

**A comparative study of the factors affecting the process and manner of participation of the citizens of Qazvin province in the ninth and tenth elections of the Islamic Consultative Assembly<sup>1</sup>**

**Fatemeh Shojaei**

Master of Political Science and Expert of Election Affairs of Qazvin Governorate, Qazvin, Iran.  
fatemeh.shojaee<sup>۱۳۳</sup>@gmail.com

**Abstract**

This article examines and compares the factors affecting the process and manner of participation of citizens of Qazvin province in the two ninth and tenth parliamentary elections. In this article, factors such as the level of participation of citizens of the province, effective factors in determining this level of participation, the impact of development parameters, the pattern of citizens' voting based on ethnicity and city and other parameters have been analyzed. Then, according to the development parameters, the constituencies of Qazvin province were divided into two categories. According to the results, one of the factors affecting citizen participation is ethnicity and ethnicity. The results show that in the first constituency, which consists of mostly multi-ethnic cities, the factor of ethnicity is less and the voting behavior of citizens according to the pattern of participatory political culture and dynamic political behavior, and in the second category constituencies, which consist of mostly single ethnic cities The factor of more ethnicity and the voting behavior of citizens is in accordance with the pattern of subordinate political culture and passive political behavior. According to statistics, the turnout in the elections of the tenth term has decreased compared to the ninth term, which can be attributed to the citizens' distrust of the candidate's election slogans, economic factors and the effects of these factors, as well as the issue of disqualification of candidates.

**Keywords:** Ninth and tenth parliamentary elections, Development parameters, Political behavior, Theory of political culture, Constituencies of Qazvin province.

---

<sup>1</sup> Received: ۲۰۱۹/۱۲/۰۱ Revision: ۲۰۱۹/۱۲/۲۶ Accepted: ۲۰۲۰/۰۱/۱۲

## بررسی مقایسه‌ای عوامل مؤثر بر روند و نحوه مشارکت شهروندان استان قزوین در انتخابات دوره نهم و دهم مجلس شورای اسلامی

فاطمه شجاعی

کارشناس ارشد علوم سیاسی و کارشناس امور انتخابات استانداری قزوین، قزوین، ایران.

fatemeh.shojaee<sup>۳۲۳۲</sup>@gmail.com

### چکیده

در این مقاله به بررسی و مقایسه عوامل مؤثر بر روند و نحوه مشارکت شهروندان استان قزوین در دو انتخابات نهم و دهم مجلس پرداخته شده است. عواملی همچون میزان مشارکت شهروندان استان، عوامل مؤثر در تعیین این میزان مشارکت، بررسی تاثیر پارامترهای توسعه‌ای، الگوی رأی‌دهی شهروندان براساس متغیر قومیت و شهر و سایر پارامترها، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در ادامه با توجه به پارامترهای توسعه‌ای، حوزه‌های انتخابیه استان قزوین به دو دسته تقسیم گردیدند. طبق نتایج به دست آمده، یکی از عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان، عامل قومیت و قوم‌گرایی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که در حوزه‌های انتخابیه دسته اول که متشکل از شهرهای اکثراً چندقومیتی می‌باشد، عامل قومیت کم‌رنگ‌تر و رفتار رأی‌دهی شهروندان مطابق با الگوی فرهنگ سیاسی مشارکتی و رفتار سیاسی پویا بوده و در حوزه‌های انتخابیه دسته دوم که متشکل از شهرهای اکثراً تک قومیتی می‌باشد، عامل قومیت پررنگ‌تر و رفتار رأی‌دهی شهروندان مطابق با الگوی فرهنگ سیاسی تبعی و رفتار سیاسی منفعل می‌باشد. طبق آمار بدست آمده، میزان مشارکت شهروندان در انتخابات دوره دهم نسبت به دوره نهم کاهش داشته که از عوامل آن می‌توان به بی‌اعتمادی شهروندان نسبت به شعارهای انتخاباتی کاندیدا، عوامل اقتصادی و تاثیرات این عوامل و همچنین مسئله رد صلاحیت نامزدها اشاره نمود.

**کلیدواژه‌ها:** انتخابات نهم و دهم مجلس، پارامترهای توسعه‌ای، رفتار سیاسی، نظریه فرهنگ سیاسی، حوزه‌های انتخابیه استان قزوین.

## مقدمه

یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در ارزیابی ابعاد جمهوریت نظام اسلامی ایران، برگزاری انتخابات و گزینش برخی از شخصیت‌های حقوقی و مسئولیت‌های سیاسی و اجتماعی با آراء مردم است. در ایران اسلامی پس از انقلاب سال ۱۳۵۷، رئیس‌جمهور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، نمایندگان مجلس خبرگان رهبری و اعضای شورای اسلامی شهرها و روستاها بر اساس رأی مردم انتخاب می‌شوند. با توجه به این موضوع، انتخابات به‌عنوان عرصه تجلی حضور سیاسی مردم و آزمونی برای مشروعیت نظام محسوب شده و هر یک از گروه‌ها، احزاب و جریانات سیاسی که وارد عرصه انتخابات می‌شوند به دنبال کسب پیروزی هستند. اما این مشارکت و تصمیم‌گیری بستگی به عواملی دارد که با بررسی و مقایسه این عوامل، می‌توان رفتار انتخاباتی مردم یک کشور، استان و یا یک شهر را مورد بررسی قرار داده و نظام‌های سیاسی را در رسیدن به یک وضعیت مطلوب یاری رساند. از جمله این وضعیت‌های مطلوب، می‌توان به پارامترهای توسعه‌ای، همانند توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اشاره نمود. بدین صورت که هر اندازه میزان پارامترهای توسعه‌ای بیشتر و نتیجه آن ملموس‌تر باشد، حضور مردم نیز در انتخابات بیشتر خواهد بود و بالعکس.

## بیان مسئله

انتخابات و تکیه بر رأی‌گیری عمومی به‌عنوان سنگ‌بستر دموکراسی و رهیافتی به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار انسانی، از جمله اشکال اساسی مشارکت سیاسی شهروندان برای تأثیرگذاری به‌گزینش اعضای حکومت، برنامه‌ها و انتقال اراده ملت به دولتمردان جهت اداره کشور است. در این میان، انتخابات پارلمان هر کشور، به‌عنوان نهادی که وظیفه قانون‌گذاری و نظارت سطح کلان را عهده‌دار است، دارای جایگاه ویژه‌ای است؛ اما این مشارکت و تصمیم‌گیری بستگی به عواملی دارد که با بررسی و مقایسه این عوامل، می‌توان رفتار انتخاباتی مردم یک کشور، استان و یا یک شهر را مورد بررسی قرار داده و نظام‌های سیاسی را در رسیدن به یک وضعیت مطلوب یاری رساند. متأسفانه در سال‌های اخیر در کشور ما به‌دلیل تغییر اساسی در فضای سیاسی کشور با روی کار آمدن دولت‌های جدید و تمایل دولت‌ها با همسو کردن مجلس شورای اسلامی با سیاست‌های خود، تحولاتی در دولت‌ها برای گزینش حزب و یا افراد خاص، همسو با آن دولت برای عضویت در مجلس انجام شده است.

