

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شورایی دوره سوم محلات
مطالعه موردی: دانشکده مدیریت واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر مهرداد نوابخش^۱، احمد صادقی^۲

چکیده

شورایاران به عنوان هسته مشارکت مردمی و بخشی از ارتباط مردم با شورای اسلامی شهر به شمار می‌روند، از این رو اهمیت انتخاب شورایاران در نتیجه مشارکت مردمی در تعیین این حلقه ارتباطی و تصمیم‌سازی بسیار زیاد است. مشارکت اجتماعی در انتخابات می‌تواند به دقت انتخاب شورایاران کمک نماید، لذا عواملی که مؤثر در این مشارکت می‌باشند بسیار حائز اهمیت است. هدف این پژوهش دستیابی به عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایی محلات می‌باشد.

نمونه آماری این بررسی ۲۱۰ نفر از دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. روش این پژوهش پیمایشی است. نتایج بدست آمده از یافته‌های این تحقیق نشان داد: ۵۰/۸ درصد دانشجویان سطح آگاهی‌شان در خصوص وظایف شورایاران در حد «کم»، ۲۵/۶ درصد در حد «متوسط» و ۲۳/۶ درصد در حد «زیاد» بوده است. ۵۱ درصد از دانشجویان در حد «خیلی‌زیاد و زیاد» و ۴۳/۳ درصد در حد «کم و خیلی‌کم» در فعالیت‌های مختلف مشارکت دارند. ۵/۷ درصد از دانشجویان در فعالیت‌های مختلف «اصلاً» مشارکت نمی‌کنند. ۳۸/۶ درصد از دانشجویان در حد «خیلی‌زیاد و زیاد» و ۵۹ درصد در حد «کم و خیلی‌کم» از رسانه‌های مختلف استفاده می‌کنند. ۲/۴ درصد از دانشجویان از رسانه‌های مختلف «اصلاً» استفاده نمی‌کنند. ۲۸/۱ درصد از دانشجویان در انتخابات شورایاران محله شرکت کرده‌اند در حالی که ۷۱/۹ درصد گفته‌اند در این انتخابات شرکت نکرده‌اند. ۶۰/۵ درصد دانشجویان در حد «زیاد»، ۳۵/۷ درصد در حد «متوسط (تاحدودی)» و ۳/۸ درصد در حد «کم» دارای مشارکت اجتماعی هستند. دانشجویانی که در انتخابات شورایی‌ها (سومین دوره) شرکت کرده‌اند بیش از سایر دانشجویان دارای مشارکت اجتماعی هستند.

الگوی نهایی مشارکت نشان می‌دهد در بین عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی دانشجویان، عوامل احساس تکلیف شرعی، آشنایی و همکاری با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه، رضایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، استفاده از رسانه و احساس تعلق بیشترین سهم را داشته‌اند که این عوامل می‌توانند در مجموع ۳۸ درصد واریانس متغیر وابسته (مشارکت اجتماعی دانشجویان) را پیش‌بینی و تبیین نماید.

واژگان کلیدی: مشارکت شهروندان، انتخابات شورایی، رضایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۹/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۱۱/۹

^۱ دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول) mehrdad_navabakhsh@yahoo.com

^۲ دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت شهری واحد علوم و تحقیقات

مقدمه

انسان موجودی است اجتماعی و برای همین است که به زندگی اجتماعی روی آورده است. این زندگی اجتماعی ادامه نمی‌یابد مگر این که مساعدت و مشارکت در آن وجود داشته باشد. بنابراین مشارکت از دیرباز با زندگی انسان پیوند داشته است و جلوه‌های گوناگون آن در تمدن‌ها و فرهنگ‌های گذشته به چشم می‌خورد.

در نظام‌های مردم‌سالار غربی که از دویست سال پیش وارد نظام سیاسی کشورهای غربی شده است همواره مسأله مشارکت مردم و شیوه مداخله آنان در امور عمومی مورد توجه اندیشمندان و دولت مردان بوده است (طوسی؛ ۱۳۷۰، ص ۱).

قبل از پیدایش دولتهای متمرکز نوین، فرد به عنوان عضوی از خانواده و به واسطه آن با قبیله پیوند داشت و هویت او به عنوان یک شهروند فعال نبود. جوامع دارای قدرت متمرکز و پادشاهی و نظام پاتریمونیا ل بودند. افراد آن جامعه خود را تابع^۱ آن قدرت برتر می‌دیدند. اما دولت‌های جدید دموکراتیک یا دیکتاتوری، تک‌حزبی یا چندحزبی افراد را ترغیب می‌کنند که روابط گسترده‌ای با دولت داشته باشند و آنها را نسبت به اجتماع بزرگتر خود و این که جزویک ملت هستند آگاه می‌کنند و این جاست که مردمی که متوجه مراکز اقتدار محلی و قبیله‌ای بودند به مراکز اقتدار ملی روی می‌آورند و نسبت به آن وفادار می‌شوند. البته این وفاداری و پیروی از رؤسای کشور نباید منفعلانه باشد. در حکومت‌های جدید شهروند باید فعال باشد. «شهروند فعال کسی است که هستی‌اش در عمل سیاسی و از طریق آن اثبات می‌شود شهروندی که داوری فعال او ضروری است.» (هلد، ۱۳۶۹، ص ۶۴)

زمانی که «منشور شهروندی» در جامعه استوار گردد، بر پایه آن فراهم آوردن کیفیت بهتر زیستن مردم اصلی کانونی خواهد شد و در آن صورت مردم دیگر خادم نظام سیاسی نخواهند بود بلکه آنها مخدوم نظام سیاسی هستند. این همان اندیشه‌ای است که «آدام اسمیت» به نام «نیرومند کردن و قدرت بخشیدن» خوانده و هم اکنون شماری از سیاستمداران جهان از آن با عبارت «واگذاری قدرت به مردمان» یاد می‌کنند (هلد، ۱۳۶۹، ص ۲).

دولت‌های جدید در پی سازمان دادن و بسیج کردن همه شهروندان خود هستند تا به اهداف ملی و توسعه اقتصادی و جامعه مدنی دست یابند. برای رسیدن به این هدف باید دولت و مردم پیوند داشته باشند و این ارتباط نشان دهنده مشروعیت یک حکومت است. در جوامعی که مردم نسبت به

حقوق خود آگاهی دارند این رابطه به نفع مردم بوده است و آنها شهروندان فعال به حساب می آیند.

در کشورهای جهان سوم از جمله کشور خودمان به دلیل شرایط خاص اجتماعی و سیاسی و اقتصادی این تغییر بسیار کند و بی ثبات است. جهان سوم هنوز هم طنین الگوهای سلطه پاتریمونیا را دارد. سلطه پاتریمونیا مستلزم آن چنان دستگاه دیوانی است که کاملاً زیر نظر سلطان قرار داشته باشد و سلطان شخصاً اعضای آن را انتخاب کرده است، سلسله مراتب آن را سازمان می دهد و جهت آن را مشخص می کند (بدیع، ۱۳۷۶، ص ۱۶۸).

پس از اتمام جنگ تحمیلی و تثبیت شدن دولت جمهوری اسلامی، جامعه اسلامی ایران به عرصه های جدیدی روی آورده است و سؤالات و مسائل گوناگونی در این عرصه ایجاد شده است. مدافعان دیروز از جبهه ها به شهرها برگشته و دیروز که وظیفه دفاع از حکومت اسلامی را به عهده داشتند اکنون خواهان مشارکت در حکومت اسلامی و در پی ایجاد جامعه مدنی هستند و برای رسیدن به چنین هدفی باید زمینه مشارکت اجتماعی را فراهم آورد.

طرح مساله

با تشکیل شوراهای اسلامی شهر و روستا بر اساس اصول ششم، هفتم، یکصدم، یکصد و سوم، یکصد و پنجم و ششم قانون اساسی ج.ا.گسترش فکر و عمل شورایی به ضرورتی اجتناب ناپذیر تبدیل شده است. به استناد ماده هفتاد و یک قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخابات شهرداران مصوب ۷۵/۳/۱ و با عنایت به حجم عظیم و گسترده مسائل و مشکلات مختلف شهری در ابعاد کمی و کیفی خصوصاً کلانشهر تهران، رفع این مشکلات و بهبود شرایط مستلزم تمرکززدائی و بهره گیری از نظرات و دیدگاه های آحاد مردم و مشارکت واقعی، پایدار، دائمی و نهادینه، تشکیل انجمنها و سازمانها و نهادهای مدنی داوطلبانه و مردمی است.

در راستای همین اهداف و همچنین اجرای بندهای ششم و هفتم ماده ۷۶ قانون شورای اسلامی شهر تهران به همین منظور اقدام به تاسیس انجمنهای شورایی در محلات تهران می کند. در تهران نیز به عنوان بزرگترین کلانشهر کشور از نظر وسعت و جمعیت و سایر شاخص ها سه دوره انتخابات شورایی در مناطق مختلف آن برگزار گردید.

شورایاران به عنوان هسته مشارکت مردمی و بخشی از ارتباط مردم با شورای اسلامی شهر به شمار می‌روند، از این رو اهمیت انتخاب شورایاران در نتیجه مشارکت مردمی در تعیین این حلقه ارتباطی و تصمیم‌سازی بسیار زیاد است. مشارکت اجتماعی در انتخابات می‌تواند به دقت انتخاب شورایاران کمک نماید، لذا عواملی که موثر در این مشارکت می‌باشند بسیار حائز اهمیت است. مشارکت اجتماعی عامل تقویت همبستگی در شبکه‌های اجتماعی است. حضور افراد در فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های اجتماعی در بلندمدت موجب تعمیق روابط بین اعضای جامعه، افزایش احساس یگانگی، سعه صدر و تسامح و تساهل گردیده و در نتیجه به توسعه نهادهای مدنی و دموکراتیک خواهد انجامید. تعصبات قومی و قبیله‌ای کاهش یافته و سنت‌های ریشه‌دار محلی به سوی عام‌نگری هدایت و در صورت لزوم به نفع هنجارهای دموکراتیک اصلاح خواهد شد. وانگهی می‌توان انتظار داشت که بسیاری از اموری که اکنون دولت متصدی انجام آن است در قالب فعالیت‌های اجتماعی توسط خود مردم اداره شده و در عمل هم حجم دولت کاهش یافته و هم افراد از طریق سامان دادن به این امور دین خود را به کلیت اجتماع ادا نمایند. ازسویی میزان این مشارکتها بیانگر سطح توسعه یافتگی جامعه به حساب می‌آید. چرا که گستردگی، فراگیری و تنوع مشارکت اجتماعی جوامع در گرو بسط الگوهای تصمیم‌گیری، نظارت و کنترل اجتماعی دموکراتیک و کثرت گرا است. بدیهی است در عرصه‌های غیر دموکراتیک که حاکمان حضور عامه مردم را در محافل تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی بر نمی‌تابند مشارکت اجتماعی مفهومی گنگ و مخدوش است. لذا توسعه سیاسی که مآلاً منجر به شایسته‌سالاری و حاکمیت مشروع می‌گردد زمینه مطلوب و مناسب برای توسعه همه‌جانبه و پایدار جامعه می‌باشد.

سؤالات تحقیق

- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب متغیرهای زمینه‌ای آنان چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب هزینه زندگی آنان چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب میزان آگاهی اجتماعی آنان نسبت به وظائف شورایاران چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب آشنائی و همکاری با تشکلهای و انجمن‌های داوطلبانه چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب میزان رضایتمندی اجتماعی آنان، چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان مورد مطالعه در انتخابات شورایاری بر حسب میزان اطلاع آنان از عملکرد شورایاران دوره‌های قبل چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب میزان احساس تکلیف شرعی آنان چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب اعتماد اجتماعی آنان چگونه است؟
- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب میزان استفاده آنان از رسانه‌ها در انتخابات شورایاری چگونه است؟

- نحوه مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایی بر حسب میزان احساس تعلق اجتماعی آنان چگونه است؟

شورایی محله (تعریف، اهداف، ساختار، وظایف)

تاریخچه سازمان های محله ای: در خصوص سازمان دهی فعالیت های محله ای ابتدا دو واژه محله یا اجتماع کوچک و سازمان را تعریف می کنیم. اجتماع کوچک: یک گروه خاص از مردم که اغلب در مناطق جغرافیایی مشخص زندگی می کنند فرهنگ، ارزش ها و هنجارهای مشترک داشته، در یک ساختار اجتماعی سامان یافته اند این سازمان یافتگی براساس ارتباطی است که به مرور زمان در اجتماع ایجاد شده است و اعضا هویت فردی و اجتماعی خود را با باورها، ارزش ها و هنجارهای مشترک خود به دست می آورند (حقایق خراسانی، ۱۳۸۳، ص ۳).

سازمان: شبکه ای از افراد است که به هم ارتباط دارند گرچه ممکن است تماس مکرر با هم نداشته باشند ولی بدون شک در ارزش های مهم مشترک هستند و هویت اجتماعی مشابهی دارند. افراد در آن به هم وابسته اند، به هم می آموزند وقتی کار خوبی انجام می دهند از یکدیگر قوت می گیرند و از یکدیگر برای مقایسه اجتماعی و هویت اجتماعی کمک می گیرند.

