

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال پنجم، شماره ۱۹، بهار ۱۳۹۲
صفحات: ۶۳-۹۲
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱/۱۵؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۳/۱

بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی (مطالعه موردی دبیران متوسطه شهر خرم آباد، ۱۳۹۲)

دکتر آناهیتا معتضد راد* / ابراهیم سپهوند**

چکیده

مشارکت سیاسی به عنوان یکی از انواع مشارکت، از شاخص‌های توسعه اجتماعی و سیاسی در کشورها به شمار می‌رود. یکی از گروه‌های عمده جامعه که شرکت آنان در روند اداره جامعه و توسعه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد دبیران هستند. مشارکت سیاسی دبیران به عنوان پیشگامان عرصه فرهنگ و آموزش و تربیت کشور و به‌عنوان یکی از بزرگترین گروه جمعیتی کشور و تربیت‌کننده مسؤولان اداره جامعه در آینده محسوب می‌شوند اهمیت خاصی برای ثبات سیاسی و پویایی فعلی و آینده جامعه دارد. در این راستا، پژوهش حاضر بر آن است تا از منظر جامعه شناختی، به بررسی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه شهرستان خرم‌آباد بپردازد. جامعه آماری این پژوهش دبیران متوسطه دبیرستان‌های شهر خرم‌آباد می‌باشد و ۳۱۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه مبتنی بر پرسشنامه می‌باشد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که همبستگی معناداری بین متغیرهای مستقل (رسانه‌های جمعی اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، جنسیت) با متغیر وابسته (مشارکت سیاسی) وجود دارد.

کلید واژه‌ها

مشارکت سیاسی، رسانه‌های جمعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی.

amotazed@yahoo.com

brahim.sepahvand@yahoo.com

* عضو هیات علمی و استادیار علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شاهد تهران

مقدمه

مشارکت مفهومی است چند بعدی و پیچیده که هر جامعه‌ای نسبت به قوام خود، از سطوح مختلفی از آن در ابعاد مختلف برخوردار است. بر همین اساس جوامع مختلف به دنبال ایجاد و افزایش مشارکت شهروندان در عرصه‌های گوناگون سیاسی و اجتماعی هستند تا بدین طریق همبستگی سیاسی و اجتماعی و پیوندهای اجتماعی سیاسی‌شان را محکم و از فروپاشی جلوگیری کنند.

یکی از انواع مهم مشارکت که بسیار مورد بحث و بررسی قرار گرفته، مشارکت سیاسی است. مشارکت سیاسی در چهارچوب‌های متعارف و قانون یکی از نسخه‌های توسعه سیاسی در کشورهای جهان به شمار آورده‌اند.

با رونق فزاینده‌ی بحث مشارکت سیاسی در دهه‌های اخیر، هم اکنون این بحث یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین مفاهیم در علوم سیاسی و اجتماعی به شمار می‌رود.

امروزه متفکران و صاحب‌نظران توسعه، مشارکت را از مهم‌ترین ارکان توسعه به شمار می‌آوند و در توسعه سیاسی برای آن اهمیتی دو چندان قائلند. به اعتقاد آنان مشارکت سیاسی از ضرورت‌های جدا نشدنی و انکارناپذیر نظام سیاسی در قرن بیست و یکم است و اصلی‌ترین شاخص توسعه‌یافتگی سیاسی پاسخ به نیاز فزاینده مشارکت سیاسی و نهادینه کردن آن و قالب نهادهای مدنی است.

بررسی مشارکت سیاسی در چارچوب ساختارهای احاطه شده اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد مشارکت سیاسی هموار کرده و توجه را به سمت نکات مبهم و باریک که به آن دقت نشده جلب می‌کند. امروزه مشارکت سیاسی از دید دانشمندان علوم اجتماعی و سیاسی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه بازیگران را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کنند. در جوامع اعم از توسعه یافته و یا در حال توسعه شاهد گسترش ارتباط مستقیم و با توجه به فواصل زمانی و مکانی و اینکه توسعه ارتباط این فواصل را در نور دیده و به افراد و گروه‌ها و سازمان‌های مختلف، امکان برقراری و روابط متقابل را می‌دهد. اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز همکاری میان اعضای جامعه است و تمایل افراد را به تعامل و همکاری با گروه‌ها افزایش داده و شبکه‌ای از روابط داوطلبانه بین گروه‌ها را در ابعاد مختلف تشکیل می‌دهد.

اعتماد یکی از عناصر جامعه مدنی است و می‌تواند به‌عنوان عاملی در جهت تعامل بین افراد جامعه و ارکان دولت تلقی گردد. حضور آحاد مختلف مردم یک جامعه در همکاری و مشارکت در امور، به میزان اعتماد متقابل بین آنها و ارکان مختلف حکومتی بستگی دارد. بنابراین اعتماد امری است که می‌تواند نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت یک کشور ایفا نماید. از طرفی با ظهور و پیشرفت روزافزون انواع رسانه‌ها این امکان فراهم شد تا افراد جامعه از امور سیاسی جامعه خود و جوامع دیگر اطلاعاتی بدست آورند و از سوی دیگر این رسانه‌ها ابزاری در دست قدرت‌های سیاسی بود تا به بیان ایدئولوژی و اندیشه‌های سیاسی خود بپردازند. در مطالعات رسانه‌ای توجه به تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری افکار جمعی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

با توجه به اینکه در نظام سیاسی کنونی ایران فرهنگیان به‌عنوان یک قشر تحصیلکرده تأثیرگذار در روند سیاسی جامعه تأثیر بسزایی در مشارکت سیاسی بر عهده دارد. لذا توجه به فرهنگ سیاسی دبیران متوسطه از چند جنبه جالب اهمیت است. از یک سو به عقیده بسیاری از اندیشمندان علوم اجتماعی و سیاسی برای رسیدن به یک توسعه سیاسی پایدار داشتن یک فرهنگ سیاسی متناظر با آن الزامی است و از آنجا که دبیران متوسط یکی از کارگزاران امر توسعه سیاسی امروزی به‌ویژه در ایران شناخته می‌شوند؛ لذا توجه به فرهنگ سیاسی دبیران متوسط آموزش و پرورش در آموزش سیاسی نسل جوان و روند جامعه‌پذیر کردن سیاسی آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بدون شک بالا بودن میزان مشارکت سیاسی آنها باعث بالا بردن کمیت و کیفیت آموزش سیاسی جوانان و انتقال مشارکت سیاسی به نسل جوان و باز تولید مشارکت سیاسی در جامعه می‌شوند. همچنین پایین بودن مشارکت سیاسی آنها می‌تواند نتایج عکس به دنبال داشته باشد. پژوهش حاضر با ارائه یک مطالعه موردی از فرهنگیان شهر خرم‌آباد به تبیین جامعه‌شناختی میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه می‌پردازد. دلیل اصلی انتخاب این جامعه آماری نقش تأثیرگذاری است که آموزش و پرورش به‌طور عموم و دبیران متوسطه دبیرستان‌ها به‌طور اخص در روند جامعه‌پذیری سیاسی نسل جوان داشته و می‌تواند به بالا بردن آگاهی و مشارکت سیاسی در جامعه کمک کنند. لذا شناخت میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه و عوامل مؤثر بر آن می‌تواند برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران را در روند بهبود و ارتقا مشارکت سیاسی آنان یاری رساند.

با توجه به مباحث فوق سوال اساسی پژوهش حاضر این است که مشارکت سیاسی در قشر دبیران دبیرستان‌های متوسه شهر خرم‌آباد از چه کمیت کیفیت جامعه‌شناختی برخوردار می‌باشد و چه عواملی بر مشارکت سیاسی آنها تأثیرگذار می‌باشد؟

گفتار اول: مبانی نظری و ادبیات تحقیق

الف) مبانی نظری

محققان مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرایند تعامل بین کنش‌گر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به اهداف معین و از پیش تعیین شده تعریف کرده‌اند؛ فرایندی که افراد جامعه به صورت آگاهانه و جمعی با در نظر داشتن اهداف معین و مشخصی که منجر به سهیم شدن آنها در منابع اجتماعی می‌شود و در آن شرکت می‌کنند. از دیدگاه «برکلی» «مشارکت حقی است که به لحاظ ارزش به آزادسازی و اعتماد به خویشتن انسان و از لحاظ ابزاری به بسیج و نقش‌آفرینی توده‌های انسانی در فرایندهای علمی حیات اجتماعی سیاسی منجر می‌شود (Burkely, 1996:65). در این راستا، مشارکت سیاسی یکی از شاخصه‌های توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی در کشورها به شمار می‌رود و از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است. از مؤثرترین راه‌های رسیدن به توسعه واقعی و بادوام، همانا جلب مشارکت مردم در فرایند توسعه از مرحله تصمیم‌گیری تا اجراست.

مشارکت سیاسی پدیده پیچیده و دارای ابعاد متعدد است که ارتباط میان جامعه مدنی و جامعه سیاسی را عملی می‌سازد. بنا به تعریفی، شرکت در فرایندهای سیاسی که به گزینش رهبران سیاسی می‌انجامد و سیاست عمومی را تعیین می‌کند و یا بر آن اثر می‌گذارد، مشارکت سیاسی نامیده می‌شود (آبرا کرامبی، ۱۳۷۶: ۲۸۶) همچنین از دیدگاه ویز، مشارکت سیاسی هر عمل داوطلبانه موفق یا ناموفق سازمان یافته یا بدون سازمان، دوره‌ای یا مستمر شامل روش‌های مشروع و نامشروع برای تأثیر بر انتخابات رهبران و سیاست‌ها و اداره امور عمومی در هر سطحی از حکومت محلی یا ملی است (Macclosky, 1968:249).