در این مقاله برآنیم تا به بررسی و مقایسه عوامل مؤثر بر روند و نحوه مشارکت شهروندان استان قزوین و چگونگی تأثیر عوامل ذکر شده در دو انتخابات اخیر مجلس شورای اسلامی پردازیم و در این راستا تأثیر عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و میزان این تأثیرات را در مشارکت شهروندان استان قزوین در دو دوره اخیر انتخابات مجلس شورای اسلامی مورد مطالعه قرار خواهیم داد.

## مروری بر ادبیات تحقیق

در پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان استان کرمانشاه طی دوره اول تا پنجم مجلس شورای اسلامی از دیدگاه کارشناسان استان کرمانشاه» به بررسی و ارائه نظریه‌های پدیده مشارکت و عوامل مؤثر بر رفتار سیاسی و چگونگی تأثیرگذاری تعدادی از عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و روانی بر ترجیحات رأی‌دهی و تأثیر آن در فرآیند مشارکت انتخاباتی مردم استان کرمانشاه، پرداخته شده است.

در این راستا، گرایش سیاسی نامزدها و رأی‌دهندگان، شعارهای تبلیغاتی کاندیداها در زمینه رفع مشکل بیکاری، بهبود اوضاع اقتصادی و ایجاد رفاه، وابستگی قومیتی، میزان تحصیلات نامزدها و رأی‌دهندگان، احترام به منزلت اجتماعی افراد و اعتماد به آنان، رفتار سیاسی زنان در انتخابات، بافت شهر و تأثیر آن بر انتخابات، نوع تصاویر تبلیغاتی و ظاهر کل نامزدها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در این پژوهش، از روش تحلیلی استفاده شده و نتایج پژوهش، حاکی از این است که تمام متغیرهای ذکر شده به درجاتی در رفتار رأی‌دهی مردم استان مؤثر بوده است و هریک از متغیرهای مورد نظر به تنهایی نمی‌توانند تعیین‌کننده ترجیحات رأی‌دهی شهروندان باشند؛ بلکه ممکن است دو یا چند متغیر باهم تعیین‌کننده ترجیحات رأی‌دهی شهروندان باشند (شهیدی‌نیا، ۱۳۷۹).

در مقاله‌ای تحت عنوان «فرهنگ سیاسی قبیله‌ای و مشارکت سیاسی در استان ایلام» به بررسی هشت دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایلام پرداخته شده است (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۳). طبق نتیجه‌گیری به عمل آمده از این مقاله، محقق، نگاه طایفه‌ای و داشتن پایه‌های مستحکم ایلی را عامل مهمی در موفقیت و کسب اکثریت آرای مردم دانسته است. به این مفهوم که با وجود افزایش آگاهی و درک مردم از حق انتخاب و نقش و وظایف خود در سیستم سیاسی، همچنان مشارکت سیاسی مردم به دلیل غلبه فرهنگ قبیله‌ای، بر مبنای احساسات و تعصبات و به دور از عقلانیت است. آنچه از این پژوهش استنباط می‌شود غلبه فرهنگ سیاسی - قبیله‌ای در استان ایلام است که این نوع فرهنگ سیاسی، موجب تسلط وجوه سنتی و غلبه ارزش‌های قومی بر عقلانیت در رفتار انتخاباتی مردم شده است.

در مقاله دیگری تحت عنوان «نقش پندارهای جناحی در رفتار انتخاباتی»، محقق، رفتار انتخاباتی را مؤلفه‌ای دوبعدی متأثر از چگونگی سلوک نامزدها و روش انتخاباتی رأی‌دهندگان و تعاملات آن دو می‌داند. وی نقش پندارهای انتخاب‌کنندگان را عامل مهمی در تبیین رفتار رأی‌دهندگان می‌داند. این پندارها چون معلول ساختارهای محیطی است؛ بنابراین، کارکردهایشان در طول زمان فرق خواهد کرد. بدین‌سان، طبیعی است که در دوره‌های گوناگون انتخابات، نتایج متفاوتی داشته باشد. آنچه در انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا، مجلس هفتم و انتخابات نهم ریاست‌جمهوری رخ داد؛ شگفت‌انگیز نبود. بلکه تغییر در عملکرد رأی‌دهندگان، برآیند دگرگونی در پندارهای آنان و بر پایه روشی بود که برای رأی دادن در شرایط جدید، برگزیده بودند. بر این پایه، شیوه رأی‌دهی انتخاب‌کنندگان بیشتر متأثر از ویژگی‌های ساختاری چون، نهادینه نبودن احزاب، همسان نبودن نهادهای اجتماعی، توسعه شتابان، وجود روش‌های گوناگون در اداره سیاست، اقتصاد، فرهنگ و شدت گرفتن تعارض‌های هنجاری و

گسترش ابعاد آن معرفی شده است. در چنین فضایی، باورها و عقاید سیاسی رأی‌دهندگان برحسب احزاب سیاسی و مواضع آن‌ها، قطبی نشده و رفتار رأی‌دهی در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد (گلابچی، ۱۳۸۴).

در مقاله دیگری تحت عنوان «تحلیل رفتار ایرانیان (مورد مطالعه حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس در انتخابات دوره هشتم مجلس شورای اسلامی)» به بررسی برخی عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم ایران پرداخته شده و در ادامه، رفتار انتخاباتی شهروندان در حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج به دست آمده در مورد رفتار انتخاباتی ایرانیان، گویای این واقعیت است که در سال‌های پس از انقلاب به علل گوناگون، از جمله شرایط سیاسی سال‌های ابتدایی انقلاب، وقوع جنگ و مشکلات اقتصادی بعد از آن، عدم تمایل مردم به بیان مطالبات سیاسی خود، اعتماد بالای مردم به مسئولان و عوامل دیگر، نگاه مردم به انتخابات در این دوران با وجود دشمنان مشترک برای همه، چندان سیاسی نباشد و این به نوعی، همبستگی و مسئولیت‌پذیری را در میان آنان ایجاد کرد و موجب حضور قوی در همه عرصه‌ها شد. در این دوران، رفتار انتخاباتی مردم نه تحت تأثیر احزاب، بلکه بیشتر زاده شرایط اجتماعی و اقتصادی آن دوران بوده و ملاک و معیار ارزیابی نامزدهای انتخاباتی برای مردم، داشتن سوابق مبارزاتی در قبل از انقلاب اسلامی، نزدیکی و ارادت به امام خمینی بود. وجود این معیارها تا پایان جنگ، تأثیر اصلی در نتیجه انتخابات داشته است. در مورد رفتار انتخاباتی حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس، رفتار انتخاباتی مردم در این حوزه بیشتر تحت تأثیر شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر منطقه بوده است (بایی لاشکی و پیشگاهی‌فرد، ۱۳۸۸).

