



سلسله گزارشات مطالعات داخلی

آسیب شناسی دلایل و چرایی کاهش مشارکت در انتخابات

الله أكبر
٢

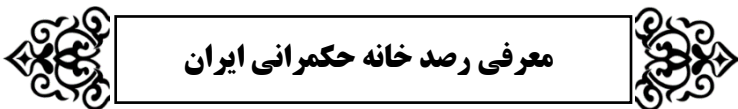


شناسنامه گزارش			
آسیب شناسی دلایل و چرایی کاهش مشارکت در انتخابات			عنوان گزارش
-			تولید
دفتر ارتباطات و رسانه رصد خانه حکمرانی ایران			انتشارات
فروزان مرزبانی			پژوهشگر
۱۴۰۴۱۰	مسلسل	راهبردی	نوع گزارش
۱۴۰۴/۱/۵	تاریخ انتشار	۱۴۰۳/۶/۳۰	تاریخ تهیه
۵۰	تیراژ	اول	نوبت چاپ

اینستاگرام igobs.ir کانال ایتا و بله igobsir

روابط عمومی ۰۹۹۰۰۲۵۷۹۲۴

محتوای گزارش لزوماً موضع رسمی رصد خانه نمی باشد مگر به آن تصریح شده باشد.
تمامی حقوق این اثر متعلق به رصد خانه حکمرانی ایران است.



معرفی رصد خانه حکمرانی ایران

تصمیمات کارا و اثربخش تابع رصد دقیق و همه جانبه مسائل، بهره مندی از ابزارهای ارزیابی، نظارت و پایش و تحلیل های پیش بینی مبتنی بر شواهد است. با توجه به اهمیت تصمیم گیری اثر بخش در حکمرانی، اداره شایسته جامعه، تامین خواسته شهروندان، پاسخگویی شفاف، اجرای صحیح عدالت، تولید و عرضه مطلوب قانون، آسیب شناسی و اصلاح حکمرانی، رصد خانه حکمرانی ایران تشکیل شده است.

از همه صاحب نظران، دانشگاهیان، دانشجویان و جامعه نخبگانی کشور جهت همکاری و همیاری دعوت بعمل آورده و دست یاری خود را به سوی دغدغه مندان ایران جلو می آوریم.

فهرست

۱		مقدمه	۱
۲		نظریه مشارکت سیاسی	۲
۴		عوامل موثر بر مشارکت سیاسی	۳
۷		دلایل کاهش مشارکت سیاسی	۴
۱۹		نتیجه گیری	۵
۲۱		منابع	۶

۱. مقدمه

از دیرباز مشارکت سیاسی در میان جوامع مختلف وجود داشته است اما شکل آن متفاوت بوده است در یونان باستان عامه‌ی مردم در مکانی گرد هم می‌آمدند، درباره‌ی مسائل مملکتی بحث و تبادل نظر می‌کردند و به این صورت امور آنها رفع و رجوع می‌شد. این اولین شکل مشارکت سیاسی، آن هم به صورت مستقیم بود. امروزه چنین امکانی برای جوامع وجود ندارد، ولی مردم با شرکت در انتخابات که هر چند سال یکبار برگزار می‌شود، درباره‌ی امور جامعه‌ی خود نظر می‌دهند. این همان مشارکت سیاسی است. درواقع مشارکت سیاسی تلاشی است که از سوی مردم عادی انجام می‌گیرد تا شاید اعمال حاکمان خود را تحت تاثیر قرار دهند یا صاحب منصبان را عوض کنند. عده‌ای بر این باورند که فقط آن دسته اعمال گروه‌های اجتماعی که جنبه‌ی قانونی دارد مشارکت سیاسی محسوب می‌شوند؛ مانند رای دادن، عریضه نویسی به دستگاه‌های حکومتی و... . از این منظر اعمال غیرقانونی مثل آشوب و تظاهرات خشونت آمیز مشارکت محسوب نمی‌شوند. برعکس این گروه، عده‌ی دیگری تنها اعمال غیرقانونی مانند شورش و قیام و... را مشارکت سیاسی به معنای واقعی می‌دانند؛ برای مثال آنارشیست‌ها کسانی‌اند که خواهان از بین بردن قدرت رهبری و انحصار قدرت هستند و این هدف را معمولاً با استفاده از تاکتیک‌های انقلابی و پویا دنبال می‌کنند.

مردم ایران برای اولین بار در واقعه‌ی تحریم تنباکو، به‌طور فراگیر وارد مشارکت در صحنه‌ی تصمیمات سیاسی شدند و از زمان انقلاب مشروطه تاکنون، انتخابات در ایران برگزار شده‌است؛ لذا مشارکت سیاسی در ایران به صورت جدی با جنبش تحریم تنباکو و انقلاب مشروطیت آغاز می‌گردد. در اولین انتخابات، شروطی برای داشتن حق رای وجود داشت و همه‌ی مردم حق رای نداشتند؛ شاهزادگان قاجار، روحانیون، اشراف، تجار، زمین‌داران و اصناف طبقه‌هایی بودند که به فرمان شاه می‌توانستند نمایندگان خود را برگزینند. از مردم عادی کسانی حق رأی داشتند که ملکی به ارزش



دست کم هزار تومان داشتند یا جزو اصناف شناخته شده بودند و اجاره ی مغازه ی آنها حداقل به اندازه ی میانگین اجاره در آن محل بود. داشتن بیست و پنج سال سن و "رعیت ایران" بودن از شرایط افرادی بود که حق رأی داشتند. در این انتخابات صنف های کم درآمد مانند حملان و شتربانان حق رأی و نمایندگی نداشتند و زنان از حق رای برخوردار نبودند. اما با شکل گیری انقلاب اسلامی این رویکرد تغییر کرد و گروه های مختلف امکان شرکت در انتخابات را یافتند و اهمیت مشارکت سیاسی نیز بسیار بالا رفت. این مسئله از این جهت حائز اهمیت است که به نظر می رسد مشارکت نداشتن شهروندان در امور سیاسی، نشانگر علاقه نداشتن مردم به نظام سیاسی و حمایت نکردن از آن است. از سوی دیگر مشارکت سیاسی یکی از مهم ترین ارکان توسعه به شمار می رود و از جمله ضرورت های نظام سیاسی در قرن حاضر است؛ در نتیجه بررسی عوامل موثر بر مشارکت شهروندان از اهمیت زیادی برخوردار است. لذا در این پژوهش با توجه به کاهش حضور مردم در پای صندوق های رای در طی چند سال گذشته به دنبال بررسی و پاسخ گویی به این پرسش بوده ایم که دلایل کاهش حضور مردم ایران در انتخابات چه بوده است؟ و در ادامه در پی پاسخگویی به این پرسش ابتدا نظریه مشارکت سیاسی میلبراث بررسی خواهد شد و پس از آن به عوامل تاثیرگذار در مشارکت سیاسی و سپس عوامل تاثیرگذار در عدم مشارکت سیاسی پرداخته خواهد شد.