مشارکت سیاسی و عوامل مؤثر بر آن از منظرهای متنوع و متفاوتی مورد مطالعه قرار گرفته و هر صاحب‌نظری این پدیده را از نگاه خویش و متناسب با فضای اجتماعی جامعه خویش مورد مطالعه قرار داده است.

رویکرد اجتماعی یا تبیین جامعه‌شناختی از رویکردهای عمده در تبیین مشارکت سیاسی به شمار می‌آید. از مهم‌ترین نظریه‌پردازان این رویکرد می‌توان «مارتین لیپست» اشاره کرد. او در آثار مختلفی به بررسی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت پرداخته است.

«لیپست» معتقد است الگوهای شرکت در انتخابات در کشورهای مختلفی نظیر آلمان، آمریکا و برخی کشورهای دیگر مشابه هستند. در این کشورها مردان بیشتر از زنان، تحصیلکردگان بیشتر از کمتر تحصیلکردگان، شهرنشینان بیشتر از روستاییان، متأهلین بیشتر از مجرومین، افراد دارای منزلت بالاتر بیشتر از افراد دارای منزلت پایین‌تر، اعضای سازمان‌ها بیشتر از اعضا در فرایندهای سیاسی - اجتماعی مشارکت دارند.

متغیرهای مورد نظر لیپست در تبیین مشارکت سیاسی را می‌توان در سه دسته کلی تقسیم‌بندی کرد: ۱- موقعیت اقتصادی خانواده که متغیرهایی چون سطح درآمد، شغل، محل سکونت، منزلت را در بر می‌گیرد. این متغیرها از نظر لیپست به عنوان متغیرهای پایه‌ای عمل می‌کنند که به طور غیرمستقیم از طریق برخی متغیرهای دیگر نظیر ایدئولوژی سیاسی، عضویت حزبی و ... رفتار سیاسی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Lipset, 1963:141). ۲- موقعیت اجتماعی فرد که متغیرهایی چون وضعیت تأهل، مشارکت در نهادهای سیاسی - اجتماعی، شهری یا روستایی بودن، مهاجر یا بومی بودن، سطح تحصیلات، میانسال یا جوان بودن را در بر می‌گیرد ۳- موقعیت سیاسی - مذهبی فرد که متغیرهای این وجه تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند. متغیرهایی چون ایدئولوژی سیاسی فرد که ارتباط تنگاتنگی با میزان مذهبی بودن دارد که به نوبه خود متأثر از ویژگی سیاسی خانواده نیز هست. در همین راستا تحقیقات آلموند و وربا نشان داده که الگوی مشارکت در درون گروه‌های طبقاتی مختلف تفاوت‌های معنی‌داری داشته و طبقات اجتماعی بالاتر مشارکت بیشتری داشته‌اند (Almond & Verba, 1975:217).

متغیرهای مؤثر بر رفتار سیاسی افراد در مدل تبیینی رابرت دال را می‌توان برحسب قانده هزینه - فایده تحلیل کرد که براساس آن افراد بر حسب تفاضل بین هزینه و فایده دست به انتخاب می‌زنند. دستیابی به پاداش مورد انتظار احساس تأثیرگذاری، توانایی تصمیم‌گیری درست و دانش لازم از وضعیت موجود، از متغیرهای ارزیابی فایده است که هر چه این ارزیابی مثبت‌تر باشد احتمال مشارکت سیاسی فرد افزایش می‌یابد و متغیرهایی نظیر مشکلات انجام رفتار، احساس خطر در انجام رفتار و برآورد هزینه انجام رفتار در مجموع برآورد نهایی فرد از هزینه انجام رفتار به دست می‌دهد (راش، ۱۳۸۱: ۱۴۱).

از نظر «لوین» اگر فرد احساس جدایی و انفصال از نظام سیاسی حاکم کند و در نتیجه مشارکت خود را در فرآیندهای سیاسی اثربخش نمی‌بیند. بر اساس این دریافت احساس مشارکت او در رفتارهای سیاسی کاهش می‌یابد. در واقع مدل لوین، نتیجه تعامل و روحیات فرد با نظام سیاسی حاکم را در رفتار مشارکت سیاسی می‌بیند و فرد توان و ظرفیت خود را در تعامل با نظام سیاسی ارزیابی می‌کند (Dahl, 1984:104).

«هانتینگتون»، «لیپست»، «آلموند و وربا» و «جورج هربرت مید» به نقش وسایلی ارتباط جمعی در افزایش آگاهی سیاسی و در نتیجه افزایش مشارکت سیاسی اشاره کرده‌اند. به نظر آنان، توسعه اقتصادی و اجتماعی که لازمه‌اش افزایش شهرنشینی، سطح سواد، آموزش و صنعتی شدن و توسعه وسایل ارتباط جمعی است. پیش شرط برقراری دموکراسی و افزایش مشارکت سیاسی است (توسلی، ۱۳۸۳).

سیاستمداران از وسایل ارتباط جمعی سه بهره متفاوت می‌گیرند: نخست آرایه اطلاعات، دوم شخصیت‌پردازی و چهره‌سازی و سوم شکل دادن افکار عمومی و آماده کردن و جهت دادن به آن. برایان ام. مک‌نایر در کتاب خود تحت عنوان «مقدمه‌ای بر ارتباط سیاسی» رسانه‌ها را سومین عنصر در فرآیند ارتباط و مشارکت سیاسی می‌داند. در نظام‌های سیاسی دموکراتیک، کارکرد رسانه‌ها را هم به‌عنوان انتقال دهندگان ارتباطات سیاسی و هم به‌عنوان فرستندگان پیام‌های سیاسی در نظر می‌گیرند (Mc Nair, 1999, 11).

«گیدنز» در بحث از بحران دموکراسی دلایل متعددی را بیان می‌کند که یکی از آنها رشد اهمیت و نفوذ رسانه‌ها است. وی بیان می‌دارد رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های الکترونیکی تنها درباره سیاست خبر نمی‌دهد بلکه تا اندازه‌ی زیادی تعیین می‌کند که سیاست باید درباره چه باشد. در نظر وی امروزه رسانه‌ها از دو جهت با دموکراسی در ارتباطند: نخست اینکه چرا که گسترش و افزایش رسانه‌ها و ظهور ارتباطات جهانی، زمینه را برای گسترش دموکراسی فراهم می‌سازد. رسانه‌ها فضا را برای دیالوگ سیاسی و فعالیت بیشتر و بازتابی‌تر شهروندان باز و فراهم می‌کنند اما ارتباط رسانه‌ها دموکراسی جنبه دومی هم دارد و آن اینکه رسانه‌ها هم‌زمان با این باز کردن فضا به واسطه نوعی ناچیز شماری بی‌امان، تجاری کردن و شخصی کردن مسائل سیاسی این فضا را می‌بندند و مخدوش می‌کند. بنابراین بسیار مشکل می‌توان مسائل سیاسی بلند مدت‌تر را به بحث داغ رسانه‌ها تبدیل کرد. دموکراسی امروزه به دموکراسی رسانه‌ای تبدیل شده چراکه ساز و کارهای دموکراتیک بر محور رسانه‌ها می‌گردد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۴۶-۱۴۵).

«گیدنز» در مورد تأثیر رسانه‌ها بر حوزه‌های مختلف زندگی اجتماعی به فرایند بازانديشي اشاره دارد. به نظر وی گسترش نظام‌های تخصصی علمی و تکنولوژیک این روند بازانديشي سنت‌ها را از طریق رسانه‌های سیال جهانی و وسایل سریع حمل و نقل در همه جوامع تسريع کرده و به تدریج جامعه را به جامعه سپانتي تبدیل می‌کند (همان: ۲۶). رشد بازانديشي یکی از مهم‌ترین شاخص‌های دنیای جدید است و پروژه بازانديشانه فرد یکی از لوازم این جامعه است و رسانه‌ها از مهم‌ترین عوامل این بازانديشي محسوب می‌شوند (همان: ۲۸).

«گروویر» به طور خلاصه نقش اعتماد اجتماعی در تسهیل مشارکت سیاسی از طریق شبکه‌ها و انجمن‌های داوطلبانه را این گونه توضیح می‌دهد: «اعتماد اجتماعی پدیده‌ای پنهان نیست و از تجربه‌های شخصی در دولتی و تجربه‌های افراد در زندگی مدنی پدیدار شده است. انجمن‌های مدنی، فرهنگی و ورزشی ممکن است به گسترش شبکه‌های تعامل اجتماعی بیشتر بپردازند. انجمن‌هایی مدنی نه تنها ایجاد ارتباطات را آسان تر می‌سازند. بلکه آنها با تسهیل انتقال اطلاعات مربوط به افراد معتمد سهم عظیمی در تقویت سرمایه اجتماعی دارند و این برای حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی یک منبع با ارزش است» (Groovier, 1997:153).

«اوسلانر» بیان می‌کند که رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی و یا ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی نه تنها به شکل مستقیم بر روی انواع خاصی از مشارکت سیاسی اعمال نفوذ می‌کند بلکه آن را به طور غیرمستقیم از طریق تسهیل انتقال منابع شبکه‌های اجتماعی و کمک به ایجاد هنجارهای روابط متقابل و تعهد مشترک در درون سازمان‌های داوطلبانه بر مشارکت سیاسی تأثیر می‌گذارد (Uslaner, 1993:3).

از سوی دیگر، برخی از اندیشمندان علوم اجتماعی و سیاسی معتقدند برای اینکه اعتماد اجتماعی منجر به مشارکت سیاسی شود، باید این اعتقاد در افراد به وجود آید که دولت مطابق با انتظارات و توقعات هنجاری مردم عمل می‌کند (Miller, 1974:951-72).

مطابق با یافته‌های موی و شوفل حوزه‌های مختلف اعتماد اجتماعی با هم‌دیگر ارتباط دارند، به طوری که اعتماد سیاسی می‌تواند به شکل امتداد تعمیم یافته به دیگران دیده شود (موی و شوفل، ۲۰۰۰: ۷۴۴-۷۵۹). فقدان اعتماد سیاسی نشانگر عدم مشروعیت حکومت نارضایتی و بیگانگی افراد است؛ عواملی که علت اصلی اکراه افراد از مشارکت در فعالیت‌های سیاسی است (Finiter, 1970:46-50).