چنانچه این دو تعریف را با یکدیگر مقایسه کنیم عناصر مشترک آنها را می یابیم:

الف) عده ای از افراد؛ ب) ارزش های مشترک؛ ج) هدف مشترک؛ د) کار با یکدیگر؛ ه) هویت مشترک

به این ترتیب می توان ادعا کرد که ظاهراً محله و اجتماع کوچک به خودی خود یک سازمان است. محله (یا ساکنان محله) ملزم است به منظور دستیابی به خواسته های خود، افراد را به یکدیگر نزدیک کند. روابط آنها را قانونمند نماید و اهدافی برای خود تعریف کند که این اهداف طبیعتاً مربوط به محله است. تشکلی که این وظایف را برعهده دارد سازمان محله ای نام دارد و به صورت زیر تعریف می شود:

«سازمان هایی هستند که محوریت آنها اجتماعات منطقه ای و محل فعالیت آن، محله است (همسایه ها یا بلوک ها) به طور معمول غیر انتفاعی (غیر دولتی) هستند که توسط اعضای اجتماع و برای اجتماعات محلی عمل می کنند. اصولاً در پاسخ به برخی نیازها با موقعیت های محلی ایجاد می شوند. اغلب مربوط به محیط بلافضل و معمولاً فعالیت های گوناگون برای بهبود شرایط منطقه ای را حمایت می کنند (برای مثال، بالابردن سطح شرایط محیطی، آموزش جوانان، ارتقای وضعیت اشتغال و غیره). مواردی که عموماً توسط یا همراه مردم منطقه انجام می شود. این

سازمان‌ها معمولاً از ذی‌نفعان مهم (اصلی) تشکیل شده و این ذی‌نفعان بایستی در گروه‌های کاری مربوط به آنها، کاملاً فعال بوده، در سایر فعالیت‌های عمومی نظیر فرایند تصمیم‌گیری مشارکت نمایند (حقایق خراسانی، ۱۳۸۳، ص ۳).

به این ترتیب ایجاد سازمان‌های محله‌ای به دلایل زیر برای توسعه محلی لازم است:

- ۱- شناسایی داشته‌ها و نیازها و تحلیل شرایط.
- ۲- تثبیت و تقویت روابط بین فردی و شناسایی ذی‌نفعان.
- ۳- ایجاد امکان رابطه با سایر دستگاه‌ها.
- ۴- افزایش قدرت و حمایت در تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات.
- ۵- مستندسازی و امکان ارزشیابی.
- ۶- افزایش احساس تعلق و مالکیت بر محله.
- ۷- شفاف شدن روابط اعضا و روابط گروه با دیگران.
- ۸- امکان ایجاد مشارکت کامل براساس علائق و مداخله در توزیع قدرت.
- ۹- انطباق با اصول شهروندی.
- ۱۰- امکان استفاده از مدل‌های سازمانی و مدیریتی برای توسعه محله‌ای (حقایق خراسانی، ۱۳۸۳، ص ۴).

اهداف شورایاریها

شورایاریها نهادهای غیر دولتی و غیر سیاسی و داوطلبانه مردمی و محله‌ای هستند که به منظور ایجاد بستری برای شکل‌گیری ارتباط و تعامل سازنده و فراگیر بین ساکنین محدوده‌های محلی با یکدیگر از یکسو و با تشکل‌ها و نهادهای مردمی از سوی دیگر به وجود می‌آیند در صورت برقراری مطلوب این ارتباط و تعامل ضلع سوم نیز تشکیل خواهد شد که آن ارتباط با نهادها و دستگاه‌های دولتی یا فرامحله‌ای است. به زبان ساده‌تر شورایاریها منتخبین مردم جهت اداره بهتر محلات و روابط بین مردم و مسئولین (شورای شهر شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی) در انعکاس مشکلات و ارائه دهندگان راهکارها برای هر چه بهتر اداره کردن محله به شمار می‌روند. (www.davodirad.com). اهداف از تشکیل شورایاریها، تشکل‌ها، سازمان‌های اجتماع محور و سایر نهادهای مرتبط شکل‌گیری شبکه گسترده‌ای از روابط اجتماعی و فرهنگی، ایجاد همدلی و اعتماد، ایجاد حس تعلق شهروندی، ایجاد فضای مشارکت فعال و درگیرانه و در نهایت تشکیل و افزایش سرمایه اجتماعی است. از دیگر اهداف تشکیل شورایاریها می‌توان به بهره‌گیری از تجربه و تخصص شهروندان هر محله در اداره امور شهر و همان محله و برقراری ارتباط بین مردم و مسئولین و در نهایت واگذاری اداره امور محلات به خود مردم اشاره کرد. (www.davodirad.com)

ساختار شوراییها

ابتدا در شورای اسلامی شهر تهران ۵ نفر از اعضای شورا به عنوان اعضای ستاد هماهنگی و اجرایی شوراییها مسئولیت سیاستگذاری - برنامه‌ریزی - نظارت و هدایت امور شوراییها را برعهده دارند ستاد هماهنگی و اجرای طی فراخوانی اقدام به برگزاری انتخابات معتمدین محل و (ستاد نظارت بر انتخابات شوراییها) در هر منطقه از تهران می‌نمایند.

پس از تعیین ستاد نظارت در هر محله فراخوان ثبت نام از متقاضیان عضویت در شوراییها هر محل توسط ستاد نظارت انجام می‌پذیرد و بعد از بررسی و صلاحیت هر یک از کاندیداها مرحله انجام انتخابات بانظارت کامل ستاد نظارت و ستاد هماهنگی و اجرای شورای شهر صورت می‌پذیرد. در مرحله بعد پس از انجام انتخابات و مشخص شدن اعضای شوراییها اعضا از بین خود یک نفر را به عنوان دبیر شوراییها محل انتخاب می‌نمایند سپس ستاد هماهنگی و اجرای شوراییهای شورای اسلامی شهر از میان دبیران محلات نسبت به انتخاب یک نفر دبیر یک نفر جانشین دبیر و یک نفر مششی برای هر منطقه از تهران به طور جداگانه اقدام می‌کند. (www.davodirad.com)

وظایف شوراییها

با تشکیل شوراهای اسلامی شهر و روستا، براساس اصول ششم، هفتم، یکصدم، یکصد و یکم، یکصد و سوم، یکصد و پنجم و ششم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، گسترش فکر و عمل شورایی به ضرورتی تاریخی و اجتناب ناپذیر تبدیل شده است.

به استناد ماده هفتاد و یک قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخابات شهرداران مصوب ۱۳۷۵/۳/۱ و با عنایت به حجم عظیم و گسترده مسائل و مشکلات مختلف شهری در ابعاد کمی و کیفی خصوصاً در کلان شهر تهران، رفع این مشکلات و بهبود شرایط مستلزم تمرکززدایی و بهره‌گیری از نظرات و دیدگاههای آحاد مردم و مشارکت واقعی، پایدار، دائمی و نهادینه، تشکیل انجمن‌ها و سازمانها و نهادهای مدنی داوطلبانه و مردمی است.

در راستای تحقق اهداف فوق و خصوصاً اجرای بندهای ششم و هفتم ماده ۷۱ قانون فوق‌الذکر، شورای اسلامی شهر تهران به موجب این طرح اقدام به تاسیس انجمنهای شوراییها در محلات تهران می‌کند. وظایف شوراییهای محلات بدین شرح می‌باشد: (www.shora-tehran.ir)

۱- شناسایی مشکلات، ارائه طرح و پیشنهاد و تلاش در جهت ایجاد محیطی سالم از نظر زیست محیطی با اهداف مبارزه با آلودگی‌های خاک، آب، آلودگی‌های صوتی و صرفه‌جویی انرژی در اماکن

۹۰..... مجله جامعه شناسی معاصر، سال دوم/شماره دوم/ بهار ۱۳۸۹

- ۲- شناسایی مشکلات و ارائه طرح و پیشنهاد برای بهبود وضعیت سفرهای درون شهری با هدف بهینه‌سازی حمل و نقل
- ۳- تهیه طرح و پیشنهاد در زمینه ایجاد نشانه‌ها و یادمانهای شهری و پیشنهاد نامگذاری معابر، میدانی، خیابانها و کوچه‌ها
- ۴- ارائه طرح و پیشنهاد در جهت فراهم آوردن امکانات، گذران اوقات فراغت جوانان و نوجوانان و گسترش مراکز تفریحی، ورزشی و هنری با هماهنگی ستاد اجرایی
- ۵- همکاری با شورای اسلامی شهر تهران برای برقراری آرامش و امنیت شهری و مبارزه با آسیب‌های اجتماعی و زمینه‌های جرم‌خیز
- ۶- همکاری با شورای اسلامی شهر برای معرفی و آموزش حقوق و وظایف شهروندی و مشارکتهای مردمی و آگاه‌سازی همگانی
- ۷- ارائه طرح و پیشنهاد برای خودگردانی اماکن عمومی، تمهید و تدارک زیباسازی و بهینه سازی فضای زیست شهری
- ۸- همکاری در ایجاد و گسترش فضای سبز و اداره خودگردان بوستانهای شهری
- ۹- همکاری با شورای اسلامی شهر تهران در جهت توسعه موسسات عام المنفعه و فعالیتهای داوطلبانه
- ۱۰- بررسی و شناخت کمبودها، نیازها و نارسائیهای اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، بهداشتی، اقتصادی، رفاهی و عمرانی محله
- ۱۱- تهیه طرح و پیشنهاد در زمینه‌های مختلف زندگی شهری
- ۱۲- همکاری با شورای اسلامی شهر تهران در جهت تاسیس انواع انجمنهای داوطلبانه در زمینه‌های امدادی، اجتماعی ارشادی و تشکیل تعاونی‌های تولید، توزیع و مصرف ارزاق عمومی
- ۱۳- همکاری با شورای اسلامی شهر تهران در جهت کنترل قیمتها و نرخ کرایه درون شهری
- ۱۴- ارائه طرحها و پیشنهادات جهت آموزش برنامه‌های دفاع غیرنظامی به شهروندان و همکاری با شورا جهت مقابله و پیشگیری از حوادث غیرمترقبه
- ۱۵- همکاری در جهت اداره فضاهاى عمومی از قبیل دارالتحفیظ، فضاهاى ورزشی، نگارخانه‌ها و... با هماهنگی ستاد اجرایی شورایاری
- ۱۶- همکاری و همیاری در اداره اماکن مذهبی و فرهنگی بنا به درخواست دستگاههای ذیربط
- ۱۷- مشارکت در برگزاری انتخابات مجلس، ریاست جمهوری، خبرگان از طریق همکاری با مسئولین و در صورت درخواست مراجع قانونی ذیربط
- ۱۸- همکاری در جهت ساماندهی حمل و نقل شهری

بنابراین از اهداف مهم تشکیل انجمن معتمدین محلات (شورایاری‌ها)، تشکل‌ها، سازمان‌های اجتماع محور و سایر نهادهای مرتبط شکل‌گیری شبکه گسترده‌ای از روابط اجتماعی و فرهنگی، ایجاد همدلی و اعتماد، ایجاد حس تعلق شهروندی، ایجاد فضای مشارکت فعال و درگیرانه و در نهایت تشکیل و افزایش سرمایه اجتماعی است. برای حفظ و گسترش این سرمایه لازم است وظایف، تکالیف و حقوق متقابل شهروندان و نمایندگان آنها در نهادهای محله‌ای کاملاً تعریف و چارچوب ارتباطی آنها مشخص و شفاف باشد. بدین منظور چارچوب وظایف و حقوق متقابل شهروندان و انجمن‌های معتمدین محلات (شورایاری‌ها) به شرح زیر مطرح می‌شود. (www.shora-iran.ir)

مسئولیت متقابل ساکنین محلات در قبال انجمن‌های معتمدین محلات (شورایاری‌ها)

- ۱- همکاری با اعضای انجمن معتمدین محلات (شورایاری‌ها) به عنوان نمایندگان منتخب محله در امور مختلف محلی.
- ۲- کمک در معرفی، شناسایی و تعریف و تثبیت جایگاه انجمن شورایاری در محله به طرق مقتضی.
- ۳- همفکری و مشاوره به اعضای انجمن معتمدین محله (شورایاری) محله در شناسایی مشکلات، پیشنهاد راه‌حل‌ها و ارتقا وضعیت محله.
- ۴- مشارکت و همکاری در اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های تدارک دیده شده توسط انجمن‌های معتمدین محلات (شورایاری‌ها).
- ۵- همکاری با انجمن معتمدین محله (شورایاری‌ها) در اطلاع رسانی طرح‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها و اقدامات انجمن معتمدین محله (شورایاری‌ها) در محله.
- ۶- همکاری با انجمن معتمدین محل (شورایاری‌ها) در تشکیل گروه‌های کار محله‌ای و عضویت در این گروه‌ها.
- ۷- نظارت بر کار انجمن معتمدین محل (شورایاری‌ها)، پرسشگری قاعده‌مند و منطقی و مبتنی بر طرح مطالبات و نیازهای عمومی محله و با در نظر گرفتن موانع، محدودیت‌ها و واقعیت‌ها.
- ۸- همکاری با انجمن معتمدین محله (شورایاری‌ها) در ارائه آمار، ارقام و اطلاعات محله‌ای، کمبودها، قوت‌ها، استعدادها و قابلیت‌های محله.
- ۹- آشنا شدن با شرح وظایف و عملکرد انجمن معتمدین محلات (شورایاری‌ها) و تعدیل و منطقی کردن مطالبات متناسب با شرح وظایف شورایاری‌ها.
- ۱۰- حضور در جلسات، نشست‌ها و برنامه‌هایی که توسط انجمن‌های معتمدین محلات (شورایاری‌ها) در محله برگزار می‌شود.