۲. نظریه مشارکت سیاسی

به نظر میلبراث مجموعه عواملی که بر مقدار و میزان مشارکت سیاسی شهروندان تاثیر دارد را می توان به ۳ دسته تقسیم نمود: محرک های محیطی، محرک های شخصی و پایگاه اجتماعی. حال هر یک از این محرک ها نیز خود زیرمجموعه جداگانه ای دارند، پایگاه اجتماعی مواردی را همچون درآمد، عضویت سازمانی، تحصیلات، شغل و هویت را شامل می شود، محرک های محیطی شامل مواردی همچون رشد اقتصادی و شکاف اجتماعی هستند و محرک های شخصی را نیز می توان شامل مواردی همچون شخصیت هیجانی یا عقلانی بودن و سیاست زدگی یا عدم سیاست



زندگی دانست. بر این اساس عواملی مانند رشد اقتصادی، شکاف طبقاتی، درآمد، محل زندگی، شغل، تحصیلات، هیجان ها و احساسات، عامل شخصیتی، تفکر منفی یا مثبت افراد به سیاست، هویت گروهی و حزبی، احساس تاثیرگذاری سیاسی عواملی هستند که به رفتار سیاسی و انتخاباتی شهروندان تاثیر می گذارند.

به نظر میلبراث رابطه مثبت و نزدیکی بین میل به مشارکت سیاسی و پایگاه و موقعیت اجتماعی افراد وجود دارد و محرک های محیطی ای که فرد در تقابل با سیاست و امر سیاسی دریافت می کند نیز در افزایش یا کاهش مشارکت سیاسی افراد تاثیرگذار می باشد. بنابراین عواملی که بر مشارکت سیاسی تاثیرگذار هستند، ارتباط به هم پیوسته و زنجیره واری با یکدیگر دارند و در نتیجه هم بر یکدیگر تاثیر می گذارند و هم تاثیر می پذیرند (شفیعی سیف آبادی، ۱۴۰۰: ۶۷-۶۸).

میلبراث درک انباشتی و سلسله مراتبی از مشارکت سیاسيعرضه می کند به گونه ای که افرادی که در سطوح بالای مشارکت درگیر هستند، احتمال بیشتری دارد در سطوح پایین نیز مشارکت داشته باشند. میلبراث در مدل سلسله مراتبی مشارکت فعالیت های تماشاگران، فعالیت های انتقالی و فعالیت های گلا دیاتورها را از هم تفکیک می کند: گلا دیاتورها، افرادی هستند که حضور فعالانه ای در سیاست دارند، تماشاگرها شامل افرادی است که مداخله حداقلی در سیاست دارند و بی تفاوت ها کسانی هستند که در سیاست درگیر نمی شوند. در این مدل سلسله مراتبی کنش ورزی سیاسی در پایین ترین سطح، رای دادن در انتخابات است و مراتب بعدی را می توان شامل بحث های سیاسی، تشویق دیگران به شرکت در انتخابات، الصاق یک نشان سیاسی بر لباس خود، تماس و ارتباط با بخش اداری و رسمی، کمک مالی به یک حزب، حضور و مشارکت در یک اجتماع و گردهمایی سیاسی، سهیم شدن و مشارکت در یک کمپین، عضویت در یک حزب، نامزدی برای یک انتخاب رسمی، عهده داری یک منصب رسمی سیاسی دانست و حضور در هر یک از این موقعیت ها به پایگاه اجتماعی، محیط بیرونی و ویژگی های فردی اشخاص دارد (قادرزاده و



دیگران. (۱۳۹۸: ۱۰۵-۱۰۴). با بررسی این نظریه در پی آن بودیم که نشان دهیم مولفه های گوناگونی در روند مشارکت و یا عدم مشارکت سیاسی تاثیرگذار هستند و صرفا نباید یک بعدی به این امر توجه کرد و در ادامه روند این پژوهش تلاش خواهد شد ابعاد گوناگون کاهش مشارکت سیاسی مورد بررسی قرار گیرد.

۳. عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی

مشارکت شهروندان، مشروعیت نظام سیاسی را به همراه دارد و انتخابات مهم ترین ابزار تحقق مشارکت سیاسی و بروز و ظهور مردم سالاری است، امروزه مشارکت به عنوان نیاز بشر و راهکار اصلی توسعه به شمار می رود زیرا مشارکت گسترده و فراگیر جامعه به منزله پشتوانه ملی در سطح داخلی و استفاده از کمک داوطلبانه اجتماعی و بهره گیری از منابع داخلی در جهت تحقق توسعه و کاهش هزینه های آن مؤثر است و جوامع گوناگون به دنبال ایجاد زمینه همبستگی با افزایش مشارکت شهروندان در عرصه های مختلف اجتماعی هستند، مشارکت فرایندی است مبتنی بر پذیرش اصل برابری مردم که هدف آن همفکری، همکاری و تشریک مساعی افراد در جهت بهبود کمیت و کیفیت زندگی در تمام زمینه های اجتماعی- اقتصادی و سیاسی است. از مهم ترین انواع مشارکت در جامعه مشارکت سیاسی است که رابطه تنگاتنگی با مشروعیت نظام های سیاسی دارد و به میزان زیادی بنابر نوع نظام سیاسی هر جامعه است و مشارکت سیای در هر جامعه ای نشان از رفتار سیاسی مردم آن می باشد و میزان مشارکت را در بسترهای گوناگون نشان می دهد. (محمدزاده راوندی و دیگران. ۱۳۹۹: ۵۹-۶۰).

برخی علل و عوامل مؤثر بر مشارکت مردم در امور سیاسی و اجتماعی به شرح زیر است:

۱. عوامل فرهنگی: فرهنگ از مهم ترین متغیرهای مشارکت سیاسی و اجتماعی است. در جامعه ی دارای فرهنگ سیاسی مشارکتی، مشارکت افراد گسترده تر است و در