«وربا» و همکاران او، بر نقش انجمن‌های داوطلبانه در فراهم کردن منابعی که برای مشارکت ساسی مفیدند تأکید کردند (وربا و دیگران، ۱۹۹۳: ۴۵۷). وربا و همکاران در مورد سه منبعی که محصول مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه غیرسیاسی است، بحث کرده‌اند: اول شرکت در انجمن‌های داوطلبانه غیرسیاسی فرصت‌هایی را برای مردم به منظور توسعه مهارت‌های سازمانی و ارتباطات سیاسی فراهم می‌کند. دوم شرکت در انجمن‌های غیرسیاسی داوطلبانه مردم را در معرض پیام‌های سیاسی و بحث‌های سیاسی منجر می‌شود می‌گذارد. سوم انجمن‌های داوطلبانه غیرسیاسی به‌عنوان زمینه‌ای برای جذب مردم در بسیج سیاسی تلاش می‌کنند.

به نظر وربا و همکاران، انجمن‌های داوطلبانه افراد را وادار می‌سازد که به تلاش آشکاری برای درگیر کردن افراد در سیاست دست زنند. شرکت در انجمن‌های داوطلبانه غیرسیاسی، قرار گرفتن در معرض محرک‌های سیاسی را نیز فراهم می‌کند (Almond & Verba, 1975:217). افراد از طریق مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه، شبکه‌های اجتماعی را که زمینه‌ای برای بحث درباره سیاست و یا برای جذب به فعالیت‌های سیاسی است توسعه می‌دهند. مطالعات متعددی که نتیجه‌گیری وربا در مورد ارتباط میان انجمن‌های داوطلبانه و مشارکت سیاسی را حمایت می‌کند صورت گرفت است. با استفاده از مدل معادله ساختاری، اسمیت نشان می‌دهد که ارتباط اولیه گسترده با دیگران، روابط خانوادگی نزدیک، مشارکت مذهبی، مشارکت در فعالیت‌های فوق برنامه، از پیش‌بینی‌کننده‌های قابل توجه مشارکت بیشتر سیاسی و مدنی در جوانان هستند (Smith, 1999:553-580) آیا لا نیز استدلال می‌کند که شرکت در گروه‌های داوطلبانه بر مشارکت سیاسی افراد تأثیرگذار است. او همچنین متوجه شد که در موارد متعدد فعالیت در سازمان‌های غیرسیاسی بر مشارکت سیاسی افراد تأثیرگذار است (Ayala, 2000:99-115). او لزوم استدلال می‌کند عضویت سازمانی با ترویج مشارکت سیاسی ارتباط دارد و علت این امر به تقویت فرهنگ سیاسی مشارکتی و آگاهانه مربوط است (Ulzurrun, 2002:497-523).

لویین نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی چه قوی و چه ضعیف دارای اثر مستقیمی بر انتخابات و وابستگی‌های حزبی و دیدگاه‌ها، در مورد مسائل مهم سیاسی و کنترل متغیرهای نگرشی در سطح فردی است (Levin, 2005:131-156).

به نظر «اینگلهارت» صنعتی شدن، شهرنشینی و سواد عمومی، تشکیل اتحادیه‌های کارگری و احزاب سیاسی توده‌ای را که به حق رأی بیشتر مردم در انتخابات منجر می‌شود تسهیل می‌سازد.

سپس آنگاه که تجهیز شناختی صورت پذیرد مردم نیروی بالقوه فزاینده‌ی خود را برای اشکال فعال تر مداخله در تصمیم‌گیری‌های سیاسی توسعه می‌دهند. وی همچنین به عواملی نظیر وجود یک طبقه متوسط قوی، گسترش مهارت‌های مشارکت و همچنین پیدایش هنجارها و نگرش‌هایی در میان عموم مردم که ضامن نهادهای دموکراتیک هستند توجه می‌کند. از نظر اینگلهارت از مهم‌ترین هنجارها و نگرش‌های ضامن دموکراسی وجود حس اعتماد میان شهروندان است. به نظر وی سه متغیر توسعه اقتصادی، رضایت از زندگی به طور کلی و حس اعتماد میان مردم با یکدیگر دارای ارتباط متقابل هستند (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۵۶-۹۸).

ب) پیشینه تحقیق

قاسمی (۱۳۸۰) دریافت که اثر پنج متغیر مستقل (دینداری، رویدادهای سیاسی، موقعیت اجتماعی- اقتصادی، سطح استفاده از انواع رسانه‌ها توسط دانشجویان و جنسیت) بر متغیرهای وابسته مشارکت سیاسی معنادار بوده است. براتون، آلدرفر، بووسر و تمبا (۱۹۹۹) به بررسی تأثیر آموزش مدنی (جامعه‌پذیری را از طریق گروه‌های اجتماعی) بر فرهنگ سیاسی زامبیا پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد برنامه‌های آموزش مدنی در زامبیا تحت تأثیر متغیرهای دیگری چون میزان استفاده از رسانه‌ها و تحصیلات می‌تواند فرهنگ سیاسی تأثیرگذار باشد. افرادی که در این برنامه‌ها شرکت داشته‌اند حکومت انتخابی را بر حکومت منتصب ترجیح می‌دادند (نقل از قاسمی، ۱۳۸۰) نیبست لارکینگ (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر رسانه‌ها بر رفتار انتخاباتی در کانادا می‌پردازد و آن را با رفتار انتخاباتی ایالات متحده مقایسه می‌کند. این تحقیق حاکی از وجود تمایزات عمده بین ایالات متحده و کانادا در مورد تبلیغات انتخاباتی در رسانه‌های این دو کشور است و این تفاوت در تبلیغات رسانه‌ها، گویای فرهنگ سیاسی متفاوت این دو کشور است. بدین معنا که تبلیغات انتخاباتی در کانادا حزب محور و موضوع محور هستند ولی تبلیغات انتخابات ایالات متحده بیشتر بر ویژگی‌های شخصیتی کاندیداها متمرکز هستند (Nisbitt-Larking, 2010).

«اشمیت و مک‌زالت» (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر ارتباطات غیررسمی در شبکه اجتماعی رأی دهندگان و ارتباطت رسمی رسانه‌های جمعی بر تمایلات افراد در انتخابات محلی آلمان می‌پردازند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد هر دو شکل ارتباطات می‌تواند محرک افراد برای رأی دادن باشد. بدین معنا که ارتباط شخصی افراد تأثیرات بیشتری را بر رفتار انتخاباتی

می‌گذارد و تأثیرات رسانه‌ها عموماً ضعیف‌تر از تأثیرات ارتباطات شخصی عمل می‌کند چرا که این تأثیرات عموماً به وسیله نگرش‌های شخصی افراد تعدیل می‌شود. در حالی که افراد از طریق این شبکه‌های اجتماعی اطلاعاتی را به دست می‌آورند که در تمایل آنها به شرکت در انتخابات تأثیرگذارتر است (Schmitt & Mackzolt, 2010:392-404). دیانتی در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی دانشجویان تبریز» پرداخته است. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل دو متغیره این پژوهش نشان می‌دهد متغیرهای عضویت در انجمن‌های داوطلبانه، دوستان سیاسی، خانواده سیاسی، آگاهی سیاسی، فضای باز سیاسی و رسانه‌های گروهی با مشارکت سیاسی رابطه معناداری داشته‌اند (دیانتی نیت، ۱۳۸۲).

هدایتی در پایان‌نامه کارشناسی ارشد به بحث «مشارکت سیاسی در ایران معاصر» پرداخته است. براساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت به‌رغم اینکه ساختار نظام جمهوری اسلامی ایران مبانی نظری و عملی مشارکت سیاسی مدنی را فراهم نموده اما ضعف انسجام درونی و سیستمی جامعه ما را در ابعاد جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگی - سیاسی و مشارکتی و شرایط مرحله‌ی گذار نظام سیاسی غیردموکراتیک سلطنتی به نظام سیاسی جمهوری اسلامی موجب شکل‌گیری مشارکت سیاسی توده‌ای شده است (هدایتی، ۱۳۷۸).

پدر تحقیق دیگری که با روش پیمایشی صورت گرفته، دواس و هیوز به بررسی تأثیر زمینه‌های فردی و خانوادگی دانش‌آموزان بر نگرش سیاسی آنان در آمریکا پرداختند. آنان نتیجه گرفتند پسران در مقایسه با دختران اظهار داشته‌اند که تمایل بیشتری به مشارکت دارند (۷۱ درصد پسران و ۴۵ درصد دختران). در همین تحقیق بین طبقه اجتماعی دانش‌آموزان و میزان آگاهی سیاسی‌شان رابطه معناداری وجود نداشت (Dowfe & Hughes, 1977).

در تحقیق دیگری بک به بررسی تأثیر عوامل مختلف بر مشارکت سیاسی نوجوانان آمریکایی پرداخته است و به عواملی چون پایگاه اجتماعی - اقتصادی والدین، مشارکت سیاسی والدین، فعالیت نوجوانان در دبیرستان و گرایش‌های مدنی والدین تأثیر فراوان بر مشارکت سیاسی نوجوانان داشته‌اند (Beck, 2000).

عبداللهی در مطالعه‌ای به‌عنوان «زنان و نهادهای مدن مسائل موانع و راهبردهای مشارکت زنان مدنی زنان در ایران» پایین بودن میزان مشارکت مدنی شهروندان ایران به ویژه زنان را یکی از مسائل اساسی جامعه در حال گذر امروزی ایران دانسته است.