در مقاله دیگری تحت عنوان «بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد، در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی» عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهی شهروندان این شهر بررسی شده است. نتایج مهم به دست آمده در این مقاله، گویای این واقعیت است که ساختار قومی-قبیله‌ای به عنوان یکی از مهم‌ترین رفتار انتخاباتی شهروندان است. از دیگر نتایج به دست آمده در این مقاله این است که نقش نخبگان در رفتار انتخاباتی شهروندان، از عوامل تعیین‌کننده است (نیک‌فر و اکبری، ۱۳۹۴).

در مقاله دیگری تحت عنوان «عوامل مؤثر بر الگوی رأی‌دهی مردم، مورد مطالعه شهرستان اردل در انتخابات مجلس شورای اسلامی» عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی رأی‌دهی مردم این شهرستان در انتخابات مجلس شورای اسلامی و شناسایی خصایص و ویژگی‌های این الگو بررسی شده است. براساس داده‌های به دست آمده، می‌توان نتیجه گرفت که اعتقادات مذهبی، تحصیلات، نفوذ سیاسی، موقعیت اجتماعی، سوابق اجرایی و شجاعت کاندیدها، به عنوان الگوی رأی‌دهی مردم شهرستان اردل شناخته شده است (قجری و دیگران، ۱۳۹۰).

## مروری بر نظریه‌های رفتار انتخاباتی

### ➤ الگوی روان‌شناسی اجتماعی

انتخابات از حیث سطح‌بندی دارای سه سطح کلان (جامعه)، میانه (حزب، طایفه و خانواده) و خرد (تصمیم‌گیری فرد) است. تعامل میان سه سطح با یکدیگر منجر به این می‌شود که در پاره‌ای از موارد بتوان از رویکرد و نظریه روان‌شناختی اجتماعی برای

تعالی و تبیین رفتار انتخاباتی استفاده نمود. از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، رفتار انتخاباتی پدیده‌ای روان‌شناختی - اجتماعی است که معرف نوعی عمل سیاسی است. اصولاً این رفتار خاستگاه خانوادگی دارد و به‌صورت ارثی از فردی به فردی و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (دارابی، ۱۳۸۸).

#### ➤ الگوی اقتصاد سیاسی

رفتار انتخاباتی از دیدگاه اقتصاد سیاسی، مبتنی بر الگوهای عقلانی رفتاری و عمل انتخابات سیاسی و تابع آزادی اراده و اختیار انسانی است. براساس این دیدگاه، رأی‌دهندگان غالباً بر طرح‌ها، عقاید و برنامه‌های نامزدها و احزاب توجه دارند و به شکلی معقول، دست به انتخاب زده و برنامه‌هایی را انتخاب می‌کنند که بیشترین منافع را برایشان دربرداشته باشد. بدین معنی که رفتار انتخاباتی با محاسبه عقلانی سود و زیان (هزینه و فایده) صورت می‌گیرد و رأی‌دهنده در صورت احساس زیان در انتخابات، معامله سیاسی خود را فسخ کرده و با احساس نامطلوب بودن منتخب یا منتخبان خود، برای دور بعدی آن‌ها را انتخاب نمی‌کند (دارابی، ۱۳۸۸، ص ۲). کرامر<sup>۱</sup> شاید اولین کسی باشد که این فرضیه را که نتایج انتخابات به‌شدت به نتایج اقتصادی بستگی دارد، آزمایش کرده است. از آن‌زمان، این گزاره ظاهراً ساده، به اصل بنیادین تحقیقات نوین در زمینه رفتار انتخاباتی تبدیل شده است. طبق مطالعات و پژوهش‌های انجام‌شده در اروپا و ایالت متحده، رکود اقتصادی به‌اندازه طبقه اجتماعی، مذهبی و هویت حزبی یا حتی بیشتر از آن، بر سیاست انتخاباتی تأثیر دارد (دارابی، ۱۳۸۸).

#### ➤ نظریه فرهنگ سیاسی

گابریل آلموند<sup>۲</sup> برای نخستین‌بار فرهنگ سیاسی را این‌گونه تعریف کرد: هر نظام سیاسی در درون، الگوی خاصی از جهت‌گیری برای کنش سیاسی دارد که خوب است آن را فرهنگ سیاسی بنامیم. او بر این نظر است که وقتی از فرهنگ سیاسی یک جامعه سخن می‌گوییم؛ در واقع به نظام سیاسی، به همان وجهی که در قالب شناخت‌ها، احساسات و ارزشیابی‌های اعضای آن و در ذهن و روح آن جای‌گیر شده است؛ نظر داریم (چیلکوت، ۱۳۷۸، ص ۳۴۵).

#### چارچوب نظری تحقیق

طبق بررسی نظریه‌های مرتبط، الگوی جامعه‌شناسی سیاسی را می‌توان در انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان قزوین به این شکل تبیین نمود که در حوزه‌های انتخابیه با شهرهای کوچک‌تر و اکثراً روستانشین (کمتر توسعه‌یافته)، رأی‌دهندگان سعی می‌کنند به هم طایفه‌ای و یا در سطحی کلان‌تر، به هم قوم خود رای دهند. این انتخاب را می‌توان به دلیل احساس هم‌بستگی بیشتر با فرد موردنظر، دانست. در مورد حوزه‌های انتخابیه با شهرهای بزرگ‌تر (توسعه‌یافته)، فرد از نظر سیاسی، آن‌گونه می‌اندیشد که از نظر اجتماعی، در آن به سر می‌برد و عوامل اجتماعی، تعیین‌کننده گرایش‌های سیاسی افراد است. بنابراین، در این حالت انتخاب عقلانی‌تر و به دور از وابستگی‌های شدید است.

<sup>۱</sup> kramer

<sup>۲</sup> Gabriel Almond

در ادامه با انتخاب نظریه آلموند که به رفتار سیاسی شهروندان استان قزوین نزدیک است، می‌توان گفت هرچه میزان توسعه‌یافتگی در یک جامعه بیشتر باشد، نگرش ادراکی در آن جامعه بیشتر بوده و انتخاب افراد، عقلانی و مبتنی بر ارزشیابی است. در نتیجه، فرهنگ سیاسی مشارکتی و رفتارهای عقلانی و مبتنی بر ادراک و شناخت عقلانی بر سایر وجوه احساسی و سنتی غلبه دارد. بالعکس، هرچه میزان توسعه‌یافتگی در یک جامعه کمتر باشد، نگرش احساسی در آن جامعه بیشتر بوده و رفتار رأی‌دهی مردم بر اساس نوعی رفتار، احساسی، سنتی و کمتر عقلانی بوده است. بنابراین، فرهنگ تبعی و جهت‌گیری عاطفی بر سایر وجوه عقلانی و مبتنی بر ادراک غلبه دارد.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