جامعه ای که فاقد چنین فرهنگی است، مردم با پدیده های سیاسی و اجتماعی برخوردی انفعالی دارند. در جامعه شناسی سیاسی درباره عوامل مؤثر بر مشارکت، نظریه های گوناگونی وجود دارد. "ماکس وبر" نقش فرهنگ را در مشارکت سیاسی پررنگ تر از سایر عوامل می داند در حالی که نظریه "جبرگرایی" کارل مارکس عامل اقتصادی را زیربنای روابط اجتماعی، از جمله مشارکت می داند. به نظر می رسد فرهنگ های مختلف انگیزه ها و توقعات متفاوتی را در افراد جامعه به وجود می آورند. ممکن است در فرهنگ هایی که عامل اقتصادی قوی وجود دارد و پیشرفت اقتصادی آرمان افراد آن جامعه است، مردم برای گسترش یا تداوم فعالیت های اقتصادی راه های سیاسی را طی کنند. در فرهنگ هایی نیز ممکن است انسان ها به خاطر احساس نیاز به عوامل معنوی در سیاست مشارکت کنند. بنابراین با زمینه سازی های فرهنگی مناسب در جوامع می توان افراد را به مشارکت در امور سیاسی ترغیب کرد. به طور کلی یکی از دلایل شرکت افراد در امور سیاسی و اجتماعی پیوستن به جمعیتی است که به گونه ای آرژوها، ارزش ها و نارضایتی های آنان را منعکس می کند. انسان موجودی اجتماعی است و اجتماعی بودن او تنها برای برآوردن نیازها نیست، بلکه بهره مندی انسان از قوه تفکر، این حیات اجتماعی را به طور فطری در او پدید می آورد که یافته های فکری و مکثونات خویش را با دیگران در میان بگذارد. هر قدر شهروندان به تعلقات مشترک میان خود آگاهی بیشتری داشته باشند، بهتر می توانند تصمیم های سیاسی را که به مصالح عام نزدیک تر است، تشخیص دهند. درجه آگاهی سیاسی و اجتماعی شهروندان با میزان و کیفیت جریان اطلاعات، سهولت دسترسی به آن و اعتماد عمومی به منابع تغذیه اطلاعاتی، رابطه ای مستقیم دارد. معمولاً گرایش های حزبی، صنفی، گروهی، اجتماعی و سیاسی مردم و واکنش آنان در برابر عملکرد حکومت در عرصه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی به پیش زمینه های آگاهی بستگی دارد.

۲. هویت سیاسی: عقاید و هویت سیاسی یک شخص، تأثیر تعیین کننده ای بر عمل سیاسی او می گذارد. در سیاست و مشارکت سیاسی و اجتماعی، بر خلاف علوم



طبیعی، بین نظر علمی و عقاید، یعنی بین معرفت سیاسی و عقیده سیاسی فاصله ای نیست و نمی توان تأثیر عقاید و هویت یک شخص بر عمل سیاسی اش را انکار کرد. بیشتر مردم و فعالان سیاسی، عقاید و هویت سیاسی خود را در دوره جوانی کسب می کنند، اگرچه در آینده ممکن است تحت تأثیر شرایطی تغییر عقیده دهند. عواملی مثل جامعه پذیری و تأثیرپذیری کودک و نوجوان از اندیشه ی حاکم در محیط تولد، احترام اجتماعی به یک عقیده، سازگاری عقیده ای و میزان سازگاری با عقاید و تجربه ی شخصی، در شکل گیری هویت سیاسی شخص در دوره ی رشد شخصیتی مؤثر هستند.

۳. سنت و آداب و رسوم: سنت، حلقه ی اتصال گذشته ، حال و آینده است. اگر سنت و آداب و رسوم یک جامعه، مثبت و مشارکت جو باشد، با بازتولید آن، نسل جدید به آسانی در فعالیت های سیاسی جامعه مشارکت می کند. در غیر این صورت، تغییر سنت به سنت های مشارکت جو، به زمان و هزینه بسیاری نیاز دارد.

۴. شرایط اقتصادی: اگر شرایط اقتصادی به گونه ای باشد که انسان بتواند وسیله اولیه معاش را فراهم کند، فرصت بیشتری برای پرورش استعدادهای لطیف مشارکت سیاسی و اجتماعی فراهم می شود.

۵. گروه های ذی نفوذ: یکی از بهترین راه های بسیج مردم برای مشارکت سیاسی و اجتماعی، بهره گیری از گروه های کوچک و منسجم است. این گروه ها توانایی بسیج سریع افراد را دارند. تمام نظریه های سیاسی، نقش گروه های واسط در ایجاد وحدت ملی را بارز دانسته اند. چون بیشتر افراد توانایی همسان کردن هویت خود با گروه های بزرگ واسط میان احزاب و گروه های انتزاعی، مانند ملت را ندارند و گروه های واسط، این فرآیند و همسان سازی را تسهیل می کنند.

۶. رسانه ها: به یقین در کشوری که مردم می توانند آزادانه در تصمیم گیری های اجتماعی شرکت کنند، باید انگیزه لازم برای مشارکت را در آنان فراهم ساخت. رسانه



ها در این امر نقش مهمی دارند. مثلاً با تقویت ملی‌گرایی مثبت می‌توانند انگیزه مشارکت را بالا ببرند.

۷. تحصیلات: سطح تحصیلات تأثیر متقابلی با مشارکت افراد دارد. افراد با تحصیلات بالا ممکن است به خاطر آگاهی‌هایی که دارند در انتخابات شرکت و یا از آن اجتناب کنند.

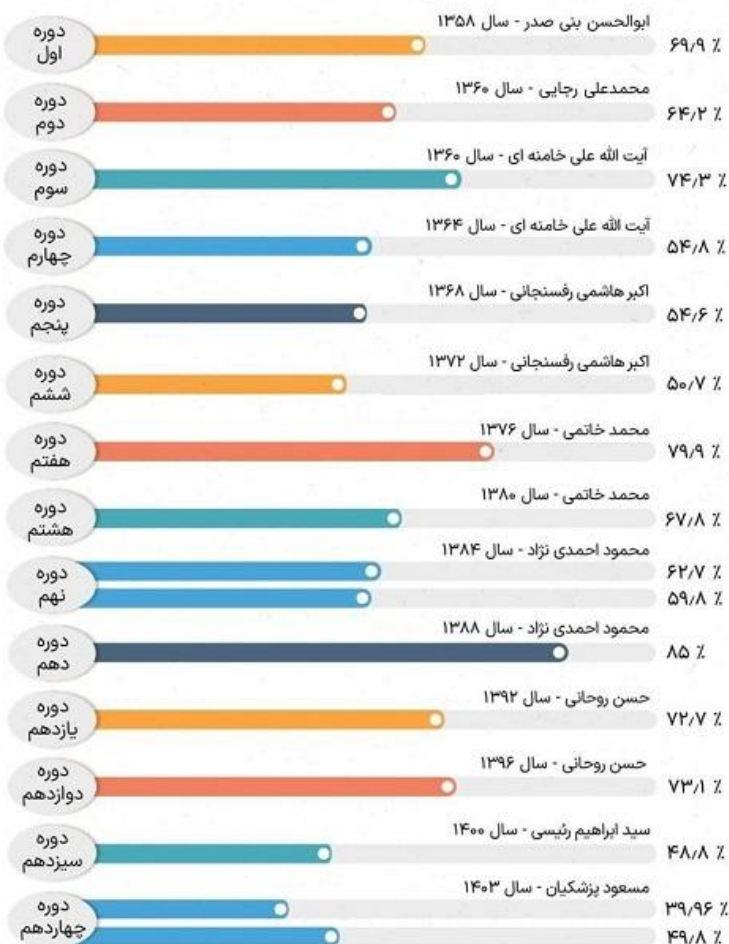
۸. دین و مذهب: مذهب به نوبه‌ی خود عاملی مهم و شاید مهم‌ترین عامل در مشارکت عمومی باشد. ادیان و مذاهب مشارکت‌جو، مثل تشیع، افراد را به مشارکت در امور سیاسی و اجتماعی دعوت می‌کنند.