«تأثیر رسانه‌ها بر اعتماد اجتماعی و سیاسی» پژوهشی است که توسط پاتوشیاموی در بین سالهای ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۰ انجام گرفته است. وی با اشاره به اهمیت و کارکرد رسانه‌های جمعی در جامعه سوال تحقیق خود را به این شکل طرح می‌کند که رسانه‌های جمعی با توجه به کارکردهایی که دارند در رابطه با وضعیت نامطلوب مشارکت سیاسی و اجتماعی که هر دو ریشه در اعتماد سیاسی و اجتماعی دارند چه نقشی ایفا می‌کنند؟ شواهدی که موی در رابطه با اثرگذاری رسانه‌ها با اعتماد اجتماعی و سیاسی مطرح کرده مربوط به مطالعه انتخابات ایالتی آمریکا در سال ۱۹۹۶ است. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که استفاده از رسانه‌های جمعی بر میزان اعتماد اجتماعی این افراد مؤثر بوده است اما رابطه معنی‌داری بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر اعتماد سیاسی گزارش نشده بود. با توجه به یافته‌های این پژوهش موی هدف تحقیق خود را بررسی دقیق‌تر رابطه بین رسانه‌های جمعی و اعتماد اجتماعی عنوان کرده است (افشانی، ۱۳۸۷).

پانتام در تحقیقی که در ایتالیا به انجام رساند، اثبات نمود که سطوح مختلف اعتماد عام به سطوح سرمایه اجتماعی و سطح توسعه مختلف منجر می‌گردد و بر این اساس تفاوت بین کارآمدی نهادها در شمال و جنوب آن کشور ریشه در تفاوت در میزان اعتماد و سرمایه اجتماعی موجود دارد (افشانی، ۱۳۸۷: ۱۰۳).

به‌طور کلی و با توجه به نظریاتی که در مبانی نظری و تجربی مطرح شد تقریباً تمام گفتمان‌ها و نظریه‌ها برخی از مضامین مورد مطالعه را توضیح می‌دهند. به بیان دیگر هر یک متغیرهای تحقیق را از دیدگاه‌های متفاوت تعریف کرده و عوامل مختلفی را بر آن مؤثر دانسته‌اند. پس براساس چارچوب نظری مفهومی شکل گرفته از نظریات مطرح شده که دارای رویکردی تلفیق است. مدل نظری زیر شکل گرفته و فرضیات استخراج شده‌اند.



گفتار دوم: روش‌شناسی

الف) روش

در این پژوهش از دو روش اسنادی و پیمایشی استفاده شده است. برای مطالعه نظریه‌ها و تجارب تحقیقاتی به منابع و اسناد مراجعه شده و برای گردآوری اطلاعات از روش پیمایشی بهره‌گیری شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه دبیران مقطع متوسطه دوره دوم شهر خرم‌آباد بوده‌اند که با روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای و شیوه سهمیه‌ای، نمونه‌ای ۳۱۰ نفری از آنها مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در پژوهش حاضر برای محاسبه اعتبار ابزار اندازه‌گیری از روش اعتبار صوری استفاده شده است. به این ترتیب که نظر کارشناسان و صاحب‌نظران در این حوزه پرسیده شده و در مرحله بعد، پس از تعیین صحت و سقم عبارات، مقیاس‌ها و پرسش‌ها به صورت پرسشنامه‌ای تنظیم و مورد پیش‌آزمون قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت ($\alpha = 0.5$).

ب) تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق

۱- مشارکت سیاسی

۱-۱. **تعریف نظری:** فعالیت‌های داوطلبانه اعضای جامعه و دخالت مستقیم و غیرمستقیم در تشکل سیاسی عمومی است. مشارکت سیاسی به مثابه فعالیت‌هایی کما و بیش مستقیمی است که به وسیله شهروندان خصوصی در راستای نفوذ بر انتخاب پرسنل حکومتی یا کنش آنها اعمال می‌شود (راش، ۱۳۸۱: ۱۲۶).

۲-۱. **تعریف عملیاتی:** منظور از مشارکت سیاسی هر گونه عمل ارادی و آگاهانه افراد، در جهت تأثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی جامعه نظیر فعالیت در انتخابات، اعمال نفوذ، فعالیت‌های سازمانی و عضویت در گروه‌ها و احزاب، ایجاد رابطه فردی با مقامات قدرتمند، شرکت در مراسم، مجالس و راهپیمایی‌های سیاسی می‌باشد.

۲- اعتماد اجتماعی

۱-۲. **تعریف نظری:** اعتماد اجتماعی از مهم‌ترین شاخصه‌های ارتباط و تعامل گروهی به شمار می‌آید و مبین آمادگی افراد و گروه‌ها جهت ایجاد رابطه اجتماعی و پذیرش متقابل است.

اعتماد دلالت بر تایید پذیرش و همکاری فرد و پیرامون به شکل متقابل دارد (محسنی تبریزی، ۱۳۷۵: ۲۳).

۲-۲. تعریف عملیاتی: اعتماد دلالت بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تایید شده‌ای دارد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با زندگی اجتماعی خود دارند که قرین با روابط متقابل تعمیم یافته است. در پژوهش حاضر اعتماد به سه شکل مورد بررسی قرار گرفته است

الف) اعتماد بین شخصی که نشان‌دهنده میزان اعتماد به افراد فامیل، دوست، همسایه و نظایر آن است؛

ب) اعتماد تعمیم یافته، داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه (غریبه‌ها) جدای از تعلق آنها به گروه‌های سنی، جنسی، قومی و قبیله‌ای می‌باشد؛

ج) اعتماد نهادی نشان‌دهنده میزان اعتماد به نهادها و مسؤولین اداره کشور است.

۳- مشارکت اجتماعی

۱-۳. تعریف نظری: مشارکت اجتماعی عبارت است از دسته فعالیت‌های ارادی که از طریق آنها اعضای یک جامعه در امور مختلف شهر و روستا شرکت کرده و به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند (محسنی تبریزی، ۱۳۶۹: ۱۰۸).

۲-۳. تعریف عملیاتی: شرکت ارادی و آگاهانه افراد در فعالیت‌های مدنی (شرکت در انجمن‌های صنفی، کارگری، خبری، تعاونی و...) فرهنگی و تفریحی (شرکت در فعالیت‌های هنری، علمی، ورزشی و...) مذهبی (شرکت در هیئت‌های مذهبی و...) محلی (همکاری با همسایگان، انجمن اولیاء و مربیان، فعالیت عمرانی محلی و...) می‌باشد که به دو صورت رسمی و غیررسمی صورت می‌پذیرد.

۴- رسانه‌های جمعی

۱-۴. تعریف نظری: رسانه وسیله‌ای است که پیام را منتقل می‌کند. رادیو، تلویزیون، اینترنت، مطبوعات و ماهواره وسایلی هستند که پیام را از پیام به مخاطب منتقل می‌کند و خود رسانه را پیام می‌داند (دادگران، ۱۳۷۴: ۲۱).

۲-۴. تعریف عملیاتی: در این تحقیق میزان استفاده از رسانه جمعی، رادیوهای داخلی، تلویزیون، مطبوعات، ماهواره و اینترنت مورد نظر قرار گرفته است.

۵- طبقه اجتماعی

۵-۱. **تعریف نظری:** طبقه اجتماعی به بخشی از اعضای جامعه اطلاق می‌شود که از نظر ارزش‌های مشترک، حیثیت فعالیت‌های اجتماعی میزان ثروت و متعلقات شخصی دیگر از بخش‌های دیگر جامعه تفاوت داشته باشند (کوئن، ۱۳۸۶: ۱۹۳).

۵-۲. **تعریف عملیاتی:** شغل، سطح تحصیلت و درآمد به عنوان شاخص‌های تعیین طبقه اجتماعی افراد به کار رفته است.

علاوه بر فرضیات کلیدی فوق که مبتنی بر مباحث نظری بیان شده‌اند انتظار می‌رود که بین متغیرهای زمینه‌ای نظیر جنسیت، وضعیت تأهل و سن با میزان مشارکت سیاسی رابطه وجود داشته باشد.

گفتار سوم: تجزیه و تحلیل

الف) توصیف یافته‌ها

توصیف خصوصیات جمعیت نمونه برحسب مشخصات فردی نشان داد که از مجموع افراد مورد مطالعه ۵۴/۷ درصد زنان و ۴۵/۲ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. بنابراین مشاهده می‌شود که بیشترین فراوانی متعلق به زنان می‌باشد. حداقل و حداکثر سن پاسخگویان بین ۲۰ تا ۶۱ ساله می‌باشد و میانگین سن پاسخگویان برابر با ۴۰/۷۴ می‌باشد. از کل افراد پاسخ دهنده ۹۰/۳ درصد از پاسخگویان را افراد متأهل و ۸/۷ درصد مجرد و ۱ درصد از پاسخگویان دارای وضعیت سایر می‌باشند. از مجموع افراد مورد مطالعه ۳ درصد زیر دیپلم، ۹/۳ درصد دیپلم یا فوق دیپلم، ۶۳/۴ درصد کارشناسی و ۲۷/۱ درصد از مدرک کارشناسی ارشد و یا بالاتر برخوردارند و مشاهده می‌شود که بیشترین فراوانی متعلق به تحصیلات لیسانس می‌باشد. یافته‌ها نشان داد که میانگین درآمد پاسخگویان برابر ۱۰۸۱۶۰۰۰ ریال می‌باشد و از میان پاسخگویان ۹۷/۴ درصد را افراد رسمی آموزش و پرورش ۲/۶۰ درصد را افراد قراردادی تشکیل می‌دهند.