۱۱- سایر کمک‌ها و همکاری‌هایی که بنا بر شرایط و امکانات محله می‌تواند توسط ساکنین محله در راستای پیشرفت و آبادانی محله انجام گیرد. (www.shora-tehran.ir)

وظایف متقابل انجمن معتمدین محلات (شورایاری‌ها) در قبال ساکنین محله

- ۱- اعتماد و اعتقاد به مردم محله به عنوان پشتوانه اصلی و حمایتی انجمن معتمدین محلات (شورایاری‌ها).
 - ۲- تلاش و همت صادقانه و مخلصانه و مستمر در جهت حل مشکلات مردم محله.
 - ۳- انتقادپذیری و توجه به دیدگاه‌ها و نظرات مطرح شده از سوی ساکنین محله مبتنی بر اصل تکریم ارباب‌رجوع.
 - ۴- مشارکت دادن ساکنین در نیازسنجی، امکان‌سنجی، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری، اجرا، نظارت و ارزیابی برنامه‌های محلی.
 - ۵- پایبندی به اطلاع‌رسانی و پاسخگویی به مردم محله در قبال مسوولیت‌ها، اختیارات و اقداماتی که شورایاران پیگیری می‌نمایند.
 - ۶- پایبندی به پذیرش و استفاده از مشارکت فعال و آگاهانه شهروندان محله در زمینه‌های مختلف از طرق مقتضی.
 - ۷- پذیرش نظارت مردمی و لحاظ کردن نظرات و تصمیمات ساکنین محله در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها.
 - ۸- داشتن ارتباط مستمر و سازنده با مردم محله از طرق مقتضی و در همه حال.
 - ۹- پیگیری منافع عام مردم محله به‌جای منافع فردی، خاص یا گروهی و ارتباط با ساکنین بخش‌ها، خیابان‌ها و کوچه‌های مختلف محله.
 - ۱۰- حضور برنامه‌ریزی شده در دفتر و یا محل برگزاری جلسات انجمن به منظور دریافت نامه‌ها، مکاتبات و مراجعات مردمی.
 - ۱۱- سایر وظایف و اقداماتی که شورایاران بنا بر شرایط و امکانات محلی در راستای جذب، گسترش و سازماندهی مشارکت ساکنین محله در قالب شورایاری می‌توانند انجام دهند.
- متن مذکور به عنوان منشور همکاری متقابل انجمن‌های معتمدین محلات (شورایاران) و ساکنین محله در تابلویی در دفتر انجمن نصب می‌شود. این آیین‌نامه پس از بررسی، در تاریخ ۸۵/۴/۳۱ به تصویب نهایی ستاد هماهنگی انجمن‌های معتمدین محلات، (شورایاری‌ها) رسید. (www.shora-tehran.ir)

سابقه فعالیت انجمن‌های شوراییاری

انجمن شوراییاری در تهران از اسفندماه ۱۳۷۹ با هدف انتقال نظر مردم به شورای شهر و کشف توانایی‌های ساکنین محله و با تکیه بر مشارکت‌های مردم به طور رسمی فعال شدند. تاکنون در بالغ بر ۸۷ محله از تهران اعضای اصلی و علی‌البدل این انجمن‌ها انتخاب شده‌اند. این انجمن‌ها در مناطق ۴، ۵، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰ و ۲۲ شهرداری تهران تشکیل شده‌اند (مجله شهرداری‌ها، ۱۳۸۱، ص ۱۲).

منطقه ۲۰ شهرداری تهران جزء اولین مناطق شهری تهران بوده که در آن انتخابات شوراییاری انجام شده و دارای انجمن شوراییاری می‌باشد. (لازم به توضیح است که شورای شهر و شهرداری تهران هیچ‌گونه دخالتی در رأی‌گیری انجمن شوراییاری نداشته و این امر کاملاً مردمی است). هدف از تشکیل شوراییاری‌ها تحقق مدیریت از پایین به بالا بوده است.

ادبیات تحقیق

مرتضی فرهادی (۱۳۷۳) در تحقیق برجسته خود با عنوان «فرهنگ یاریگری در ایران» پس از نقد نظریه پردازان خارجی مثل لمبتون و ویتفوگل معتقد است که جامعه ایرانی همواره از فرهنگی مشارکتی یا همیار برخوردار بوده است. وی یاریگری را معادل واژه Cooperation می‌گیرد و از همان ابتدا آن را از واژه تعاون جدا می‌سازد. به اعتقاد فرهادی تعاون وجه خاصی از یاریگری است. منظور از یاریگری در تحقیق فرهادی «یکی بودن و همسویی کوشش‌های دو یا تعداد بیشتری از افراد است برای دستیابی به هدف و یا اهداف معینی با نیت و منظوری واحد و یا متفاوت» (فرهادی، ۱۳۷۳، ص ۲)

اگر چه ممکن است اشکال سنتی یاریگری با ورود فناوری‌های مدرن رو به افول باشند؛ اما به نظر فرهادی این فقط تغییری در صورت است، چرا که روحیه و فرهنگ یاریگری ایرانی در قالب اشکال جدید مثل «واره‌های پول» (صندوق‌های قرض الحسنه) نمودار می‌شوند (فرهادی، ۱۳۷۳، ص ۵۰). تأکید عمده فرهادی بر بنه به عنوان یکی از ابعاد و جلوه‌های مشارکت اجتماعی تحلیل وی را به مطالعه مشارکت در روستاها مقید ساخته است. برخی (همچون ویتفوگل) پیدایش بنه‌ها و متعاقب آن پیدایش نظام‌های بهره‌برداری مبتنی بر همیاری را محصول شرایط اقلیمی دانسته‌اند^۱. برخی

^۱ - شرایط اقلیمی خشک و صحرایی که ضرورت آبیاری مصنوعی را ایجاب می‌کرد، به همراه کمبایی آب، زمینه‌ساز پیدایش این گونه از همیاری‌ها شده است.

دیگر زمینه همیاری روستاییان را در ناتوانی خانواده روستایی ایرانی در تامین ابزار کار (مثل نیروی شخصی و کارهای ضروری آبیاری) دانسته‌اند. فرهادی منکر وجود عوامل بالا نیست، اما وی عوامل مذکور را علت پیدایش و گسترش سازمان‌های همیاری همچون بنه نمی‌داند، بلکه هر یک از این عوامل را تنها تداوم بخش این نوع از سازمان‌های همیاری می‌داند. چنانچه وی می‌گوید:

واقعیات موجود نشان می‌دهد که گاه با وجود حذف و یا تغییر هر یک از عواملی که به عنوان دلایل پیدایش بنه‌ها ذکر شده است بنه‌ها باز به زندگی خود ادامه داده‌اند یا برعکس در مواردی با وجود ابقای عوامل یاد شده، بنه‌ها از میان رفته‌اند (فرهادی، ۱۳۷۳، ص ۲۵۸).

فرهادی با ارائه دلایل و شواهد تلاش می‌کند دیدگاه‌های تک‌علی را رد کند و میان عوامل پیدایش و تداوم بنه‌ها تمیز قائل شود. در حقیقت، آنچه از نظر فرهادی در تحلیل بنه اهمیت دارد، پرداختن به علت‌هایی نیست که محققانی مثل وی تفوگل به آن اشاره کرده‌اند، یعنی متغیرهایی که بر عنصر ضرورت و طبیعت در همیاری و مشارکت اجتماعی دلالت دارند، بلکه وی ضمن توجه به عامل ضرورت‌های طبیعی و اقتصادی بر «عامل قومی» اما «خاموش» سنت، عادات اجتماعی و فرهنگی در تبیین مشارکت اجتماعی تأکید دارد (فرهادی، ۱۳۷۳، ص ۲۵۸).

پیمایش «رفتارهای فرهنگی ایرانیان» (۱۳۸۲) توسط احمد رجب زاده انجام شده و بخشی از فصل یازدهم این مطالعه به مشارکت اجتماعی اختصاص یافته است. در مورد مشارکت اجتماعی، از فعالیت اعضا در ۱۱ زمینه پرسش شده است: «اعضای خانواده در کدام یک از فعالیت‌ها یا تشکل‌های که اسامی آنها ذکر می‌شود، شرکت دارند یا عضو هستند؟ انجمن‌های علمی و فرهنگی، انجمن خانه و مدرسه، اتحادیه صنفی، انجمن اسلامی، بسیج، شورای محله، هیئت امنای مسجد، تشکل‌های سیاسی، کانون‌های فرهنگی، انجمن‌های خیریه و صندوق‌های قرض الحسنه». نتایج نشان می‌دهد ۲۹/۵ درصد افراد ۱۵ سال و بیشتر در یک یا چند فعالیت اجتماعی مورد پرسش شرکت می‌کنند و ۷۰/۵ درصد در هیچ یک از این فعالیت‌ها شرکت نمی‌کنند. ۲/۷ درصد در انجمن‌های علمی و فرهنگی، ۱۰/۲ درصد در انجمن‌های خانه و مدرسه، ۱/۲ درصد در اتحادیه‌های صنفی، ۳/۱ درصد در انجمن‌های اسلامی، ۹/۱ درصد در بسیج، ۱/۱ درصد در شورای محله، ۲/۵ درصد در هیئت امنای مسجد، ۰/۵ درصد در تشکل‌های سیاسی، ۱/۹ درصد در کانون‌های فرهنگی، ۶ درصد در انجمن‌های خیریه و ۹/۶ درصد در صندوق قرض الحسنه

مشارکت دارند. داده‌های این پیمایش نیز نشان می‌دهد در اغلب موارد نسبت مشارکت محدود است (رجب‌زاده، ۱۳۸۲).

پژوهش دیگری، تحت عنوان^۱ «عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان شهر اردبیل (۱۳۸۴)» توسط شفیع شفیی انجام شده که به طور خاص عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان شهر اردبیل را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌ها نشان می‌دهد به ترتیب شدت، سن، سپس تعداد اعضای خانواده و وضعیت تاهل مهمترین عوامل جمعیتی مؤثر بر مشارکت افراد با گروه‌های اجتماعی است. درخصوص متغیرهای فرهنگی، بالاترین شاخص شرکت در نزد افراد دارای مدرک دانشگاهی، برخوردار از اطلاعات عمومی بالا و نیز افرادی که از رسانه‌ها در حد زیادی استفاده می‌کنند مشاهده می‌شود. در متغیرهای اقتصادی، بالاترین شاخص شرکت نزد افراد با سطح اجتماعی بالا، برخوردار از درآمد متوسط و یا بالا ملاحظه می‌شود. به ترتیب شدت، وضع اشتغال، طبقه اجتماعی و سطح درآمد مهمترین عوامل اقتصادی مؤثر بر میزان مشارکت افراد با نهادها و گروه‌های اجتماعی است. در کل به نظر می‌رسد عوامل فرهنگی بیش از عوامل اقتصادی در مشارکت افراد با گروه‌ها نقش دارند (شفیی، ۱۳۸۴).

علیرضا علوی تبار دستاوردها و نتایج به دست آمده از پژوهشی را که در زمینه الگوهای مشارکت شهروندان انجام داده است، به شرح ذیل مطرح می‌کند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد هرچه احساس بی‌قدرتی کاهش یابد، گرایش به مشارکت افزایش می‌یابد و هر اندازه فایده مشارکت بیشتر از هزینه‌های آن ارزیابی شود، گرایش فرد به مشارکت نیز افزایش می‌یابد. هرچه تحصیلات افزایش پیدا می‌کند، احساس بی‌قدرتی کم می‌شود. با افزایش سن نیز احساس بی‌قدرتی کم می‌شود. اقوام غیر فارس احساس قدرت کمتری از نظر اثر گذاری بر جامعه داشته‌اند. افراد مزدبگیر معتقد هستند که فواید مشارکت بر هزینه‌هایشان تأثیر مثبت دارد؛ لذا گرایش بیشتری برای مشارکت از خود نشان می‌دهند و در مقابل، کارفرمایان رفتار برعکسی دارند. با بزرگتر شدن شهرها گرایش به مشارکت کم می‌شود. افراد با روابط سنتی و اخلاقی و هویت‌های محله‌ای گرایش بیشتری به مشارکت دارند. علوی تبار بعد از ارائه نتایج تحقیق بیان می‌کند که مشارکت مبتنی بر سه ارزش اساسی و دعوت به مشارکت نیز مستلزم پذیرفتن این سه ارزش است: لازم است مردم را در قدرت و اختیار سهیم کرد.

^۱ - شفیی، شفیع، عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان شهر اردبیل، ۱۳۸۴، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

مشارکت لازم در کشور مشارکتی خودجوش مبتنی بر نهادهای مدنی است که فقط در نظام‌های مردم‌سالار این امکان وجود دارد. طی سال‌های اخیر گروه‌های سالاری بر جامعه غلبه داشته و رقابت بین عده معدودی بوده است، لذا چنین جامعه‌ای دارای مشارکت نفوذی خواهد بود. اگر زمینه مشارکت جدید فراهم نشود، جامعه ما دچار بحران مشارکت می‌شود که در نهایت به بحران مشروعیت می‌انجامد (مجله شهرداری‌ها، ۱۳۷۸).

چهارچوب نظری تحقیق

در مکتب تفهیمی ماکس وبر و پیرامون او مشارکت با مفهوم شانس یا احتمال همراه می‌باشد، معنای این سخنان این نیست که مشارکت افراد در زندگی اجتماعی لزوماً خصلت ناپایدار و موقتی دارد بلکه منظور این است که امکان دارد، از میزان این شانس در شرایط مختلف و بنا به عوامل مختلف کاسته شود یا حتی در مواردی کاملاً منتفی گردد. این شانس تا هنگامی غیبت دارد که افراد انتظارات معینی از رفتار دیگران داشته و این انتظار به طور عینی همواره تحقق یابد یا برآورده گردد بنا بر این تا زمانی که انتظارات افراد در بطن اجتماعی برآورده گردد مشارکت افراد - که همان باور آنها به نظم مستقر است - تداوم خواهد یافت (توسلی، ۱۳۸۲، ص ۴۰).