۴. دلایل کاهش مشارکت سیاسی

حال با توجه به اهمیت موضوع و برای تبیین کاهش مشارکت سیاسی مردم در انتخابات ریاست جمهوری از سال ۵۸ تاکنون ابتدا در این بخش در قالب نموداری میزان مشارکت در انتخابات در دوره‌های مختلف نشان داده شده است.



آمار مشارکت مردم در دوره های مختلف انتخابات



مشارکت در انتخابات به این جهت که نظام جمهوری اسلامی ایران براساس مشارکت حداکثری و رای مردم پایه گذاری شده است و خواستگاه مردمی دارد به معنای حمایت از نظام سیاسی و مشروعیت و مقبولیت آن است (عبدالله. توکل نیا. ۱۴۰۱: ۱۴۸). در انتخابات مجلس دوازدهم و ریاست جمهوری چهاردهم شاهد کاهش حضور و مشارکت مردم در پای صندوق های رای بوده ایم لذا در کنار پذیرش واقعیت باید به علل کاهش حضور و رغبت مردم به مشارکت سیاسی توجه کرد، که در ذیل به بررسی نگاه کارشناسان و گزیده ای از علل کاهش مشارکت توجه شده است.

عدم اعتماد به عملکرد ها و شعارهای انتخاباتی ادوار گذشته که محقق نشد: عواملی از جمله عدم تحقق وعده های انتخاباتی گذشته، باعث کاهش اعتماد عمومی به انتخابات شده و به طبع مشارکت را کاهش می دهد.

ناهمزمانی با انتخابات شوراها: یکی از دلایل کاهش مشارکت می تواند عدم همزمانی با انتخابات شورای اسلامی باشد که پیشتر معمولاً همزمان برگزار می شد. این همزمانی می توانست انگیزه بیشتری برای حضور در انتخابات ایجاد کند.

فاصله پیداشدن مبانی ایدئولوژی حاکمیت با نسلی که کار فرهنگی روی آن به درستی انجام نشده است: امام خمینی (ره) اعتقاد داشت: دانشگاه باید مرکز تربیت صحیح باشد زیرا دانشگاه مرکز تعیین سعادت و شقاوت ملت است اگر دانشگاه اصلاح شود کشور نیز اصلاح میشود برای اسالمی کردن دانشگاه باید تالش و جدیت کرد و باید در دانشگاه ها علوم معنوی هم تدریس شود. اما متاسفانه در مقاطع آموزشی در کار فرهنگی و مبانی عقیدتی درست عمل نکردیم و در ساده ترین مفاهیم دینی با چالش های متعدد مواجه می شویم و نسل جوان تر که با مبانی ایدئولوژیکی ملی و دینی فاصله دارند و به دلیل عدم فعالیت های فرهنگی مناسب، احساس تعلق کمتری به این مبانی دارند، کمتر در انتخابات شرکت می کنند.



فرصت کم مقدمات انتخاباتی: فرصت محدود برای آماده سازی مقدمات انتخاباتی و تبلیغات، از جمله عواملی است که موجب کاهش شور و حرارت انتخابات و در نتیجه کاهش مشارکت می شود.

صدمه اجتماعی جریان های اعتراضی اجتماعی: اعتراضات اجتماعی و نارضایتی های عمومی که در جامعه جریان داشته، می تواند باعث کاهش اعتماد و در نهایت کاهش مشارکت در انتخابات شود.

نرسیدن زیرساخت های اصولی انجام شده دولت سیزدهم در دولت ناتمام: برنامه های دولت سیزدهم که به طور ملموس به نتایج مورد انتظار نرسیده اند، می تواند دلیلی برای کاهش اعتماد عمومی و کاهش مشارکت در انتخابات باشد.

عدم اعتماد جریان عمومی به احزاب: عدم وجود شفافیت در مرامنامه های احزاب و پاسخگو نبودن آنان در برابر طرفداران، باعث کاهش اعتماد عمومی و رغبت به مشارکت در انتخابات می شود.

بی اخلاقی ها و تناقض گویی های کاندیداها به همدیگر: رفتارهای ناپسند و تناقض گویی میان کاندیداها، جلوه خوبی از سیاست ارائه نمی دهند و می تواند موجب کاهش اعتماد عمومی و در نهایت کاهش مشارکت در انتخابات شود.

عدم برنامه محور بودن تبلیغات کاندیداها و کلی گویی: کاندیداها به جای ارائه برنامه های مشخص و عملیاتی، به کلی گویی و شعارهای عمومی اکتفا می کنند. این امر باعث می شود تا رای دهندگان نتوانند به درستی تشخیص دهند که کدام کاندیدا برنامه های واقعی و قابل اجرا دارد و این خود می تواند دلیلی برای کاهش مشارکت باشد.

نقش رسانه ها و بی اعتمادسازی نسبت به کشور: رسانه ها نیز در شکل گیری اعتماد عمومی نقش اساسی دارند. اگر رسانه ها به طور منصفانه و دقیق عملکرد مسئولان را



نقد نکنند و یا از ارائه اطلاعات صحیح خودداری کنند، مردم نمی‌توانند به درستی درباره عملکرد نمایندگان خود قضاوت کنند و این مسئله نیز به کاهش اعتماد منجر می‌شود.

عدم شفافیت و پاسخگویی: نبود شفافیت در عملکرد مسئولان و عدم پاسخگویی به سوالات و نیازهای مردم، از دیگر عواملی است که اعتماد عمومی را تضعیف می‌کند. اگر مردم احساس کنند که نمایندگانشان پس از انتخابات به وعده‌های خود عمل نمی‌کنند و پاسخگوی مشکلات و نیازهایشان نیستند، رغبت کمتری برای شرکت در انتخابات خواهند داشت.

حال با توجه به نظر میلبراث به دسته‌بندی این عوامل در قالب جدول ذیل می‌پردازیم

پایگاه اجتماعی	صدمه‌های اجتماعی جریان‌های اعتراضی، رسانه‌ها و بی‌اعتمادسازی به کشور
محرک‌های محیطی	عدم اعتماد به عملکردها، ناهم‌زمانی با انتخابات شوراها، فرصت کم مقدمات انتخابات، عدم رسیدن به اهداف دولت سیزدهم، تناقض‌گویی کاندیداها
محرک‌های شخصی	فاصله میان ایدئولوژی حاکمیت و نسل جدید، عدم اعتماد جریان عمومی به احزاب، عدم شفافیت و پاسخگویی مدیران، ایجاد سیاست زدگی

پایگاه اجتماعی

به نظر میلبراث، پایگاه اجتماعی به عنوان یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی، در بردارنده متغیرهای با اهمیتی همچون درآمد، شغل، تحصیلات، هویت



اجتماعی و عضویت سازمانی است که در ادامه نقش هر یک را در کاهش میزان مشارکت مردمی بررسی خواهیم کرد.