با توجه به نتایج بدست آمده از جدول ۱، ۸۱/۶ درصد از افراد مود مطالعه خیلی کم و یا کم در تشکل‌های سیاسی فعالیت و یا عضویت دارند و تنها ۴/۵ درصد از آنان در این تشکل‌ها عضویت و یا فعالیت آنها به صورت فعال است که نشان می‌دهد افراد مذکور کمتر به شکل

رسمی و فعال در این زمینه اقدام کرده‌اند. در رابطه با راه‌اندازی شبکه‌های سیاسی مجازی و وبلاگ‌های سیاسی ۸۹ درصد از پاسخگویان خیلی کم و یا کم به این مسئله مبادرت می‌ورزند و تنها ۳/۶ درصد از آنان در این زمینه مشارکت خوبی دارند که نشان از آن دارد که افراد مورد مطالعه کمتر از فضای اینترنت برای فعالیت‌های سیاسی خود استفاده می‌کنند و حدود ۸۶/۲ درصد خیلی کم و یا کم درصد سخنرانی و یا مقاله‌نویسی در زمینه مسائل سیاسی اقدام کرده‌اند و حتی ۱ درصد از آنان خیلی زیاد در این زمینه فعالیتی انجام داده‌اند که نشان از آن دارد که افراد مورد مطالعه خیلی کم در محافل رسمی و یا در مجلات و روزنامه‌های کثیرالانتشار اقدام به این عمل کرده، شرکت در اعتراض‌های جمعی در خصوص مسائل صنفی و سیاسی نشان می‌دهد که فقط ۳/۶ درصد از آنان خیلی زیاد و یا زیاد، در این زمینه اقدام کرده و ۹۰ درصد از آنان خیلی کم و یا کم در اعتراض‌های صنفی و سیاسی شرکت می‌کنند. ۶/۵ درصد نیز نظری بینابین دارند که نتایج حاکی از آن است که افراد رغبت کمی برای اعتراض‌های صنفی و سیاسی از خود نشان داده‌اند و ۲/۲ درصد از افراد رغبت خود را برای نام‌نویسی انتخاب شدن در انتخابات مختلف ابراز داشته‌اند و ۸۸/۵ درصد تمایل کمی به این مسئله دارند و ۹/۴ درصد نیز نظری متوسط در این رابطه دارند. در زمینه تبلیغ و هواداری از گروه‌ها و احزاب سیاسی ۶۹/۵ درصد خیلی کم و یا کم به این مسئله تمایل دارند و تنها ۱۲/۹ درصد فعالیت قابل ملاحظه‌ای از خود نشان می‌دهند و ۲۴/۵ درصد خیلی کم و یا کم درصد تظاهرات و راهپیمایی‌هایی که اعلام می‌شود خیلی کم و یا کم شرکت می‌کنند و ۴۱/۳ درصد خیلی زیاد و یا زیاد در زمینه شرکت می‌کنند. ۳۴/۲ درصد نیز نظری بینابین در این رابطه دارند. در رابطه با شرکت در انتخابات مختلفی که در جامعه برگزار می‌شود ۷۲/۶ درصد از افراد مورد مطالعه خیلی زیاد و یا زیاد در انتخابات مختلف شرکت می‌کنند و تنها ۱۰/۳ درصد رغبت کمی از خود در این زمینه نشان داده‌اند از شرکت فعال و قابل ملاحظه‌ی این قشر در انتخابات مختلف جامعه دارد و بیشترین درصد را از بین فراوانی‌ها داده در زمینه مشارکت سیاسی به خود اختصاص داده است و کمترین میزان متعلق است به شرکت در اعتراض‌های جمعی در خصوص مسائل صنفی و سیاسی و همچنین راه‌اندازی شبکه‌های سیاسی مجازی و وبلاگ‌های سیاسی و نیز سخنرانی و یا مقاله‌نویسی در رابطه با مسائل سیاسی جاری جامعه.

ب) یافته‌های تبیینی و تحلیلی

به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق و با توجه به نوع آنها (رابطه‌ای و یا مقایسه‌ای) و نوع متغیرهای موجود در آنها (اسمی، فاصله‌ای و...) آزمون‌های مناسب هر فرضیه را به کار گرفتیم. یکی از فرضیات تحقیق «رابطه بین وسایل ارتباط جمعی (راديو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و ماهواره) و میزان مشارکت سیاسی دبیران بوده که به منظور بررسی این فرضیه با توجه به فاصله‌ای بودن دو متغیر و نیز تأمین پیش‌فرض‌های طبیعی بودن توزیع نمره‌ها و رابطه خطی میان دو متغیر از آزمون همبستگی «پیرسون» استفاده کردیم که نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲- نتیجه آزمون پیرسون بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی و میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
مطبوعات	۰/۳۷۴	$p < ۰/۰۰۱$
اینترنت	۰/۱۳۳	$p < ۰/۰۱۹$
ماهواره	۰/۱۱۳	$p < ۰/۰۵۸$
راديوهای داخلی	۰/۳۲۹	$p < ۰/۰۰۱$
تلویزیون	۰/۳۲۴	$p < ۰/۰۰۱$

با توجه به جدول ۲ و مقادیر به دست آمده ضریب همبستگی پیرسون و سطح‌های معناداری به دست آمده بین متغیرهای مطبوعات، اینترنت، راديوهای داخلی، تلویزیون و مشارکت سیاسی افراد مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد و حاکی از این است که استفاده از هر کدام از این وسیله‌ها بر مشارکت سیاسی دبیران متوسطه دوره دوم دبیرستان‌های شهرستان خرم‌آباد مؤثر می‌باش و بین این متغیرها و مشارکت سیاسی رابطه همبستگی مستقیم و مثبتی وجود دارد، ولی شدت همبستگی متغیرهای مطبوعات و راديوهای داخلی قابل توجه نمی‌باشد و بین استفاده از ماهواره و مشارکت سیاسی افراد مورد مطالعه رابطه معناداری وجود ندارد و استفاده از ماهواره بر میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه شهرستان خرم‌آباد مؤثر نیست.

با توجه به اینکه چند متغیر مستقل وجود دارد، جهت بررسی رابطه بین این متغیرها با متغیر وابسته از ضریب همبستگی چندگانه و تحلیل رگرسیونی استفاده گردیده که نتایج آن در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳- نتایج آزمون تحلیل رگرسیونی چندمتغیره بین متغیرهای رسانه‌های جمعی (مطبوعات، اینترنت، ماهواره، رادیوهای داخلی و تلویزیون) و میزان مشارکت سیاسی

مدل	ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	سطح معناداری	F	درجه آزادی
۱	۰,۴۶۲	۰,۲۱۳	۰,۲	$P < ۰/۰۰۱$	۱۶,۴۷۳	۳۰۹

معناداری در سطح ۵٪

با توجه به جدول ۳ می‌توان بیان کرد که میزان مشارکت سیاسی در یک ترکیب خطی با متغیرهای وارد شده در معادله برابر با ۰/۴۶۲ می‌باشد، همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۲۱۳ و ضریب تعدیل یافته برابر با ۰/۲ است، یعنی در واقع حدود ۲۰ (۰/۲۱۳) درصد واریانس متغیر میزان مشارکت سیاسی از طریق متغیرهای مستقل تبیینی و توجیه شده است.

جدول ۴- ضرایب استاندارد شده خط رگرسیون میزان مشارکت سیاسی

مدل رگرسیونی	ضرایب استاندارد	t	سطح معناداری
	Beta		
۱	مقدار ثابت	۵,۳	$P < ۰/۰۰۱$
	مطبوعات	۰,۲۲۹	$P < ۰/۰۰۱$
	اینترنت	۰,۰۰۲	$P < ۰/۹۶۹$
	ماهواره	۰,۰۹۹	$P < ۰/۰۷۱$
	تلویزیون	۰,۱۹۹	$P < ۰/۰۰۱$
	رادیوهای داخلی	۰,۱۵۷	$P < ۰/۰۰۷$

حال با توجه به جدول رگرسیونی چندمتغیره معادله استاندارد نیز به صورت زیر نوشته می‌شود:

(رادپوهای داخلی) $+0/157$ (تلویزیون) $+0/199$ (مطبوعات) $+0/229$ = میزان مشارکت سیاسی دومین فرضیه تحقیق «رابطه بین اعتماد اجتماعی (اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی) و میزان مشارکت سیاسی دبیران دبیرستان‌های دوره دوم شهرستان خرم‌آباد» بود که به منظور بررسی این فرضیه با توجه به فاصله‌ای بودن دو متغیر و نیز تأمین پیش‌فرض‌های طبیعی بودن نمره‌ها و رابطه خطی میان دو متغیر از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کردیم که نتایج آن در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵- ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای اعتماد اجتماعی (اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی) و میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
اعتماد بین شخصی	$0/374$	$p < 0/008$
اعتماد تعمیم یافته	$0/133$	$p < 0/011$
اعتماد نهادی	$0/113$	$p < 0/734$

با توجه به جدول ۵ و با استفاده از میزان همبستگی پیرسون، بین متغیرهای اعتماد بین شخصی و اعتماد تعمیم یافته بر میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه خرم‌آباد مؤثر است و این متغیرها با متغیر مشارکت سیاسی رابطه همبستگی مستقیم و مثبتی وجود دارد، اما شدت این همبستگی‌ها قابل توجه نمی‌باشد. ولی بین متغیر اعتماد بین نهادی و میزان مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود ندارد و این فرضیه تأیید نمی‌گردد.

با توجه به اینکه چند متغیر مستقل وجود دارد جهت بررسی رابطه بین این متغیرها با متغیر وابسته از ضریب همبستگی چندگانه و تحلیل رگرسیونی استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۶- نتایج آزمون تحلیل رگرسیونی چندمتغیره بین متغیرهای اعتماد اجتماعی (اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی) و میزان مشارکت سیاسی

درجه آزادی	F	سطح معناداری	ضریب تعیین تعدیل یافته	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه	مدل
۳۰۹	۳,۳۴۷	$P < 0/019$	$0/022$	$0/032$	$0/178$	۱

معناداری در سطح ۵٪

با توجه به جدول ۶ می توان بیان کرد که میزان مشارکت سیاسی در یک ترکیب خطی با متغیرهای وارد شده در معادله برابر با ۰/۱۷۸ می باشد، همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۰۳۲ و ضریب تعیین تعدیل یافته برابر با ۰/۰۲۲ است یعنی در واقع حدود ۳ (۰/۰۳۲) درصد واریانس متغیر میزان مشارکت سیاسی از طریق متغیرهای مستقل (اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی) تبیین و توجیه شده است.