مشارکت از نظر میسرا عبارت است از: رشد توانایی‌های اساسی بشر از جمله شأن و منزلت انسانی و مسئول ساختن بشر در باروری نیروی تصمیم‌گیری و عملی که سنجیده و از روی فکر باشد. (توسلی، ۱۳۸۲، ص ۴۳)

پل^۲ در سال ۱۹۸۸ چهار سطح را برای مشارکت در اجتماعات محلی شناسایی کرد، که به ترتیب عبارتند از: سطح اول: تسهیم اطلاعات (پایین‌ترین سطح). سطح دوم: مشاوره. سطح سوم: تصمیم‌گیری. سطح چهارم: اقدام به عمل (بالاترین سطح)

رابرت پاتنام

یکی از دیدگاه‌هایی که اخیراً تلاش می‌کند تا مشارکت اجتماعی را تبیین کند دیدگاه سرمایه اجتماعی است. متفکرانی همچون پاتنام (۱۹۹۳، ۱۳۸۰)، اوانز (۱۹۹۶، ب ۱۹۹۶) و فوکویاما سرمایه اجتماعی را پیوند دهنده جامعه و دیگر ابعاد سرمایه می‌دانند و سرمایه اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کنند: منابعی که افراد به واسطه حضور، عضویت و تعلقشان به شبکه‌های اجتماعی به آنها دسترسی پیدا می‌کنند.

موفقیت درغلبه بر معضلات عمل جمعی و فرصت طلبی به زمینه اجتماعی گسترده تری بستگی دارد که بازی های اجتماعی در آن انجام می پذیرد. همکاری داوطلبانه در جامعه ای که سرمایه اجتماعی عظیمی را در شکل هنجارهای عمل متقابل و شبکه های مشارکت مدنی به ارث برده است، بهتر صورت می گیرد. منظور از سرمایه اجتماعی در اینجا وجوه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه های روابط است که می توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند (پاتنام، ۱۳۷۹، ص ۲۸۵).

انجمن های اعتباری گردشی نشان می دهند که چگونه می توان به وسیله استخراج منابع خارجی سرمایه اجتماعی بر مشکلات عمل جمعی فائق آمد. چرا که این انجمن ها "از ارتباطات از پیش موجود بین افراد برای کمک به حل مشکل نقض اطلاعات و اجرا استفاده می کنند." سرمایه اجتماعی مانند سرمایه مادی برای قرض گیرندگان متعارف به عنوان یک نوع وثیقه عمل می کند. در واقع مشارکت کنندگان در یک انجمن که دارای مادی برای وثیقه گذاشتن ندارند، ارتباطات اجتماعی شان را گرو می گذارند؛ بنابراین سرمایه اجتماعی برای توسعه امکانات اعتباری قابل دسترس در این جوامع و بهبود کارآیی بازارهای آن عمل می کند (پاتنام، ۱۳۷۹، صص ۲۸۹-۲۸۸).

شایع ترین اشکال سرمایه اجتماعی نظیر اعتماد، سرمایه هایی هستند که هیرشمن آنها را «منابع اخلاقی» می نامد؛ یعنی منابعی که ذخیره شان در حین استفاده به جای کاهش، افزایش می یابد و در صورت استفاده نکردن کاهش می یابند. در واقع هر چه دو نفر بیشتر به یکدیگر اعتماد کنند، اعتماد متقابلشان افزایش می یابد. همچنین دیگر اشکال سرمایه اجتماعی مانند هنجارها و شبکه های اجتماعی نیز با استفاده، افزایش و با استفاده نکردن کاهش می یابند. در نتیجه ما باید انتظار داشته باشیم که ایجاد و نابودی سرمایه اجتماعی با یک دور فضاویت و ردیلت تعیین می شود (پاتنام، ۱۳۷۹، ص ۲۹۰).

یکی از وجوه خاص سرمایه اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه ها این است که هر کالا عمومی است، برخلاف سرمایه متعارف که هر کالا خصوصی محسوب می شود. سرمایه اجتماعی مانند همه کالاهای عمومی معمولاً از طرف عوامل خصوصی کم ارزش تلقی می شود و تلاش زیادی برای افزایش آن به عمل نمی آید. در حقیقت می توان گفت اعتماد یکی از اجزای اصلی سرمایه اجتماعی است (پاتنام، ۱۳۷۹، ص ۲۹۱). هنجارهایی که اعتماد را تقویت می کنند، توسعه می یابند، چرا که هزینه معاملات را پایین می آورند و همکاری را تسهیل می کنند. هنجار معامله متقابل عمومی

یکی از مولدترین اجزای سرمایه اجتماعی است. جوامعی که در آنها از این هنجارها پیروی می‌شود به گونه ای مؤثرتر می‌توانند بر فرصت طلبی فائق بیایند و مشکلات عمل جمعی را حل نمایند. در واقع یک هنجار موثر مبتنی بر معامله متقابل عمومی احتمالاً با شبکه‌های انبوهی از مبادلات اجتماعی مرتبط است (پاتنام، ۱۳۷۹، ص ۲۹۵). همکاری داوطلبانه به وجود سرمایه اجتماعی بستگی دارد. هنجارهای جامعه متقابل عمومی و شبکه‌های مشارکت مدنی باعث افزایش اعتماد و همکاری اجتماعی می‌شوند؛ چرا که آنها انگیزه‌های عهد شکنی و نیز جو ابهام‌آمیز و غیر شفاف را کاهش می‌دهند و الگوهایی برای همکاری آینده ارائه می‌کنند.

راندل کالینز ۳

کالینز به سطح فردی و نظریه‌های تنگ دامنه توجه دارد او آگاه بود که جامعه‌شناسی نمی‌تواند در سطح خرد بماند و موفق شود. او ساختارهای اجتماعی را از کنشگران جدایی‌ناپذیر می‌داند و آنها را به صورت الگوهای کنش متقابل در نظر می‌گیرد. البته او هرگز ساختارهای کلانی اجتماعی را انکار نمی‌کند بلکه معتقد است که نظریه پردازان کلان غالباً ساختارهای کلان را از فرآیندهایی که آنها را به وجود آورده‌اند جدا نموده‌اند. به نظر کالینز همه امور کلان اجتماعی از خرد ساخته شده است او به مسأله از چشم انداز خرد نگاه می‌کند در سطوح خرد تحلیل حداقل دو نفر با هم روبرو می‌شوند که با هم دیگر کنش متقابل دارند نفوذ در چنین تعاملی بوسیله مبادله منابع و مناسک است (کالینز، ۱۹۸۱، ص ۹۹۷).

مناسک شامل عناصر زیر می‌باشد:

- ۱- جمع فیزیکی همزمان افراد، ۲- آگاهی متقابل از همدیگر، ۳- اشتراک در جهت، ۴- حالت احساس مشترک در میان افراد
- ۵- توازن متناسب و هم زمان گفتگو و اشارات غیر شفاهی، ۶- بیان نمادین خلق و خوی این گروه همراه با اهداف، افراد، اشارات کلمات و ایده‌ها در میان افرادی که درگیر کنش متقابل هستند. ۷-

حس صداقت اخلاقی درباره نمادهای گروه

کالینز این مناسک را نیرو دهنده عاطفی کنش متقابل می‌داند. در تعامل بین انسانها دو نوع منبع اساسی دخالت دارد: ۱- سرمایه فرهنگی، ۲، ۴- انرژی عاطفی ۵

سرمایه فرهنگی شامل منابع خاطرات ذخیره شده گفتگوهای پیشین انواع معرفت یا تخصص‌ها و حقوق خاص تصمیم‌گیری می‌باشد. مفهوم سرمایه فرهنگی تعمیم یافته و عمومی بر نمادهای غیر

شخصی دلالت دارد که طبقات کلی منابع را نشان می‌دهد (برای مثال معرفت - موقعیت‌ها - اقتدار و گروه بندی‌ها) در صورتی که مفهوم سرمایه فرهنگی خاص به خطراتی اشاره دارد که افراد از هویت‌های ویژه اعتبارات و شبکه یا موقعیت‌های سازمانی افراد خاص دارد. انرژی عاطفی به ترکیب سطح و نوع مؤثر احساس و عقیده‌ای اشاره دارد که افراد را در یک موقعیت بسیج می‌کند و این شامل احساسی است که افراد به طرف یک چیز دارند (ریترز، ۱۳۷۴، ص ۱۷۱).

کنش متقابل شامل استفاده افراد از سرمایه فرهنگی و انرژی عاطفی خود در گفتگو با یکدیگر است. چنین گفتگویی متضمن یک سرمایه‌گذاری در سرمایه و انرژی همراه با جذب افراد به نهادهایی است که به سرمایه فرهنگی و انرژی عاطفی می‌پردازد. اگر چه افراد در سرمایه فرهنگی به دنبال یک سودی هستند که سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این سود را در کنش متقابل دریافت می‌کنند. کالینز انرژی عاطفی را به مثابه نیروی واقعی کنش متقابل مورد تأکید قرار می‌دهد. برای انسانها انرژی عاطفی مثبت، پرارزش می‌باشد. افراد به وسیله مشارکت در کنش متقابل مرسوم ۶ در پی افزایش انرژی عاطفی مثبت خود هستند.

در دیدگاه کالینز یک نوع معاوضه برای تعامل مناسب وجود دارد: افراد از میان زمان، انرژی، سرمایه فرهنگی و منابع دیگر به هزینه‌هایی اهمیت می‌دهند که باید صرف مشارکت در مناسب متعدد در گروهشان کنند تا از آن مناسبی که سودهای عاطفی آنها را افزایش می‌دهد انتخاب نمایند. از نظر کالینز انرژی عاطفی ذکر شده مخرج مشترک انتخاب عقلانی است. بنابراین بیشتر نمایانگر نیروی غیرعقلانی در کنش متقابل انسانی است. کالینز معتقد است که مردم در تعقیب عواطفی همچون عقلانیت بیشتر کنش متقابل مرسوم را در بازار مناسبی جستجو می‌کنند که سودها را افزایش می‌دهد هزینه کمتر دارد و به دنیا انرژی عاطفی مثبت هستند که به وسیله مناسب ایجاد شده است (ترنر، ۱۹۹۷، ص ۴۳۴-۴۳۲).

توجه اصلی در قضایای کالینز تراکم اجتماعی است که مردم در آن همزمان در یک وضعیت با هم برخورد می‌کنند. تراکم اجتماعی ۷ البته بخشی از ساخت کلان است. چون نتیجه یک سلسله تعامل‌هایی است که در گذشته به وقوع پیوسته است. بنابراین تعامل زمان در یک برخورد مؤثر خواهد بود که منابع مشارکت و تراکم و تعدادی از افراد به طور همزمان حضور داشته باشند. دو متغیر پویای خرد که در اندیشه کالینز وجود دارد، گفتگو و مناسب ۹ می‌باشند. از نظر کالینز گفتگو به مثابه صدور اشارات شفاهی و غیرشفاهی که با خود معنایی دارد و برای ارتباط با دیگران

و نگهداری حس مشترک واقعیت استفاده می‌شود. گفتگو یکی از منابع سمبلی و کلیدی افراد در برخورد و تعامل‌ها می‌باشد. کالینز در ارتباط با گفتگو و شرایط آن با تعامل مناسک قضایای زیر را مطرح کرده است.

۱- احتمال صحبت و مبادله‌های مکالمه‌ای در میان افراد تابع مثبت و تجمعی است از:

الف) میزان حضور فیزیکی آنها در یک محیط .

ب) رضایت‌مندی عاطفی که از گفتگوها قبل برای افراد شرکت کننده در گفتگو به دست آمده است.

ج) درک جذابیت‌های منابع مربوط به خود که گفتگو به آن منابع وابسته است.

د) سطوح فعالیت‌های مناسکی قبلی آنها و این که چقدر مناسک قبلی عمیق بوده است، می‌تواند گفتگوها را به صورت مثبت و تراکمی داشته باشد.

۲- هر چه میزان تساوی و تشابه منابع افراد بیشتر باشد احتمال بیشتری وجود دارد که مبادلات مکالمه‌ای

الف) شخصی، ب) انعطاف پذیر، ج) طولای باشد

۳- هر چه سطح نابرابری منابع افراد بیشتر باشد امکان بیشتری وجود دارد که مبادله‌های مکالمه‌ای

الف) غیر شخصی، ب) کاملاً مناسکی، ج) کوتاه مدت باشد

۴- هر چه قدر مقدار گفتگو بین افراد به ویژه افراد همپایه بیشتر باشد احتمال بیشتری است که:

الف) عواطف قوی و مثبت، ب) احساس همانند و یکی بودن، ج) توافق مشترک، حالت‌های مثبت که نسبت به هم دارند، چشم اندازها و اعتقادات. د) تماس اجتماعی قوی و شدید در قالب مناسک به وجود آید.

کسی می‌تواند مکالمه را بفهمد و در واقعیت آن جذب شود و به مثابه عضو گروه پذیرفته شود که به هستی مکالمه ایمان داشته باشد. به هر حال در تمام محاوره‌ها مناسک، نتیجه بخشی برابر ندارند. کنش متقابل مناسکی مکالمات مکانیزمی است که مقادیر متنوعی از همبستگی و میزان‌های گوناگونی از هویت شخصی ۱۰ را با ائتلاف متعدد ایجاد می‌کند (کالینز، ۱۹۸۱، صص ۹۹۹-۹۹۸).