درآمد: به نظر میلبراث، رابطه مثبت و مستقیم درآمد و میزان مشارکت سیاسی در تمام فرهنگ‌ها صادق است. این یک واقعیت است که درآمد، بیشتر احتمال تحصیلات عالی‌تر، تعامل معنادار با گروه‌های سیاسی و اجتماعی، احزاب، سندیکاها و سرانجام، محرک‌های محیطی را افزایش می‌دهد و در نهایت، تمایل، گرایش و اعتقاد افراد به مشارکت سیاسی و انتخاباتی را بالاتر می‌برد. شغل و تحصیلات: از دیدگاه میلبراث، کسانی که از منزلت شغلی بالایی برخوردار هستند، گرایش بیشتری به مشارکت سیاسی دارند. به نظر او، مشارکت متخصصان در عرصه سیاست بیشتر است. به بیان روشن‌تر، تأثیری که شغل از تحصیل می‌پذیرد و به این ترتیب، اثری که بر میزان درآمد شهروندان می‌گذارد، رابطه آن با مشارکت سیاسی را به درستی بیان می‌کند؛ بنابراین، در اندیشه میلبراث: (۱) تحصیلات و شغل با یکدیگر ارتباط منطقی دارند؛ (۲) بالا بودن تحصیلات و افزایش درآمد، به حجم مشارکت انتخاباتی شهروندان می‌افزاید (میلبراث، ۱۹۷۷: ۲۰-۳۶).

این در حالی است که در ایران، با بالا رفتن تعداد دانش‌آموختگان بیکار، انصراف‌دهندگان از تحصیل و آموزش دانشگاهی به گونه‌ای معنادار رو به افزایش هستند. در شهریور ۱۴۰۰، سازمان سنجش آموزش کشور اعلام کرد که حدود ۵۲ درصد از داوطلبان کنکور سراسری مجاز به انتخاب رشته، از انجام این کار صرف‌نظر کرده‌اند. البته این رخداد آموزشی به گونه‌ای ناگهانی روی نداده است. بر پایه بررسی‌ها، از سال ۱۳۹۰ انصراف داوطلبان مجاز به انتخاب رشته به شکل یک جریان شروع شده و رفته‌رفته افزایش یافته است؛ به این معنا که اگر در سال تحصیلی ۱۳۹۰، حدود ۷۵ درصد داوطلبان به مشکل جدی خواهان انتخاب رشته دانشگاهی بودند، در سال ۱۴۰۰، این رقم به ۴۸ درصد کاهش یافته است (استون، ۲۰۲۱).



هویت اجتماعی: به نظر میلبراث، مفهوم هویت از نیاز شدید انسان به شناخته و فهمیده شدن حکایت دارد. در این میان، هویت اجتماعی بیانگر شباهت‌های فردی است. در این نوع هویت، شهروندان خود را بر پایه وابستگی‌ها و تعلق‌های گروهی یا طبقاتی تعریف می‌کنند. بر اساس این دیدگاه، هر زمان که احساس وابستگی و یکی بودن به گروه افزایش می‌یابد: (۱) فرد تا حد امکان با گروه همانندسازی می‌کند؛ (۲) از تفاوت قائل شدن بین خود و دیگران و آرمان‌های جمعی می‌کاهد؛ (۳) ضمن پیروی از قوانین جمعی و مشروعیت‌سازی، کنش خود را بر پایه قوانین گروهی تعریف می‌کند؛ (۴) با افزایش یافتن همبستگی فرد با اجتماع، مشارکت سیاسی نیز افزایش می‌یابد (میلبراث، ۱۹۷۱ ب: ۲۰-۳۶). با توجه به اینکه فرهنگ و تمدن ایرانی در طول دوران تاریخی با فرهنگ‌های گوناگونی برخورد و آمیزش داشته است، اگر از برخی خرده‌فرهنگ‌های خاص و محلی چشم‌پوشی کنیم، به نظر می‌رسد میراث «فرهنگ ایران باستان»، «فرهنگ اسلامی»، و «مدرنیته» با درجه‌های گوناگون، سه عنصر برجسته فرهنگ امروزی ما را تشکیل می‌دهند. تعیین سهم هر یک از این عناصر در شکل‌گیری هویت امروز ما، از موضوع‌های مناقشه‌برانگیز میان پژوهشگران، متفکران اجتماعی و حتی مسئولان و تصمیم‌گیرندگان فعلی کشور است؛ به گونه‌ای که برخی با بها دادن به یک عنصر و کم‌توجهی به عناصر دیگر، صورتی کاریکاتورگونه از فرهنگ ما را به نمایش گذاشته‌اند (مفتخری، ۱۳۹۲: ۹۶-۹۵). این در حالی است که در ایران همواره این پرسش مطرح بوده که کدام یک از سه هویت ایرانی، اسلامی، و جهانی اولویت دارد. این پرسش به ویژه برای اقشار گوناگون، به ویژه جوانان، مطرح است. به بیان روشن‌تر، یک ایرانی در زمان‌های زیادی از خود می‌پرسد که کدام یک از هویت‌های ایرانی، اسلامی و جهانی، اصالت او را نمایان کرده و او را به سرمنزل مقصود نزدیک‌تر می‌کند. این مسئله یکی از مقوله‌هایی است که نویسندگان زیادی از جمله سریع‌القلم به آن اشاره کرده‌اند (سریع‌القلم، ۱۳۹۵: ۵۶). چگونگی گرایش به هر یک از این هویت‌ها همواره در تصمیم‌ها و نتیجه‌گیری‌های کلان کشور تأثیرگذار بوده است؛ به گونه‌ای که دولت‌های متفاوت پسا انقلاب اسلامی را نیز در موقعیت تفاوت رویکرد قرار داده است. این مهم از تفاوت‌های تاکتیکی معنادار در رویکردهای