#### آمار ثبت‌نام‌کنندگان دوره‌های نهم و دهم مجلس در استان

تعداد نامزدهای ثبت‌نام‌کننده در انتخابات دوره نهم مجلس شورای اسلامی در کل استان ۸۱ نفر و در انتخابات دهم مجلس شورای اسلامی ۱۵۳ نفر بوده، که حدوداً دو برابر شده است. طبق آمار، از مجموع ثبت‌نام‌کنندگان در دوره نهم مجلس شورای اسلامی، ۹۵/۰۶ درصد مرد و ۴/۹۴ درصد زن در این انتخابات ثبت‌نام کرده‌اند. با توجه به تعداد نامزدهای ثبت‌نام‌کننده در دو انتخابات، مشاهده می‌شود که تعداد داوطلبان زن شرکت‌کننده در انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی نسبت به دوره نهم حدود ۱۰ درصد افزایش داشته است. یکی از دلایل افزایش مشارکت زنان را می‌توان نشأت گرفته از حضور دولت یازدهم و شعارهای دولت مبنی بر استفاده از زنان در پست‌های مدیریتی دانست. همچنین، تمایل زنان برای مشارکت در عرصه‌های سیاسی و تصمیم‌گیری را نیز می‌توان، از دلایل دیگر این میزان مشارکت در بین نامزدها دانست. طبق آمار در انتخابات دهم مجلس، تعداد ثبت‌نام داوطلبان اصلاح‌طلب نسبت به داوطلبان اصولگرا افزایش داشته است. یکی از دلایل این افزایش را می‌توان وجود دولت یازدهم و حمایت اصلاح‌طلبان از روی کار آمدن این دولت و همچنین، فضای باز سیاسی به وجود آمده در این دوره، دانست.

#### آمار مقایسه‌ای رد صلاحیت‌شدگان دوره‌های نهم و دهم

جدول مقایسه‌ای تعداد نامزدهای مجلس شورای اسلامی در دوره نهم و دهم مجلس شورای اسلامی در استان قزوین به شرح زیر است:

جدول ۱- آمار مقایسه‌ای رد صلاحیت شدگان دوره‌های نهم و دهم

انتخابات مجلس	تاریخ انتخابات	تعداد ثبت‌نام	رد صلاحیت	تأیید صلاحیت	درصد رد صلاحیت	میزان مشارکت
دوره نهم	۱۳۹۰/۱۲/۱۲	۸۱	۳۱	۵۰	۳۸/۲	۶۸/۲۵
دوره دهم	۱۳۹۴/۱۲/۰۱	۱۵۳	۷۴	۷۹	۴۸/۳۷	۶۱

طبق آمار، در انتخابات دوره نهم مجلس شورای اسلامی، ۸۱ داوطلب شرکت کرده‌اند که ۵۰ نفر آنان تأیید صلاحیت و ۳۱ نفر رد صلاحیت شده‌اند. درصد رد صلاحیت در این دوره ۳۸/۲ درصد بوده است. در انتخابات دهم، تعداد کل داوطلبان شرکت‌کننده ۱۵۳ نفر بوده است که ۷۹ نفر آنان تأیید صلاحیت و ۷۴ نفر رد صلاحیت شده‌اند. درصد رد صلاحیت در این دوره ۴۸/۳۷ درصد بوده است. بنابراین، درصد رد صلاحیت داوطلبان شرکت‌کننده در دوره دهم مجلس شورای اسلامی نسبت به دوره نهم در استان قزوین حدود ۱۰/۱۷ درصد افزایش داشته است.

#### آمار میزان مشارکت شهروندان استان در انتخابات نهم و دهم مجلس

آمار میزان مشارکت واجدین شرایط دوره نهم و دهم مجلس شورای اسلامی با توجه به تعداد آرای مأخوذه در صندوق‌های رأی و به تفکیک حوزه انتخابیه در قالب جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۲- مقایسه میزان مشارکت مردم در انتخابات مجلس نهم و دهم در کل استان

درصد افزایش/کاهش	آمار دهمین دوره مجلس شورای اسلامی					آمار نهمین دوره مجلس شورای اسلامی					حوزه انتخابیه
	درصد مشارکت	آراء باطله	آراء صحیح	آراء مأخوذه	آراء ثبت‌نشده	درصد مشارکت	آراء باطله	آراء صحیح	آراء مأخوذه	آراء ثبت‌نشده	
-۶/۴	۵۶.۷	۳۱۷۶۸	۳۳۲۴۸۸	۳۶۴۲۵۶	۶۴۲۷۷۶	۶۳/۱۰	۲۰۸۶۵	۳۲۴۴۰۶	۳۴۵۲۷۱	۵۴۶۵۶۱	قزوین، آبیگ و البرز
-۱۲/۰۹	۶۹.۴	۳۸۶۸	۸۳۵۶۵	۸۷۴۳۳	۱۲۶۰۲۷	۸۱/۴۹	۲۰۹۰	۹۲۹۱۶	۹۵۰۰۶	۱۱۶۵۸۱	تاکستان
-۴/۲۵	۷۵.۸	۲۹۱۶	۸۶۴۴۱	۸۹۳۵۷	۱۱۷۹۶۳	۸۰/۰۵	۱۶۹۸	۸۲۱۲۵	۸۳۸۲۳	۱۰۴۷۰۳	بوئین‌زهره و آوج
-۷/۲۵	۶۱	۳۸۵۵۲	۵۰۲۴۹۴	۵۴۱۰۴۶	۸۸۶۷۶۶	۶۸/۲۵	۲۴۶۵۳	۴۹۹۴۴۷	۵۲۴۱۰۰	۷۶۷۸۴۵	استان



طبق آمار، در انتخابات نهم مجلس شورای اسلامی، درصد مشارکت در استان ۶۸/۲۵ درصد بوده؛ در صورتی که درصد مشارکت در کل کشور، حدود ۶۴ درصد بوده است بنابراین، در انتخابات نهم، درصد مشارکت شهروندان استان قزوین حدود ۴/۲۵ درصد بیشتر از میانگین کشوری است. در انتخابات دهم مجلس شورای اسلامی، درصد مشارکت در استان ۶۱ درصد بوده؛ در صورتی که درصد مشارکت در کل کشور، حدود ۶۲ درصد بوده است. بنابراین، در انتخابات دهم، درصد مشارکت شهروندان استان، حدود یک درصد از میانگین کشوری هم کمتر بوده است. در مجموع، درصد مشارکت شهروندان استان، در انتخابات دوره دهم نسبت به انتخابات دوره نهم، حدود ۷/۲۵ درصد کاهش داشته است.

