

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی مطالعه‌ای درباب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج

بیژن زارع^۱، مجید روهنده^۲

(تاریخ دریافت ۹۳/۰۴/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۴/۱۰/۰۹)

چکیده

لزوم مشارکت مردم در تمام فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی امروزه در همه جوامع پذیرفته شده و روزه‌روز نیز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی انجام شده است. در این تحقیق، با استفاده از نظریه‌های تلفیقی مشارکت به‌منزله پشوانه نظری، رابطه بین رضایتمندی اجتماعی و سیاسی، دین‌داری، رسانه‌ها و پایگاه اجتماعی - اقتصادی با مشارکت تحت بررسی قرار گرفت.

روشی که در تحقیق حاضر به‌کار رفته پیمایش است و از تکنیک پرسش‌نامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جمعیت تحقیق کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج است که ۴۰۰ نفر از میان آنها به‌منابه نمونه انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های رگرسیون خطی دومتغیره، آزمون تی، و رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. درنهایت، مشخص شد که رضایتمندی سیاسی ۳۳ درصد از تغییرات مشارکت اجتماعی - سیاسی را توضیح می‌دهد، دین‌داری نیز ۱۹/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. بین هریک از متغیرهای رضایتمندی اجتماعی، رسانه جمعی، درآمد و جنسیت با مشارکت اجتماعی - سیاسی هم رابطه معنادار مشاهده شد. پس از ورود هم‌زمان متغیرهای اصلی و متغیرهای شخصی

۱. عضو هیئت علمی و مدیر گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی Dr_bizhanzare@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی Majid.rohandeh@gmail.com

شهروندان به مدل تحقیق، مشخص شد که در مجموع متغیرهای تحقیق ۴۱ درصد از تغییرات مشارکت اجتماعی - سیاسی را توضیح می‌دهند. نتایج تحقیق حاضر از برزش بالای نظریه تحقیق با یافته‌های تجربی مشاهده شده حکایت دارد.

واژگان کلیدی: مشارکت اجتماعی - سیاسی، رضایتمندی اجتماعی، رضایتمندی سیاسی، دین‌داری، رسانه‌های گروهی.

مقدمه و طرح مسئله

انسان موجودی اجتماعی است، تاجایی که او را حیوان «مدنی‌الطبع» تعریف کرده‌اند (کاردان و دیگران، ۱۳۷۲: ۳۸۸). تعریف یادشده از آن جهت است که انسان همواره به صورت جمعی زندگی کرده و نیازهای خود را به وسیله دیگران و به مدد آنان رفع کرده است. تاریخ حیات انسان تاریخ همکاری و مشارکت است. زمانی که نخستین بار انسان دریافت که می‌تواند با تجمیع توان خود بر مشکلات فائق آید، مشارکت زاده شد.

واژه مشارکت^۱ از حیث لغوی به معنای درگیری و تجمع برای منظوری خاص است. درباب معنای لغوی آن بحث‌های فراوانی شده است، ولی در مجموع می‌توان جوهره اصلی آن را درگیری، فعالیت و تأثیرپذیری دانست (علوی تبار، ۱۳۷۹: ۱۵). مشارکت مردم به معنای همکاری داوطلبانه و ارادی آنها در فرآیند توسعه است (ابراهیم‌زاده، ۱۳۷۷: ۲). مشارکت مردم در روند توسعه از چنان اعتباری برخوردار است که توسعه را معادل مشارکت دانسته‌اند (همان: ۱). مشارکت فرآیند تصمیم‌گیری و حل مشکل است و درباره افراد و گروه‌هایی به کار می‌رود که منافع، علایق، تخصص و دیدگاه‌های مختلف دارند و برای نفع‌رساندن به کسانی کار می‌کنند که تصمیم‌ها و اقدامات بعدی‌شان بر آنها تأثیرگذار خواهد بود (سیریساک، ۲۰۰۹: ۴۰۶). مشارکت بخش جوهری و اساسی رشد انسان و توسعه اعتماد به خود، ابتکار، سربلندی، فعالیت، مسئولیت‌پذیری و تعاون اجتماعی است. بدون چنین توسعه و تحولی در درون مردم تلاش و اقدام برای امحای فقر و توسعه نیافتگی، اگر غیرممکن نباشد، دست‌کم با مشکلات عدیده‌ای مواجه خواهد بود» (بورکلی، ۱۹۹۶: ۵۶).

1. Participation
2. Tiamsoon Sirisirisak
3. Burkley

به نظر گائوتری،^۱ «مشارکت فرایندی اجتماعی، عمومی، یک پارچه، چندگانه، چندبعدی و چندفرهنگی است که هدف آن کشاندن همه مردم به ایفای نقش در همه مراحل توسعه است» (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۹۰). گسترش مشارکت تأثیر به‌سزایی در کاهش فقر، رفع سوءتغذیه، تأمین کمترین میزان خدمات عمومی، توسعه فرصت‌های شغلی، بهبود بهره‌وری درآمد، افزایش تولید کشاورزی و مواد غذایی، تأمین امنیت در اجتماع و خانواده دارد (فردرو و رضوانی، ۱۳۸۱: ۱۸۱).

برخی از مشکلات ساختاری و عملکردی برنامه‌های توسعه ناشی از نارسایی‌هایی است که در این حوزه داریم، به‌خصوص اگر این نکته را در نظر بگیریم که قسمت بزرگی از هزینه‌های اجرایی شدن طرح‌ها را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم مردم پرداخت می‌کنند، موضوع مشارکت مردم در اجرا ملموس‌تر می‌شود (پوراحمد و دیگران، ۱۳۸۵: ۷۵). مشارکت عمومی مؤلفه بنیادین برنامه‌ریزی خوب است. طرح جامع و فراگیر طرحی است که با مردم انجام شده باشد نه برای مردم (زیمرمن،^۲ ۱۹۹۶: ۱).

در برنامه‌های توسعه و نوسازی در ایران، توجه زیادی به مشارکت مردم و ایجاد سازوکارهایی جهت واگذاری برخی اختیارات تصمیم‌گیری و اجرایی به آنها نشده است. همچنین، بی‌ثباتی‌ها و ناامنی اجتماعی و تسلط حوزه دولتی بر بخش خصوصی، زیست‌جهان افراد را با مشکلات زیادی مواجه کرده و نگرش‌های دنیاگريزانه و فردگرا مجال ظهور یافته است. در نتیجه، آنچه اهمیت زیادی پیدا کرده حفظ حوزه خصوصی و منافع فردی است و توجه به مصالح جمعی و پیگیری آن در این میان مطرح نبوده است. گسترش این امر در اقدامات توسعه‌ای اخیر به همراه محدودیت‌های ساختاری برای مشارکت، تعلق خاطر افراد را به مصالح جمعی و امور عمومی و احساس قدرت تأثیرگذاری بر آنها را کاسته است. حال آنکه اصل اساسی جوامع کنونی مشارکت مردم و حضور مؤثر آنها در عرصه عمومی است. نکته دیگر، وضعیت جوانان به‌منزله قشری با ظرفیت‌های متنوع و کمیت زیاد است که با توفیق نیافتن در به‌دست آوردن موقعیت اجتماعی و اقتصادی به سمت رفتارهای انفعالی و مجرمانه کشیده می‌شوند؛ به طوری که احساس تنهایی، ناامیدی، بی‌برنامگی، ابطال وقت، احساس بی‌قدرتی و ناتوانی در تأثیرگذاری بر وضع موجود از ویژگی‌های آنها محسوب شده است (منطقی، ۱۳۸۳). علاوه بر آنچه گفته شد، مشارکت مردم در فرآیند توسعه می‌تواند تعهد^۳ آنها را به فعالیت‌های توسعه‌ای

1. Gotri
2. Zimmerman
3. Commitment

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی مطالعه‌ای درباب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج

و اجتماع محلی‌شان تقویت کند (متا،^۱ ۱۹۸۴: ۱۷۸). بنابراین، برای تقویت و گسترش مشارکت مردم در حوزه اجتماعی و سیاسی، شناخت عوامل مؤثر بر این امر، که موضوع پژوهش حاضر است، ضروری به نظر می‌رسد.

اهداف تحقیق

اهداف این تحقیق به این شرح است: الف) شناسایی متغیرهای اصلی اثرگذار بر تمایل شهروندان در مشارکت و نیز تعیین میزان و سهم اثرگذاری هریک از این متغیرها بر متغیر وابسته تحقیق. ب) ارائه راه‌کارها و پیشنهادهای جدید جهت بالابردن میزان مشارکت اجتماعی و سیاسی در بین شهروندان.