سیاسی، اجتماعی و حتی اقتصادی و فرهنگی آن‌ها در ابعاد داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی قابل برداشت است. این تفاوت رویکرد در میان شهروندان، به ویژه در میان نسل جدید، نیز نتایج خاصی دارد. بر پایه نظریه میلبراث، پژوهش‌های جدید حکایت از این دارد که برخی از آثار بحران هویت اجتماعی اخیر در جوانان عبارتند از: احساس پوچی، تحلیل رفتن از درون، خودبیگانگی، احساس تنهایی در میان جمع و جامعه، جست‌وجوی هویت منفی و...؛ بنابراین، در وضعیت موجود، اگر نوجوان و جوان نتواند از راه هویت مثبت و پذیرفتن مسئولیت‌ها، نقش‌های خود را بروز دهد، به هویت منفی روی می‌آورد؛ یعنی کاملاً برعکس چیزی که جامعه از او انتظار دارد عمل می‌کند و در نتیجه، شرایط جامعه توسط او تغییر می‌کند (حقیقت، ۲۰۱۰: ۹۰-۱۰۰). بنابراین، بار منفی، بی‌هدف بودن و سردرگمی از مهم‌ترین عوارض بحران هویت است. در این شرایط، فرد می‌خواهد همواره خود را با چیزی مشغول نگه دارد؛ برای مثال، اگر شخصی به محض ورود به محیط خانواده یا اجتماع، الزام رعایت هنجارهای هویت‌های اسلامی یا ایرانی را بدون دریافت دلایل کافی بر خود مستولی ببیند، ضمن دلزدگی، به تدریج احساس تنهایی می‌کند. او بی‌درنگ خودش را با یکی از رسانه‌هایی که در اختیار دارد (مانند شبکه‌های اینترنتی، ماهواره، تلویزیون و برنامه‌های دیگر) مشغول می‌کند. این رسانه‌ها به گونه‌ای کاملاً پنهانی و در بسیاری از مواقع، ناملموس، ذهنیت او را از مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی دلخواهش آکنده می‌کنند؛ در نتیجه، مشغول شدن پیوسته به فضای کذایی و مجازی تنها به ظاهر عاملی است که فرد را از تنها ماندن با خود و رویارویی با آشفتگی‌های درونیش نجات می‌دهد، اما در اصل، به سبب فقدان سواد رسانه‌ای و ذهنیت بی‌هدف مخاطب، سوژه را تا تصمیم‌گیری‌های نابجا پیش می‌برد. افزون بر این، داشتن شخصیتی منفعل از نشانه‌های بحران هویت در فرد است؛ به گونه‌ای که شخص در مقابل رویدادهای زندگی تسلیم شده و به آنچه پیش می‌آید یا بر او تأثیر می‌گذارد، تن می‌سپارد، بدون آنکه رفتاری مناسب با آن موقعیت داشته باشد.

عضویت سازمانی: به نظر میلبراث، نرخ مشارکت سیاسی کسانی که عضویت سازمانی دارند، به ویژه در کشورهای در حال گذار، نسبت به کسانی که چنین عضویتی ندارند،



بسیار بیشتر است. این سازمان‌ها قدرت بسیج‌کنندگی بالایی دارند و زمینه همسان‌سازی فکری را فراهم می‌کنند؛ بنابراین، هر چه میزان عضویت و وابستگی سازمانی در یک کشور بیشتر باشد، احتمال مشارکت سیاسی نیز افزایش می‌یابد (میلبراث، ۱۹۷۱، ۱۸-۱۵). در مورد عضویت سازمانی در ایران، واقعیت این است که آمار و ارقام در این زمینه کمتر از آن است که بتوان به عضویت شهروندان ایرانی در سازمان‌های گوناگون بالید. منابع موجود نیز حکایت از این دارد که تنوع و گستردگی اتحادیه‌ها، سندیکاها، انجمن‌های صنفی و سازمان‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بر پایه شمار کارکنان آن اندک است. شمار کم کارکنان نهادهای یادشده و استقبال اندک مردم از آن‌ها در سال‌های پسا انقلاب تاکنون، گویای این است که عضوگیری سازمانی مسیر طولانی‌ای را برای تحقق آرمان‌هایش در پیش دارد (آل غفور، ۱۳۸۸، ۱۵۹-۱۶۰).

این در حالی است که سازمان‌های غیر دولتی با بهره‌گیری از منابع انسانی داوطلب و جذب منابع مالی با هزینه بسیار پایین، قادر به تحقق اهدافی هستند که سازمان‌های دیگر از انجام دادن آن‌ها با آن مقدار هزینه، ناتوانند. اما در ایران، این سازمان‌ها نیز درگیر مشکلات بنیادینی هستند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: (۱) تأمین اعتبار برای اجرای برنامه‌ها در سازمان‌های غیر دولتی (لندک است؛ (۲) ظرفیت عملکرد سازمان‌های غیر دولتی، بسیار محدود است و می‌تواند در محدودیت مکانی، مالی، اداری و اجرایی خلاصه شود؛ (۳) این سازمان‌ها به دلیل فاصله گرفتن از اهداف و آرمان‌های اولیه، به ویژه در تشکل‌های جوانان، به تدریج شکست می‌خورند؛ (۴) مدیریت در این سازمان‌ها بسیار ضعیف است؛ (۵) بیشتر سازمان‌های غیر دولتی به تحویل خدماتی تمایل دارند که نتایج آن قلیل لمس، کمی و کوتاه‌مدت باشد و به همین سبب، بسیاری از طرح‌های انجام شده، ناپایدارند (زیباکلام و باقری ده آبادی، ۱۳۸۸: ۱۳۵-۱۴۴). افزون بر این، مشارکت سیاسی و یکی از مهم‌ترین گونه‌های آن، یعنی مشارکت انتخاباتی، به انگیزه و رغبت زیادی نیاز دارد. در کشورهای مدرن و در حال گذار، این انگیزه را معمولاً نهادهای مدنی، به ویژه احزاب، ایجاد می‌کنند. در



ایران، نیاز به وجود این سازمان‌های حزبی به شکل مطلوب آن به شدت احساس می‌شود؛ یکی از مهم‌ترین دلایل آن این است که بعضی از نهادهای سنتی محلی و قبیله‌ای که پیش از این تا حدود زیادی کارویژه حزبی داشته‌اند، کارکرد سنتی خود را از دست داده‌اند. امروزه بیش از ۲۴۰ حزب و انجمن سیاسی مجاز به فعالیت در ایران وجود دارند که بیشتر آن‌ها را می‌توان در دو دسته اصول‌گرا یا اصلاح‌طلب قرار داد که خود مرزهای سیاسی گسترده‌ای دارند.

محرك های محیطی

شکاف طبقاتی: پس از انقلاب اسلامی ایران، گسترش خدمات اساسی‌ای مانند برق و آب آشامیدنی در مناطق روستایی سرعت گرفت. تا سال ۱۳۷۹، این خدمات بسیار شهرت یافتند و امکانات خانه مانند ماشین لباسشویی و کولر به گونه‌ای چشمگیر افزایش یافت. شکل شماره (۱) نشان می‌دهد که در دهه ۱۳۵۰، منابع به محله‌های شهری که از امتیاز بیشتری برخوردار بودند، سرازیر می‌شد؛ به عنوان مثال، در سال‌های ۱۳۵۲-۱۳۵۴، هنگامی که ایران از پول نقد سرشار بود، دسترسی به آب لوله‌کشی در مناطق شهری از ۶۵ به ۸۰ درصد افزایش یافت، در حالی که این امکانات در مناطق محروم روستایی از ۶/۷ به ۵/۸ درصد رسید (بهداد، ۱۹۸۹: ۳۲۹-۳۴۰).

پس از انقلاب اسلامی، این روند شدت یافت و در نتیجه گسترش بهداشت و آموزش به مناطق روستایی، فقر به شدت کاهش یافت. نرخ فقر که در دهه ۱۳۵۰ از ۲۵ درصد فراتر رفته بود، در سال ۱۳۹۲ به کمتر از ۱۰ درصد کاهش یافت (شادی و فراهانی، ۲۰۱۹). افزون بر این، برنامه مهم بهداشت روستایی در اواخر دهه ۱۳۵۰، که شامل برنامه‌ریزی برای خانواده در دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ بود، دگرگونی بزرگی در زندگی خانوادگی در روستاها ایجاد کرد و سبب کاهش مرگ و میر نوزادان و مادران شد. در نتیجه، در راستای سیاست‌های اجتماعی کاهنده فقر، با وجود ویرانی‌های ناشی از جنگ، شاخص توسعه انسانی ایران تا سال ۱۳۶۸ افزایش یافت و از ترکیه بالاتر رفت.