### نرخ رشد جمعیت در شهرستان‌های استان قزوین

بر طبق نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن مرکز آمار ایران، نرخ رشد جمعیت در استان قزوین در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۰ مطابق با جدول زیر است:

جدول ۳- نرخ رشد جمعیت در شهرستان‌های استان قزوین

ردیف	شهرستان	مرکز	جمعیت سال ۱۳۹۰	جمعیت سال ۱۳۹۵	سال تأسیس	تغییر
۱	قزوین	قزوین	۵۶۶۷۷۳	۵۹۶۹۳۲	۱۳۱۶	+۵/۳۲٪
۲	البرز	الوند	۲۰۳۲۷۶	۲۴۲۸۶۵	۱۳۸۳	+۱۹/۴۸٪
۳	تاکستان	تاکستان	۱۷۲۹۴۹	۱۷۲۶۳۶	۱۳۵۹	-۰/۱۸٪
۴	بوئین‌زهرا	بوئین‌زهرا	۱۶۴۷۲۳	۱۲۲۹۹۴	۱۳۷۵	-۲۵/۳۳٪
۵	آبیک	آبیک	۹۸۴۴	۹۴۵۳۶	۱۳۷۵	+۰/۷۴٪
۶	آوج	آوج	-	۴۳۷۹۸	۱۳۴۳	-

طبق آمار، شهرستان البرز با نرخ رشد جمعیتی ۱۹/۴۸+ درصد، شهرستان قزوین با نرخ رشد ۵/۳۲+ درصد و شهرستان آبیک با نرخ رشد ۰/۷۴+ درصد، دارای رشد جمعیتی مثبت بوده‌اند. در حالی که شهرستان تاکستان با نرخ رشد جمعیتی ۰/۱۸- درصد، دارای رشد جمعیتی منفی بوده است. کاهش رشد جمعیتی شهرستان بوئین‌زهرا به علت جدایی دو بخش آوج و آبگرم از این شهرستان و تشکیل شهرستان آوج بوده است. اگر جمعیت شهرستان آوج را نیز جزو شهرستان بوئین‌زهرا بدانیم، افزایش رشد جمعیت این شهرستان ۱/۲۵+ درصد، رشد مثبت داشته است. همچنین، لازم به ذکر است که نرخ کم رشد جمعیتی شهرستان آبیک، به علت طرح الحاق بخشی این شهرستان به شهرستان البرز بوده است. بنابراین، می‌توان گفت حوزه انتخابیه قزوین، آبیک و البرز، با نرخ رشد جمعیتی بالاتری نسبت به حوزه انتخابیه بوئین‌زهرا و تاکستان بوده‌اند. اگر بافت اقتصادی، اجتماعی و

فرهنگی را محور توسعه‌یافتگی بدانیم؛ در ایران، بافت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در شهرها، تحولات بیشتری نسبت به روستاها دارند (رضوانی، ۱۳۸۹). در نتیجه، بر این مبنا و طبق نظریات بررسی شده می‌توان فرض نمود شهرنشینی و افزایش رشد جمعیت و سطح سواد، نشان از سطح توسعه‌یافتگی بیشتر است. طبق این نظریه، می‌توان حوزه‌های انتخابیه استان قزوین را به دو دسته کمتر توسعه‌یافته و توسعه‌یافته (در حال توسعه) تقسیم‌بندی نمود. بدین صورت که حوزه انتخابیه قزوین، آبیک و البرز را جزء مناطق توسعه‌یافته (در حال توسعه) و حوزه‌های انتخابیه بویین‌زهرا و تاکستان را جزء مناطق کمتر توسعه‌یافته در نظر گرفت.

### الگوی رأی‌دهی شهروندان بر اساس متغیر قومیت و شهر

تعدد و تنوع اقوام تشکیل‌دهنده جامعه ایران به نحوی است که اطلاق واژه‌های «کثیر القوم» و «جامعه چند قومی» بر ترکیب جمعیتی آن، از واقعیتی غیر قابل انکار خبر می‌دهد. حضور و زندگی قومیت‌های مختلف چون فارس‌ها، آذری‌ها، کردها، بلوچ‌ها، ترکمن‌ها، عرب‌ها و لرها در جوار یکدیگر و در چارچوب جغرافیای سیاسی واحد، بیانگر تنوع فرهنگی - قومی جامعه ایران است. در واقع، الگوی فرهنگی - قومی کشور ایران همانند فرش‌های چشم‌نواز و نفیس کشورمان که به‌رغم ویژگی‌های مشترک، از رنگ‌ها و طرح‌های متمایز و متنوعی بهره برده و بافته شده‌اند. الگوی پیچیده‌ای، متشکل از گروه‌های قومی، زبانی، مذهبی، نژادی، فرهنگی و منطقه‌ای را به معرض نمایش می‌گذارد؛ تا جایی که به جرئت می‌توان ادعا کرد؛ این تنوع و پیچیدگی، خصیصه بنیادی - نه خاص - جامعه ایران است (مقصودی، ۱۳۸۵).

بنابراین، افزایش یا بالا بودن نرخ مشارکت در مناطق قومی را نیز، تا حدودی می‌توان بر این پایه تحلیل کرد. چراکه معمولاً مناطق قومی کشور از حیث شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی توسعه، شرایط مناسبی نداشته و جزء مناطق کمتر توسعه‌یافته هستند. یکی دیگر از دلایل مشارکت اقوام در انتخابات مجلس شورای اسلامی و سایر انتخابات، بدان دلیل است که اهالی این مناطق، از فضای انتخاباتی به‌عنوان یک فرصت بی‌بدیل برای مشارکت سیاسی بهره می‌جویند؛ که در این زمینه دو توجیه مهم قابل طرح است:

نخست آنکه، انتخابات، فرصتی برای «بیان هویت» و اعلام حضور اقوام در فضای سیاسی کشور است و امکان ارائه خود جمعیتی یا هویت قومی را به‌عنوان یک کنش‌گر سیاسی فراهم می‌سازد. علت این مطلب را هم باید در فرصتی دانست که نظام سیاسی برای ابراز هویت ایجاد می‌کند.

مورد دوم نیز، به مسئله مطالبات انباشته اهالی مناطق قومی، مربوط می‌شود؛ یعنی انتخابات شرایطی برای طرح مطالبات و تقاضاهای دسته‌جمعی اقوام به وجود می‌آورد و اقوام تصور می‌کنند امکان بیان و پیگیری تقاضاهای عمومی‌شان با کمترین هزینه در زمان انتخابات فراهم است.