کالینز ضمن تأکید بر زنجیره‌های کنش متقابل مرسوم ۱۱ سعی می‌کند تا از آن چه که خودش آن را تعلقات تقلیل‌گرایانه به رفتار و آگاهی فردی می‌خواند پرهیز کند او سطح تحلیل خود را بالا می‌برد و به کنش متقابل، زنجیره‌های کنش متقابل و «بازار» چنین کنش‌های متقابلی می‌پردازد.

بدین سان، کالینز سطوح بیش از اندازه خرد اندیشه و کنش (رفتار) را رد می‌کند و از نظریه‌هایی (چون پدیده‌شناسی و نظریه تبادل) که بر این سطوح تأکید می‌ورزند انتقاد می‌کند (کالینز، ۱۹۸۱، ص ۹۹۷).

کالینز در ذکر این که چه چیزی مناسک مکالمه‌ای را موفق یا ناموفق می‌کند و چه نوع ائتلاف‌هایی را فرا می‌خواند مطالب زیر را ارائه می‌دهد:

۱- مشارکت کنندگان در مناسک مکالمه‌ای موفق باید قادر باشند واقعیت شناختی مشترک را طلب کنند. از این رو آنها باید منبع فرهنگی و مکالمه‌ای مشابهی داشته باشند. یک مکالمه و گفتگوی موفقیت‌آمیز همچنین ممکن است نابرابر باشد، به گونه‌ای که در آن یک فرد قسمت اعظم واقعیت فرهنگی را به وجود می‌آورد و دیگران منفعل و به مثابه یک مستمع عمل می‌کنند در این مورد ما مناسکی داریم که سلطه و تابعیت را ایجاد می‌کنند.

۲- مشارکت کنندگان همچنین باید قادر به حفظ احساس عاطفی مشترک باشند. حداقل آنها همه باید ایجاد همبستگی آنی ۱۲ را بخواهند. باز مشارکت عاطفی ممکن است قشربندی شده و گروه را به رهبران و پیروان عاطفی تقسیم نماید این دو جزء انرژی عاطفی و منابع فرهنگی از تجربه تعاملی قبلی فرد به وجود آمده است و در جهت باز تولید یا تغییر الگوی روابط بین شخصی عمل می‌کند. در این میان مهمترین الگوهای باز تولید یا الگوهای تغییر یافته احساسات درباره روابط شخصی، خواص فیزیکی و ائتلاف‌های اجباری ۱۳ اقتدار است. منابع مکالمه‌ای و شیوه‌های خاص مکالمه و عناوین محاوره، عضویت در گروه‌های متفاوت را در برمی‌گیرد. در هر زمان زنجیره مناسک کنش متقابل قبلی که با موفقیت مبادله شده‌اند محتویات مکالمه‌ای را در قالب نمادهای انسجام بخش به وجود می‌آورند، برای مثال گفتگو در محل کار، عضویت در گروه‌های شغلی را به وجود می‌آورد. گفتگوهای سیاسی و ایدئولوژیکی ائتلاف‌های سیاسی مخالف را برمی‌انگیزاند و گفتگوی تفریحی گروه‌هایی با وظایف و علایق متنوع به وجود می‌آورد. بحث‌های عمومی، قشرهای فکری و غیر فکری متفاوتی را ایجاد می‌کند.

در حالی که پرگویی کردن ۱۴ و گفتگوی شخصی عضویت‌های کاملاً صمیمی و مخصوص به وجود می‌آورد و باز این مهم نیست که گفته‌ها درست است یا نه بلکه مهم آن است که آن گفته می‌تواند به مثابه واقعیت مشترک برای لحظه‌ای گفته شود و پذیرفته شود، یعنی آن چه گفته‌ها ایجاد می‌کنند تشابه عضویت گروهی است. موضوعات مکالمه‌ای ۱۵ دو دلالت متفاوت برای باز

تولید ساختار اجتماعی دارند، بعضی موضوعات مکالمه‌ای تعمیم یافته ۱۶ هستند. آنها به وقایع و هستی‌ها با درجاتی از انتزاع نسبت به وضعیت‌های خودی و محلی اشاره دارند. گفتگو درباره تکنیک‌ها، سیاست‌ها، مذهب و تفریح ۱۷ از این نوع هستند. کالینز معتقد است اثر اجتماعی آن باعث باز تولید یک حسی می‌گردد که ممکن است عضویت گروهی پایگاه‌ها نامیده شود. مشارکت عمومی (مشترک) در اجتماعات فرهنگی وجود دارد که به طور افقی سازمان یافته است. گروه‌های قومی و طبقات تا اندازه‌ای که آنها اجتماع فرهنگی هستند و بسیاری گروه‌های فرهنگی خاص نیز از این نوع می‌باشند، مکالمه موفق در این موضوعات حس عمومی از عضویت مشترک را به وجود می‌آورد.

دیگر موضوعات مکالمه‌ای، خصوصاً ۱۸ هستند آنها به اشخاص خاص، مکانها و چیزهای خاص اشاره دارند. چنین گفتگویی می‌تواند دربرگیرنده دستورهای عملی و همچنین طرح‌های سیاسی درباره استراتژیهای خاص و شایعه و سرگذشت فردی ۱۹ باشد، یعنی از این گفتگوهای خصوصی در تولید و بازتولید روابط غیررسمی در میان مردم عمل می‌کنند، اما گفتگوی خصوصی مخالف عقاید عمومی نیز در بازتولید مالکیت و اقتدار و بنابراین سازمانها اثر قطعی دارند.

انرژی‌های عاطفی، عضویت مناسکی را به چندین شیوه تحت تأثیر قرار می‌دهند و اگر می‌خواهیم مناسک مکالمه‌ای در برانگیختن واقعیت مشترک موفق باشد باید حداقلی از میزان کم خلق و خوی مشترک^{۲۰} در میان افرادی که کنش متقابل دارند وجود داشته باشد، هرچه قدر حالت عاطفی مشترک^{۲۱} قویتر باشد، موضوع برانگیخته شده واقعی‌تر به نظر می‌رسد و انسجام گروهی بیشتر خواهد شد. بنابراین تمایلات عاطفی لازمه کنش متقابل موفق است اما کنش متقابل همچنین به مثابه یک مکانیزم برای عاطفه زیاد و تولید حالت عاطفی جدید و همبستگی عمل می‌کند، بنابراین انرژی‌های عاطفی نتایج مهمی از تعاملات در هر نقطه از زنجیره‌های مناسکی هستند. کالینز می‌افزاید همبستگی عاطفی منابع مکالمه‌ای قابل توجهی می‌تواند برای فرد تولید کند اگر کنش متقابل مناسکی احساس همبستگی را تولید کند قشریندی هم در درون و هم در میان ائتلاف‌ها نتیجه عاطفی زنجیره‌های مناسک تعاملی است.

از نظر کالینز اساسی‌ترین جزء ترکیبی عاطفی در تعامل‌ها آهنگ کم احساس مثبت نسبت به دیگران است. دامنه احساسات انسجام بخش از حالت غیرخصمانه تا ارتباط گرم و متقابل و فعالیت مشترک جذاب می‌باشد، این چنین عواطف از کجا می‌آیند، آنها در تجربیات قبلی و در

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شوراییاری ۱۰۳

زنجیره‌های کنش متقابل مناسکی ریشه دارند، فردی که در کنش متقابل به طور موفق پذیرفته شود انرژی عاطفی مثبت را به دست می‌آورد، این انرژی به توسط آن چه ما عموماً اعتماد، صمیمیت و شیفتگی می‌نامیم مشخص می‌شود. کسب این انرژی در یک موقعیت باعث می‌شود فرد منابع عاطفی بیشتری را برای مبادله موفقیت‌آمیز انسجام بخش در کنش متقابل آینده داشته باشد، چنین زنجیره‌های مثبت و منفی در سراسر زندگی افراد گسترش می‌یابد.

شرایط اساسی که انرژی عاطفی را تولید می‌کند عبارتند از:

الف: اعتماد عاطفی شدید به وسیله هر تجربه مبادله موفقیت‌آمیز عضویت مناسکی ایجاد می‌شود. کاهش اعتماد عاطفی نتیجه رد یا فقدان موفقیت است.

ب: هر چه قدر گروهی که درون آن مناسک انسجام بخش را به طور موفق مبادله می‌کنند قوی‌تر باشد، اعتماد عاطفی که فرد از آن دریافت می‌کند بیشتر است. قدرت گروه در این جا به معنای مقدار دارایی فیزیکی است که در دسترس گروه می‌باشد.

ج: هر چه قدر در کنش متقابل مناسکی تحریک عاطفی شدیدتر باشد انرژی عاطفی که فرد از مشارکت در آن کسب می‌کند بیشتر است. بنابراین وضعیت گروهی با میزان بالای شیفتگی، سود عاطفی بیشتری برای افراد ایجاد می‌کند. میزان بالای تحریک عاطفی به ویژه به وسیله کنش متقابل مناسکی زمانی ایجاد می‌شود که عنصری از تضاد در برابر بیگانگان در آن باشد.

د: داشتن موقعیت مسلط درون کنش متقابل مناسکی انرژی عاطفی شخص را افزایش می‌دهد. موقعیت تابع، انرژی‌های عاطفی شخص را کاهش می‌دهد. تابعیت شدیدتر، کاهش انرژی بیشتر را به دنبال دارد (کالینز، ۱۹۸۱، صص ۹۹۹-۱۰۰۲).

کالینز معتقد است که روابط عاطفی اعضای گروه را به یک دیگر پیوند می‌دهد و واقعیت مسلم سازمانی را ایجاد می‌کند. بنابراین این روابط موقعیت اعضای مسلط گروه را تقویت می‌کند، وی ادامه می‌دهد مناسک با توالی‌های کلیشه‌ای^{۲۲} یا قالبی و اشارات منطقی‌ها^{۲۳} می‌تواند افراد را به طور عاطفی تحریک کند. تحریک عاطفی همچنین از تعداد افراد درگیر در کنش متقابل نیز متأثر می‌شود (والانس و ولف، ۱۹۸۶، صص ۱۳۹).

کالینز در یک بخشی از تحلیل خود مربوط به عامل‌های ساختار و تغییر اجتماعی یک نوع شناسی از منابع مردم ارائه می‌دهد:

اول: منابع مادی و تکنیکی نه تنها دارایی، ابزار و مهارت‌هایی چون سواد را در برمی‌گیرد بلکه به طور مهم سلاح‌ها^{۲۴} را هم شامل می‌شود.

دوم: او به نقش قوی جاذبه‌های فیزیکی در روابط شخصی تأکید می‌کند.

سوم: او متذکر می‌شود تماس افراد با همدیگر امکان انتقال برای کالاهای مادی و پایگاه‌ها را فراهم می‌کند.

چهارم: کالینز تأکید می‌کند منابعی که افراد در اختیار دارند ذخیره‌های فرهنگی آنهاست و برای ایجاد همبستگی عاطفی می‌باشد.

کالینز در مقاله «بنیادهای خرد جامعه‌شناسی کلان» سه نوع منبع را توضیح می‌دهد. او می‌گوید مقیاس وسیع تغییرات اجتماعی مبتنی بر مکانیزم‌های خرد (در انواع زیر) هستند.

الف) منابع فرهنگی تعمیم یافته، ب) منابع فرهنگی خصوصی فج (انرژی‌های عاطفی الف) منابع فرهنگی تعمیم یافته بخش‌های وسیعی از جمعیت می‌تواند به دلیل معرفی تکنولوژی جدید ارتباطی یا به دلیل خصوصیت افراد در ایجاد و انتشار فرهنگ تعمیم یافته تغییر یابد. ابزار نوشتن، وسایل ارتباط جمعی و سازمان‌های آموزشی و مذهبی اندازه متنوع منابع فرهنگی جدید را معرفی می‌کنند و توزیع آنها در جوامع و در زمانهای مختلف در تاریخ افزایش یافته است. از تأثیرات ساختاری می‌توان نتیجه گرفت: اول آن که توزیع فرهنگ گسترش یافته ممکن است در جمعیت‌های خاص متمرکز شود از این رو افراد موقعیت بهتری در کنش متقابل مناسبی در برابر دیگران دارند و قادر خواهند بود پیوندهای سازمانی جدیدی شکل دهند و بدین وسیله سرانجام امتیازات اعتباری^{۲۵} و عاطفی را توسعه دهند. دومین نوع تأثیر زمانی رخ می‌دهد که کل جمعیت به طور متحد افزایش در منابع فرهنگی تعمیم یافته را دریافت می‌کنند.

ب) منابع فرهنگی خصوصی و خاص افراد را نسبت به خواص فیزیکی و ائتلاف‌های اقتداری ویژه تعریف می‌کنند، چه چیزی می‌تواند ساختار کلی این منابع را تغییر دهد. جنبه‌های فرار و متغیر فرهنگ خاص برای اعتبار افرادی که به طور مناسبی قدرتمندترین ائتلاف‌ها را به وجود می‌آورند از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. بیشتر گفتگوهای اعتباری همان‌طور که مشخص شده است محلی و تکراری است اما اغتشاشات سریع در اعتبارات و شهرت‌های افراد تغییرات مهم و اساسی را قدرت سیاسی و مذهبی ایجاد می‌کند و افراد زمانی قدرتمند می‌شوند که وقایع مهم مردم نیز متمرکز بر آن وقایع هستند، با موفقیت پشت سر بگذارند. جریان تند و گسترش اعتبار و شهرت جدید آنان به

آنها امکان سلطه و ائتلاف در جامعه را می‌دهد. بر عکس اشخاص قدرتمند معمولاً شکست می‌خورند چون وقایع بزرگ^{۲۶} که به طور ناگهانی جریان دارند، شهرت آنها را از بین می‌برند. تغییر منابع فرهنگی خاص برای پویایی های تغییرات اجتماعی اهمیت زیادی دارند. چنین تغییراتی تداوم ندارند و برای دوره‌هایی جریان دارند، آنها وابسته به وقایع بزرگ هستند که برای بسیاری از مردم نمایان است و سیاست همان طور که بر سر اعتبار و شهرت کشمکش دارد بر کنترل ابزار و مدیریت اعتبار و شهرت نیز منازعه می‌کند.