با این حال، این موفقیت دوام چندانی نداشت؛ به ویژه در شرایط فعلی، با اینکه دولت در سال‌های اخیر از رشد اقتصادی و دگرگونی در معیشت مردم سخن می‌گوید، آمارها از افزایش ضریب جینی و در نهایت افزایش فاصله طبقاتی حکایت دارد. واکاوی گزارش‌های مرکز آمار نشان‌دهنده این است که شاخص ضریب جینی از سال ۱۳۹۷ به این سو، به بدترین وضعیت خود در طول دهه ۱۳۹۰ رسیده است. به عنوان مثال، شاخص ضریب جینی در سال ۱۳۹۷ حدود ۴۰۹/۰ اعلام شده است که بالاترین رقم نسبت به سال‌های گذشته بوده است. بر پایه تحلیل‌های اقتصادی، افزایش ضریب جینی به معنای ناعادلانه‌تر شدن توزیع درآمد در سطح جامعه است. آمار و ارقام نشان می‌دهد که از ابتدای دولت یازدهم تا پیش از انتخابات، هر سال ضریب جینی بالاتر رفته است. شاخص ضریب جینی در سال ۱۳۹۲، یعنی سال شروع دولت یازدهم عدد ۳۶۵/۰ را نشان می‌دهد که تقریباً پایین‌ترین رقم در بیست سال گذشته به شمار می‌آید؛ اما به گفته سیاست‌شناسان و اقتصاددانان رویدادهای بین‌المللی و سیاست‌های اقتصادی اخیر، رفته رفته افزایش ضریب جینی را در پی داشته است. آمارهای منتشر شده، بیانگر این نکته اساسی است که حتی در سال ۱۳۹۵، که دولت رشد اقتصادی کشور را دورقمی اعلام کرد، ضریب جینی باز هم افزایش یافته است (رحمانی، ۲۰۲۱: ۲).

بر پایه آنچه بیان شد میتوان اینگونه استدلال کرد که حتی رشد اقتصادی در سالهای اخیر نیز به سود طبقه‌های تهیدست و به طور کلی متوسط رو به پایین که بخش چشمگیری از جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند نبوده است. به بیان روشن‌تر در سالهای اخیر با وجود افزایش کمی محدود رشد اقتصادی کیفیت توسعه به گونه‌ای بوده است که شاخص عدالت، بهبود نیافته است. این برای مردمی که از میانه دهه ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۲ به طور پیوسته شاهد کاهش ضریب جینی بوده‌اند، پذیرفتنی نیست. این دگرگونی قابل احساس برای شهروندان و مشارکت‌کنندگان انتخاباتی در حالی رخ داده است که یکی از مهمترین اهداف و رسالت‌های انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی، بهبود توزیع و پخش درآمدها و کاهش شکاف نا امیدکننده



طبقاتی است. در همین راستا، رهبری دهه چهارم انقلاب را دهه پیشرفت و عدالت نام گذاری کرده بودند. به نظر می رسد، شهروندان ایرانی در شرایط کنونی با آگاهی از اینکه وضع اقتصاد ایران نسبت به پیش از انقلاب به مراتب بهتر است همچنان خواهان بهبود شرایط معیشتی هستند و بر پایه نظریه میلبراث، افزایش فشار معیشتی تأثیر بسزایی در کاهش مشارکت انتخاباتی آنها داشته است.

محرك های شخصیتی

تاکنون اقتصاددانان روانشناسان و جامعه شناسان موارد زیادی را درباره شخصیت و روحیات ایرانی ها در انتخابات و تصمیم گیریهای مهم سیاسی اجتماعی در قالب نظریه علمی بیان کرده اند؛ به عنوان نمونه برخی پژوهشگران مانند همایون کاتوزیان بر این نظرند که روح استبداد شرقی در ایران عامل اصلی تقدم رفتار و کنشهای احساسی بر عملکردهای عقلانی است. به همین سبب او تأکید میکند که ایران از منظر جامعه شناسی، یک «جامعه کوتاه مدت» و «کلنگی» است. به نظر کاتوزیان فهم و پیش بینی دقیق کنش انتخاباتی در این اجتماع، دشوار است و این مسئله سبب بروز هرگونه رفتاری در مشارکت انتخاباتی خواهد شد (همایون کاتوزیان ۱۳۹۰). برخی نیز همچون محسن رنای و امیر محبیان بر این نظرند که انتخابات در ایران با پدیده کاتاستروف یا رویدادگی قابل تحلیل است این نظریه از حوزه «علم ریاضی» وارد علوم سیاسی و اجتماعی شده و به تحلیل و تشریح سازوکارها دگرگونیها، و تغییرهای ناپیوسته و ناگهانی اشاره می کند برپایه این چارچوب نظری میتوان استدلال کرد که مجموعه ای از نارضایتی ها نگرانیها و ناخوشیها مانند افزایش تورم افزایش قیمت اجناس کاهش قدرت خرید و فشار روانی ناشی از آن و نارضایتی مردم در یک جامعه انسانی، تغییرات آنی و ناگهانی را به وجود خواهد آورد (رنای، ۱۳۹۲). عده ای چون فراستخواه برپایه نظریه «خلقیات منفی ایرانیان بر این نظرند که عمده محرك های شخصیتی و تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی عبارتند از پنهان کاری هیجان پذیری بالا و نفوذ عناصر عاطفی در لایه های گوناگون اجتماعی که فهم آنها ما را به شناخت تحولات در آینده انتخاباتی مسلط تر میکند (فراستخواه،



۱۳۹۴). همچنین برخی چون عماد افروغ عواملی مانند «فقدان حافظه تاریخی ایرانی» و دستکاری تعمدی این حافظه تاریخی را از مهمترین دلایل رفتار سیاسی مردم ایران بر شمرده اند (افروغ، ۱۳۹۲). خانیکی نیز به مقوله هایی مانند سطح پایین بی اعتمادی اجتماعی»، «فشرده گی تغییرات اجتماعی» و «ناپوستگی گروه های مرجع و مردم اشاره میکند (خانیکی، ۱۳۹۲).