جدول ۷- ضرایب استاندارد شده خط رگرسیونی میزان مشارکت سیاسی

سطح معناداری	t	ضرایب استاندارد	مدل رگرسیونی
		Beta	
P< ۰/۰۰۱	۹,۱۹۵		مقدار ثابت
P< ۰/۰۳۹	۳,۴۱۳	۰,۱۰۴	اعتماد بین شخصی
P< ۰/۱۷۹	۱,۳۴۶	۰,۱۰۱	اعتماد تعمیم یافته
P< ۰/۲۰۳	-۱,۲۷۵	-۰,۰۷۶	اعتماد نهادی

حال با توجه به جدول رگرسیون چندمتغیره معادله استاندارد نیز به صورت زیر نوشته می شود: (اعتماد بین شخصی) $۰/۱۰۴ =$ میزان مشارکت سیاسی
 در بررسی فرضیه دیگر تحقیق با عنوان «رابطه بین مشارکت اجتماعی (عضویت در گروه های غیررسمی و عضویت در گروه های رسمی) و میزان مشارکت سیاسی دبیران دبیرستان های دوره دوم شهرستان خرم آباد» با توجه به فاصله ای بودن دو متغیر و رابطه خطی میان دو متغیر، از آزمون همبستگی «پیرسون» استفاده کردیم که نتایج آن در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸- ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای مشارکت اجتماعی (عضویت در گروه های غیررسمی و عضویت در گروه های رسمی) و میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
عضویت در گروه های غیررسمی	۰/۳۴۹	P< ۰/۰۰۱
عضویت در گروه های رسمی	۰/۵۳۶	P< ۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۸ و با استفاده از میزان همبستگی پیرسون، بین متغیرهای عضویت در گروه‌های غیررسمی و عضویت در گروه‌های رسمی و میزان مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد و مقادیر ضریب همبستگی پیرسون که برابر با ۰/۳۴۹ و ۰/۵۳۶ و سطح معناداری به‌دست آمده ($P < ۰/۰۰۱$) که از سطح معناداری برآورد شده یعنی ۰/۰۵ کمتر است. بنابراین فرض معناداری این آزمون پذیرفته می‌شود و حاکی از آن است که بین این دو متغیر و متغیر وابسته رابطه همبستگی مستقیم و مثبتی وجود دارد.

با توجه به اینکه چند متغیر مستقل وجود دارد جهت بررسی رابطه بین این متغیرها با متغیر وابسته از ضریب همبستگی چندگانه و تحلیل رگرسیونی استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۹- نتایج آزمون تحلیل رگرسیونی چندمتغیره بین متغیرهای مشارکت اجتماعی (عضویت در گروه‌های غیررسمی و رسمی) و میزان مشارکت سیاسی

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	سطح معناداری	F	درجه آزادی
۱	۰,۵۳۶	۰,۲۸۸	۰,۲۸۳	$P < ۰/۰۰۱$	۶۱,۹۸۳	۳۰۹

معناداری در سطح ۵٪

با توجه به جدول زیر می‌توان بیان کرد که میزان مشارکت سیاسی در یک ترکیب خطی با متغیرهای وارد شده در معادله برابر با ۰/۵۳۶ می‌باشد، همچنین ضریب تعیین حاصل برابر با ۰/۲۸۸ و ضریب تعدیل یافته برابر با ۰/۲۸۳ است. یعنی حدود ۲۹ (۰/۲۸۸) درصد واریانس متغیر میزان مشارکت سیاسی از طریق متغیرهای مستقل (عضویت در گروه‌های غیررسمی و عضویت در گروه‌های رسمی) تبیین و توجیه شده است.

جدول ۱۰- ضرایب استاندارد شده خط رگرسیون میزان مشارکت سیاسی

مدل رگرسیونی	ضرایب استاندارد	T	سطح معناداری
	Beta		
۱	مقدار ثابت	۸,۷۹۴	$P < ۰/۰۰۱$
	عضویت در گروه‌های غیر رسمی	-۰,۳۸۳	$P < ۰/۷۰۲$
	عضویت در گروه‌های رسمی	۰,۵۳۳	۸,۴۵۶

حال با توجه به جدول رگرسیون چند متغیره معادله استاندارد نیز به صورت زیر نوشته می‌شود: (عضویت در گروه‌های رسمی) $0/533 =$ میزان مشارکت سیاسی در جدول زیر پاسخ‌های نمونه آماری در خصوص پرسش‌های مربوط به فرضیه‌های تحقیق با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی نشان داده شده است.

جدول ۱۱- آزمون t دو نمونه مستقل مربوط به فرضیه‌های تحقیق (جنسیت و اشتغال)

t	سطح	درجه آزادی	انحراف	میانگین		
-۴/۲۵	$P < 0/001$	۳۰۸	۰/۷۷	۲/۳۵۹	مردان	جنسیت
	$P < 0/001$	۳۰۸	۰/۶۰	۲/۰۲۹	زنان	
۰/۶۷۷	$P < 0/519$	۳۰۸	۰/۷۰	۲/۱۸۲	شاغلین	اشتغال
	$P < 0/519$	۳۰۸	۰/۶۳	۲/۰۲۸	غیرشاغلین	

با توجه به جدول t مشاهده شده در سطح $P < 0/05$ معنی‌دار می‌باشد. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه برحسب جنسیت آنان متفاوت است. با توجه به میانگین‌های مشاهده شده در جدول ۱۹ می‌توان نتیجه گرفت که مردان از میزان مشارکت سیاسی بالاتری نسبت به زنان برخوردارند، همچنین با توجه به جدول بالا میزان مشارکت سیاسی دبیران متوسطه شهر خرم‌آباد برحسب وضعیت اشتغال آنان تفاوتی ندارد.

جدول ۱۲- آزمون ANOVA مربوط به سطح تحصیلات، سن و درآمد

متغیر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
واریانس بین گروهی	۳/۳۵۸	۳	۱/۱۱۹	۲/۳۲۲	$P < 0/075$
	۱۴۷/۵۲۶	۳۰۶	۰/۴۸۲		
	۱۵۰/۸۸۴	۳۰۹			
واریانس درون گروهی	۱۹/۱۷	۳۴	۰/۵۵۹	۱/۱۱۶	$P < 0/249$
	۱۳۱/۸۶۷	۲۷۵	۰/۴۸		
	۱۵۰/۸۸۴	۳۰۹			
کل	۲۲/۲۰۶	۳۲	۰/۱۹۴	۱/۴۹۴	$P < 0/008$
درآمد	۱۲۸/۶۷۸	۲۷۷	۰/۴۶۵		
	۱۵۰/۸۸۴	۳۰۹			

با توجه به جدول ۱۲ نتایج بررسی‌های آماری نشانگر این است که آزمون‌های تحلیل واریانس یک طرفه تفاوت معناداری را بین میانگین‌ها نشان نمی‌دهند؛ به نحوی که F برابر با ۲/۳۲۲، ۱/۱۶۶، ۱/۴۹۴ و سطح معناداری برآورد شده برابر با $P < ۰/۰۷۵$ ، $P < ۰/۲۴۹$ و $P < ۰/۰۶۸$ می‌باشد که این سطح معناداری‌های برآورد شده از سطح معناداری مورد قبول، یعنی ۰/۰۵ بیشتر می‌باشد. پس تفاوت یا اختلاف معناداری بین میانگین‌های سطح تحصیلات، سن و درآمد پاسخگویان و میزان مشارکت سیاسی دبیران دبیرستان‌های شهرستان خرم آباد وجود ندارد. پس می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد گفت که سطح تحصیلات، سن و درآمد بر میزان مشارکت سیاسی دبیران دبیرستان‌های شهرستان خرم آباد تأثیری ندارد.

ج) تحلیل مسیر

تحلیل مسیر تکنیکی است که همبستگی میان متغیرهای مستقل و وابسته را در قالب تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بیان می‌کند. تکنیک تحلیل مسیر بر پایه مجموعه‌ای از تحلیل رگرسیون چندگانه و بر اساس فرض ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استوار است. در پژوهش حاضر این تفکیک بر اساس مدل تحلیلی تحقیق که خود برآمده از چارچوب نظری تحقیق بوده است صورت گرفته است و به صوت شکل (۱) است. در خصوص نتایج اولین آماره تحلیل عامل با عنوان کیزر مای که برابر است با $KMO = ۰/۸۲۳$ می‌باشد و با توجه به مقدار آن نشا نمی‌دهد که همبستگی‌های مود آزمون برای تحلیل عامل بسیار مناسب می‌باشند. آماره بارتلت مناسب بودن داده‌ها را برای تحلیل عامل نشان می‌دهد که نتایج آن برابر است با $BT = ۸۹۱۹/۱۹۷$ و سطح معناداری حاصل که مطلوب می‌باشد ($Sig = ۰/۰۰۰$) بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها از تناسب مورد قبولی جهت آزمون تحلیل عامل برخوردارند.