همان‌طور که گفته شد، هدف کلی و اصلی این تحقیق مطالعه و بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی شهروندان شهر کرج است. سؤال اصلی نیز این خواهد بود که کدام عوامل اجتماعی بر مشارکت اجتماعی - سیاسی شهروندان تأثیر گذارند؟

مروری بر تحقیقات پیشین

گات^۱ و همکاران (۲۰۰۲) رابطه بین مذهب و مشارکت را در بین گروه‌های مذهبی مطالعه کردند. یافته‌های این پژوهش نشان داده که میزان مشارکت سیاسی در میان گروه‌های مذهبی تفاوت معناداری دارد. از نتایج مهم این پژوهش این است که میزان مشارکت گروه‌ها به عوامل دیگری همچون الگوهای خانوادگی، میزان پایبندی مذهبی، منافع سیاسی گروه‌ها و دانش و آگاهی سیاسی افراد وابسته است. تحقیقات لایگلی^۲ نیز نشان می‌دهد که داشتن دوستان فعال در امور سیاسی موجب افزایش احتمال مشارکت خود افراد می‌شود. او نتیجه می‌گیرد بحث با دوستانی که به سیاست علاقه‌مندند یا به فعالیت سیاسی می‌پردازند، می‌تواند در یادگیری فعالیت سیاسی کمک‌کننده باشد (به نقل از مک‌کلارگ،^۳ ۲۰۰۳). دی. ال. شت،^۴ ضمن تأکید بر متغیرهای درآمد، شغل، تحصیلات و مجموع شاخص‌های پایگاه اقتصادی و اجتماعی، شهرنشینی، و عضویت سازمانی مؤثر در میزان مشارکت سیاسی افراد، بیان می‌کند که سواد

-
1. Mehta
 2. Guth
 3. Ligley
 4. McClurg
 5. D.L.Sheth

یکی از متغیرهای بسیار قدرتمند و مؤثر بر میزان مشارکت است (بارکان، ۱۹۹۹: ۶۶). مک-کلارگ نیز در پژوهشی با عنوان «شبکه اجتماعی و مشارکت سیاسی» دریافت که علاوه بر اینکه تعاملات اجتماعی محتوای سیاسی مهمی دارند، اندازه شبکه تعامل افراد نیز مهم است. افرادی که با دوستان و آشنایان سیاسی بیشتری ارتباط داشته‌اند از مشارکت سیاسی بهتری نیز برخوردار بوده‌اند. در گروه‌های دونفری، مانند زن‌وشوهرها، نتایج نشان می‌دهد زوجینی که همسرانشان به سیاست علاقه‌مندند از میزان مشارکت بیشتری برخوردار بوده‌اند (مک‌کلارگ، ۲۰۰۱). الکس انکلس^۱ در تحقیقات خود در کشورهای در حال توسعه به ویژگی‌های اجتماعی و روان‌شناختی شهروند مشارکت‌جو پرداخته و دریافته است مشارکت افرادی که آگاهی سیاسی زیادی دارند، در فعالیت‌های سیاسی و مذهبی بیشتر است (محسنی، ۱۳۷۸). در تحقیق شفیع (۱۳۸۱) نتایج نشان داده‌اند که متغیرهای جنس، سن، تحصیلات، شغل، احساس تعلق اجتماعی، رضایت از خدمات شهری و عضویت در تشکلهای با متغیر مشارکت اجتماعی رابطه معنی‌داری دارند. فریده حسینی (۱۳۸۴) در تحقیقی بر عوامل اجتماعی نظیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی، تحصیلات، جنسیت و نیز شغل به‌منزله عوامل تأثیرگذار بر مشارکت در سازمان‌های غیردولتی تأکید دارد. تقوایی و همکاران (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر منطقه ۴ شهر تبریز را بررسی کردند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که پایگاه اقتصادی-اجتماعی شهروندان اصلی‌ترین عامل مؤثر بر مشارکت و تقویت فرهنگ شهروندی است. تحقیقی دیگر با عنوان «مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن» به‌همت فیض‌الله نوروزی و مهناز بختیاری در همین‌زمینه نگاشته شده است. یافته‌های این پژوهش حاکی از میزان مشارکت اجتماعی-سیاسی متوسط به پایین در شهرستان خدابنده است. همبستگی معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد بین متغیرهای مستقل (سن، جنسیت، طبقه اجتماعی، بیگانگی اجتماعی-سیاسی، اعتماد و رسانه‌های گروهی با متغیر وابسته (مشارکت اجتماعی-سیاسی) برقرار است.

در مجموع، تحقیقی که به‌طور مستقیم با موضوع این تحقیق منطبق باشد در ایران انجام نشده است. تحقیقاتی هم که انجام شده‌اند محدودند و بیشتر هم توصیفی هستند تا تبیینی. در باب تحقیقات خارجی نیز باید اذعان کرد که اگرچه پایه و اساس مقبولی دارند، ارزش‌های سنجیده‌شده در آنها با جامعه ما سنخیتی ندارد و بنابراین، نمی‌توان آنها را به کشور ایران

تعمیم داد. باین حال، تحقیقات انجام شده اطلاعاتی را در اختیار محققان قرار می‌دهند که از دوباره کاری و انجام تحقیقات تکراری جلوگیری به عمل می‌آورند.

چارچوب نظری

مشارکت اجتماعی مشارکت در مسائل اجتماعی است که درکنار حوزه اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و... قرار می‌گیرد. در تعریف مشارکت اجتماعی گفته شده است: «مشارکت اجتماعی عبارت است از شرکت آگاهانه، ارادی، خودانگیخته و هدفمند گروه‌ها و افراد در فرآیندها و امور اجتماعی جامعه به منظور تسهیم و نقش‌داشتن در کارها، تسهیل و تسریع امور جامعه و بهره‌برداری از نتایج آنها و کمک به اهداف توسعه اجتماعی جامعه» (انصاری، ۱۳۸۳: ۶۲). همچنان‌که میرون وینر در مقاله مشهور خود درباره مشارکت سیاسی این تعریف را ارائه می‌دهد: «مشارکت سیاسی عمل داوطلبانه موفق یا ناموفق، سازمان‌یافته یا سازمان‌نیافته، دوره‌ای یا مستمر شامل روش‌های مشروع و غیرمشروع برای تأثیر بر انتخاب رهبران و سیاست‌ها و اداره امور عمومی در هر سطحی از حکومت محلی یا ملی است» (قراخانی، ۱۳۸۲: ۸۹). اما میزان مشارکت سیاسی و اجتماعی تحت تأثیر عوامل کثیری به‌وقوع می‌پیوندد.

نقش دین در گسترش مشارکت در بین شهروندان

دین در گسترش مشارکت سیاسی و اجتماعی اهمیت زیادی دارد. تأثیر دین در گسترش مشارکت مردمی در طول تاریخ، به‌ویژه در جهان اسلام، انکارناپذیر است. ابن‌خلدون، متفکر بزرگ اسلامی، درباره نقش دین در مشارکت می‌گوید: «و دین در بین نیروها وحدت می‌آفریند، رقابت‌ها و حسادت‌ها را از بین می‌برد و به افراد روحیه ایثار می‌بخشد. این روحیه به افزایش مشارکت و ایجاد دولت‌های وسیع می‌انجامد. چنان‌چه باورهای مذهبی به‌دلیل تجمل‌پرستی و غیره به رکود گراید، وحدت اجتماعی متزلزل می‌شود» (ملکوتیان، ۱۳۷۶: ۲۱).

رضایتمندی اجتماعی

دنيس هلی^۱ (۱۹۹۷) مشارکت اجتماعی افراد را با چند دسته از عوامل تبیین می‌کند: الف) عوامل مرتبط با ویژگی‌های فردی، مانند پایگاه اجتماعی- اقتصادی در جامعه، که باعث می‌شود فرد هر فعالیت اجتماعی، یا به‌طور عادی هر راهبرد شخصی را که باعث پیشرفت نسبت به

1. Helly

والدین، امید به اشتغال، آموزش و امید به آینده می‌شود مفید تلقی کند. (ب) سطح تحصیلات (ج) گروه سنی (د) جنسیت و سویه‌گیری جنسی و) زمینه خانوادگی، شامل محل اقامت، میزان مشارکت والدین، وضعیت تأهل و زمینه اجتماعی شدن است (هلی، ۱۹۹۷: ۵).