ج (انرژي‌های عاطفی مکانیزم قطعی در همه این فرآیندهاست، تغییرات در منابع فرهنگی خصوصی و تعمیم یافته بر کنش‌های افراد در وضعیت‌های خرد تأثیر دارد چون آنها بر انرژي‌های عاطفی آنان تأثیر می‌گذارند(کالینز، ۱۹۸۱، صص ۱۰۰۹-۱۰۰۸).

فرضیه‌های تحقیق

- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب متغیر های زمینه ای در انتخابات شورایاری متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان در انتخابات شورایاری بر حسب هزینه زندگی آنها متفاوت است .
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب آگاهی اجتماعی آنان نسبت به وظائف شورایاران متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب آشنایی و همکاری با تشکلهای انجمنهای داوطلبانه متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب رضایتمندی اجتماعی آنها متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب اطلاع آنان از عملکرد شورایاران دوره های قبلی متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب میزان احساس تکلیف شرعی آنان برای حضور در انتخابات شورایاری متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب میزان اعتماد اجتماعی آنان متفاوت است.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب میزان استفاده آنان از رسانه‌ها در انتخابات شورایاری متفاوت میباشد.
- میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان بر حسب میزان احساس تعلق اجتماعی افراد آنان در انتخابات شورایاری متفاوت است.

روش تحقیق

در این تحقیق از روش اسنادی و پیمایشی برای جمع آوری داده ها استفاده شده است

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات می باشد تعداد دانشجویان حدود ۳۰۰۰ نفر بوده است که از این تعداد حدود ۸۰۰ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی و حدود ۲۲۰۰ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد و دکترا بوده‌اند.

روش نمونه‌گیری

در تحقیق حاضر، به منظور رسیدن به نمونه‌های معرف و دقیق به طوری که نسبت گروه‌های مختلف دانشجویان در نمونه همانند نسبت آن گروه‌ها در جمعیت دانشجویی این دانشگاه باشد. افراد نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری سه مرحله‌ای (Three stage sampling) انتخاب شده‌اند؛ به این ترتیب که در مرحله نخست از بین گروه‌ها با روش تصادفی طبقه‌بندی با تخصیص متناسب تعدادی گروه انتخاب و سپس در مرحله دوم، تعداد دانشجویان نمونه در هر یک از گروه‌های انتخابی مشخص شدند و در مرحله سوم، در هر یک گروه‌های انتخاب شده، پرسشگر با روشی ویژه و شماره‌های تصادفی با دانشجویان انتخابی به طور تصادفی مصاحبه کرده است.

حجم نمونه و نحوه محاسبه آن

در این تحقیق با فرض حداکثر واریانس در نمونه ($p = q = \frac{1}{2}, s^2 = pq = 0.25$) در سطح اطمینان ۹۰ درصد و خطای قابل قبول ۵ درصد حجم نمونه از فرمول زیر محاسبه شد.

$$n = \frac{(3000)(1/645)^2(0.5)^2}{(2999)(0.5)^2 + (1/645)^2(0.5)^2} \approx 210$$

پس از تعیین حجم نمونه کلی^۱ (۲۱۰ نفر)، حجم نمونه متناسب با جمعیت دانشجویان کارشناسی (حدود ۸۰۰ نفر) و کارشناسی ارشد و دکترا (حدود ۲۲۰۰ نفر) از روابط زیر به دست آمد.

حجم نمونه دانشجویان کارشناسی	۲۱۰ × ۰/۲۷ = ۵۷ نفر
حجم نمونه دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترا	۲۱۰ × ۰/۷۳ = ۱۵۳ نفر

روش گردآوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات مصاحبه حضوری توسط محقق با پرسشنامه بوده است.

اعتبار و روایی

در هر تحقیق اجتماعی ۳ نوع اعتبار مدنظر است: اعتبار ذهنی، اعتبار معیار و اعتبار سازه‌ای برای ارتقای سطح پایایی اندازه‌گیری در این تحقیق، از شیوه‌ها و مراحل مختلف استفاده شده که عبارتند از:

۱ - برای رسیدن به حداقل حجم نمونه لازم ۲۱۰ نفر، محقق با ۲۲۵ دانشجوی مصاحبه نمود که از این تعداد ۱۵ نفر حاضر به همکاری نبوده و یا اطلاع کافی در زمینه پژوهش مورد نظر نداشتند.

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شورایی ۱۰۷

۱- به کارگیری حداکثر دقت در استفاده از واژه‌های ساده و قابل فهم در پرسشنامه و جمله‌بندی دقیق و صحیح گویه‌ها

۲- طراحی روش‌های صحیح کدگذاری

۳- استفاده از پرسش‌های آزموده شده در پرسشنامه‌های معتبر

۴- استفاده از روش آلفا کرونباخ، جهت روایی طیف‌های شاخص پرسشنامه از روش دو نیمه‌سازی استفاده شده است به این ترتیب که سؤالات به دو قسمت تقسیم شد و بین دو نیمه ضریب همبستگی محاسبه گردید که آلفای کرونباخ کلی حاصل ۰/۸۶ می‌باشد و این مقدار گویای روایی بالای پرسشنامه است. نتایج تحلیلی در زیر آمده است:

جدول شماره (۱) نتایج تحلیل روایی شاخص‌های مشارکت اجتماعی دانشجویان

کل	هر شاخص	آلفای کرونباخ
		شاخص‌ها
۰/۸۶	۰/۷۷۸۲	آگاهی از وظایف شوراها
	۰/۸۲۴۲	آشنایی با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه
	۰/۷۷۲۹	رضایت اجتماعی
	۰/۶۴۲۳	اعتماد اجتماعی
	۰/۷۲۱۲	استفاده از رسانه‌ها
	۰/۶۵۱۸	احساس تعلق اجتماعی
	۰/۸۷۱۲	احساس تکلیف شرعی

یافته های تحقیق

۲۷ درصد دانشجویان دارای تحصیلات لیسانس و ۷۳ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و دکترا بوده‌اند. هزینه زندگی ۶/۲ درصد از دانشجویان در این پژوهش کمتر از ۱۵۰ هزار تومان، ۱۴/۳ درصد ۱۵۰ تا ۱۹۹ هزار تومان، ۲۷/۱ درصد ۲۰۰ تا ۲۹۹ هزار تومان و ۵۲/۴ درصد ۳۰۰ هزار تومان و بیشتر است. همچنین از دانشجویان مورد مطالعه ۶۴/۳ درصد مجردان و ۳۵/۷ درصد متأهلان هستند و ۲۷/۶ درصد افراد نمونه دارای سکونت ناپایدار، ۳۱/۹ درصد تاحدی پایدار و ۴۰/۵ درصد پایدار هستند. ۶۴/۷ درصد از دانشجویان عنوان کرده‌اند که مسائل و مشکلات محله‌شان در حد «خیلی زیاد و زیاد» برای آنان اهمیت دارد. ۳۰/۵ درصد از دانشجویان گفته‌اند که مسائل و مشکلات محله‌شان در حد «کم و خیلی کم» برای آنان اهمیت دارد. ۴/۸ درصد از دانشجویان اظهار داشته‌اند که مسائل و مشکلات محله‌شان «اصلاً» برای آنان اهمیت ندارد.

دانشجویان با تحصیلات فوق‌لیسانس و دکترا (۷۳/۳ درصد) بیش از دانشجویان با تحصیلات لیسانس (۵۸/۹ درصد) گفته‌اند که مسائل و مشکلات محله‌شان در حد «خیلی زیاد و زیاد» برای آنان اهمیت دارد. ۵۰/۸ درصد دانشجویان سطح آگاهی‌شان در خصوص وظایف شورایاران در حد «کم»، ۲۵/۶ درصد در حد «متوسط» و ۲۳/۶ درصد در حد «زیاد» بوده است. دانشجویان با هزینه زندگی ۱۵۰ تا ۱۹۹ هزار تومان (۳۲/۱ درصد) بیش از سایر دانشجویان از وظایف شورایاران محلات در حد «زیاد» آگاهی دارند. ۱۹/۶ درصد از دانشجویان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۵۹/۱ درصد در حد «کم و خیلی کم» با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه آشنایی و همکاری دارند. ۲۱/۳ درصد از دانشجویان با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه «اصلاً» آشنایی و همکاری ندارند. میانگین نمره شاخص آشنایی و همکاری دانشجویان با تشکل‌ها و نهادهای داوطلبانه ۱/۴۷ بوده که در محدوده آشنایی و همکاری «خیلی کم» قرار می‌گیرد. مردان دانشجو بیش از زنان دانشجو با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه آشنایی و همکاری دارند. ۵۱ درصد از دانشجویان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۴۳/۳ درصد در حد «کم و خیلی کم» در فعالیت‌های مختلف مشارکت دارند. ۵/۷ درصد از دانشجویان در فعالیت‌های مختلف «اصلاً» مشارکت نمی‌کنند. میانگین نمره شاخص مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های مختلف ۳ بوده که در محدوده مشارکت زیاد قرار می‌گیرد. ۳۳/۸ درصد از دانشجویان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۴۳/۴ درصد در حد «کم و خیلی کم» از عملکرد ارگان‌ها رضایت دارند. ۲۲/۸ درصد از عملکرد ارگان‌ها «اصلاً» رضایت ندارند. میانگین نمره شاخص رضایت دانشجویان از عملکرد ارگان‌ها ۲/۴۶ بوده که در محدوده رضایت «زیاد» قرار می‌گیرد. دانشجویان با هزینه زندگی ۲۹۹ تا ۲۰۰ هزار تومان بیش از سایر دانشجویان از عملکرد ارگان‌ها رضایت دارند. ۳۹/۵ درصد از دانشجویان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۵۳/۴ درصد در حد «کم و خیلی کم» از فعالیت‌های شهرداری منطقه خود رضایت دارند. ۷/۱ درصد از دانشجویان «اصلاً» از فعالیت‌های شهرداری منطقه خود راضی نیستند. میانگین نمره شاخص رضایت دانشجویان از فعالیت‌های شهرداری منطقه ۲/۷۲ بوده که در محدوده رضایت «زیاد» قرار می‌گیرد. دانشجویان گروه سنی ۳۰ سال و بیشتر رضایت کمتری از فعالیت‌های شهرداری منطقه خود نسبت به سایر دانشجویان دارند. دانشجویان مجرد بیش از دانشجویان متأهل از فعالیت‌های شهرداری منطقه خود رضایت دارند. دانشجویان با هزینه زندگی ۲۹۹ تا ۲۰۰ هزار تومان بیش از سایر دانشجویان از فعالیت‌های شهرداری منطقه خود رضایت دارند. ۲/۹ درصد از دانشجویان

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شوراییاری ۱۰۹

درحد «خیلی زیاد و زیاد» و ۵۹/۵ درصد درحد «کم و خیلی کم» عملکرد شوراییاران محلات در دوره‌های گذشته را موفق ارزیابی کرده‌اند. ۲۷/۶ درصد از دانشجویان عملکرد شوراییاران دوره‌های گذشته را «اصلاً» موفق ارزیابی نکرده‌اند. میانگین نمره ارزیابی دانشجویان از عملکرد شوراییاران محلات ۱/۹۴ بوده که در محدوده ارزیابی «کم» قرار می‌گیرد. - ۶۵/۷ درصد از دانشجویان درحد «خیلی زیاد و زیاد» و ۲۵/۳ درصد درحد «کم و خیلی کم» نسبت به مسائل محله‌شان احساس تکلیف شرعی می‌کنند. ۹ درصد از دانشجویان «اصلاً» در زمینه مسائل محله‌شان احساس تکلیف شرعی نمی‌کنند. - میانگین نمره احساس تکلیف شرعی دانشجویان در زمینه مسائل محله‌شان ۳/۲۴ بوده که در محدوده احساس تکلیف شرعی «خیلی زیاد» قرار می‌گیرد. دانشجویان مجرد بیش از دانشجویان متأهل در زمینه مسائل محله‌شان احساس تکلیف شرعی می‌کنند. - ۵۴/۲ درصد از دانشجویان درحد «خیلی زیاد و زیاد» و ۴۲/۸ درصد درحد «کم و خیلی کم» نسبت به محله خود اعتماد دارند. ۳ درصد نسبت به محله خود «اصلاً» اعتماد ندارند. میانگین نمره اعتماد اجتماعی دانشجویان ۲/۷۷ بوده که در محدوده اعتماد اجتماعی «زیاد» قرار می‌گیرد. مردان دانشجو بیش از زنان دانشجو اعتماد اجتماعی بالاتری نسبت به محله خود دارند. ۳۸/۶ درصد از دانشجویان درحد «خیلی زیاد و زیاد» و ۵۹ درصد درحد «کم و خیلی کم» از رسانه‌های مختلف استفاده می‌کنند. ۲/۴ درصد از دانشجویان از رسانه‌های مختلف «اصلاً» استفاده نمی‌کنند. میانگین نمره شاخص میزان استفاده دانشجویان از رسانه‌های مختلف ۳/۲۰ بوده که در محدوده میزان استفاده «زیاد» قرار می‌گیرد. دانشجویان با هزینه زندگی ۱۹۹ تا ۱۵۰ هزار تومان و ۳۰۰ هزار تومان و بیشتر کمتر از سایر دانشجویان از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. ۵۸/۶ درصد از دانشجویان درحد «خیلی زیاد و زیاد» و ۳۶/۶ درصد درحد «کم و خیلی کم» نسبت به محله‌شان احساس تعلق اجتماعی دارند. ۴/۸ درصد از دانشجویان «اصلاً» نسبت به محله‌شان احساس تعلق اجتماعی ندارند. میانگین نمره شاخص احساس تعلق اجتماعی دانشجویان ۳/۴۲ بوده که در محدوده احساس تعلق «خیلی زیاد» قرار می‌گیرد. مردان دانشجو بیش از زنان دانشجو نسبت به محله‌شان احساس تعلق اجتماعی بیشتری دارند. دانشجویان گروه سنی ۲۴ تا ۲۰ سال بیش از سایر دانشجویان نسبت به محله‌شان احساس تعلق اجتماعی بیشتری دارند.