جدول ۱۳- نتایج آزمون کیزر مایر و بارتلت در تحلیل عامل

KMO		۰,۸۲۳
BT	آزمون خی دو	۸۹۱۹,۱۹۷
	درجه آزادی	۱۷۷۰
	Sig. (سطح معناداری)	۰,۰۰۰

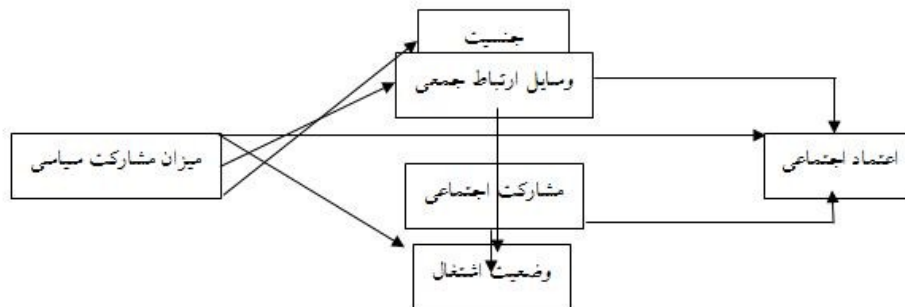
بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی ...

در جدول ۱۴ سهم هر عامل مشخص و متغیرهای مربوطه آورده شده است.

جدول ۱۴- نتایج آزمون تحلیل عامل برحسب عامل‌های تأیید شده

تعداد عاملها				متغیرها
عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	
۱۷,۵۹۲	۸,۴۰۶	۵,۶۲۳	۵,۰۵۳	درصد واریانس تبیین شده
۱۷,۵۹۲	۲۵,۹۹۸	۳۱,۶۲۱	۳۶,۶۷۳	درصد تراکمی واریانس تبیین شده

در جدول ۱۵ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته آورده شده است.



جدول ۱۵- اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	انواع تأثیر	
	مستقیم	غیر مستقیم
مشارکت اجتماعی	۰,۳۶	۰
میزان استفاده از وسایل ارتباط اجتماعی	۰,۲۶۸	۰,۱۷۴
اعتماد اجتماعی	۰,۱۱۸	۰,۰۴۷
وضعیت اشتغال	۰	-۰,۰۰۵
جنسیت	۰,۱۹۵	۰
کل	۰,۳۶	۰,۴۴۲

بنابراین، متغیر مشارکت اجتماعی بیشترین اثر مستقیم بر میزان مشارکت سیاسی را داشته و متغیر میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی با تأثیری که بر سایر متغیرها دارد بیشترین اثر غیرمستقیم را دارا است.

نتیجه گیری

امروزه مشارکت سیاسی به عنوان مهمترین شاخص توسعه سیاسی ملت‌ها به امری گریزناپذیر تبدیل شده است. این امر در کشورهای جهان سوم که گذار از سنت به مدرنیته را تجربه می‌کنند به شکل حساس‌تر خود را نشان می‌دهد. از سویی مشارکت ابزار افزایش و توزیع فرصت‌های شرکت مردم در تصمیم‌گیری‌های جمعی، همیاری و دیگر یاری در توسعه و پیشرفت کشور است، لذا هر اقدامی در مسیر مهندسی سیاسی- اجتماعی و افزایش مشارکت، نیاز به شناخت عوامل و علت‌های اساسی تأثیرگذار بر مشارکت دارد. از میان این مفاهیم آنچه مسأله اصلی این تحقیق بود، بررسی رابطه بین متغیرهای اثرگذاری چون رسانه‌های جمعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی با میزان مشارکت سیاسی است.

یافته‌های تحقیق، فرضیات مطروحه را مورد تأیید قرار داد و نشان داد که:

۱- رسانه‌های جمعی می‌توانند به عنوان یکی از عاملان اصلی مشارکت سیاسی به انتقال ارزش‌ها، باورها و احساسات سیاسی یا نهادینه کردن فرهنگ مشارکت سیاسی یک جامعه به افراد آن جامعه ایفای نقش کنند چرا که به تعبیر مک نایر در نظام‌های سیاسی دموکراتیک، رسانه‌ها را سومین عنصر در فرآیند ارتباط و مشارکت سیاسی می‌دانند.

در این پژوهش و با استفاده از نظریه هانتینگتون، لیپست، آلموند، وربا و گیدنز وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون، مطبوعات، ماهواره و اینترنت) به عنوان عواملی که امکان مشارکت سیاسی را فراهم می‌کنند در نظر گرفته شده و یافته‌های این پژوهش فرضیه مبنی بر وجود رابطه بین متغیر رسانه‌های جمعی و میزان مشارکت سیاسی را مورد تأیید قرار داده و مشخص شد که بین متغیر وسایل ارتباط جمعی و میزان مشارکت سیاسی همبستگی مناسب و مستقیم در حد ۰/۴۶۲ وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت که هرچه فرد از وسایل ارتباط جمعی استفاده کند از میزان مشارکت سیاسی بالاتری برخوردار خواهد شد و هرچه از این وسایل کمتر استفاده کنند، مشارکت سیاسی کمتر خواهند داشت.

این یافته تحقیق بیانگر این نظر گیدنز است که تکثر و تنوع کانال‌های ارتباط جمعی این امکان را فراهم می‌آورد تا افراد به تجدیدنظر و بازاندیشی در باورهای مرسوم خود در مورد مسائل سیاسی بپردازند و بتوانند از حکومت مرکزی انتقاد کنند و هر آنچه را از طریق رسانه‌ها دریافت می‌کنند، با توجه به تجربه‌های سیاسی خود مورد بازبینی قرار دهند.

۲- اهمیت این مهم نقش اعتماد در جامعه، به واسطه آن است که از سویی اعتماد برخوردار از مبانی اجتماعی است و مولفه‌ای نگرشی و رفتاری محسوب می‌شود و از دیگر سو، اعتماد در جامعه دارای کارکردها و پیامدهای اجتماعی سیاسی گوناگون است.

اوسلانر بیان نمود که رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی و یا ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی نه تنها به شکل مستقیم بر روی انواع خاصی از مشارکت سیاسی اعمال نفوذ می‌کند بلکه آن را به‌طور غیرمستقیم از طریق تسهیل انتقال منابع شبکه‌های اجتماعی و کمک به ایجاد هنجارهای روابط متقابل و تعهد مشترک در درون سازمان‌های داوطلبانه بر مشارکت تأثیر می‌گذارد.

در این تحقیق نیز با تأکید بر نظریه اوسلانر، موی و شوفل مبنی بر تأثیر اعتماد اجتماعی بر مشارکت سیاسی افراد جامعه به اثبات رسیده به‌طوری‌که بین این دو متغیر همبستگی وجود دارد؛ این همبستگی ضعیف می‌باشد که می‌توان گفت این ضعف همبستگی بیشتر در زمینه اعتماد نهادی خود را نشان داده است و نشان می‌دهد که اعتماد به ساختارهای حکومتی در حد ضعیف و رو به پایین خود را نشان می‌دهد.

اعتماد اجتماعی مقوله‌ای است که رابطه درونی با روابط اجتماعی در جامعه دارد. نتیجه حاصل از شکل‌گیری اعتماد اجتماعی، انجام مشارکت در امور مختلف و در پی آن امور سیاسی است. مشارکت سیاسی به‌عنوان یکی از ابعاد مشارکت در نتیجه اعتماد اجتماعی تولید، رشد و دوام می‌یابد. اعتماد اجتماعی یکی از مهمترین و موثرترین عوامل برنامه‌ریزی و غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سیاسی و سازمانی است که با تشویق و تقویت نهادهای اجتماعی و صنفی و حرفه‌ای به شکل‌گیری روابط مشارکتی بین افراد و نهادها و در نتیجه مشارکت در حوزه‌های مختلف از جمله سیاسی یاری می‌رساند.

۳- مشارکت اجتماعی یکی از عوامل تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی است که چنانچه بر پایه و مبنای صحیح پایه‌گذاری شود، نتایج مثبت زیادی به دنبال دارد. از جمله مشارکت مردم در امور مختلف افزایش می‌یابد. در این پژوهش به پشتوانه نظریه وربا و همکاران و لوین رابطه مشارکت اجتماعی (عضویت در گروه‌های رسمی و غیررسمی) با مشارکت سیاسی مورد تأیید قرار گرفته و بین این دو همبستگی مستقیم و مثبتی در حدود ۰/۳۴۹ و ۰/۵۳۶ مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین می‌توان گفت هر چه فرد در عرصه مشارکت اجتماعی رسمی و غیررسمی حضور بالاتری داشته باشد از مشارکت سیاسی بالاتری برخوردار خواهد شد و هر چه میزان

حضور در انجمن‌ها و سازمان‌های رسم و غیررسمی کمتر باشد، فرد مشارکت کمتری در امور سیاسی جامعه خواهد داشت.

۴- مشارکت دارای ماهیتی پویا است و تحقق آن برحسب شرایط در محیط‌های اجتماعی متفاوت و برای افراد با پایگاه‌های اجتماعی متفاوت، تغییر می‌کند. بخشی از این شرایط، منابع و امکانات توانمندی جامعه و تواناسازی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این پژوهش با استفاده از نظریه لیپست پایگاه اجتماعی افراد (شغل، درآمد، تحصیلات) و مشخصات عمومی پاسخگویان به عنوان عواملی که بر مشارکت افراد در مسائل سیاسی تأثیر دارند در نظر گرفته شده و یافته‌های این پژوهش فرضیه مبنی بر وجود رابطه بین متغیر پایگاه اجتماعی و مشخصات عمومی پاسخگویان و میزان مشارکت سیاسی مورد تأیید قرار نگرفته و بین این دو متغیر همبستگی وجود ندارد به جز وضعیت جنسیت افراد پاسخگو که مردان از میزان مشارکت سیاسی بالاتری نسبت به زنان برخوردار بودند که این فرضیه جزئی همبستگی معناداری را با مشارکت سیاسی داشته است و مورد تأیید قرار می‌گیرد.