آلموند و پاول، ضمن تأکید بر تحصیلات، درآمد و رتبه شغلی افراد در تعیین پایگاه اجتماعی- اقتصادی آنان، معتقدند شهروندان تحصیل کرده، ثروتمند و بهره‌مند از مهارت‌های حرفه‌ای پیشرفته‌تر، بیشتر ممکن است که واجد ایستارهای مشارکت‌جویانه باشند. منابع و مهارت‌هایی که این‌گونه افراد در زندگی خصوصی خود به دست می‌آورند، در مواردی که وظیفه یا ضرورت حکم کند، می‌تواند این شهروندان را به‌سهولت به مشارکت سیاسی بکشانند (آلموند و پاول، ۱۳۸۰: ۱۳۸).

لوئیس کریزبرگ^۱ در کتاب خود با عنوان *جامعه‌شناسی تضادهای اجتماعی* با استفاده از نظریه‌های متعدد سه منشأ اساسی را برای نارضایتی تعیین می‌کند؛ این سه منشأ از منظر و دیدگاه‌های متعدد موضوع نارضایتی را بررسی کرده‌اند، اما اجمالاً بر این نکته توافق دارند که منشأ نارضایتی را، که مخرب مشارکت افراد است، باید در نابرابری‌ها و ارزیابی ناشی از آن جست‌وجو کرد. این سه نگرش متفاوت را می‌توان به این شرح دسته‌بندی کرد: اولین نگرش، بر اهمیت محرومیت به‌طور مطلق در افراد و میزان آن تأکید می‌کند. نگرش دوم، بر سطوح ناسازگاری بین موقعیت‌های متفاوتی تأکید دارد که افراد در زندگی اجتماعی خود با آن مواجهند و سرانجام، نگرش سوم، به تغییراتی اشارت دارد که در طول زمان در آنچه مردم دارند و آنچه تصور می‌کنند باید داشته باشند اتفاق می‌افتد (کریزبرگ، ۱۹۷۳). درباره منشأ نخستین نارضایتی‌های اجتماعی افرادی مثل رالف دارندورف^۲ بیان می‌کنند که «توافق کافی بر سر این وجود دارد که محروم‌ترین افراد، بدترین احساس‌ها را دارند، آنها نیازی ندارند تا بدانند محروم هستند» (همان: ۶۸). اینکلس^۳ نیز طی مطالعات متعدد دریافته است که سطح رضایت افراد از بخش‌های متعدد تابعی از توانایی اقتصادی آنهاست. کریزبرگ در این باره می‌گوید: «اینکلس اطلاعات بسیاری را از جوامع مختلف بررسی کرد و دریافت افرادی که در سطح پایین‌تر شغلی یا اقتصادی قرار دارند عموماً بیشتر نارضایتی نشان می‌دهند» (کریزبرگ، ۱۹۷۳: ۶۸).

1. Kerisberg
2. Ralf and Dahrendorf
3. Aynkls

ساموئل هانتینگتون و نلسون مدعی‌اند که توسعه اقتصادی و اجتماعی، لزوماً به توسعه و مشارکت سیاسی نمی‌انجامد. صرفاً در دوره‌های بسیار طولانی است که می‌توان رابطه‌ای پذیرفتنی بین سطوح بالاتر توسعه اقتصادی و اجتماعی و سطوح بالاتر مشارکت مشاهده کرد. به‌طور کلی، «عواملی مانند مهاجرت، جنگ خارجی، علایق مذهبی و عقیدتی، کاملاً مستقل از توسعه اقتصادی، موجب ارتقای آگاهی گروهی و دخالت در سازمان‌ها و نیز تشدید فعالیت‌های دولت می‌شوند که به‌نوبه خود محتمل است که مشارکت سیاسی را افزایش دهند» (رضائی، ۱۳۷۵: ۵۵). از نظر این دو نویسنده: «مشارکت اجتماعی و سیاسی تابع دو عامل کلی نگرش‌ها و اولویت‌های نخبگان سیاسی، وضع گروه‌ها، انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی واسط در حوزه جامعه است» (رضائی، ۱۳۷۵: ۵۵). از دیدگاه مزبور، مشارکت سیاسی و اجتماعی بیشتر متأثر از مداخله و همکاری فرد در فعالیت‌ها، تشکل‌ها و سازمان‌هاست؛ یعنی میزان عضویت و همکاری فعال در گروه‌ها، انجمن‌ها، جماعت‌ها و نهادهای مردمی و احزاب سیاسی، نوعی بینش و مسئولیت فردی و جمعی برای فرد ایجاد می‌کند؛ از این‌رو، تداوم همکاری و مشارکت برای او ضرورت یا حتی وظیفه و تکلیف انسانی قلمداد می‌شود. در واقع، مشارکت فعالیت شهروندان در عرصه خصوصی به‌منظور تأثیر گذاشتن بر فرآیند تصمیم‌گیری‌های دولت است.

کیندر و کیویت^۱ (۱۹۷۹) نیز دریافتند، رابطه بین اقتصاد و سیاست صرفاً تعقیب دقیق مانع اقتصادی نیست بلکه تا حدود زیادی جامعه‌گرایانه است. شخص به حکومتی رأی می‌دهد که بنا بر استنباطش به کشور خدمت کرده است، بدون ملاحظه اینکه چه تأثیری بر وضعیت مالی خودش گذاشته است. رضایت از زندگی، رضایت سیاسی، اعتماد به یکدیگر، میزان زیاد بحث سیاسی و حمایت از نظم اجتماعی موجود نشانگان نگرش مثبت به جهانی است که شخص در آن زندگی می‌کند. رضایت از زندگی، خوشبختی، اعتماد به یکدیگر و اینکه شخص از دگرگونی‌های بنیادین اجتماعی حمایت کند یا از جامعه کنونی خود، همه با هم در دسته‌ای فرهنگی گرد هم می‌آیند که ارتباط تنگاتنگی با تداوم یا فقدان نهادهای دموکراتیک برای مدت طولانی در جامعه دارد. کشورهای توسعه‌یافته‌تر از لحاظ رضایت سیاسی، اعتماد به یکدیگر و دیگر عناصر این نشانگان نسبتاً در قسمت بالایی قرار دارند (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۴۶).

رابرت دال^۲ درصد است که مشخص کند چه عواملی باعث کناره‌گیری برخی مردم از سیاست می‌شود و چرا بعضی بیش از دیگران خود را در امور سیاسی درگیر می‌کنند و مشارکت و حضور بیشتری دارند. او به‌استناد یافته‌های بررسی‌های خود استدلال می‌کند که طبقه یا قشر

1. Kyndr and Kyvyt

2. Robert Dahl

سیاسی به این دلیل در فرآیندهای سیاسی مداخله و مشارکت دارند که: ۱. برای پاداش یا مزایای حاصل از آن ارزش بسیار قائل‌اند. ۲. تصور می‌کنند راه‌هایی که به‌این ترتیب ممکن است پیش رویشان قرار بگیرد مهم‌تر از راه‌های دیگر است. ۳. مطمئن‌اند حتماً می‌توانند در نتایج تصمیمات تأثیرگذار باشند. ۴. معتقدند اگر خودشان خوب کار نکنند نتایج کارها برایشان چندان رضایت‌بخش نخواهد بود. ۵. درباره‌ی واقعه یا مسئله مورد نظر، شناخت و مهارت کافی دارند یا دست‌کم فکر می‌کنند که از چنین آگاهی و دانشی برخوردارند. ۶. معتقدند برای پرداختن به عمل سیاسی و ورود به عرصه سیاست لازم نیست حتماً از موانع و سدهای زیادی بگذرند (دال، ۱۳۶۴: ۴۸-۱۴۲).

رسانه‌های جمعی

یکی از توزیع‌کننده‌ها و جهت‌دهنده‌های اصلی علایق، نظام ارزشی و تفاوت‌های ایدئولوژیک طبقات مختلف مردم، رسانه‌های جمعی سمعی و بصری است. در مسیر بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل به‌وجودآورنده تحولات بزرگ سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و بالاخص فرهنگی، کانونی‌ترین و پایه‌ای‌ترین مسئله، به‌شکل اعم، نقش ارتباطات و به‌شکل اخص، نقش تکنولوژی رسانه‌های همگانی است (ساروخانی و مهدیزاده، ۱۳۸۱). گروه‌های مختلف اجتماعی و از جمله نسل‌های کودکان، نوجوانان و جوانان هرروزه از روزنامه‌ها، نشریات ادواری، مجله‌ها و به‌ویژه تلویزیون و رسانه‌های جدید ماهواره‌ای و الکترونیکی و دیجیتالی به‌گسترده‌گی استفاده می‌کنند و نگرش و عقاید آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد. رسانه‌ها، با کمک نظم‌دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی، شیوه‌هایی را قالب‌ریزی می‌کنند که افراد به‌وسیله آنها زندگی اجتماعی را تفسیر می‌کنند و به آن واکنش نشان می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴۷۹)، تاجایی که شری ارنشتاین^۱ در نظریه نبردبان مشارکت، به‌نوعی از رسانه‌های جمعی به‌مثابه اولین پله و محرک مشارکت یاد می‌کند (رهنما، ۱۳۸۸).

