نشان می دهد ابعاد دینداری پیش بینی کننده خوبی برای مؤلفه های رفتار انتخاباتی هستند. مقدار همبستگی چندگانه (R) ابعاد دینداری با رفتار انتخاباتی تماشاگرانه ۰.۸۷ است و ضریب تعیین نشان می دهد ۷۶٪ واریانس بعد تماشاگرانه توسط دینداری تبیین می شود. مقدار همبستگی چندگانه (R) ابعاد دینداری با رفتار انتخاباتی متوسط ۰.۷۱ بوده و ۵۰٪ واریانس مربوط به رفتار انتخاباتی متوسط را تبیین می کند. مقدار همبستگی چندگانه (R) ابعاد دینداری با رفتار انتخاباتی فعال ۰.۷۱ بوده و ۵۰٪ واریانس مربوط به رفتار انتخاباتی فعال را تبیین می کند. مقدار همبستگی چندگانه (R) ابعاد دینداری با کل رفتار انتخاباتی ۰.۸۰ است و ضریب تعیین نشان می دهد ۶۴٪ واریانس رفتار انتخاباتی توسط دینداری تبیین می شود. سطح معنی داری به دست آمده برای مقادیر F نشان می دهد تمام ضرایب در سطح $P < 0.001$ معنی دار است.

پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۴. ضرایب رگرسیون غیر استاندارد (B) و استاندارد (b) به ازای هر بعد از دینداری بر ابعاد رفتار انتخاباتی

| سطح معناداری | t | ضرایب غیر استاندارد | | ضرایب استاندارد | متغیر پیش بین | متغیر ملاک |
|--------------------|-------|---------------------|----------------|-----------------|---------------|-----------------|
| | | B | خطای استاندارد | b | | |
| ۰,۰۰۰ ^a | ۴/۷۷ | ۰/۳۱۹ | ۰/۰۶۷ | ۰/۲۷۷ | عاطفی | تماشاگرانه |
| ۰,۰۰۲ ^a | ۳/۲۳ | ۰/۲۱۶ | ۰/۰۶۷ | ۰/۱۷۶ | پیامدی | |
| ۰,۰۰۰ ^a | ۷/۳۱ | ۰/۴۶۱ | ۰/۰۶۳ | ۰/۴۱۸ | مناسکی | |
| ۰,۰۰۷ ^a | ۲/۷۶ | ۰/۱۶۰ | ۰/۰۵۸ | ۰/۱۵۷ | اعتقادی | |
| ۰/۱۵۵ | ۱/۴۲ | ۰/۱۰۹ | ۰/۰۷۶ | ۰/۱۲۰ | عاطفی | متوسط |
| ۰,۰۰۷ ^a | ۲/۷۴ | ۰/۲۰۹ | ۰/۰۷۶ | ۰/۲۱۶ | پیامدی | |
| ۰,۰۰۰ ^a | ۴/۵۳ | ۰/۳۲۷ | ۰/۰۷۲ | ۰/۳۷۴ | مناسکی | |
| ۰/۱۱۷ | ۱/۵۷ | ۰/۱۰۵ | ۰/۰۶۶ | ۰/۱۳۰ | اعتقادی | |
| ۰/۸۲۵ | ۰/۲۲۱ | ۰/۰۱۷ | ۰/۰۷۹ | ۰/۰۱۹ | عاطفی | فعال |
| ۰,۰۰۱ ^a | ۳/۳۲ | ۰/۲۶۲ | ۰/۰۷۹ | ۰/۲۶۲ | پیامدی | |
| ۰,۰۰۰ ^a | ۴/۹۷ | ۰/۳۷۰ | ۰/۰۷۴ | ۰/۴۱۲ | مناسکی | |
| ۰/۱۱۸ | ۱/۵۷ | ۰/۱۰۸ | ۰/۰۶۷ | ۰/۱۳۰ | اعتقادی | |
| ۰,۰۰۰ ^a | ۱۶/۸۹ | ۰/۶۶۱ | ۰/۰۳۹ | ۰/۱۸۷ | دینداری | رفتار انتخاباتی |

جدول ۴ ضرایب رگرسیون غیر استاندارد (B) و استاندارد (b) را به ازای رگرسیون هر بعد از دینداری بر ابعاد رفتار انتخاباتی نشان می‌دهد. همانگونه که ضرایب رگرسیون استاندارد نشان می‌دهند در تمام ابعاد رفتار انتخاباتی، دینداری مناسکی پیش بینی کننده مهمتری است و از وزن b بالاتری برخوردار است و دینداری مناسکی ارتباط بیشتری با مؤلفه‌های رفتار انتخاباتی دارد. رگرسیون دینداری عاطفی و دینداری اعتقادی بر رفتار انتخاباتی متوسط و رفتار انتخاباتی فعال معنی دار نیست و ارتباط معنی داری با این ابعاد نشان نمی‌دهد.