ضریب همبستگی

رابطه بین متغیرهای مستقل آشنایی با وظایف شورایاران، رضایت اجتماعی، احساس تکلیف شرعی، اعتماد اجتماعی، استفاده از رسانه و احساس تعلق اجتماعی با مشارکت اجتماعی رابطه مستقیم است؛ به طوری که بیشترین رابطه مستقیم مربوط به متغیر مستقل تکلیف شرعی $P=0/356$ است. آزمون آماری نشان می‌دهد که متغیرهای سن، تحصیلات و آگاهی با مشارکت اجتماعی رابطه‌ای ندارند.

جدول شماره (۲) توزیع ضریب همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته مشارکت اجتماعی

تعداد	سطح معنی داری Sig	ضریب همبستگی (R)	نام متغیرها
۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۳۵۶	احساس تکلیف شرعی
۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۳۳۳	آگاهی از وظایف شورایاران
۲۱۰	۰/۰۳۰	۰/۱۳۵	رضایت اجتماعی
۲۱۰	۰/۰۰۱	۰/۲۳۰	اعتماد اجتماعی
۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۲۷۴	استفاده از رسانه
۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۲۵۳	احساس تعلق اجتماعی
۲۱۰	۰/۰۶۳	۰/۱۰۴	تحصیلات
۲۱۰	۰/۲۶۳	۰/۰۴۶	آشنایی و همکاری با تشکل‌ها و انجمن‌های داوطلبانه
۲۱۰	۰/۲۴۰	۰/۰۵۱	سن

تحلیل چند متغیره

رگرسیون چند متغیری روش تحلیل نیرومندی است برای تحلیل مشارکت اجتماعی دو یا چند متغیر مستقل در تغییرات متغیر وابسته (کرلینجر، ۱۳۶۶، صص ۱۰-۹) و معمولاً برای متغیرهای فاصله‌ای است.

ارزیابی اثرات جمعی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به روش مرحله به مرحله

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که معادله رگرسیون روش مرحله به مرحله در سطح معنی‌داری ۵ درصد دارای ۵ مرحله می‌باشد. بر طبق نتایج ضریب رگرسیونی چند متغیره در مرحله پنجم ۵ ($R=0/618$) و ضریب تعیین در این مرحله نشان می‌دهد با ۶ متغیر احساس تکلیف شرعی، آشنایی با وظایف شورایاران، احساس تعلق اجتماعی، رضایت اجتماعی، استفاده از رسانه و اعتماد

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شوراییاری ۱۱۱

اجتماعی می‌توان در مجموع ۳۸ درصد واریانس متغیر وابسته (میزان مشارکت اجتماعی) را پیش‌بینی و تبیین نمود.

در جدول سهم متغیرهای مستقل وارد شده در معادله در تبیین واریانس متغیر وابسته از ۵ مرحله به ترتیب براساس میزان اثرگذاری نشان داده شده است؛ بیشترین میزان تأثیر مربوط به متغیر احساس تکلیف شرعی است.

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت هر چه میزان مقید بودن به احساس تکلیف شرعی، آشنایی با وظایف شوراییاران، رضایت اجتماعی و اعتماد اجتماعی بیشتر باشد، مشارکت اجتماعی افزایش می‌یابد. در نتیجه با توجه به سهم متغیرهای مستقل اعتماد و رضایت، برعهده مسئولین و دست‌اندرکاران است که سطح اعتماد و رضایت اجتماعی را در بین مردم و بالاخص دانشجویان تا حد ممکن افزایش دهند. همچنین هر چه میزان آشنایی با سازمان‌های محله‌ای و مزایای آن بیشتر باشد مشارکت اجتماعی بیشتر می‌شود.

جدول شماره (۳) توزیع ضریب همبستگی، ضریب تعیین و آزمون F عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی مرحله به مرحله

متغیرها	R	میزان افزایش R از یک مرحله به مرحله دیگر	R ²	میزان افزایش R ² از یک مرحله به مرحله دیگر	آزمون F	Sig
احساس تکلیف شرعی	۰/۵۳۱		۰/۲۸۲		۴۶/۶۸۲	۰/۰۰۰
آشنایی با وظایف شوراییاران	۰/۵۵۶	۰/۰۲۵	۰/۳۰۹	۰/۰۲۷	۳۹/۹۰۶	۰/۰۰۰
رضایت اجتماعی	۰/۵۷۷	۰/۰۲۱	۰/۳۳۳	۰/۰۲۴	۳۳/۱۹۴	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۵۹۶	۰/۰۱۹	۰/۳۵۵	۰/۰۲۲	۲۳/۱۳۳	۰/۰۰۰
استفاده از رسانه	۰/۶۱۰	۰/۰۱۴	۰/۳۷۲	۰/۰۱۷	۱۸/۱۴۹	۰/۰۰۰
احساس تعلق اجتماعی	۰/۶۱۸	۰/۰۰۸	۰/۳۸۲	۰/۰۱	۱۴/۹۳۶	۰/۰۰۰

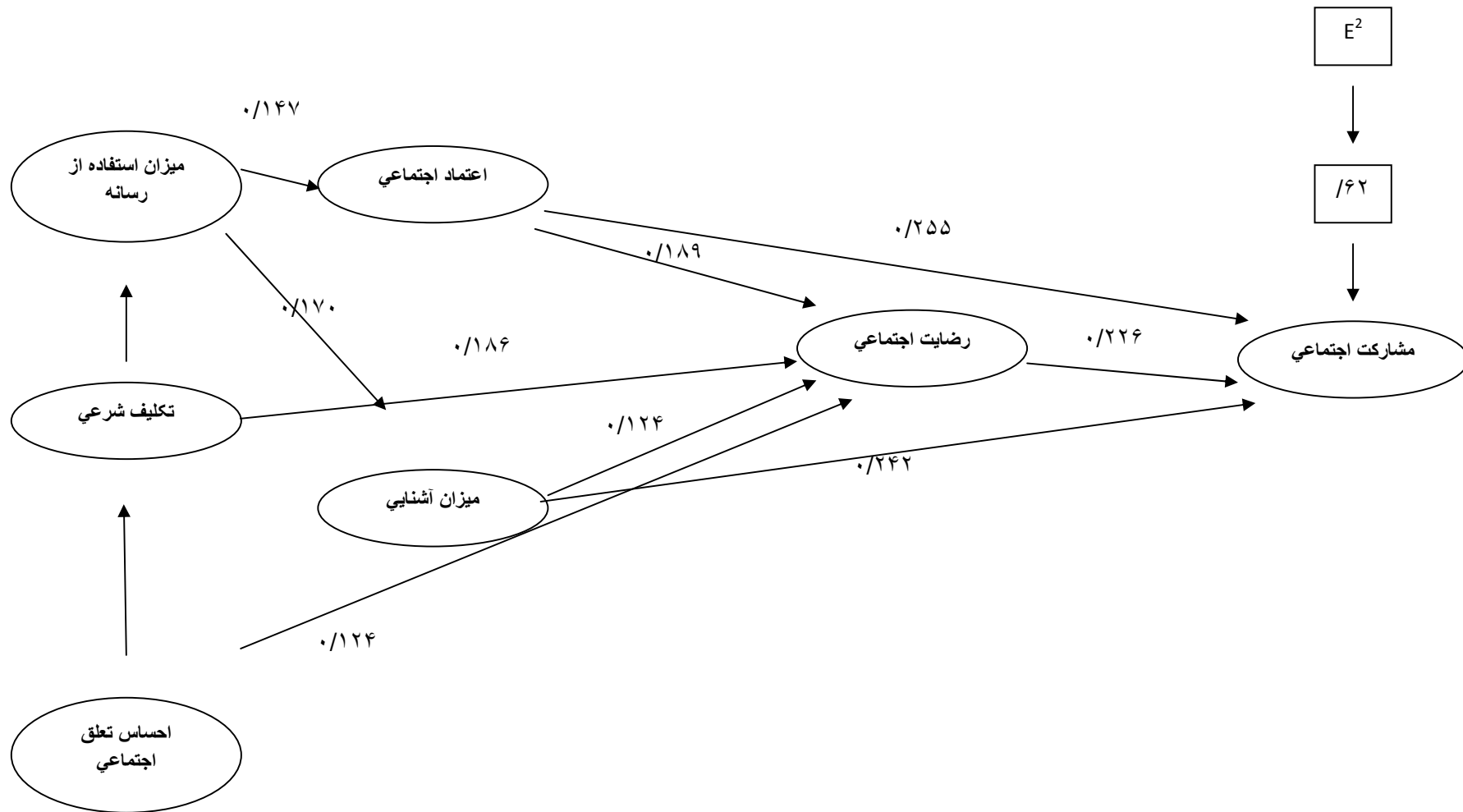
جدول شماره (۴) ضرایب مدل خطی

مقادیر	ضرایب
a0=۰/۰۵۲	ثابت
a1=۰/۲۹۵	احساس تکلیف شرعی
a2=۰/۲۸۵	آشنایی با وظایف شوراییاران
a3=۰/۱۹۲	رضایت اجتماعی
a4=۰/۲۲۵	اعتماد اجتماعی
a5=۰/۲۵۵	استفاده از رسانه
a6=۰/۰۴۸	احساس تعلق اجتماعی

بنابراین مدل نهایی تحلیل مسیر مشارکت اجتماعی دانشجویان به صورت زیر است:

از طریق تحلیل مسیر سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته با لحاظ کردن تقدم و تأخر در بین آنها تعیین می‌شود. در این قسمت به منظور مشخص شدن تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل تحقیق بر متغیر وابسته با در نظر گرفتن رابطه‌ی علی بین آنها از تحلیل مسیر استفاده شده است و برای مشخص کردن اثرات مستقیم، غیر مستقیم و نیز اثرات کل متغیرهای مستقل مؤثر بر مشارکت اجتماعی مدل تحلیل مسیر تنظیم شده است. نمودار (۱) دیاگرام تحلیل مسیر مشارکت اجتماعی را نشان می‌دهد:

نمودار ۱ مدل نهایی تحلیل مسیر مشارکت اجتماعی



نتیجه‌گیری

بین مشارکت اجتماعی دانشجویان به لحاظ آگاهی از وظایف شورایاران تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ به طوری که دانشجویانی که تاحدودی (متوسط) از وظایف شورایاران آگاهی دارند مشارکت اجتماعی بالاتری در انتخابات شورایاری‌ها خواهند داشت. هر چه دانشجویان با تشکلهای و انجمن‌های داوطلبانه آشنایی و همکاری داشته باشند میزان مشارکت آنان نیز در انتخابات شورایاری‌ها بیشتر می‌شود. هر چه دانشجویان رضایتمندی اجتماعی بالاتری داشته باشند مشارکت آنان نیز در انتخابات شورایاری‌ها بالاتر است. هر چه دانشجویان نسبت به محله‌شان اعتماد اجتماعی بالاتری داشته باشند میزان مشارکت آنان در انتخابات شورایاری‌ها بیشتر می‌شود. دانشجویانی که عملکرد شورایاران دوره‌های قبل را موفق ارزیابی کرده‌اند، میزان مشارکت آنان در انتخابات شورایاری‌ها بیشتر است. هر چه دانشجویان نسبت به مسائل محله‌شان احساس تکلیف شرعی بیشتر می‌کنند میزان مشارکت آنان در انتخابات شورایاری‌ها بیشتر می‌شود. دانشجویانی که از رسانه‌های مختلف زیاد استفاده می‌کنند میزان مشارکت آنان نیز در انتخابات شورایاری‌ها بیشتر است. دانشجویانی که نسبت به محله‌شان احساس تعلق بیشتری دارند مشارکت اجتماعی بالاتری در انتخابات شورایاری‌ها دارند. دانشجویانی که در انتخابات شورایاری‌ها (سومین دوره) شرکت کرده‌اند بیش از سایر دانشجویان دارای مشارکت اجتماعی هستند.