در این زمینه، مایرون وینر تحقیقات وسیعی درباب ساماندهی و مشارکت سیاسی-اجتماعی در مناطق درحال توسعه، خاصه جنوب آسیا، انجام داده است. به‌طور کلی، دیدگاه وینر درباره میزان مشارکت برحسب نوع جامعه (درحال توسعه، توسعه‌یافته) و عوامل مؤثر بر آن را می‌توان برحسب الگوی جدول ۱ ترسیم کرد:

1. Arnstein

جدول ۱. میزان مشارکت و عوامل مؤثر بر آن در جوامع در حال توسعه و توسعه یافته از دیدگاه مایرون وینر

جوامع	عوامل مؤثر بر مشارکت	نوع تأثیر	سطح مشارکت
در حال توسعه	۱- تفوق حکومت بر مجاری و انجمن‌های محلی و منطقه‌ای	منفی	کم
	۲- منفعت‌طلبی حاکمان	منفی	کم
	۳- ضعف رسانه‌های جمعی	منفی	کم
توسعه یافته	۱- رشد نیروی کار در شهرها	مثبت	بالا
	۲- نوسازی نامتوازن (چندگانگی فرهنگی)	مثبت	بالا
	۳- گسترش رسانه‌های جمعی	مثبت	بالا

برحسب جدول، قدرت دولت، وحدت یا تنوع ملی و وسائل ارتباط جمعی از جمله عوامل مهمی هستند که می‌توانند بر کم‌وکیف مشارکت اثر (مثبت یا منفی) بگذارند (وینر، ۱۳۵۴). وینر در فرآیند بررسی مشارکت جوامع را به دو دسته توسعه یافته و در حال توسعه تقسیم کرده و معتقد است قدرت دولت، وحدت، تنوع ملی و وسائل ارتباط جمعی، متغیرهای اصلی رفتارهای مشارکت‌جویانه در جوامع امروزی‌اند که کم‌وکیف آن در جوامع گوناگون متفاوت است. در این میان، گسترش رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت و زیادی در میزان مشارکت در جوامع دارد. دانیال لرنر^۱ در بررسی نوسازی به‌دنبال فرآیندهای اشاعه‌یابنده‌ای است که عوامل رشد کشورهای صنعتی هستند. لرنر دو نوع جامعه را ترسیم می‌کند که در ویژگی‌های اساسی با یکدیگر متفاوت‌اند: الف) جامعه سنتی^۲ ب) جامعه جدید^۳. به‌زعم او، در جامعه سنتی، سواد، میزان شهرنشینی، دسترسی به رسانه‌های جمعی و همگانی و نهایتاً ارتباطات اجتماعی ضعیف‌تر و کم‌رنگ‌تر است. در نتیجه، مشارکت سیاسی- اجتماعی وجود ندارد. او این متغیرها را در جامعه متجدد و جدید پیدا می‌کند و از جامعه جدید به‌منزله جامعه مشارکتی نام می‌برد. لرنر سبک جامعه مدرن و جامعه سنتی را به‌واسطه این متغیرهای مشارکتی از هم تمییز می‌دهد و می‌گوید: «سبک مشارکتی در جامعه مدرن در مقایسه با زندگی منزوی جامعه سنتی، به‌فراوانی مشارکت افراد بستگی دارد» (لرنر، ۱۹۶۴: ۵۷).

1. Danial Lerner
2. Traditional community
3. New community

فرضیه‌های تحقیق

افرادی که میزان دین‌داری آنان بیشتر است، مشارکت اجتماعی-سیاسی بالاتری دارند. افرادی که میزان رضایتمندی اجتماعی آنان بیشتر است، مشارکت اجتماعی-سیاسی بالاتری دارند.

افرادی که میزان رضایتمندی سیاسی آنان بیشتر است، مشارکت اجتماعی-سیاسی بالاتری دارند. افرادی که میزان استفاده‌ی زیادتری از تلویزیون جمهوری اسلامی ایران دارند، مشارکت اجتماعی-سیاسی بالاتری دارند.

افرادی که میزان استفاده‌ی زیادتری از شبکه‌های ماهواره‌ی غیروابسته به ایران (شبکه‌هایی همچون بی‌بی‌سی و من و تو) دارند مشارکت اجتماعی-سیاسی کمتری دارند. افرادی که میزان استفاده‌ی زیادتری از روزنامه‌های داخلی ایران دارند مشارکت اجتماعی-سیاسی بیشتری دارند.

افرادی که میزان استفاده‌ی زیادتری از اینترنت (شبکه‌های مجازی همچون فیسبوک) دارند مشارکت اجتماعی-سیاسی پایین‌تری دارند.

بین متغیرهای زمینه‌ای تحقیق و مشارکت اجتماعی-سیاسی رابطه وجود دارد. افرادی که پایگاه اجتماعی-اقتصادی آنان بالاتر است، مشارکت اجتماعی-سیاسی بیشتری دارند.

روش تحقیق

روش به‌کاررفته در این مطالعه پیمایش و واحد مشاهده و تحلیل فرد است. جمعیت آماری شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر کرج هستند که در سال ۱۳۹۱، ۱۹۶۷۰۰۵ نفر بوده‌اند. از این تعداد ۴۰۰ نفر با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران به‌منزله نمونه انتخاب شدند. پرسش‌نامه‌ها در مردادماه ۹۱، در نواحی شهر کرج اجرا شدند. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود که طبق این روش، براساس بافت اقتصادی و فرهنگی، سه خوشه در نظر گرفته شد و هریک از مناطق شهر کرج در خوشه‌ای قرار گرفت و از هر خوشه منطقه‌ای به‌عنوان نمونه به شیوه تصادفی ساده انتخاب شد.

برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته استفاده شده است. پرسش‌نامه حاوی سنجه‌هایی برای سنجش متغیرهای اصلی تحقیق است. برای آزمون روایی سنجه‌ها از روش آزمون صوری، یعنی نظر کارشناسان، استفاده شد و برای آزمون پایایی، آلفای کرونباخ به‌کار گرفته شد.

تعریف نظری و روش سنجش متغیرهای اصلی تحقیق

الف) متغیر وابسته

مشارکت اجتماعی- سیاسی: در تعریف مشارکت اجتماعی- سیاسی، نظریه‌پردازان حوزه علوم اجتماعی تعریف‌های مختلفی دارند، اما اکثراً بر مؤلفه‌هایی در تعریف مشارکت تأکید می‌کنند: فعالیت‌های ارادی؛ مشارکت در امور محله، شهر و روستا؛ فعالیت مستقیم یا غیرمستقیم؛ عضویت ساده در انجمن‌های محلی، خیریه، شغلی و فعالیت در این سازمان‌ها؛ سهیم شدن در تصمیم‌گیری‌ها؛ درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی؛ داشتن مقام رسمی سیاسی یا اجتماعی؛ تلاش سازمان‌یافته شهروندان؛ تأثیر بر هدایت سیاسی جامعه (قراخانی، ۱۳۸۲؛ رضائی، ۱۳۷۵؛ وان‌دث، ۲۰۰۱؛ راش، ۱۳۷۷).