نتیجه گیری

هدف از مقاله حاضر تبیین نظری و تجربی تأثیر دینداری بر مشارکت سیاسی بود. نتایج نشان داد که بین میزان پایبندی به اصول مذهبی بودن با مشارکت سیاسی در نمونه مورد بررسی ارتباط معنی داری وجود دارد. این نتیجه، با یافته‌های آلپورت (۱۹۵۰)، وربا و همکارانش (۱۹۹۵)، شوب (۱۹۷۷)، گرین برگ (۲۰۰۰). دوریز و همکارانش (۲۰۰۲)، اونیل (۲۰۰۴)، ال‌اپلی (۲۰۰۵)، هافمن و دود (۲۰۰۸)، امام جمعه‌زاده و همکارانش (۱۳۸۹) همسو است. نتایج تحقیقات مذکور نشان داده است که افراد دارای جهت گیری مذهبی از نظر مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی در حد بالایی قرار دارند و دین و مذهب تأثیر قابل ملاحظه‌ای در کنش سیاسی این افراد دارد و آن‌هایی که دارای عقاید و علاقه مذهبی بودند گرایش خاصی نسبت به عضویت در برخی از گروه‌های سیاسی و انجام مشارکت در امور سیاسی داشتند. به لحاظ نظری و با توجه به نظریه آلپورت می‌توان گفت دین عملاً به عنوان یک سیستم ارزشی به حرکت‌های انسان جهت داده، هدفمند نموده و به سوی اعتلای روانی، انسانی و تکامل رهنمون می‌سازد. به عقیده آلپورت، مذهب به عنوان یک سیستم ارزشی باعث وحدت بخشیدن به حیات انسان می‌شود و به عنوان یک منبع یا عامل همبستگی اجتماعی عمل کرده و انسان دینی مسئول خود و محیط اجتماعی است و در برابر ارزش‌ها و ضدارزش‌ها موظف انگاشته شده‌است. در حقیقت سیاست در دیدگاه دینی به معنای حضور و مکلف بودن در برابر رخدادهای می‌باشد.

در تمام ابعاد رفتار انتخاباتی، بعد مناسکی پیش‌بینی‌کننده مهمتری است و ارتباط بیشتری با مؤلفه‌های رفتار انتخاباتی دارد، هرچند که بعد عاطفی نیز با تمام ابعاد رفتار انتخاباتی رابطه مثبتی دارد. نمرات بالای مقیاس مناسکی دینداری انعکاسی از تلاش فرد برای مثبت جلوه‌دادن خود از نظر اجتماعی است. به نظر می‌رسد که این افراد مستعد ایجاد نگرش‌های اجتماعی مسئولانه‌تر برای مشارکت سیاسی هستند. در واقع می‌توان گفت که ابعاد مناسکی دینداری به عنوان پلی بین آگاهی و مشارکت عمل می‌کند. زمانی می‌توان ادعا کرد که ابعاد دینی موجودیت واقعی یافته است که دینداری از حالت ذهنی و بالقوه به ابعاد عملی دینداری در قالب رفتارهای مشارکت‌جویانه نشان داده شود. با توجه به شرایط دینی نظام سیاسی موجود در کشور ایران، کسانی که به میزان بیشتری به ابعاد عبادی دین اهمیت قائل می‌شوند برای پابرجایی نظام سیاسی که دینی است، بیشتر در انتخابات و فعالیت‌های سیاسی دیگر شرکت می‌کنند و نتایج تحقیق نیز این استلال

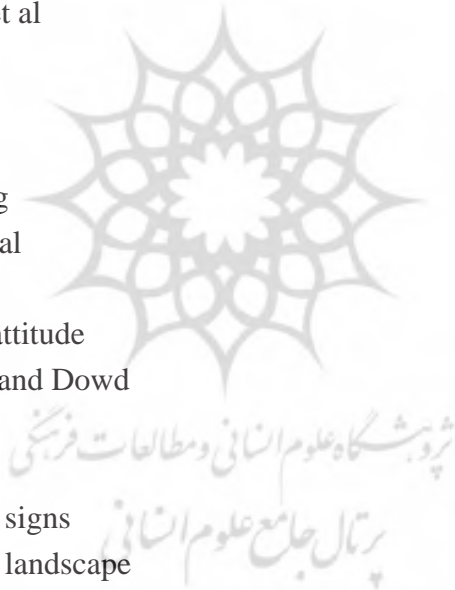
را تأیید می کند.