بنابراین، کاندیداهای هوشیار نیز با بررسی و شناخت این موضوعات و با انگشت گذاشتن بر این نیازها، مطالبات خود را به‌عنوان سخنگو و تریبون این مطالبات معرفی کرده و ادعای حل و فصل و پاسخ‌گویی به آن‌ها را می‌کنند؛ تا از این طریق حداکثر آرا را به سبد رأی خود و صندوق‌های اخذ رأی جذب کنند. در واقع، اقوام احساس می‌کنند؛ از طریق این کاندیدها می‌توانند

هویت متفاوت فرهنگی خود را به رخ کشیده و از سوی دیگر انتظار دارند که کاندیدهای منتخب، پیگیر مطالباتشان در مرکز کشور باشند. چون تصور آنها بر این است که امکان طرح و پیگیری آنها در فضای غیر انتخاباتی میسر نیست. بنابراین، در هنگام انتخابات، تبلور و ظهور بیرونی می‌یابند. این عوامل سبب می‌شوند، مشارکت سیاسی در انتخابات مجلس به صورت طبیعی افزایش شدیدی یابد و دلیل این امر این است که ماهیت رقابتی محلی بیشتری در میان کاندیدا به وجود می‌آید. در استان قزوین نیز در بررسی انجام شده، بین نوع شهر (بزرگ و کوچک) و کاندیدای هم قومیت رابطه وجود دارد. بدین صورت که در شهرهای با جمعیت زیاد و اکثراً چند قومیتی، ۷۴/۷ درصد مردم، کاندیدای هم قومیتی را در رفع مشکلاتشان مؤثر دانسته و در شهرهای با جمعیت کم و اکثراً تک قومیتی، ۹۷/۳ درصد مردم، کاندیدای هم قومیت را در رفع مشکلاتشان مؤثر ارزیابی کرده‌اند (شیشه‌گرها، ۱۳۹۶).

طبق دسته‌بندی انجام شده که بر مبنای جمعیت شهری و روستایی، رشد جمعیت و سطح سواد بین حوزه‌های انتخابیه استان صورت گرفت و با توجه به نتایج بررسی‌های انجام شده، می‌توان به این نتیجه رسید که در حوزه‌های انتخابیه کمتر توسعه یافته (بویین‌زهرا و تاکستان)، قومیت و قوم‌گرایی، یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در میزان مشارکت شهروندان در این دو حوزه انتخابیه بوده است. با توجه به اینکه رقابت‌های محلی میان کاندیدا و تلاش برای کسب آرای بیشتر در مناطق قومی به طور طبیعی، موجب افزایش مشارکت اقوام در انتخابات می‌شود؛ می‌توان یکی از عوامل افزایش قابل توجه میزان مشارکت حوزه‌های انتخابیه بویین‌زهرا و تاکستان را نسبت به حوزه انتخابیه قزوین، آبیگ و البرز در دو دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی را نشأت گرفته از این موضوع و موضوعات مربوط به قوم‌گرایی دانست.

**بررسی شعارهای انتخاباتی نامزدهای دوره نهم و دهم انتخابات مجلس شورای اسلامی از منظر رویکردهای توسعه‌محور**  
در جریان انتخابات، گروه‌ها و احزاب سیاسی تلاش می‌کنند برای کسب قدرت، بر پایه اصول سیاسی متفاوتی باهم به رقابت بپردازند و در صورت انتخاب، سیاست موردنظر خود را به اجرا گذارند. شناخت اهداف و برنامه‌های ارائه شده از سوی رقبای انتخاباتی و ادراک ترجیحات و اولویت‌های آنها برای توسعه کشور، می‌تواند داده‌های مفیدی برای شناخت رفتارهای سیاسی، سیاست‌گذاری عمومی، برنامه‌ریزی واقع‌بینانه و نقد ساختارها و روش‌های موجود، فراهم آورد (طالب و دیگران، ۱۳۹۰).  
در ادامه به بررسی شعارهای انتخاباتی نامزدهای دوره نهم و دهم مجلس شورای اسلامی در حوزه‌های انتخابیه استان قزوین، از منظر رویکردهای توسعه‌محور (پارامترهای توسعه‌ای) خواهیم پرداخت. جمعیت آماری پژوهش، اقلام تبلیغاتی کاندیداهای نهم و دهم انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه‌های انتخابیه استان قزوین است که در انتخابات شرکت و درصد بالایی از آرا را کسب نموده‌اند.

منظور از شعار تبلیغاتی در این پژوهش، همه نوشته‌هایی است که با هدف جلب توجه رأی‌دهندگان و جذب آرای آنان، در متن تبلیغاتی شکل‌ها و کاندیداها به عنوان اهداف، برنامه‌ها و یا دیدگاه‌ها اعلام شده بود. پس از مطالعه اکتشافی و با توجه به ابعاد مفهومی توسعه، با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در این زمینه، محور شعارهای انتخاباتی نامزدها، شامل دامنه متنوعی از

اهداف و مقوله‌های توسعه‌ای بوده است؛ که در مجموع هشت محور اصلی فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، رفاهی خدماتی - اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی اداری و نهایتاً مقوله تولیدی که با دو زیر مقوله صنعت و معدن و کشاورزی، در نظر گرفته شده است؛ برای تجزیه و تحلیل شعارهای تبلیغاتی، انتخاب شده‌اند.

نتایج بررسی در انتخابات نهم نشان می‌دهد، از میان اهداف و برنامه‌های اعلام شده، ابعاد رفاهی - خدماتی و تولید در بخش صنعت و اقتصادی - مالی بیش از سایر ابعاد مورد توجه کاندیداها و نامزدهای این دوره قرار گرفته‌اند و به ترتیب در رتبه‌های اول و دوم شعارهای انتخاباتی کاندیدا قرار دارند. سایر ابعاد توسعه نیز در رده‌های بعدی اهداف و برنامه‌های کاندیدا قرار گرفته‌اند. بنابراین، می‌توان گفت طرح شعارهای اقتصادی برای افراد کاندیدا اولویت بالاتری داشته است. همچنین، ترجیحات رأی‌دهندگان و میزان تأثیر پارامترهای توسعه‌ای در آرای شهروندان در انتخابات دوره نهم مجلس شورای اسلامی را می‌توان حاوی مسائلی از قبیل تأمین نیازهای اولیه و ارائه خدمات عمومی به شهروندان، افزایش و بهبود سطح درآمد، توزیع عادلانه یارانه‌ها، فقرزدایی، اشتغال، گسترش تأمین اجتماعی، پس‌انداز، داشتن امنیت شغلی، ایجاد فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی و بومی در جهت به‌کارگیری نیروی کار جوان و بیکار منطقه، حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و همچنین در بخش تولیدی با توجه به صنعتی بودن استان، مقوله‌هایی همچون راه‌اندازی مجدد کارخانه‌های غیرفعال و نیمه فعال، ایجاد کارخانه‌های صنایع تبدیلی متناسب با محورهای توسعه استان، اعطای سازوکارهای تشویقی به سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان، دانست. نتایج بررسی در انتخابات دهم نشان می‌دهد، از میان اهداف و برنامه‌های اعلام شده، ابعاد رفاهی - خدماتی، اقتصادی - مالی و تولید در بخش صنعت و همچنین مسائل سیاسی بیش از سایر ابعاد مورد توجه کاندیدا و نامزدهای این دوره قرار گرفته است. بنابراین، در دوره دهم نیز همانند دوره نهم به نظر می‌رسد باز هم یکی از مسائل و معضلات شهروندان استان، بحث مالی و اقتصادی و تولیدی بوده است. یکی از نکات قابل ذکر این است که در این دوره، مسائل سیاسی نیز همانند مسائل رفاهی و اقتصادی از ترجیحات رأی‌دهندگان بوده است. به نظر می‌رسد شهروندان استان قزوین در این دوره، رفع نیازهای مالی، اقتصادی و تولیدی خود را وابسته به مسائل سیاسی و رفع محدودیت‌های سیاسی از جمله تصویب و اجرایی شدن برجام می‌دانستند. در نتیجه، ترجیحات رأی‌دهندگان و میزان تأثیر پارامترهای توسعه‌ای در آرای شهروندان در انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی را می‌توان حاوی مسائلی از قبیل تأمین نیازهای اولیه و ارائه خدمات عمومی به شهروندان، افزایش و بهبود سطح درآمد، توزیع عادلانه یارانه‌ها، فقرزدایی، اشتغال، داشتن امنیت شغلی، ایجاد فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی و بومی در جهت به‌کارگیری نیروی کار جوان و بیکار منطقه، حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و همچنین در بخش تولیدی با توجه به صنعتی بودن استان، مقوله‌هایی همچون راه‌اندازی مجدد کارخانه‌های غیرفعال و نیمه فعال و در بخش سیاسی مقوله‌هایی همچون تأمین آزادی‌های مشروع و قانونی، پاسخگویی دولت و نظارت عمومی بر عملکرد مسئولان، اجرایی شدن برجام و تعامل سازنده با جامعه جهانی، بهبود جایگاه بین‌المللی ایران، رفع تهدیدات امنیتی در سطح ملی و منطقه‌ای و نهایتاً ارتباط و پیوند بین مسائل اقتصادی و سیاسی دانست.