مرور ادبیات نظری و تجربی مربوط، گویای این مهم است که مشارکت اجتماعی سازه‌ای مفهومی است که ابعاد متنوعی مثل مشارکت سیاسی، فرهنگی، مذهبی و اقتصادی دارد (عظیمی، ۱۳۸۰؛ نوروزی و بختیاری، ۱۳۸۸؛ ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰؛ سبکتکین‌ریزی، ۱۳۷۳؛ اکبری، ۱۳۸۳؛ شفیعی، ۱۳۸۱؛ دهقان و غفاری، ۱۳۸۴؛ دیانتی‌نیت، ۱۳۸۲). در پژوهش حاضر تلاش شده است ضمن توجه به همه ابعاد مشارکت اجتماعی، ولی مشارکت اجتماعی در وجه ذهنی و عینی بیشتر در کانون توجه پژوهش حاضر قرار دارد. به این دلیل، با برجسته کردن مشارکت سیاسی به‌منزله هسته اصلی مشارکت اجتماعی، متغیر خاصی برای این تحقیق ساخته شده که در پژوهش حاضر از آن با عنوان مشارکت اجتماعی- سیاسی یاد می‌شود. با توجه به اهمیت متغیر وابسته این پژوهش و نیز مفهومی بودن این متغیر، نحوه عملیاتی کردن جهت سنجش آن تشریح می‌شود. این متغیر به‌لحاظ عملیاتی در دو سطح ذهنی^۱ - گرایشی^۲ و عینی^۳ - رفتاری^۴ سنجیده شده است.

1. Subjective
2. Attitudinal
3. Objective
4. Behavioural

جدول ۲. میزان پایایی گویه‌های شاخص مشارکت سیاسی-اجتماعی (سطح ذهنی-گرایشی)

معرفها	گویه‌ها	آلفا با حذف گویه	آلفای کل شاخص
داشتن روحیه مشارکتی	آنقدر در زندگی خود گرفتارم که نمی‌توانم به سیاست فکر کنم.	۰/۷۵	۰/۷۲
	هر فردی مسئول زندگی و کار و بار خودش است و نه مسئول زندگی و کار و بار دیگران.	۰/۷۰	
	به مشارکت در انتخابات و رأی‌دادن به کاندیدای مورد نظر خود علاقه‌مندم.	۰/۷۰	
	به همکاری در ستاد انتخاباتی یک یا چند نفر از نامزدهای انتخاباتی علاقه‌مندم.	۰/۷۰	
	علاقه‌مند به مشارکت در جلسه‌های سخنرانی فعالان سیاسی هستم.	۰/۶۶	
ارزیابی میزان تأثیرگذاری	با مشارکت در انتخابات و انداختن یک رأی در صندوق هیچ تأثیری بر انتخابات نمی‌توان گذاشت.	۰/۶۳	
	افرادی مثل من در تعیین یا تغییر امور سیاسی کشور نقش و مسئولیت دارند.	۰/۷۱	
داشتن آگاهی و اطلاعات	سیاست آنقدر پیچیده است که افرادی مثل من نمی‌توانند از آن سر در بیاورند.	۰/۷۱	
	فکر می‌کنم توانایی و اطلاعات کافی برای مشارکت در امور اجتماعی-سیاسی کشور را دارم.	۰/۷۴	

جدول ۳. میزان پایایی گویه‌های شاخص مشارکت سیاسی-اجتماعی (سطح عینی-رفتاری)

آلفای کل شاخص	آلفا با حذف گویه	گویه‌ها
۰/۸۴	۰/۸۱	میزان مشارکت خود را در انتخابات شورای شهر چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۰/۷۹	میزان مشارکت خود را در انتخابات نمایندگان مجلس چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۰/۷۹	میزان مشارکت خود را در انتخابات ریاست جمهوری چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۰/۸۰	فعالیت خود را در ستادهای انتخاباتی کاندیداها در زمان انتخابات چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۰/۸۲	میزان مشارکت خود را در راهپیمایی‌های سراسری و عمومی مانند ۲۲ بهمن و روز قدس را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۰/۸۱	شما تا چه اندازه در فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه مشارکت دارید؟
	۰/۸۳	میزان مشارکت خود را در برگزاری مراسم ازدواج یا مراسم ترحیم دوستان و آشنایان چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ب) متغیرهای مستقل

دین‌داری: دین‌داری را اغلب به معنای دینی بودن، التزام دینی و پایبندی دینی در نظر گرفته اند. این تعریف از دین‌داری مبتنی بر تعریف دین است (سراج‌زاده، ۱۳۸۴: ۵۹). دین‌داری در این تحقیق به وسیله سنج‌های اندازه‌گیری می‌شود که برپایه مدل چندبعدی گلاک و استارک و با توجه به ویژگی‌های جامعه ایرانی و براساس تعریف چندبعدی دین‌داری ساخته شده است (سراج‌زاده، ۱۳۸۴: ۶۴). سنجه نهایی این تحقیق حاوی هشت گویه است که مقدار آلفای آن ۰/۸۶ است.

رضایتمندی سیاسی: منظور از رضایتمندی سیاسی میزان رضایت افراد پاسخگو از وضعیت سیاسی، نهادها و حاکمان و مسئولان سیاسی کشور است (عظیمی، ۱۳۸۰). در تحقیق حاضر، رضایتمندی سیاسی به وسیله این معرف‌ها تعریف عملیاتی می‌شوند: رضایت از وضعیت سیاسی موجود (۳گویه)، رضایت از حاکمان و مسئولان نظام (۲گویه)، رضایت از نهادها و سازمان‌های دولتی (۲گویه). مقدار آلفای کرونباخ این شاخص برابر با ۰/۸۵ است.

رضایتمندی اجتماعی: در تعریف رضایتمندی تعاریف گوناگونی بیان شده است، اما در بررسی این تعاریف مؤلفه‌های زیر برجسته‌ترند. رضایتمندی وضعیتی روان‌شناختی یا حالتی است که با ارزیابی و انتظار هر فرد از ارضای نیاز، انتظارات، آرزوها و امیال خود روی می‌دهد (سیمون، ۱۹۸۲؛ نادری، ۱۳۸۳؛ میلان و استبان، ۲۰۰۴). منظور از رضایتمندی اجتماعی، میزان رضایت افراد پاسخگو از جامعه و اجتماعی است که فرد در آن زندگی می‌کند. در تحقیق حاضر رضایتمندی اجتماعی به وسیله معرف‌هایی تعریف عملیاتی می‌شوند:

این متغیر دارای دو بُعد است: الف) رضایت از اوضاع فردی، ب) رضایت از اوضاع اجتماعی. الف) رضایت از اوضاع فردی از طریق این معرف‌ها تعریف عملیاتی می‌شوند: رضایت از خود (۲گویه) و رضایت از زندگی خود (۱ گویه). ب) رضایت از اوضاع اجتماعی به وسیله این معرف‌ها تعریف عملیاتی می‌شوند: رضایت از زندگی در جامعه (۴گویه)، اعتماد اجتماعی (۳گویه)، احساس امنیت اجتماعی (۲گویه)، احساس تعلق اجتماعی (۳گویه). مقدار آلفای کرونباخ این شاخص ۰/۷۰ است.

رسانه‌های جمعی: رسانه وسیله‌ای است که پیام را منتقل می‌کند. رادیو، تلویزیون، اینترنت، مطبوعات، کتاب و سینما وسائلی هستند که پیام را از سازنده پیام به مخاطب منتقل می‌کنند (دادگران، ۱۳۷۴: ۲۱). با توجه به موضوع تحقیق و جامعه آماری، برای سنجش این متغیر از میزان استفاده چهار رسانه جمعی تلویزیون، ماهواره، اینترنت و روزنامه‌ها استفاده شده است. در تحقیق حاضر برای سنجش دقیق این متغیر و تبیین رابطه این متغیر با موضوع

تحقیق، رسانه‌های گروهی موردنظر را به دو زیرمجموعه رسانه‌های وابسته به دولت جمهوری اسلامی ایران و رسانه‌های غیروابسته به دولت جمهوری اسلامی ایران تقسیم کرده‌ایم. بدین منظور، تلویزیون و روزنامه را رسانه دولتی، شبکه‌های ماهواره (مثل بی‌بی‌سی، من و تو) و اینترنت (شبکه‌های اجتماعی غیروابسته به جمهوری اسلامی ایران مثل فیسبوک) را رسانه غیردولتی در نظر گرفته‌ایم.

پایگاه اجتماعی-اقتصادی: جایی است که فرد خاصی در نظامی مخصوص و در زمانی معین اشغال کند (بیرو، ۱۳۷۰: ۳۸۰). در این تحقیق، منظور از پایگاه اجتماعی-اقتصادی میانگین نمره‌های مربوط به منزلت شغلی شغل سرپرست خانواده، سطح تحصیلات و میزان درآمد ماهیانه خانواده پاسخگو است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

الف) متغیرهای زمینه‌ای

از مجموع ۴۰۰ نفر پاسخگو، ۷۴/۸ درصد از پاسخگویان را مردان و ۲۳/۳ درصد از پاسخگویان را زنان تشکیل می‌دهند. کوچک‌ترین سن در میان افراد ۱۸ و بیشترین ۷۰ و میانگین سنی ۲۷/۲۷ سال بوده است. به لحاظ وضعیت سواد نیز میانگین سواد ۱۵ (لیسانس) بوده است. به لحاظ وضعیت تأهل، اکثر افراد (۶۶/۵ درصد) مجرد و فقط ۳۳/۵ درصد از پاسخگویان متأهل بودند. به لحاظ درآمد نیز میانگین درآمد برابر با ۷۰۶ هزار تومان است.