۲۸/۱ درصد از دانشجویان در انتخابات شورایاران محله شرکت کرده‌اند در حالی که ۷۱/۹ درصد گفته‌اند در این انتخابات شرکت نکرده‌اند. با افزایش سن دانشجویان از درصد مشارکت آنان در انتخابات شورایاران محله کاسته شده است. دانشجویان مجرد بیش از دانشجویان متأهل گفته‌اند که در انتخابات شورایاران محله شرکت کرده‌اند. ۱۰/۵ درصد از دانشجویان گفته‌اند که خود یا بستگان و دوستانشان به عنوان کاندیدا در انتخابات شورایاران محله حضور داشته‌اند در حالی که ۸۹/۵ درصد اظهار داشته‌اند که خود یا بستگان و دوستانشان به عنوان کاندیدا در این انتخابات شرکت نکرده‌اند. توزیع مشارکت اجتماعی دانشجویان نشان می‌دهد که از بین ۲۱۰ نفر دانشجوی، ۱۲۷ نفر یعنی ۶۰/۵ درصد برحسب شاخص‌های مربوط به مشارکت اجتماعی دارای مشارکت اجتماعی «زیاد»، ۷۵ نفر یعنی ۳۵/۷ درصد دارای مشارکت اجتماعی «متوسط (تاحدودی)» و ۸ نفر یعنی ۳/۸ درصد دارای مشارکت اجتماعی «کم» هستند. بین مشارکت اجتماعی مردان و زنان دانشجوی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ به عبارت دیگر مردان و زنان دانشجوی در انتخابات

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شورایی..... ۱۱۵

شورایاری‌ها مشارکت اجتماعی یکسانی دارند. بین مشارکت اجتماعی دانشجویان در گروه‌های مختلف سنی تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود؛ به بیان دیگر دانشجویان در گروه‌های مختلف سنی مشارکت اجتماعی یکسانی در انتخابات شورایی‌ها دارند. بین دانشجویان از نظر مشارکت اجتماعی با توجه به تحصیلات آنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ به عبارت دیگر مشارکت اجتماعی دانشجویان با تحصیلات لیسانس، فوق‌لیسانس و دکترا در انتخابات شورایی‌ها به یک نسبت است. - تفاوت معنی‌داری از نظر میزان مشارکت اجتماعی دانشجویان مجرد و متأهل وجود ندارد؛ به عبارت دیگر مشارکت اجتماعی دانشجویان مجرد و متأهل در انتخابات شورایی‌ها به یک اندازه است. بین مشارکت اجتماعی دانشجویان به لحاظ هزینه زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ به طوری که دانشجویان با هزینه‌های زندگی ۲۹۹-۲۰۰ هزار تومان و کمتر از ۱۵۰ هزار تومان بیش از سایر دانشجویان در انتخابات شورایی‌ها مشارکت اجتماعی دارند. -

پی‌نوشت‌ها

1-Subject	14-Gossip
2-Paul	15-Conversational
3-Randall Collins	16-Generalized
4-Cultural Capital	17-Entertainment
5-Emotional Energy	18-Particularized
6-Interaction Rituals	19-Personal narration
7-Social density	20-Common mood
8-Talk	21-Common emotional
9-Rituals	22-Sterotyped I
10-Identification	23-Sound
11-Chains of Interaction Rituals	24-Weapons
12-Momentary Solidarity	25-Reputational
13-Coercive Coalitions	26-Weapons

منابع

- آتش‌بار، مهین (۱۳۷۹). "بررسی میزان مشارکت دانشجویان در واحدهای فرهنگی جهاد دانشگاهی دانشگاه فردوسی مشهد و شناسایی عوامل مؤثر بر آن". پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- اورت‌ام، راجرز و شومیکر راف، فلویید (۱۳۶۹). **رسانش نوآوری‌ها (رهیافتی میان فرهنگی)**. ترجمه عزت‌الله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: دانشگاه شیراز،
- اوکلی، مارسدن... [و دیگران] (۱۳۷۰). **رهیافتهای مشارکت در توسعه روستایی**. ترجمه‌ی منصور محمد نژاد. [تهران]: وزارت جهاد سازندگی،
- ۴ اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۷). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی**. ترجمه مریم وتر. تهران: کویر،
- بدیع، برتران (۱۳۷۶). **توسعه سیاسی**. احمد نقیب زاده. تهران، قومس،
- بشیریه، حسین (۱۳۸۰). **موانع توسعه سیاسی در ایران**. تهران: گام نو،

- بیرو، آلن (۱۳۷۰). **فرهنگ علوم اجتماعی**. ترجمه باقر ساروخانی. تهران: انتشارات کیهان،
- پاتنام، روبرت (۱۳۷۹). **دموکراسی و سنت‌های مدنی**. ترجمه محمد تقی دلفروز. تهران: نشر روزنامه سلام،
- پورمحمدی، اصغر (۱۳۷۷). "اعتماد به تلویزیون و عوامل مؤثر بر آن". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی شهید بهشتی.
- پوریا، پیروز (۱۳۷۱). «موانع توسعه در ایران؛ برخی موانع تاریخی». **ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی**. شماره ۶۰-۴۹،
- اپیترسون، جی‌ای (۱۳۷۰). «زنان، توسعه و مشارکت سیاسی در کشورهای عرب خلیج». **فخریه، سندسی، نامه فرهنگ**، سال دوم، ۱ و ۲
- ترنر، جان (۱۳۷۳). **ساخت نظریه جامعه‌شناختی**. ترجمه عبدالعلی لهسانی زاده. شیراز: نوید،
- تقوی، محمد (۱۳۷۳). «مجموعه مقاله‌های سمینار جامعه‌شناسی توسعه. جلد ۱ و ۲». تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)،
- توسلی، غلام عباس (۱۳۷۰). **نظریه‌های جامعه‌شناختی**. تهران: مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)،
- _____ (۱۳۸۲). **مشارکت اجتماعی در شرایط آنومیک**. تهران: انتشارات دانشگاه تهران،
- حقایق خراسانی بتول (۱۳۸۳). **سازمان‌های محله‌ای و مشارکت شهروندان**. تهران: مرکز مطالعات فرهنگی شهرداری،
- دارابی، علی (۱۳۸۸). **رفتار انتخاباتی در ایران**. تهران: انتشارات سروش،
- دال، رابرت (۱۳۶۴). **تجزیه و تحلیل جدید سیاست**. ترجمه حسین ظفریان. [تهران]: انتشارات مترجم،
- دانشمندی، علی (۱۳۷۷). **نقش نهادهای مدنی در توسعه اجتماعی**. «مجموعه مقالات اولین همایش تدوین برنامه سوم»، جلد سوم، تهران: سازمان برنامه و بودجه
- درباری محمد زمان (۱۳۸۱). «شوراهای محلی تجلی گاه مشارکت مردمی»، **نشریه ارزشها** شماره ۱۰۲،
- دواس، اس‌ای (۱۳۷۶). **پیمایش در تحقیقات اجتماعی**. ترجمه هوشنگ نابیی. تهران: دانشگاه تهران،
- رجب زاده، احمد (۱۳۸۲). **رفتارهای فرهنگی ایرانیان**. تهران: دفتر طرح‌های ملی، وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی،
- رضایی، عبدالعلی (۱۳۷۵). «مشارکت اجتماعی: وسیله یا هدف». **اطلاعات سیاسی و اقتصادی**. سال یازدهم، ۱ و ۲
- _____ (۱۳۷۵). «مشارکت اجتماعی؛ هدف یا ابزار توسعه». **اطلاعات سیاسی اقتصادی**. ش ۱۱۰-۱۰۹،
- رضایی محمد و فرجی مهدی (۱۳۸۴). **عرصه‌های مشارکت اجتماعی و روش‌های ترویج آن در صدا و سیما**. مرکز تحقیقات صدا و سیما
- رفع‌پور، فرامرز (۱۳۶۴). **جامعه‌روستایی و نیازهای آن**. تهران: شرکت سهامی انتشار،
- ریتز، جورج (۱۳۷۴). **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی،
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). **درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی**. تهران: کیهان،
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۲). **روشهای تحقیق در علوم اجتماعی**. جلد ۱ و ۲. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
- سیف زاده، حسین (۱۳۷۳). «تحول از مشارکت منفعلانه به مشارکت فعالانه: تأملی نظری». **مجله حقوق و علوم سیاسی**. ۳۲
- سیف زاده، حسین (۱۳۷۳). «مشارکت منفعلانه و علل تدوم آن». **مجله حقوق و علوم سیاسی**. ۲۱.
- شفیعی، شفیع (۱۳۸۷). «بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر اردبیل». پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی. شهرداری مشهد، سازمان فرهنگی و تفریحی (۱۳۸۷). **شهر، شهروند، مشارکت**.
- طالب، مهدی (۱۳۷۳). «مسائل و موانع جامعه‌شناسی توسعه روستایی در ایران». **نامه علوم اجتماعی**. شماره ۷،
- طالب، مهدی (۱۳۷۶). **مدیریت روستایی در ایران**. تهران: انتشارات دانشگاه تهران،

بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در انتخابات شوراییاری ۱۱۷

- طوسی، محمد (۱۳۷۰). **مشارکت در مدیریت و مالکیت**. تهران: مرکز آموزش و مدیریت دولتی،
- علوی تبار، علی رضا (۱۳۷۹). **مشارکت در اداری امور شهرها، جلد اول**. تهران: انتشارات سازمان شهرداریهای کشور،.
- علوی تبار، علیرضا (۱۳۷۸). «الگوهای مشارکت در جامعه مردم سالار». **نشریه شهرداری ها**. شماره ۶،
- عمید، حسن (۱۳۶۳). **فرهنگ فارسی**. تهران: امیر کبیر، چاپ اول
- غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰). «تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت اجتماعی - اقتصادی سازمان یافته روستاییان به عنوان مکانیزم‌هایی برای توسعه روستایی ایران». رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- فهادی، مرتضی (۱۳۷۳). **فرهنگ یاریگری در ایران**. تهران: نشر دانش، جلد اول
- فتحی واجارگاه، کوروش و دیبا واجاری، طلعت (۱۳۸۱). **توییت شهروندی**. [تهران]: انتشارات فاخر،
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۳). **انسان شناسی شهری**. تهران: نشر نی،
- فیضی، طاهره (۱۳۷۴). **مبانی مدیریت دولتی**. جلد دوم. تهران: دانشگاه پیام نور،
- قاسمی، زهرا (۱۳۸۱). «گونه شناسی انجمن های داوطلبانه در ایران». **مجله انجمن جامعه شناسی**. دوره چهارم، شماره ۴،
- قانون اساسی، شهریور (۱۳۷۷). چاپخانه ی مجلس شورای اسلامی .
- قرآن کریم**. زیر نظر آیت الله مشکینی. قم: چاپ و نشر الهادی،
- قوام، عبدالعلی (۱۳۷۵). «فرهنگ سیاسی در نظر خواهی از دانشوران»، نقد و نظر، سال دوم، ۳ و ۴
- کائوری، هوشین... [و دیگران] (۱۳۷۹). **مشارکت در توسعه**. ترجمه هادی غبرائی و داود طبائی. تهران: انتشارات روش،
- کریمی، سعید (۱۳۸۲). **روانه ها و راه های تقویت مشارکت مردم در صحنه های سیاسی و اجتماعی**. قم: بوستان کتاب،
- کلاتر باک، پتر، «زمینه های مشارکت شهروندان در اداره شهر تورنتو». **نشریه شهرداری ها**. شماره ۱۵، ۱۳۷۹
- کوثری، مسعود (۱۳۷۹). **مشارکت فرهنگی**. تهران: نشر آگه،
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۰). **بررسی راه های جلب مشارکت مردمی در برنامه های توسعه پایدار کشاورزی در روستاهای منطقه گرمسار**. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران،
- مصفا، نسرتین (۱۳۷۵). **مشارکت سیاسی زنان در ایران**. تهران: موسسه چاپ و انتشارات وزارت خارجه،
- ماهنامه شهرداری ها سال ششم شماره ۷۴ تیر ۱۳۸۴
- مجله ی مدیریت شهری، زمستان ۱۳۸۰، شماره ی ۸.
- مجله شهرداری ها تابستان ۱۳۸۱ شماره ۲۰
- معلوف، لویس (۱۳۶۳). **المنجد**، تهران، اسماعیلیان
- معین، محمد (۱۳۶۲). **فرهنگ فارسی**. تهران: امیر کبیر،
- وبر، ماکس (۱۳۷۱). **اخلاق پروتستان و روحیه سرمایه داری**. تهران: سمت،
- نهیج البلاغه** (۱۳۷۱). ترجمه آیتی، عبدالمحمد. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،
- هانتینگون ساموئل (۱۳۷۰). **سامان سیاسی در جوامع در دستخوش دگرگونی**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علم،
- هلد، دیوید (۱۳۶۹). «مدل های دموکراسی». ترجمه عباس مخبر. تهران: روشنگران،
- Conlins, Randal (1981). "the micro foundation of macro sociology". **American Journal of sociology**. vol.86, no.5 .
- Inkeles, Alex (1969). "Participant Citizen ship in Six developing countries". **The American political science review**. vol.63, no.4 .
- Lipset S.M (1959). **Political Man: The Social Basis Of Politics**. New York: Doubleday,

- Mcclelland, D. and Winter, D.G(1971).**Motivating Economic Achievement**. New York: The Free Press,
- Putnam, Robert(1993). "The Prosperous Community".**American Prospect**. No.13,
- Rodheye .h , C. Anneg(1996). "understanding lation political participation exploring the evidence from the lation national".**Hispanic Jounal Of behavioral science** . vol .18 , no.2 .
- Rush, Michael (1991).**politics and society an introduction to political sociological**. London: prentice Hall.
- Turner, j . H(1997). "The structure of sociological theory".wadswor puplishing company, California, sixth edition.
- Turner G(2003).**British Cultural Studies**.London: Routledge,
- Hagen E(1967).**On The Ttheory of Social Change**. New York:The Dorsay Press Inch,
- Wallace , R & A.wolf(1986). "contemporary sociological theory : continuing the classical tradition, Engelwood-cliff.
- www.davodirad.com
- www.shora-tehran.ir