### بررسی آماری عوامل مؤثر بر میزان مشارکت شهروندان استان قزوین

در این قسمت، برای مشخص شدن عوامل مؤثر بر کاهش میزان مشارکت شهروندان استان قزوین در انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی از روش آماری استفاده خواهیم نمود. سه متغیر شعارهای انتخاباتی کاندیدا، مسئله رد صلاحیت‌ها و مسائل اقتصادی و تأثیرات این سه متغیر بر کاهش میزان مشارکت شهروندان استان قزوین، در انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی، مورد آزمایش قرار گرفته شده است.

برای بررسی این موضوع از پرسش‌نامه زیر بهره برده شد:

جدول ۴- پرسش‌نامه مربوط به انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی در استان قزوین

نکته: سوالات پرسشنامه مربوط به انتخابات دوره دهم مجلس شورای اسلامی در استان قزوین است.						
ردیف		بسیار زیاد	زیاد	بی‌نظر	متوسط	کم
بعد اول: مسئله رد صلاحیت‌ها						
۱	موضوع رد صلاحیت نامزدهای انتخاباتی را تا چه حد بر کاهش میزان مشارکت شهروندان در انتخابات مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲	رابطه بین اعتماد اجتماعی و مشارکت سیاسی را تا چه حدی بر میزان مشارکت مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳	رد صلاحیت نامزدهای سرشناس و نامزدهایی که در دوره‌های قبل نماینده بوده‌اند؛ تا چه حد می‌تواند بر کاهش میزان مشارکت تأثیرگذار باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵
بعد دوم: شعارهای انتخاباتی کاندیدا						
۱	تا چه حد نسبت به شعارهای انتخاباتی کاندیدای مجلس بی‌اعتماد هستید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲	تا چه حدی مخالف تبلیغات انتخاباتی نامزدهای مجلس به شکل موجود در جامعه هستید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳	بی‌اعتمادی نسبت به شعارهای انتخاباتی کاندیدا را تا چه حدی بر کاهش میزان مشارکت شهروندان منطقه خود مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵
بعد سوم: مسائل اقتصادی						
۱	وجود مشکلات اقتصادی در جامعه را تا چه حد بر کاهش میزان مشارکت مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۲	مسائلی از جمله رکود اقتصادی و بیکاری را تا چه حد در کاهش مشارکت مردم مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵
۳	عدم گشایش‌های سیاسی و اقتصادی و ... در پسابرجام (بعد از اجرای برنامه جامع اقدام مشترک) را تا چه حد بر کاهش میزان مشارکت در انتخابات مؤثر می‌دانید؟	۱	۲	۳	۴	۵

برای طراحی این جدول از طیف لیکرت ۳ گزینه‌ای استفاده کرده و برای هر کدام از گزینه‌ها، متناسب با امتیاز آنها عددی نسبت داده شده است.

جامعه آماری این پژوهش، شامل تعدادی از دانشجویان و اساتید رشته‌های مختلف از دانشگاه‌های مستقر در استان قزوین و همچنین تعدادی از کارمندان استانداری و فرمانداری‌های استان قزوین و نیز تعدادی از شهروندان استان است. تعداد جامعه آماری ۷۷ نفر می‌شود که به سوالات پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند.

در مطالعه حاضر، برای محاسبه قابلیت اعتماد پرسشنامه‌ها، از روش آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> و از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود. معمولاً مقدار بالاتر از عدد ۰/۷ در آلفای کرونباخ مورد قبول و پایایی پرسشنامه، مورد تایید است.

### نتایج بررسی آماری

جدول زیر نتایج بررسی و مقایسه آماری سه متغیر مستقل مسئله رد صلاحیت‌ها، شعارهای انتخاباتی کاندیدا و مسائل اقتصادی و تأثیرات این سه متغیر را بر میزان مشارکت شهروندان استان قزوین، در انتخابات مجلس دهم که توسط نرم افزار SPSS انجام شده است را نمایش می‌دهد:

جدول ۵- نتایج بررسی آماری عوامل مؤثر بر میزان مشارکت شهروندان استان قزوین در انتخابات مجلس دهم

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ	انحراف معیار	میانگین
مسئله رد صلاحیت‌ها	۰/۷۰۸	۱/۲۷۵۶۸	۲/۳۲۴۶۳
شعارهای انتخاباتی کاندیدا	۰/۷۸۴	۱/۲۰۵۶۱	۲/۱۲۱۲
مسائل اقتصادی	۰/۷۳۸	۱/۱۰۷۰۱	۲/۰۳۰۳

طبق نتایج به دست آمده پایایی، هر سه متغیر مسئله رد صلاحیت‌ها، شعارهای انتخاباتی کاندیدا و مسائل اقتصادی، بالاتر از ۰/۷ هستند. بنابراین، هر سه متغیر از پایایی لازم برخوردار هستند.

با توجه به میانگین نتایج به دست آمده از هر سه متغیر، به ترتیب می‌توان مسائل اقتصادی، شعارهای انتخاباتی کاندیدا و مسئله رد صلاحیت‌ها را از عوامل مؤثر بر کاهش میزان مشارکت شهروندان استان قزوین در انتخابات مجلس دهم شورای اسلامی دانست.