ب) متغیر وابسته

مشارکت اجتماعی-سیاسی

کمترین نمره مشارکت در میان افراد ۱۳ و بیشترین نمره برابر با ۷۶ بوده است. میانگین نمره مشارکت افراد ۴۳/۱۷۴۴ برآورد شده است. همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، ۱۸۹ نفر، یعنی ۴۷/۳ درصد از افراد، میزان مشارکت متوسطی دارند.

جدول ۴. توزیع فراوانی افراد با توجه به مشارکت اجتماعی-سیاسی

درصد معتبر	فراوانی	ابعاد
۰/۸	۳	مشارکت بسیار پایین
۲۷/۵	۱۰۱	مشارکت پایین

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی مطالعه‌ای درباب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج

درصد معتبر	فراوانی	ابعاد
۵۱/۵	۱۸۹	مشارکت متوسط
۱۹/۶	۷۲	مشارکت بالا
۰/۵	۲	مشارکت بسیار بالا
۱۰۰	۳۶۷	جمع

ج) متغیرهای مستقل

در جدول ۵ میانگین و انحراف معیار متغیرهای اصلی تحقیق آورده شده است.

جدول ۵. آماره‌های توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف استاندارد
داری دین	۱۳	۳۵	۲۴/۵۹	۵/۵۷
رضایتمندی سیاسی	۰	۳۲	۱۱/۲۹	۶/۴۱
رضایتمندی اجتماعی	۱۶	۶۰	۳۵/۶۴	۷/۸۵
پایگاه	۴	۲۰	۱۱/۵۰	۳/۵۲

اطلاعات جدول ۵ نشان می‌دهد که وضعیت نمونه تحقیق در متغیر دین‌داری در سطح بالایی است. در متغیرهای رضایتمندی اجتماعی و پایگاه می‌توان وضعیت نمونه را در سطح متوسط ارزیابی کرد. از نظر رضایتمندی سیاسی وضعیت نمونه در سطح پایین است.

رسانه‌های جمعی

۲۷ درصد از پاسخگویان تا حدودی از تلویزیون و ۲۲/۸ درصد نیز تا حدودی از ماهواره استفاده می‌کنند. این سهم برای روزنامه ۲۷/۸ درصد و برای اینترنت ۲۰/۵ درصد برآورد شده است.

جدول ۶. فراوانی افراد در میزان استفاده از رسانه‌های جمعی

درصد میزان استفاده						نوع رسانه
خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	خیلی کم	اصلا	
۸/۸	۱۸/۳	۲۷	۱۳/۳	۲۳/۵	۹/۳	تلویزیون
۱۴/۳	۱۸/۳	۲۲/۸	۱۲/۳	۱۱/۸	۲۰/۵	ماهواره
۶	۱۴	۲۷/۸	۱۵/۸	۱۷/۸	۱۸/۸	روزنامه
۱۱/۵	۱۸/۵	۲۰/۵	۱۶	۱۱/۵	۲۱/۵	اینترنت

یافته‌های تبیینی

با توجه به سطح سنجش متغیرها، آماره‌های آر پی‌رسون و اسپیرمن برای تشریح یافته‌های استنباطی مناسب تشخیص داده شد که خلاصه نتایج در جدول‌های ذیل آمده است:

جدول ۷. مقادیر آزمون همبستگی پی‌رسون و سطح معناداری روابط متغیرهای اصلی با مشارکت اجتماعی-سیاسی

متغیر	دینداری	رضایت سیاسی	رضایت اجتماعی	پایگاه	سن	درآمد
مشارکت	۰/۴۲۲	۰/۵۳۳	۰/۱۸۱	-۰/۶۵	۰/۲۳	-۰/۱۰۴
sig	۹۹درصد	۹۹درصد	۹۹درصد	عدم معناداری	عدم معناداری	۹۹درصد

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌کنید، دین‌داری با شدت متوسط رابطه‌ای مثبت و معنادار با مشارکت اجتماعی-سیاسی دارد. متغیرهای میزان رضایت سیاسی ($r=0/533$)، دین‌داری ($r=0/422$)، رضایت اجتماعی ($r=0/181$) در سطح کمتر از یک‌صدم رابطه‌ای معنادار با متغیر وابسته تحقیق دارند که این رابطه مثبت است. درآمد ($r=-0/104$) نیز رابطه‌ای منفی و معنادار با متغیر وابسته تحقیق دارد؛ به‌این‌صورت که با افزایش درآمد میزان مشارکت اجتماعی-سیاسی در بین شهروندان پایین می‌آید.

برطبق نتایج این تحقیق، بین متغیر پایگاه و سن با شاخص مشارکت اجتماعی-سیاسی رابطه معناداری مشاهده نشد.

جدول ۸. مقادیر آزمون همبستگی اسپیرمن و سطح معناداری روابط متغیرهای اصلی با مشارکت اجتماعی-سیاسی

متغیر	تحصیلات	تلویزیون	ماهواره	اینترنت	روزنامه
مشارکت	۰/۰۹۹	۰/۳۶۴	-۰/۲۷۵	-۰/۰۹۰	۰/۴۴۲
sig	عدم معناداری	۹۹درصد	۹۹درصد	عدم معناداری	۹۹درصد

با توجه به یافته‌ها، متغیرهای میزان استفاده از تلویزیون ($r=0/364$) و روزنامه ($r=0/442$) رابطه معناداری در سطح کمتر از یک‌صدم با متغیر وابسته تحقیق دارند. ماهواره ($r=-0/275$) نیز رابطه‌ای منفی و معنادار با مشارکت اجتماعی-سیاسی دارد؛ به‌گونه‌ای که با افزایش استفاده

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی- سیاسی مطالعه‌ای در باب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج

از ماهواره میزان مشارکت در بین شهروندان پایین می‌آید. از بین متغیرهای رسانه‌ی جمعی، روزنامه بیشترین همبستگی را نشان داده است. برطبق نتایج تحقیق، بین متغیر میزان استفاده از اینترنت و تحصیلات با مشارکت اجتماعی- سیاسی رابطه‌ی معناداری مشاهده نشد. برای بررسی تأثیر جنسیت بر مشارکت اجتماعی- سیاسی از آزمون تی دونمونه‌ای مستقل استفاده شد.

جدول ۹. توصیف مشارکت اجتماعی- سیاسی به تفکیک جنسیت

متغیرها	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مشارکت	مرد	۲۷۷	۴۴/۶۴	۱۱/۷۹
	زن	۹۰	۳۸/۶۵	۱۱/۷۵

داده‌ها نشان می‌دهند بیشترین میانگین مشارکت مربوط به مردان (میانگین: ۴۴/۶۴) است.

جدول ۱۰. بررسی میزان مشارکت اجتماعی- سیاسی بر حسب جنسیت

سطح معناداری (دوطرفه)	آزمون T	سطح معناداری	آزمون F	فرض برابری واریانس	مشارکت
۰/۰۰۰	-۴/۱۸۷	۰/۸۶۷	۰/۰۲۸	فرض نابرابری واریانس	
۰/۰۰۰	-۴/۱۹۳			فرض برابری واریانس	

طبق نتایج آزمون تی، با توجه به معنی‌دار نبودن آزمون لون^۱، فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود و بنابراین، طبق آزمون تی، که مقدار آن ۴/۱۸۷- است، سطح معناداری آن (-2 Sig tailed=0/000) به دست آمده است. نتیجه می‌شود که میانگین مشارکت اجتماعی- سیاسی مردان و زنان تفاوت معناداری با یکدیگر دارند و میانگین مشارکت در بین مردان بیشتر زنان است. برطبق همین آزمون، با توجه به میانگین مشارکت اجتماعی- سیاسی، در بین مجردان و متأهلان تفاوت معناداری مشاهده نشد.

برای کنترل اثر متغیرهای مستقل بر میزان پراکندگی نمره‌های مشارکت اجتماعی- سیاسی، متغیرهای مزبور وارد مدل رگرسیون شدند که نتایج آن در جدول ۱۱ گزارش شده است.