با توجه به این که جامعه ایران یک جامعه دینی است و افراد از همان سال‌های نخستین بطور رسمی و غیر رسمی با آموزش‌های مذهبی روبرو می شوند با اصول اعتقادات مذهبی آشنا هستند. از طرف دیگر اسلام نه تنها فرد را در مقابل خداوند مسئول و متعهد می داند بلکه او را در مقابل جامعه نیز مسئول می داند. افرادی که بیشتر پایبند به امور دینی باشند خود را موظف خواهند دانست که در فعالیت‌های سیاسی مشارکت داشته باشند. از نگاه دینی، فرد در مقابل خودش، خدایش، جامعه‌اش و... موظف است که نسبت به سرنوشت خود حساس باشد، در صحنه باشد، فعال باشد و از انحرافات حکومتی جلوگیری کنند.

همچنین یافته‌ها نشان داد که ارتباط مستقیمی بین تمام ابعاد دینداری و رفتار انتخاباتی تماشاگرانه وجود دارد. بر اساس این یافته‌ها می توان انتظار داشت در جوامع مذهبی میزان مشارکت افراد در رای گیری‌ها و فعالیت‌های سیاسی حداقلی بالاتر باشد. اما به نظر می‌رسد ابعاد عاطفی و اعتقادی رابطه معنی داری با رفتارهای متوسط و فعالانه نداشتند. شاید یک علت این امر آن باشد که ابعاد مناسکی و پیامدی با افعال و رفتارهای دینی، و نه آگاهی‌های ذهنی، فرد سروکار دارند و بدین ترتیب احتمالاً افرادی که دارای میزان دینداری عینی بالاتری می‌باشند بهتر می‌توانند در سطوح بالاتر رفتارهای انتخاباتی، که یک بعد از مشارکت سیاسی عینی (رفتار سیاسی) و نه مشارکت سیاسی ذهنی است، به فعالیت پردازند.

البته ناگفته پیداست که دینداری صرفاً یکی از عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی است و تغییر آن در جامعه هم به صورت یکباره و در یک محدوده زمانی کوتاه اتفاق نمی‌افتد، با این وجود دینداری پیش‌بینی‌کننده مهمی برای رفتارهای انتخاباتی و مشارکت سیاسی است. زیرا بر اساس آموزه‌های دینی بر مسلمین لازم است در تشکیل جامعه اسلامی و تثبیت و استقرار آن همت ورزند و یکی از شئون اجتماعی شدن دخالت در امور سیاسی و کسب استقلال و به دست آوردن عزت و سیادت اجتماعی است. از این نکات سمت و سوی مشارکت سیاسی و جهت اصلی آن در جامعه اسلامی روشن می‌شود.

1. Cultural Development
2. Political Development
3. Social Development
4. Political Behavior
5. Huntington and Nelson
6. McClosky
7. Weiner
8. Bennett
9. Civic skills
10. Dietram et al
11. Cognitive
12. Supe
13. O'Neill
14. Greenberg
15. Duries et al
16. Flanders
17. Political attitude
18. Hoffman and Dowd
19. L. Epley
20. Values
21. Religious signs
22. Religious landscape
23. Religious involvement
24. Justrue
25. Dunlap
26. Frankel