۱- Cronbach Alfa

## نتیجه‌گیری

### ۱. نتایج به دست آمده از بررسی میزان تأثیرات پارامترهای توسعه‌ای بر میزان مشارکت:

بر طبق الگوی اقتصاد سیاسی، نتایج انتخابات به شدت به نتایج اقتصادی وابسته است. با توجه به اینکه نامزدهای انتخاباتی با بررسی و تجزیه و تحلیل جامعه، شعارهای تبلیغاتی خود را بر مبنای نیازهای اساسی و ضروری مردم جامعه تعیین می‌کنند و با توجه به اینکه در دوره‌های نهم و دهم، اکثر شعارهای تبلیغاتی کاندیدا حول مسائل رفاهی و اقتصادی بوده است؛ می‌توان نتیجه گرفت که نیازهای شهروندان، بیشتر در بعد مسائل اقتصادی و رفاهی است. از نکات قابل ذکر در دوره دهم این است؛ که در این دوره، شعارهای رفاهی و اقتصادی نمود بیشتری پیدا کرده و تقریباً در برنامه تمامی کاندیدا، این شعارها وجود داشت. از دیگر نتایج به دست آمده در بررسی انجام شده، نمود بیشتر مسائل سیاسی در دوره دهم نسبت به دوره نهم است. در این دوره، شهروندان استان، به دلیل محقق نشدن خواسته‌هایشان و نیز پررنگ‌تر شدن مسائل و مشکلات اقتصادی‌شان، به دنبال حل مشکلات رفاهی، اقتصادی و تولیدی خود و شهر خویش از طریق پیوند مسائل اقتصادی، رفاهی و تولیدی با مسائل و گشایش‌های سیاسی از جمله گشایش در کشور بر مبنای توافق برجام بوده‌اند. این نتایج می‌تواند گویای این واقعیت باشد؛ که عدم تحقق آرمان‌ها و اهداف و برآورده نشدن توقعات مردم و نارضایتی آن‌ها در زمینه‌های رفاهی - خدماتی، اقتصادی و تولیدی، سبب تأکید بیشتر نامزدهای انتخاباتی به این مسائل در این دوره و نیز پیوند مسائل و مشکلات اقتصادی و تولیدی با مسائل سیاسی در دوره دهم شده است.

### ۲. نتایج به دست آمده از بررسی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت شهروندان استان قزوین:

با توجه به دسته‌بندی حوزه‌های انتخابیه در این پایان‌نامه، حوزه انتخابیه قزوین، آبیک و البرز، جزء مناطق توسعه‌یافته و حوزه‌های انتخابیه تاکستان و بویین‌زهرا جزء مناطق کمتر توسعه‌یافته قرار گرفتند. در بررسی‌های انجام‌گرفته در زمینه قومیت، مشخص گردید حوزه انتخابیه قزوین، آبیک و البرز، جزء شهرهای با جمعیت زیاد و مناطق چند قومیتی و حوزه‌های انتخابیه تاکستان و بویین‌زهرا نیز جزء مناطق تک قومیتی هستند. بنابراین، می‌توان یکی از دلایل میزان مشارکت در حوزه‌های انتخابیه استان قزوین را، عامل قومیت دانست. همچنین، عامل قومیت را می‌توان با نظریه فرهنگ سیاسی آلموند تبیین نمود. بدین صورت که در حوزه انتخابیه قزوین، آبیک و البرز، رفتار رأی‌دهی شهروندان مطابق با الگوی فرهنگ سیاسی مشارکتی و رفتار سیاسی پویا و در حوزه‌های انتخابیه تاکستان و بویین‌زهرا، رفتار رأی‌دهی شهروندان مطابق با الگوی فرهنگ سیاسی تبعی و رفتار سیاسی منفعل است.

### ۳. نتایج بررسی آماری عوامل مؤثر بر میزان مشارکت شهروندان استان قزوین:

با توجه به بررسی آماری بین سه متغیر مسئله رد صلاحیت‌ها، شعارهای انتخاباتی کاندیدا و مسائل اقتصادی که در این مقاله از طریق پرسش‌نامه انجام گردید، به ترتیب می‌توان مسائل اقتصادی، شعارهای انتخاباتی کاندیدا و مسئله رد صلاحیت‌ها را از عوامل مؤثر بر کاهش میزان مشارکت شهروندان استان قزوین در انتخابات مجلس دهم شورای اسلامی دانست.

## منابع

- بایی لاشکی، مریم؛ پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۸)، تحلیل رفتار انتخاباتی ایرانیان (مورد مطالعه حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس در انتخابات دوره هشتم مجلس شورای اسلامی). *جغرافیای انسانی*، ۱(۳).
- چیکولت، رونالد (۱۳۷۸). *نظریه‌های سیاسی تطبیقی*. ترجمه وحید بزرگی و علیرضا طیب. تهران: موسسه رسا.
- دارابی، علی (۱۳۸۸). *رفتار انتخاباتی در ایران*. انتشارات سروش.
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۹). اهمیت بررسی و مطالعه شهر و روستا در توسعه پایدار مناطق جغرافیایی کشور. *جغرافیا*، شماره ۱۴.
- شهیدی نیا، علی (۱۳۷۹). *عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی (ترجیحات رأی‌دهی) رأی‌دهندگان استان کرمانشاه طی دوره اول تا پنجم مجلس شورای اسلامی از دیدگاه کارشناسان استان کرمانشاه*. دانشگاه علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی.
- شیشه‌گرها، معصومه (۱۳۹۶). *تأثیر خاستگاه قومیتی داوطلبان بر رفتار رأی‌دهندگان مطالعه موردی (دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی شهر قزوین)*. سایت استانداری قزوین.
- طالب، مهدی و دیگران (۱۳۹۰). *رویکردهای توسعه در شعارهای تبلیغاتی هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران*. *مطالعات جامعه‌شناختی*، شماره ۳۸.
- قجری حسینعلی، آذین؛ احمدو ظفری، حیدر (۱۳۹۰). *عوامل مؤثر بر الگوی رأی‌دهی مردم (مورد مطالعه شهرستان اردل در انتخابات مجلس شورای اسلامی)*. *تحقیقات سیاسی و بین‌المللی*، دوره ۳، شماره ۶.
- گلابچی، محمد (۱۳۸۴). *نقش پندارهای جناحی در رفتار انتخاباتی*. *اطلاعات سیاسی و اقتصادی*، شماره ۲۱۵.
- مسعودنیا، حسین؛ رهبر قاضی، محمودرضا؛ پوررنجبر، مهدیه (۱۳۹۳). *بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر شیوه‌های مختلف مشارکت سیاسی*. *مسائل اجتماعی ایران*، سال ۵، شماره ۲.
- مقصودی، مجتبی (۱۳۸۵). *مشارکت انتخاباتی اقوام در ایران، بررسی موردی انتخابات ریاست جمهوری*. *مطالعات ملی*، سال ۷، شماره ۴.
- نیکفر، جاسب؛ اکبری، سارا (۱۳۹۴). *بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی*. *مدیریت شهری*، شماره ۴۰.