1. leven

جدول ۱۱. نتایج تحلیل رگرسیون برای رابطه متغیرهای مستقل با مشارکت اجتماعی-سیاسی

متغیر	رضایت سیاسی	روزنامه	دین‌داری	ماهواره	درآمد	رضایت اجتماعی	تلویزیون	پایگاه	اینترنت	سن	R	ضریب تعیین	F	sig
Beta	۰/۳۳۰	۰/۳۸۹	۰/۱۹۶	-۰/۱۵۸	-۰/۱۱۳	-۰/۰۶۸	-۰/۰۳۱	۰/۰۴۵	-۰/۰۰۶	-۰/۰۶۷	۰/۴۳	۰/۱۱۲	۱۹/۴۶۷	۰/۰۰۰
Sig	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۹	۰/۰۳۵	۰/۳۱۶	۰/۶۱۵	۰/۴۲۳	۰/۹۱۴	۰/۱۷۱				

کنترل متغیرها با مدل رگرسیون نشان می‌دهد که در تحلیل نهایی ۴۱ درصد پراکندگی نمره‌های مشارکت از طریق متغیرهای رضایتمندی سیاسی، روزنامه، میزان دین‌داری، ماهواره و درآمد پیش‌بینی‌پذیر است. در این بین، متغیرهای رضایتمندی سیاسی و روزنامه بیشترین اثر مثبت و استفاده از ماهواره بیشترین اثر منفی و معنی‌دار را در پراکندگی نمره‌های مشارکت اجتماعی-سیاسی دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به ادبیات تجربی و ادبیات نظری موجود در حوزه علوم اجتماعی، پژوهش پیش‌رو عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت را تحت بررسی قرار داد. محقق به این نتیجه رسید که در ترغیب و انگیزش مردم به مشارکت، عوامل اجتماعی‌ای چون پایگاه اجتماعی-اقتصادی، رضایتمندی اجتماعی، رضایتمندی سیاسی، دین‌داری و رسانه‌های جمعی تأثیرگذارند. برطبق نتایج به‌دست‌آمده، میزان مشارکت اجتماعی-سیاسی پاسخگویان در سطح متوسطی قرار دارد. میانگین نمره مشارکت افراد ۴۳/۱۷۴۴ به‌دست آمده است که نشان می‌دهد ۴۷/۳ درصد از افراد مشارکت متوسطی دارند. نتایج تحلیل آزمون‌های آماری حاکی از رابطه مثبت و معنادار میزان دین‌داری افراد و مشارکت است. این رابطه، نه تنها به دلیل حاکمیت دینی است، بلکه قویاً ناشی از محتوای مشارکتی دین و به‌ویژه دین اسلام در امور سیاسی و اجتماعی جامعه است؛ به طوری که بی‌اعتنایی به جامعه و حاکمیت از نظر شعائر دینی کاملاً مذموم و مطرود تلقی می‌شود. این یافته‌ها تأییدکننده تحقیقات گات و همکاران و نظریات هانتینگتون و نلسون است.

یافته‌های پژوهش تأییدکننده رابطه مثبت و معنادار رضایتمندی سیاسی و رضایتمندی اجتماعی با مشارکت اجتماعی - سیاسی است که نشان می‌دهد جلب مشارکت مردمی در عرصه‌های خالی از رضایتمندی تحقق نمی‌پذیرد، بلکه نیازمند پندار مثبت فرد درباره اوضاع سیاسی و اجتماعی جاری است تا آن را به تجربه مشارکت تبدیل کند. نتایج تحقیق با تحقیقات پیشین (شفیعی، ۱۳۸۱؛ گات و همکاران، ۲۰۰۳؛ مک‌کلارک، ۲۰۰۳) و نظریات کریزبرگ، ۱۹۷۳؛ هانتینگتون و نلسون، ۱۹۷۷) هم‌خوانی دارد. برطبق نظر هانتینگتون، افزایش رضایت سیاسی در بین مردم و گروه‌ها عامل مهمی در افزایش مشارکت اجتماعی - سیاسی در جامعه است (رضایی، ۱۳۷۵؛ قوام، ۱۳۷۳). به‌نظر کیندر و کیویت، شخص به حکومتی رأی می‌دهد که بنابر استنباطش به کشور خدمت کرده است، بدون ملاحظه اینکه چه تأثیری بر وضعیت مالی خودش گذاشته است. رضایت از زندگی، رضایت سیاسی، اعتماد به یکدیگر، میزان زیاد بحث سیاسی و حمایت از نظم اجتماعی موجود از نگرش مثبت به جهانی نشان دارد که شخص در آن زندگی می‌کند (اینگلهارت، ۱۳۷۳).

درباب تأثیر میزان مصرف رسانه‌ای و مشارکت اجتماعی - سیاسی، به‌استثنای میزان مصرف اینترنت، بین مصرف ماهواره، تلویزیون و روزنامه با میزان مشارکت سیاسی - اجتماعی همبستگی معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان وجود دارد؛ بدین‌صورت که با فزونی‌گرفتن مصرف رسانه ماهواره (به‌مثابه رسانه خارجی غیروابسته به ایران) از میزان مشارکت کاسته می‌شود، حال آنکه با بالارفتن مصرف رسانه‌ای تلویزیون و روزنامه (به‌مثابه رسانه‌های داخلی وابسته به نظام) بر میزان مشارکت افزوده می‌شود. یافته‌ها با نظریات شری ارنشتاین، مایرون وینر و دانیل لرنر و نیز با نتایج پژوهش نوروزی و بختیاری هم‌خوانی دارند. درواقع، خنثی‌بودن اثر اینترنت بر میزان مشارکت، بیش‌از هر دلیل، ناشی از محیط خاص این رسانه است که مجال تحریک انگیزش و بینش‌ها را برای هردو سوی ترغیب‌کننده مشارکت (حاکمیت ایران) و تحدیدکننده مشارکت (قدرت‌های ضدحاکمیت اسلامی - ایرانی) فراهم آورده است و حال آنکه روزنامه و تلویزیون به‌منزله ابزار رسانه‌ای حاکمیت و ماهواره به‌مثابه ابزار رسانه‌ای قدرت‌های مخالف، مجال یک‌سویه‌ای را مهیا کرده‌اند. بنابر آنچه در این تحقیق ذکر شد، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود:

- از آنجاکه علت اصلی مشارکت اندک شهروندان در اداره امور جامعه، قبل از هر چیز، مسئله‌ای فرهنگی است، قبل از هر اقدامی، ضروری است فرهنگ مشارکت ترویج شود. به‌این‌منظور، مسلماً رسانه‌های داخلی می‌توانند بیشترین تأثیر ممکن را داشته باشند.

- با بالارفتن مصرف رسانه‌ای ماهواره از میزان مشارکت افراد کاسته می‌شود، اما این بدین معنی نیست که باید به تحولات تکنولوژی و ارتباطی چنین دیدگاه بدبینانه‌ای داشت، چراکه حذف رسانه ماهواره نه منطقی و نه امکان‌پذیر است. از این رو، باید به تقویت رسانه‌های داخلی برای جذب مخاطبان و هدایت آنها به امور مشارکتی در جامعه پرداخت.
- با توجه به اینکه گروهی از افراد به دلایل مختلف یا اصلاً مصرف رسانه‌ای ندارند یا مصرف بسیار اندکی دارند و به اصطلاح مخاطبان معلق هستند و گروهی دیگر مخاطبان مشترک رسانه‌ای هستند و به اصطلاح در شمار مخاطبان سرگردان قرار می‌گیرند، به نظر ضروری می‌رسد که رسانه‌های گروهی داخلی، همچون روزنامه و تلویزیون، با ایجاد مصرف رسانه‌ای، زمینه‌های ترغیب به مشارکت را طرح‌ریزی کنند.
- با عنایت به گستردگی و قوی بودن زمینه‌های مذهبی در جامعه، بهره‌گیری از آموزه‌های دینی و محرک‌های قدسی مشوق و آمرانه در برنامه‌ها و فعالیت‌های مختلف نیز می‌تواند زمینه‌های مشارکت سیاسی- اجتماعی مردم را فراهم آورد.
- نگاه به توسعه و عمران کشور و جامعه اصولاً به ارائه امکانات اقتصادی و خدماتی منحصر بوده است، در حالی که توسعه واقعی فراتر از ارائه خدمات اجتماعی است، تغییری که از یک سو متضمن تغییر در آگاهی، انگیزش و رضایت افراد است و از سوی دیگر، باید مهیاکننده توان بخشی و قدرت‌دهی در تصمیم‌گیری و اجرا برای مردم باشد.
- شهروندان باید این تجربه را داشته باشند که مشارکت آنها در اداره امور جامعه نمادین نیست و تأثیرگذار است. به تدریج باید حجم دخالت دولت در اداره امور کم شود و این امور به شهروندان واگذار گردد، تاجایی که نهادهای مردمی، بدون اینکه به حکومت یا جریان خاص سیاسی وابسته باشند، شکل بگیرند.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۷۷) «مدیریت مشارکتی شوراهای اسلامی و نظام مدیریت روستایی در ایران»، پژوهش علوم انسانی، سال چندم؟ شماره ۲: سال سی‌ام، شماره ۲: صص ۱-۱۸.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۰) «بررسی رابطه بین انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی سازمان‌یافته روستاییان در نواحی روستایی شهر کاشان»، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال نهم، شماره ۳۶۵: صص ۱۷۵-۲۰۶.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳) توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نی.