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- امام جمعه زاده، سیدجواد، محموداوغلو، رضا و عیسی نژاد، امید (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه دینداری و مشارکت سیاسی دانشجویان»، *پژوهشنامه علوم سیاسی*. سال دوم، شماره ۲۱.
- کمپانی، فضل اله (۱۳۵۳)، *ماهیت و منشأ دین*. تهران: چاپ فراهانی.
- کلیم، هانس و دیگران (۱۳۷۹)، *شناخت دانش ادیان*. مترجم همایون همتی، تهران: انتشارات نقش جهان.
- فرانکل، ویکتور (۱۳۷۵)، *خدا در ناخودآگاه*. مترجم ابراهیم یزدی، تهران: نشر رسا.
- ویلم، ژان پل (۱۳۷۷)، *جامعه شناسی ادیان*. مترجم عبدالرحیم گواهی، تهران: نشر تبیان.
- سراج زاده، سیدحسین (۱۳۷۷)، *نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی*. نمایه پژوهش، سال دوم، شماره ۷ و ۸.
- Abdullahi, H. and Abdullahi, Y. Z. (2001), "Gender bias and citizenship rights to political participation in Nigeria: challenges for democratic consolidation and economic development", *Gender and Behaviour*. 9, pp. 4189 - 4206.
- Allport, G. W. (1950), *The Individual and His Religion*. New York: Macmillan.
- Boix, C. and Stokes, S. (2009), *The Oxford Handbook of Comparative Politics*. Oxford University Press.
- Burkely, S. (1996), *People First: A Guide to Self-Reliant Participatory Rural Development*. London: Zedbooks.

- Dietram A. Scheufele, Matthew, C. Nisbet and Dominique Brossard. (2003), "Pathways to Political Participation? Religion, Communication Contexts, and Mass Media", *International Journal of Public Opinion Research*. 15, pp. 300-324.

- Durie, M. E. Fitzgerald, T. Kingi, S. McKinley and B. Stevenson (2002), *Maori Specific Outcomes and Indicators: A Report Prepared for Te Puni Kokiri*. Wellington: Te Puni Kokiri.

- Durkheim, E. (1968), *The Elementary Forms of the Religious Life*. New York: The Free Press.

- Geertz, C. (1973), *Interpretation of Culture*. Selected Essays, New York, Basic Books.

- Greenberg, A. (2000), "The church and the revitalization of politics and community", *Political Science Quarterly*. 115, pp. 377-394.

- Guy, B. P. (1999), *Institutional Theory in Political Science; The New Institutionalism*. London: Cressell.

- Himmelfarb, H. S. (1975), "Measuring Religious Involvement", *Social Forces*. Vol. 53, pp. 606-618.

- Hoffman, A. and Dowd, R. (2008), *Religion Gender and Political Participation in Africa Lessons from Nigeria Senegal and Uganda De: Lessons from Nigeria, Senegal and Uganda*. University of Notre Dame: Department of Political Science.

- Huntington, S. and Nelson, J (1976), *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries*. Cambridge: Harvard University Press.

- Inglehart, R. (1981), "Post-materialism in an environment of insecurity", *American Political Science Review*. 75, pp. 880-900.

- Jones-Correa, M. and Leal, D. (2001), "Political Participation: Does Religion Matter?", *Political Research Quarterly*. 54, pp. 751-770.

- Leighley, J. E. (1996), "Group membership and the mobilization of political participation", *Journal of Politics*. 58, 447-463.

- McClosky, H. (1968), *Political Participation*. David L, Sills (ED), International encyclopedia of the Social Sciences, New York: McMillan Company and Free Press.

- Merriam, C. E. and Harold, F. (1924), **Non-Voting: Causes and Methods of Control**. Chicago: University of Chicago Press.
- Milbrath, L. (1965), **Political Participation**. Chicago: Rand McNally.
- Nooris, P. and Inglehart, R. (2003), **Islamic Culture and Democracy: Testing the Clash of Civilizations**. Leiden: Brill.
- O'Neill, B. (2004), **Gender, Religion, Social Capital and Political Participation**. Prepared for delivery at the Annual Meeting of the American Political Science Association.
- Parsons, T. (1991), **The Social System**. London: Routledge.
- Putnam, R. (2000), **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon and Schuster.
- Stokes, A. K. (2003), "Latino group consciousness and political participation", **American Politics Research**. 31, pp. 361-378.
- Supe, A. (1977), "Conventional Religion and Political Participation in Postwar Rural Japan", **Social Forces**. 55, pp. 613-629.
- Verba, S. Scholozman, K. L. Brady, H. and Nie, N. H. (1993), "Race, Ethnicity, and Political Resources: Participation in the United States", **British Journal of Political Science**. 23, 453-497.
- Visser, M. (1996), "Voting, A behavioral analysis", **Behavior and Social Issues**. 6: pp. 23-34.
- Weiner, M. (1971), **Political Participation in Crises and Sequences in Political Development**. Princeton: Princeton Press.

پژوهشگاه عالی تخصصی علوم انسانی
رتال جامع علوم انسانی