پیشنهادات

برای تحقق مشارکت سیاسی نیازمند یک حرکت دوسویه هستیم. یک حرکت از بالا به پایین که همان فرصت دهی و مشارکت جویی ساختار کلان جامعه است و دیگری حرکت از پایین به بالا که همان مشارکت فعالیت‌های سیاسی- اجتماعی شهروندان برای حضور در عرصه‌های مختلف جامعه به‌ویژه عرصه‌های عمومی است. آنچه به عنوان پیشنهاد اصلی در راستای هدف پژوهشی که همانا افزایش سطح مشارکت سیاسی افراد ارائه می‌گردد، ارتقاء فرهنگ سیاسی در جامعه است. مشارکت سیاسی و فرهنگ مشارکت سیاسی محصول و محمل تعهد و مسؤولیت‌پذیری عناصر مختلف جامعه (دولت، حوزه خصوصی و عمومی) است.

لذا گسترش سازمان‌ها و انجمن‌های داوطلبانه و غیردولتی باید از اولویت‌های سیاست‌گذاران و کارگزاران جامعه باشد تا از این رهگذر افراد جامعه انگیزه یافته و جامعه به سمت پویایی بیشتر گام بردارد. لازم است برای توسعه اعتماد اجتماعی به‌ویژه اعتماد نهادی به‌عنوان یکی از راهکارهای مناسب تلاش شود. بنابراین می‌توان با بالا بردن سطح اعتماد نهادی در جامعه از یک سو انگیزه برای مشارکت در سازمان‌ها و انجمن‌های داوطلبانه و همچنین رویدادهای سیاسی را افزایش دهیم و از سوی دیگر، به توسعه و تحکیم پیوندها و روابط که نقش بسزایی

در سرمایه سیاسی ایفا می کند منجر شود. لازم است که برنامه های آموزشی بیشتری هم در سطح مدارس و هم در دانشگاه ها و هم در رسانه های جمعی به ویژه تلویزیون و رادیو در زمینه اشکال مختلف مشارکت های اجتماعی- سیاسی و تشویق نسل جوان به کارهای جمعی به اجرا درآید و سطح آگاهی افراد جامعه را در خصوص شیوه های مختلف مشارکت از طریق چنین برنامه های آموزشی ارتقاء دهند.

با توجه به اینکه تمایل به مشارکت سیاسی رابطه مستقیم با موقعیت اقتصادی- اجتماعی دارد و از طرفی تمایل به مشارکت سیاسی زنان پایین تر از مردان است، پیشنهاد می شود شرایط به لحاظ اقتصادی- اجتماعی و حقوقی به گونه ای تدارک دیده شود که زنان از موقعیت اجتماعی- اقتصادی و سیاسی بالا برخوردار شوند تا بر مشارکت سیاسی آنان افزوده شود. چون یکی از نتایج تحقیق وجود رابطه بین متغیر مشارکت اجتماعی و مشارکت سیاسی است ضروری است مسئولین امر تدابیر بیشتر و موثرتری برای افزایش میزان مشارکت اجتماعی دبیران بیندیشند و آنان را در فعالیت ها و به خصوص تصمیم گیری های حوزه آموزشی و فرهنگی دخیل نمایند به ویژه اینکه با فعال کردن انجمن صنفی رهبران و آزادی عمل برای فعالیت در انجمن های داوطلبانه و احزاب و گروه های سیاسی در صدد افزایش مشارکت آنان در امور مختلف جامعه شوند. افزایش مشارکت اجتماعی دبیران به عنوان پرورشی دهنده نسل بعدی و انتقال ارزش های این نسل به نسل بعد در بازتولید و ارتقاء مشارکت سیاسی نقش بارزی را ایفا می نماید.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- افشانی، سیدعلیرضا (۱۳۸۷). آموزش کاربردی SPSS در علوم اجتماعی و رفتاری. یزد: انتشارات دانشگاه یزد.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر. تهران: انتشارات کویر.
- آبراکرامبی، نیکلاس و دیگران (۱۳۷۶). فرهنگ جامعه شناسی، ترجمه حسن پویان. تهران: چاپ پخش.
- آلموند و پاول (۱۳۷۵). «جامعه پذیری و فرهنگ سیاسی»، ترجمه علیرضا طیب، مجله اطلاعات سیاسی- اقتصادی، سال ۶۱، شماره ۶۰۵.
- ترابی، یوسف، (۱۳۸۴). «آسیب شناسی مدیریت توسعه در ایران»، فصلنامه دانش سیاسی، شماره ۲، پاییز و زمستان.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۶۹). نظریه های جامعه شناسی. تهران: سمت.

- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۲). **مشارکت اجتماعی در شرایط آنومیک**. تهران: دانشگاه تهران.
- دادگران، محمد (۱۳۷۴). مبانی ارتباط جمعی. تهران: انتشارات فیروزه.
- دیانتی نیت، جواد (۱۳۸۲). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه تبریز، **پایان نامه کارشناسی ارشد**، دانشگاه تبریز.
- راش، مایکل (۱۳۸۱). **جامعه و سیاست**، ترجمه منوچهر صبوری. تهران: سمت.
- رتیزر، جورج (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناختی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- زیر، ایرانه‌گن (۱۳۶۹). **کارگردانی توسعه در جهان سوم**، ترجمه احمد تدین. تهران: نشر سفیر.
- شراره مهدی‌زاده (۱۳۸۴). «تلویزیون، مخاطب و نگرش نو»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره ششم، شماره ۴.
- صبوری، منوچهر (۱۳۸۱). **جامعه‌شناسی سیاسی**. تهران: انتشارات سخن.
- علوی، پرویز (۱۳۷۵). **ارتباطات سیاسی**. تهران: مؤسسه نشر علوم نوین.
- غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰). تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مشارکت اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی کاشان، **پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی**، دانشگاه تهران.
- فولادوند، مجید و رضانی احمد (۱۳۸۷). **پارادایم‌ها و تحلیل‌های مشارکت در جامعه‌شناسی**. مشهد: انتشارات سخن گستر.
- قاسمی، وحید (۱۳۸۰). گونه‌شناسی و تبیین فرهنگ سیاسی دانشجویان شاغل به تحصیل در ایران، **پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی**، دانشگاه اصفهان.
- کوئن، بورس (۱۳۶۱). **جامعه‌شناسی عمومی**، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات فرهنگی معاصر.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). **چشم‌اندازهای جهانی**، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور. تهران: نشر طرح نو.
- لیپست، مارتین و دوز، رابرت (۱۳۷۳). **جامعه‌شناسی سیاسی**، ترجمه محمدحسین فرجاد. تهران: نشر قومس.
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۵). «بیگانگی، مانعی برای مشارکت و توسعه ملی»، **نامه پژوهش**، سال اول، شماره ۱.
- نیکلاس ابرکرامی، استفان میل و ترنر، بریان اس. (۱۳۶۷). **فرهنگ جامعه‌شناسی**. تهران: چاپخش.
- هانتینگتون، ساموئل (۱۳۷۰). **سامان سیاسی در جوامع در دستخوش دگرگونی**، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علم.
- هدایتی، نجف (۱۳۷۸). **مشارکت سیاسی در ایران معاصر**، **پایان نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی**، دانشگاه باقرالعلوم (ع).

ب) منابع انگلیسی

Almond, G. & Verba S. (1975). **Civic Culture**. Princeton University Press.

- Ayala, L.G. (2000). "Trained for Democracy: The Differing Effects of Voluntary and Non-Voluntray Organizations on Political Participations", **Political Research Quarterly**, vol (53): 99-115.
- Beck, A.P.M. Jennings. (1982). "Path ways to participation", **American Political Science Review**, Vol.76, No. 24.
- Burkely, S. (1996). **People First: A Guide to Self- Reliant Participatory Rural Development**, London: Zedbook.
- Dahl, Robert A. (1984). **Modem Political Analysis**, fourth Edition, New Jersey; Prentice- Hall.
- Dofe, Robert E. & Hughes, John A. (1977). "Girl Boy and politics", **British Journal of Sociology**, Vol. 22, March.
- Finifter, A.W. (1970). "Diment of political Alienation", **American Political Science Review**, 64.2, June, 1970, pp: 39-410.
- Groovier, T. (1997). **Social Trust and Human Communities**, Montreal & Kingston Mc Gill Queen, University Press.
- Levine, J. (2005). **The Social Logic of Politics: Personal Networks as Cntents for Political Behavior**. Philadelphia: Temple University Press.
- Lipset, S.M. (1963). **Political Man**. New York: Anchor Book.
- Lovin S. (1979). "Individual political participation; the effects of social structure and communication behavior", **Pacific Sociological Review**: 20-60.
- Macclosky, H. (1968). Political Participation, **International Encyclopedia of the Social Sciences**, Vol. 12-13., NewYork: Mcmilan Company and Free Press.
- Mc Nair, B. (1999). **An Introduction to Political Communication**, London, Routledge Press.
- Miller, Arthur H. (1974). "Political Issues and trust in Government: 1964-1970", **American Political Science Review**, vol.68:951-972.
- Nesbitt-Larking, Paul W. (2010). "The role of the media in electoral behavior: A Canadian perspective," **Policy and Society**, 29, Available online at www.sciencedirect.com, pp. 53-64.
- Schmitt, B., & Mackzolt, Ch. (2010). "Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers, A study of turn out at a German local election", **Electoral Studies**, 29, contents lists savilable at science direct, journal home page: www.electier.com/ localate/electstud, pp 392-404.
- Smith, Elizabeth S. (1999). "The effects of investments in the social capital of youth and political and civic behavior in Ypung Adulthood; A longitudinal Analysis"; **Political Psychology**, Vol. 20, pp: 553-580.
- Ulzurrun, D. (2002). "Associational membership and social capital in comparative perspective: A note on the problems of measurement", **Politics & Society**, vol (30): 497-523.

- Uslaner, E. (1993). **The Decline of Committee in Congress**, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Verba, S., Schlozman, K.L., Brady, H., & Nie, N.H. (1993). "Race, Ethnicity, and political sources: participation in the United States", **British Journal of Political Science**, Vol. 23:453-457-497.