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی - سیاسی مطالعه‌ای درباب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج

اکبری، امین (۱۳۸۳) نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در مشارکت سیاسی - اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
انصاری، حمید (۱۳۸۳) نظریه‌های مشارکت، جزوه درسی کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: کویر.
آموند، گابریل و جی پاول (۱۳۸۰) «مشارکت و حضور شهروندان»، ترجمه علیرضا طیب، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۱۱، شماره ۱۶۳ و ۱۶۴: ۴-۱۱.

بیرو، آلن (۱۳۷۰) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
پالمر، مونتینی و لاری اشترن (۱۳۶۷) نگرش جدید به علم سیاست، ترجمه منوچهر شجاعی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

پوراحمد، احمد و دیگران (۱۳۸۵) «آسیب‌شناسی طرح‌های توسعه شهر در کشور»، پژوهش‌های جغرافیایی، سال ۱۵، شماره ۵۸: ۱۶ صص ۱۶۷-۱۸۰.

ترنر، جانان‌ال بیگلی (۱۳۷۱) پیدایش نظریه جامعه‌شناختی، ترجمه عبدالعلی لهسایی‌زاده، شیراز: فرهنگ تقوایی، مسعود و همکاران (۱۳۸۹) «تحلیلی بر سنجش عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در مدیریت شهری»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره ۱۹-۳۶.
چاوشیان، حسن (۱۳۷۶) «شاخص تعیین پایگاه اجتماعی در تهران»، دفتر اجتماعی وزارت کشور (گزارش تحقیق).

حسینی، فریده (۱۳۸۴) بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت جوانان در سازمان‌های غیردولتی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه الزهراء.

دادگران، محمد (۱۳۷۴) مبانی ارتباط جمعی، تهران: فیروزه.
دال، رابرت (۱۳۶۴) تجزیه و تحلیل سیاست، ترجمه حسین مظفریان، تهران: مظفریان.
دهقان، علیرضا و غلامرضا غفاری (۱۳۸۴) «تبیین مشارکت اجتماعی- فرهنگی دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران»، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال ۶، دوره ششم، شماره ۱: صص ۶۷-۹۸.
دیانتی‌نیت، جواد (۱۳۸۲) بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه تبریز، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تبریز.

راش، مایکل (۱۳۷۷) جامعه و سیاست، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: سمت.
رجب‌زاده، احمد (۱۳۸۱) فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر طرح‌های ملی.

رضایی، عبدالعلی (۱۳۷۵) «مشارکت اجتماعی، هدف یا ابزار توسعه»، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال سیزدهم، شماره ۱۰۹-۱۱۰: صص ۵۳-۶۳.

رهنما، محمدرحیم (۱۳۸۸) برنامه‌ریزی مناطق مرکزی شهرها، مشهد: دانشگاه فردوسی.

- ساروخانی، باقر و شراره مهدیزاده (۱۳۸۱) «تلویزیون و نوگرایی»، پژوهشنامه علوم انسانی، سال نهم، شماره ۳۵: ۱۳۹-۲۶۵.
- سبکتکین‌ریزی، قربانعلی (۱۳۷۳) تبیین رابطه بین میزان تحصیلات زنان روستایی با میزان مشارکت اجتماعی آنها، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تربیت مدرس.
- سراج‌زاده، سیدحسین (۱۳۸۳) چالش‌های دین و مدرنیته: مقالاتی جامعه‌شناختی در دین‌داری و سکولارشدن، تهران: طرح نو.
- شفیعی، شفیغ (۱۳۸۱) «بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر اردبیل»، مجله اینترنتی فصل نو، سال دوم، شماره ۵۰: ۱۷-۲۴.
- عظیمی، لیلا (۱۳۸۰) بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی زنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- علوی‌تبار، علیرضا (۱۳۷۹) بررسی الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها (تجارب جهانی و ایران)، جلد اول، تهران: سازمان شهرداری‌ها.
- فردرو، محسن و اصغر رضوانی (۱۳۸۱) دولت، مردم و همگرایی، تهران: آن.
- قاراخانی، علی (۱۳۸۲) نقش سازمان‌های غیردولتی در تقویت مشارکت اجتماعی (مطالعه NGOS شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- کاردان، علی‌محمد و دیگران (۱۳۷۲) فلسفه تعلیم و تربیت، تهران: سمت.
- کریمی، سعید (۱۳۸۲) رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی، قم: بوستان قم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷) پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۸) بررسی برخی از ابعاد مشارکت اجتماعی در ایران، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ملکوتیان، مصطفی (۱۳۷۶) سیری در نظریه‌های انقلاب، تهران: قومس.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳) «سل سوم، فرصت‌ها و تهدیدها»، همایش علمی جوانان، امید و آینده، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- نادری عباس‌آباد، حمدالله (۱۳۸۳) بررسی مشارکت مردم اردبیل در خصوصی‌سازی فعالیت‌های فرهنگی و هنری و عوامل مؤثر بر آن، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل (گزارش پژوهشی).
- نوروزی، فیض‌الله و مهناز بختیاری (۱۳۸۸) «مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، مجله راهبرد، سال ۲۴، شماره ۵۳: ۲۴۹-۲۶۹.
- وینر، مایرون (۱۳۵۴) نوسازی جامعه، ترجمه رحمت‌الله مقدم مراغه‌ای، تهران: فرانکلین.
- Barkan, Steven E (1999) Race, Issue Engagement, and Political Participation. *Race & Society*, vol. 1, pp.63-76.

- Burkely, Stan (1996) *people first a guide to self-reliant participatory Rural development*. London: zedbooks.
- Helly, Denis (1997) "Voluntary and Social Participation by People of Immigrant." January. Paper presented at the Second National Metropolis Conference, 23-25 November, Montreal, Quebec, Canada.
- Huntington, S. P., & Nelson, J. M. (1977) Political Participation & Political Development, Review by Binder Leonard, *American Journal of Sociology*, Vol.83, No.3. pp.751-760.
- Guth & J. Green & L. Kellstedt & C. Smidt (2002) "Religion and Political Participation", Prepared for Delivery at the 2002 Annual Meeting of the American Political Science Association, 2002.
- Kerisberg. Lous (1973) *Sociology of social conflict*. Printice-Hall Publication, New Jercey.
- Lerner, Danial (1964), *the passing of Traditional society*, New York, the Macmillian Com.
- McClurg, S.D (2001) *Social Network and Political Participation*. Internet: Google Site.
- McClurg, S.D (2003) "Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation". *Political Research Quarterly*, (December), 56(4), pp.449-464.
- Mehta, Shirr (1984) *Rular development policies and programs*. London: Sage.
- Millan, A and Esteban, A (2004) Development of multiploitem scale of measuring customer satisfaction in travel agencies services, *Tourism Management*, Vol 25, pp: 533-54.
- Simon, Schuster (1982) "Webster new dictionary" USA, Western Corporation, seventh edition.
- Tiamsoon Sirisrisak (2009) *Conservation of Bangkok old town*. The University of Tokyo, 7-3-1 Hongo, Bunkyo-ku, Tokyo 113-8656, Japan.
- Van Deth, Jan W. (2001) Studing political participation: Towards a Theory of every thing? *Internet: Google site*.
- Vicheka, Lay (2005). "Cambodian Women and Barries to Social Participation" *Web page*, 3.
- Zimmerman, Abraham, (1996) Public Participation in Planing, Common Questions about Planing in Arizona *Issus 6, February*.