نتیجه گیری:

مشارکت سیاسی امری است که عدم توجه به آن می تواند منجر به آسیب رسانی به کل سیستم سیاسی شود و اگر مورد بی توجهی قرار گیرد و در سال های آینده روند نزولی شدن شرکت در انتخابات ادامه دار باشد ممکن است کمک کم شاهد از بین رفتن مشروعیت نظام سیاسی نیز باشیم لذا توجه به عوامل عدم شرکت در انتخابات و کنترل این عوامل اهمیت دوچندان می یابد که باید کنترل شود. ایران به عنوان کشوری که همواره مورد توجه کشورها و بازیگران بین المللی بوده است میزان مشارکت سیاسی مردم در انتخابات نیز همواره مورد توجه بوده است و نباید با اجازه به ادامه دار شدن این روند شرایط را برای گمانه زنی شبکه های خارجی داد بلکه باید اولاً به پذیرش این امر رسید که میزان مشارکت پایین آمده است و با شرایط موجود کتمان آن چاره ی کار نیست و سپس به دلایل و عواملی که موجب عدم شرکت در انتخابات شده اند از دیدگاه جامعه شناسی توجه شود و سپس به ارائه راهکارهایی برای حل این مشکلات و تشویق مردم به شرکت و مشارکت سیاسی توجه شود. در این پژوهش ابتدا به دلایل عدم مشارکت پرداخته شد حال در ادامه به راهکارهایی برای تشویق دوباره مردم به شرکت در انتخابات و مشارکت سیاسی پرداخته خواهد شد:

شاید بتوان مهم ترین دلیل عدم مشارکت در انتخابات گذشته را به عدم اعتماد مردم به تاثیرگذاری آن ها در سیاست دانست پس نخست باید برای مردم مخصوصاً گروه و قشر جوان ایجاد شفافیت شود که رای و نظر آن ها در سیاست تاثیرگذار است.



نبود گروه ها و احزاب متفاوت در انتخابات موجب کاهش میل به مشارکت شده است پس حزب سازی و اجازه شرکت به گروه ها و احزاب و افراد گوناگون برای کاندیداتوری امکان افزایش مشارکت را بالا می برد.

توجه به مسائل و مشکلات گوناگون مردم (مشکلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و...) باید افزایش یافته و مسئولان خود را نسبت به مردم پاسخگو بدانند.

عدم تفاوت بین جایگاه مردم و مسئولان باید شکافی که در بین مردم و مسئولان ایجاد شده است از بین رود و مردم مسئولان را از خود بدانند نه قشری که توانایی درک مشکلات مردم را ندارند.

از بین بردن سیاست زدگی بین گروه های از جمله نسل Z که از شرایط انقلاب به دور بوده اند و امروزه شرایط کنونی را مانع پیشرفت خود می دانند که این امر از طریق تبلیغات درست و نه افراطی امکان پذیر است و باید شرایط کشور را برای آنان با توجه به پیشرفت ها و امکانات جهانی آپدیت نمود.

به طور کلی مردم ایران مردمی سیاست دوست بوده اند و همواره از نقش آفرینی در صحنه های مهم لذت برده اند اما در طول سالیان گذشته این حس مردم سرخورده شده است و باید به خواسته ها و مشکلات آنان رسیدگی گردد تا امکان مشارکت بالای آنان در انتخابات فراهم گردد .



منابع:

۱. افروغ، عماد (۱۳۹۲). "ما قال و من قال". تهران، همشهری .
۲. آل غفور، سید محمد تقی (۱۳۸۸). "ساختار، عامل و مشارکت سیاسی". رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۱۸
۳. خانیکی، هادی (۱۳۹۲). "در جهان گفت وگو؛ بررسی تحولات گفتمانی در قرن بیستم". تهران. نشرهرمس
۴. خبرگزاری مهر. (۱۳۸۸). "عوامل موثر در مشارکت سیاسی شهروندان".
<https://www.mehrnews.com/news/۸۸۲۳۱۹>
۵. رحمانی فضلی، محمدرضا (۱۳۹۹)، «وزیر کشور: دغدغه میزان مشارکت در انتخابات ۱۴۰۰ را داریم، ۳ شهریور ۱۳۹۹، در دسترس در <https://www.isna.ir/news/۹۹۰۶۰۳۰۲۹۲۵>
۶. رنایی، محسن (۱۳۹۲). اقتصاد سیاسی مناقشه اتمی ایران در آمدی بر عبور تمدنها: نبرد غرب برای تسخیر پایان تاریخ". تهران. نور علم
۷. زیباکلام صادق؛ باقری ده آبادی علیرضا (۱۳۸۸)، «آسیب شناسی ظهور و کارکرد نخستین جراید تشکیلاتی ایران در دهه اول مشروطیت»، سیاست، دوره ۳۹، شماره ۲
۸. سریع القلم، محمود (۱۳۹۵). "عقلانیت و آینده توسعه یافتگی ایران". تهران. نشرفرزان روز.
۹. شفیعی سیف آبادی، محسن. (۱۴۰۰). "بررسی دلایل کاهش میزان مشارکت مردمی در انتخابات ۱۴۰۰ و آینده رفتار انتخاباتی شهروندان". پژوهشنامه علوم سیاسی. شماره ۳۰. صص ۶۱-۱۰۸
۱۰. عبدالله، عبدالمطلب. توکل نیا، پرویز. (۱۴۰۱). "بررسی علل و عوامل کاهش مشارکت سیاسی در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی". پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال ۱۳. شماره ۲. صص ۱۴۷-۱۷۷
۱۱. علیان نژاد، علب اکبر. (۱۴۰۳). "دلایل مشارکت پایین در انتخابات مرحله اول ریاست جمهوری در دوره چهاردهم". <https://foodna.com/۷۲۱۹۶۷>
۱۲. فراستخواه، مقصود (۱۳۹۴). "ما ایرانیان زمینه کاوی تاریخی و اجتماعی خلیقات ایرانی". تهران. نشرنی

۱۳. قادرزاده، امید. شریفی، فاطمه. حسن خانی، الناز. (۱۳۹۸). "مشارکت سیاسی و عوامل مرتبط با آن: مطالعه سیاسی دانشجویان دانشگاه کردستان". فصلنامه مطالعات توسعه ای اجتماعی-فرهنگی. دوره هفتم. شماره ۴. صص ۹۳-۱۲۹
۱۴. محمدزاده راوندی، مهدی. مهکویی، حجت. نیازیمحسن. (۱۳۹۹). "تحلیلی الگویی فضایی عوامل موثر بر مشارکت سیاسی انتخابات در ایران". فصلنامه علمی پژوهشی آمایش محیط. شماره ۶
۱۵. مفتخری، حسین (۱۳۹۲). "ایران و اسلام: هویت ایرانی میراث اسلامی". جستارهای تاریخی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال چهارم، شماره دوم.
۱۶. همایون کاتوزیان، محمدعلی. (۱۳۹۰). "ایران جامعه کوتاه مدت و ۳ مقله دیگر". ترجمه عبدالله کوثری تهران نشر نی

۱. Behdad, Sohrab (۱۹۸۹), "Winners and Losers of the Iranian Revolution: A Study in Income Distribution", International Journal of Middle East Studies, Vol. ۲۱, No. ۳, pp. ۳۵۸-۳۲۷.
۲. Haghighat, Seyed Sadegh (۲۰۱۰), "Iranian Identity in the West: A Discursive Approach", Journal of Third World Studies, Vol. ۲۷, No. ۱.
۳. Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (۱۹۷۷), Political Participation (۲nd ed.), Chicago:

