Archive of SID

مدیریت شهری
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Automn 2015
۳۲۹-۳۵۲
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۴ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۴/۲۳

بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد؛ در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی

جاسب نیکفر – استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.
سارا اکبری* - دانشجوی کارشناس ارشد رشته علوم سیاسی دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

چکیده
مشارکت در انتخابات و رأی دادن از مؤلفه های اساسی رفتار سیاسی شهروندان محسوب می شود. این سؤال که عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی شهروندان چیست، یا به عبارتی بهتر، چه عواملی رفتار رأی دهی شهروندان را تحت تأثیر خود قرار می دهد، از موضوعات مهم در مطالعه جامعه شناسی سیاسی است. در پژوهش حاضر بر اساس پیمایشی که در سطح شهر نور آباد صورت گرفت، تأثیر ساختارهای قومی قبیله ای و نقش نخبگان بر مشارکت شهروندان شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی بررسی شده است. نتایج این مطالعه نشان می دهد که در جمعیت مورد مطالعه در شهر نورآباد عواملی چون ساختارهای قومی- قبیله ای و نخبگان اعم از سیاسی، قومی و مذهبی رابطه معناداری با مشارکت انتخاباتی دارند؛ به عبارت دیگر، پاسخ دهندگان عوامل مذکور را مؤثر بر جهت دهی آرای خود دانسته اند. رویکرد تحقیق در این مقاله، توصیفی- تحلیلی و روش آن پیمایشی و ابزار جمع آوری داده ها، به صورت پرسشنامه است. حجم نمونه نیز ۳۸۰ نفر در بین شهروندان بالای ۱۸ سال از کلیّه اقشار و گروه های اجتماعی در شهر نورآباد برآورد شد.

واژگان کلیدی: انتخابات، رفتار انتخاباتی، مشارکت انتخاباتی، قومیت گرایی، نخبگان، نورآباد

Nurabad electoral behavior of citizens in the ninth parliamentary elections

Abstract
Participation in elections and voting is the basic components of citizens' political behavior. The question of what factors influence the electoral behavior of citizens, or in other words, what factors influence the voting behavior of citizens, an important topic in the study of political sociology. In this study, based on a survey that was built in the city of light, the effect of ethnic tribal structures and the role of elites on the participation of citizens in elections Nurabad ninth parliament has been investigated. The results of this study show that in the study population in Nurabad factors such as ethnic tribal structures and elites, including political, ethnic and religious relationship with electoral participation. In other words, respondents mentioned factors affecting orientation their views known. The approach used in this article, analytical and measuring methods and tools for data collection, a questionnaire. A sample of 380 people over 18 years among citizens of all classes and social groups in Nurabad respectively.

Keywords: election, electoral behavior, electoral participation, ethnicity, elites, Nurabad

*نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۳۳۸۲۴۵۳۱، رایانامه: jnikfar@yu.ac.ir

www.SID.ir

Archive of SID

مقدمه و بیان مسأله

مسأله انتخابات و بررسی رفتار انتخاباتی مردم یک کشور یا یک منطقه و شهر، به عنوان یک رفتار سیاسی، در واقع یکی از پیچیده ترین مسائلی است که نظر اندیشمندان در رشته های مختلف علوم سیاسی، جامعه شناسی و روان شناسی سیاسی را به خود جلب کرده است. انتخابات در واقع، یک نظرسنجی فراگیر و ملی از کل شهروندان کشور است و کمیت و کیفیت مشارکت انتخاباتی مردم می تواند میزان مشروعت، کارآمدی نظام، سیاست ها و کارگزاران حکومتی را نشان دهد (امام جمعه زاده، ۱۳۹۲، ص ۲۹). انتخابات در کنار دیگر سازوکارهای مشارکت مردم به صورت انفرادی، جمعی، یا گروهی یا صنفی، همچنان مهم ترین، بارزترین و قابل اندازه گیری ترین نوع مشارکت افراد در عرصه سیاسی است. انتخابات از یک سو، پایه های اجتماعی قدرت سیاسی و اخلاق اجتماعی شهروندی را نشان می-دهد و از سوی دیگر، ملاک خوبی برای ارزیابی توزیع قدرت در جامعه است. مطالعه انتخابات و مشارکت انتخاباتی، چگونگی ارتباط متقابل جامعه و دولت را به نمایش می گذارد و به همین دلیل، از مهم ترین و جذاب ترین مباحث جامعه شناسی سیاسی به شمار می رود (عیوضی، ۱۳۸۸، ص ۱۵۸).

از طرف دیگر، رفتار انتخاباتی بر چگونگی انتخاب نامزدها از سوی شهروندان دلالت دارد. رفتار انتخاباتی مردم تبیین گر تقاضاها و خواسته های سیاسی و اجتماعی آن ها می باشد که می تواند دیدگاه ها و نگرش های موجود را به کاندیدای نمایندگی، تفهیم کند. این که شهروندان بر اساس چه معیار و مؤلفه هایی به انتخاب کاندیدها می پردازند، در نتایج انتخابات تأثیر گذار است. رفتار انتخاباتی مردم از مهم ترین وجوهی است که نوع جامعه سیاسی را معلوم می سازد و چگونگی ساختار آن را تبیین می کند. به ویژه در دنیای معاصر که گسترش ارتباطات و رشد بهبود کمی و کیفی رسانه های ارتباطی، مناسبات مردم، جوامع با یکدیگر و دولتهایشان را متحول ساخته و دولت ملت را در جریان ادغام گونه ای قرار داده است (عیوضی، ۱۳۸۲، ص ۳۵).

بسیاری از اندیشمندان مشارکت سیاسی از طریق شرکت در انتخابات و یا تعدد ادواری انتخاباتی را از فاکتورهای اصلی یک جامعه توسعه یافته از لحاظ سیاسی دانسته اند، اما همیشه درصد بالای مشارکت سیاسی بیانگر توسعه سیاسی نیست. بنابراین انگیزه های رفتار سیاسی مشارکت کنندگان از اهمیت بسزایی برخوردار است، چراکه تحلیل این رفتارها می تواند ما را به درستی به سمت موانع و مشکلات سد راه توسعه سیاسی رهنمون سازد (کشاورز، یزدخواستی، ۱۳۹۱، ص ۱۰). همچنین در این رابطه مطالعات انجام شده نشان می دهد که میزان مشارکت سیاسی در امور محلی و منطقه ای غالباً در مناطق کوچک و روستایی بیش از مراکز شهر هاست. در واحد-های کوچک روستایی و محله های شهری مردم از دیرباز با یکدیگر آشنایی دارند و پیوند اجتماعی قوی تر است، اما کشور ما بدلیل فقدان سنت های انتخاباتی و تجربه کم مردم سالاری، از لحاظ بررسی ها و تحقیقات مذکور فقیر می باشد. تنها پس از پیروزی انقلاب اسلامی و نظام مردم سالاری دینی، ما شاهد انتخابات متعدد مردمی و تجربه مناسب در این زمینه بوده ایم که زمینه را برای بررسی موضوع مذکور فراهم نموده است (صفری، ۱۳۸۹، ص ۴). شهر نورآباد، از جمله شهرهای استان فارس می باشد که از مشارکت بسیار بالایی از شرکت در انتخابات، بالاخص انتخابات مجلس شورای اسلامی، برخوردار است. انگیزه رأی دهی در این شهر به حدی بالا می باشد که رأی دهندگان در این شهرستان به دادن یک رأی قانع نمی شوند. تعدد آرا توسط یک فرد، درگیری های خشونت آمیز و دست زدن به خسارت های غیر قابل جبران، از ویژگی های اصلی رفتار انتخاباتی شهروندان در این منطقه از کشور می باشد. در این پایان نامه بر آنیم تا رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد را در

www.SID.ir

Archive of SID

نهمیـن دوره انتخابـات مجلس شـورای اسـلامی، مورد تجزیـه و تحلیـل قـرار دهیم و بـه بررسـی عوامل مؤثر در ایجـاد عملکـرد انتخاباتـی رأی دهنـدگان در ایـن **منطقـه بپردازیم.**

الگوهای نظری رفتار رأی دهی

اسـتفاده از آراء و نظریـات دیگـران در مطالعـات جامعه شـناختی بـرای رسـیدن بـه یـک چارچـوب نظـری جامع تـر، ضـرورت دارد، زیـرا که این چارچـوب نظری به پژوهشـگر کمـک می نماید تـا از اندیشـه های دیگر متفکـران در زمینـه مطالعـه پدیده مورد بررسـی، بهره گرفتـه و بـر اسـاس نظریـات بدسـت آمـده و ایده های موجـود، فرضیـات و متغیرهایـی بـا پشـتوانه علمـی طراحـی نمایـد. هـدف چارچوب نظـری، هدایت محقق در فرآینـد تحقیـق اسـت تـا ابعـاد مسـئله مـورد نظـر به شـکلی دقیـق مـورد بررسـی و تحلیـل قـرار گیرد و همچنیـن مسـئله مـورد نظـر را نیـز تحدید نمایـد. در زیـر ابتـدا مهم تریـن الگوهـای نظـری مرتبط بـا رفتار انتخاباتـی را ذکـر خواهیم کرد، سـپس به الگوی نظری مـورد اسـتفاده خواهیـم پرداخت.

الگوی جامعه شناختی

الگـوی اصلـی جامعه شـناختی تحلیل رفتـار انتخاباتی از سـوی «پـل لازارسـفلد امریکایـی»، جامعه شـناس دانشـگاه کلمبیـا و گـروه تحقیقاتـی اش در دهـه ۴۰ میـلادی عرضه شـده اسـت. آنهـا در تحقیقـات میدانی خـود بـه ایـن نتیجـه رسـیدند کـه اثـر تبلیغـات بـر رأی دهنـدگان بسـیار ناچیز اسـت و در عمـل تبلیغات گسـترده احـزاب چندان اثـری بر رأی دهنـدگان ندارد و آنهـا مدتها پیش از شـروع تبلیغـات انتخاباتی تصمیم خـود را گرفته انـد (Hewood,۲۰۰۷:۲۶۷)، به عبارت دیگـر جامعه شناسـان بـر ایـن باورنـد که سـاختارها و وضعیّـت، جهت گیری هـای سیاسـی مـردم را تحـت تأثیـر قـرار می دهنـد و آنهـا دارای گرایش هـای ثابتی هسـتند که ریشـه در محیط خانوادگی، زندگی شـغلی و محیـط فرهنگی آنـان دارد (ایوبـی، ۱۳۷۷، صص ۱۶ - ۱۷).

پـل لازارسـفلد و گروه تحقیقاتـی اش نشـان دادند، که بـا مطالعه شـرایط اجتماعی، اقتصـادی و فرهنگی افراد رأی دهنـده، بـه راحتـی می توان جهت گیری سیاسـی آنـان را پیش بینـی کـرد، زیـرا رابطه ای مسـتقیم بین شـرایط اجتماعـی و گرایـش سیاسـی افراد وجـود دارد و ویژگی هـای اجتماعـی تعیین کننـده ویژگی هـای سیاسـی افـراد اسـت. لازارسـفلد معتقـد اسـت کـه «فـرد از نظـر سیاسـی آن گونـه می اندیشـد کـه از نظـر اجتماعـی در آن بـه سـر می بـرد. پـس عوامـل اجتماعـی تعیین کننـده گرایش هـای سیاسـی اسـت (Lazarsfeld,۱۹۹۴:۲۷).

در ایـن الگو توجّه عمده، معطوف به نقش سـاختارهای اجتماعـی و تصمیمـات فرد اسـت و انگیزه هـای فردی کمتـر در تحلیل هـای ایـن روش مـورد عنایـت قـرار گرفتـه اسـت. متغیّرهایـی چـون مذهـب، سـن، طبقه اجتماعـی و حتّـی جغرافیای محلّـی تعیین کننده رأی افـراد اسـت. آنهـا بـا تأکید بـر تئوری هـای یادگیری بر ایـن اصـل کلّـی تأکید فـراوان دارنـد که روابـط فرد در گروه های نخسـتین سـبب شـکل گیری روابط سیاسی و اساسـی در او می شـود (هرمـز، ۱۳۷۸، ص ۱۰۳).

فرهنـگ، گروه بندی هـای اجتماعـی، رسـانه های جمعـی و همگانـی از دیگـر نهادهـای جامعه پذیـری سیاسـی هسـتند. ایـن روش، همچنـان مـورد توجّـه پژوهشـگران سیاسـی در تئوری هـای مختلـف اسـت و در ترسـیم نقشـه های انتخاباتـی بـرای کشـورها بـه کار مـی رود. ایـن رهیافـت در میـان پژوهشـگران رفتـار انتخاباتـی، بیـش از سـایر رهیافت هـا و الگوهـا طرفـدار دارد، امـا نبایـد فرامـوش کـرد کـه در ایـن رهیافـت، دیدگاه هـا و اسـتدلال های متفاوتـی وجـود دارد. عضویّـت گروهـیِ فـرد انتخـاب کننـده، طبقـه اجتماعـی، وابسـتگی مذهبـی، پیوندهـای جغرافیایی و قومـی و سـرانجام سـن و جنـس او در ایـن رهیافـت، اهمّیّـت فـراوان دارد. می تـوان گفـت تحلیل هـای جامعه شناسـانه بـه انگیزه هـای فـردی کمتـر مـی-پردازنـد و اسـتمرار و ثبـات گرایش هـای سیاسـی مناطـق جغرافیایـی مختلف را با اسـتفاده از عواملی که فراتـر از فـرد اسـت، توضیـح می دهنـد. از ایـن دیدگاه

www.SID.ir

Archive of SID

ساختار اجتماعی و فرهنگی و بافت اجتماعی و حتی جغرافیایی دست به دست هم می دهند و گرایش خاصّی را بر یک منطقه حاکم می سازند (ایوبی، ۱۳۸۲، ص ۹۲).

الگوی روا نشناختی – سیاسی

موضوع روانشناسی سیاسی بررسی تأثیر شخصیت افراد بر سیاست است. بویژه اهمیت روانشناسی در تصمیم گیری های سیاسی مورد توجه بوده است. از دیدگاه اغلب روانشناسان سیاسی آنچه رفتار افراد را تعیین می کند، نه «عین» واقعیت، بلکه تصوری است که آنها از واقعیت دارند (بشیریه، ۱۳۸۴، ص ۵۱).

بی تردید روانشناسی اجتماعی، علم سیاست را به داده های ارزشمند مجهز و سیاست شناسان را به بررسی تجربی رفتار سیاسی تشویق کرده است. پژوهشگران سیاسی اینک به کمک روانشناسی اجتماعی افکار عمومی و رفتار انتخاباتی را بررسی می کنند و می توانند امکان«نوسان آونگ» انتخابات آینده را توضیح دهند و حتی پیش بینی کنند (عالم، ۱۳۷۳، ص ۷۷). به اعتقاد روانشناسان عوامل روانی در شکل گیری رفتارهای اجتماعی و سیاسی مردم اهمیت به سزایی دارد و روابط عاطفی و احساسی که بین نامزدها و رأی دهندگان وجود دارد، نقش اصلی را بازی می کند (کلانتری، ۱۳۸۰، صص ۱۶۸-۱۶۷). در اصل افراد به گروه های اجتماعی گوناگونی دلبستگی دارند. این گونه دلبستگی ها به شکل عضویت با هواداری نسبت به حزب، سازمان و انجمن نمود می یابد و همین دلبستگی فرد، باعث می شود که رأی دهنده، وفاداری های گروهی را جانشین قضاوت سیاسی کند. در این صورت فرد با فکر خود رأی نمی دهد؛ بلکه استانداردهای دوستان، همکاران و طبقه است که او را راهنمایی می کنند تا به چه کسی رأی دهد (هانتیگتون، ۱۳۷۰، ص ۲). بنابراین «وابستگی حزبی» مهمترین متغیر تبیین آراء رأی دهندگان است. از این الگو تحت عنوان الگوی هویت حزبی نیز یاد می شود.

بالواقع محققان مرکز تحقیقاتی و مطالعاتی دانشگاه میشیگان وجود ارتباط مکانیکی بین شرایط اجتماعی و تصمیمات افراد را که مدل جامعه شناختی مدعی آن است شدیداً مورد انتقاد قرار می دهند. از دیدگاه این پژوهشگران رأی دادن قبل از آن که پدیده ای اجتماعی باشد«عملی سیاسی است» و تابع تلقی افراد از موضوعات مهم سیاسی جامعه. پژوهشگران میشیگان در سال ۱۹۴۸ به مطالعهٔ انتخابات ریاست جمهوری آمریکا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تصمیم رأی دهندگان بیشتر تابع عوامل روانی است. از این دیدگاه روابط و علقه های عاطفی موجود میان رأی دهندگان و نامزدها یا رهبران احزاب سیاسی نقش تعیین کننده دارد اینان در تبیین ایجاد چنین رابطه ی عاطفی می گویند: «این وابستگی عاطفی، اغلب از زمان کودکی و نوجوانی در افراد ایجاد می شود و معمولاً از خانواده ها به فرزندان منتقل می گردد و محیط شغلی و اجتماعی هم در تثبیت این پیوندها مؤثرند» (ایوبی، ۱۳۷۷، ص ۲۱۸). بنابراین این نظریه تأکید فراوان بر جامعه پذیری سیاسی اولیه دارد؛ بدین معنا که خانواده ابزار مهمی است که از طریق آن وابستگی های سیاسی درست می شود و بعدها به وسیله عضویت گروهی و تجارت اجتماعی تقویت می شود (Hewood, ۲۰۰۷: ۲۴۲). این پژوهشگران رأی دهنده را «چون خریدار خودرویی می دانند که از ویژگی های فنی آن هیچ نمی دانند و تنها با نشان کارخانه های مختلف آشنایی دارد و به خاطر اعتمادی که به کارخانه ی مورد علاقه اش دارد در بازار تنها به دنبال آن است» (Campbell, ۱۹۶۰: ۱۳۶). به طور کلی از مهم ترین شاخصه های این نظریه عبارتند از: «۱. فرد نقش کم‌رنگی دارد؛ ۲. «وابستگی حزبی» بسیار مؤثر است؛ ۳. تبلیغات انتخاباتی چندان تأثیری ندارد؛ ۴. رأی افراد «موروثی» است» (رضوانی، ۱۳۸۶، ص ۱۵۱).

الگوی اقتصاد سیاسی

دهه ۶۰ را باید گرایش به سمت الگوهای عقلانی در تبیین پدیدهٔ انتخابات دانست. استفاده از الگوهای

www.SID.ir

Archive of SID

اقتصادی در تحلیل پدیده های سیاسی و اجتماعی در این دهه بسیار متداول شد و بسیاری از پژوهشگران کوشیدند با استفاده از نظریات اقتصادی به تحلیل و بررسی پدیده هایی چون مشارکت سیاسی، حرکت های جمعی و مشارکت حزبی بپردازند. طرفداران این نظریات الگوهای پیشین را سخت مورد انتقاد قرار دادند و بویژه به تلقی آنها از فرد شدیداً معترض بودند. «کی» از جمله پژوهشگران بنامی است که در سال های ۶۰ مدل های پیشین را سخت مورد حمله قرار داد. وی معتقد است الگوهای جامعه شناختی و روانی- سیاسی، هر دو فرد را زندانی محیط و شرایط اجتماعی یا احساسات روانی خویش و اسیر جبر محیطی می دانند. از این منظر تنها عوامل خارج از ارادهٔ انسان درتصمیم او دخیل است و فرد زندانی عوامل خارجی است. اثر جمعی «نای» و «وربا» و «پتروسیک» تحت عنوان «رأی دهندهٔ آمریکایی در حال تغییر» (Nie &Verba & Petrocik, ۱۹۷۹) را که در سال ۱۹۷۹ به رشتهٔ تحریر درآمده است باید از مهم ترین آثاری دانست که در آن مبانی الگوهای پیشین سخت مورد حمله قرار گرفته است. در این کتاب آمده است که دوران تحلیل های جامعه شناختی و روانی از رفتار رأی دهنده به سر آمده است و رأی دهندهٔ امروز آمریکا با رأی دهندگان سال های بعد از جنگ جهانی دوم تفاوتی بنیادین دارد، چرا که احزاب سیاسی در عصر حاضر مشروعیت خود را از دست داده اند و با بحران عمیقی مواجه اند. گواه این مدعا این است که درصد افراد مستقل که هیچ گونه وابستگی حزبی ندارند پیوسته در حال تزاید است و آمار و ارقام حاکی از آن است که درصد مستقل ها از ۲۳ درصد در سال ۱۹۶۴ به ۴۰ درصد در سال ۱۹۷۴ افزایش یافته است. این پژوهشگران ضمن تحقیقات خود نشان داده اند که در موارد بسیار حتی کسانی که هنوز خود را وابسته به احزاب می نامند می کوشند در انتخابات مستقل تصمیم بگیرند و استقلال نظر خود را هرچه بیشتر حفظ نمایند. اساساً می توان گفت که با توجه به افزایش نسبی سواد و آگاهی در جوامع مختلف، رأی دهندگان می کوشند خود را مستقل از احزاب نشان دهند و تنها با اتکا به فکر و اندیشهٔ خود در انتخابات تصمیم بگیرند. البته ناگفته پیداست که افراد خواه ناخواه تحت تأثیر تبلیغات احزاب و گروه های سیاسی قرار می گیرند و هدایت افکار عمومی توسط این گروه ها به آرامی صورت می پذیرد (ایوبی، ۱۳۷۷، ص ۲۲).

با توجه به کمرنگ شدن نقش مذهب و آرمان خواهی در جوامع غربی و رنگ باختن منفعت های طبقاتی، در بسیاری از جوامع غربی این گونه رأی دادن رو به گسترش می باشد (Mayer, Perrineau & Modeles: ۴۲). امروزه درصد قابل توجهی از رأی دهندگان فرانسوی بسان آمریکایی ها معتقدند که دیگر دوران جناح بندی بین چپ و راست سپری شده و عصر گرایش های ایدئولوژیک به سر آمده است (Sofres, ۱۹۹۶: ۱۹۱). در یک نظرسنجی که در سال ۱۹۹۴ به عمل آمد، ۵۷ درصد چنین اعتقادی را ابزار داشتند و این درحالی است که در سال ۱۹۸۱ تنها ۳۳ درصد اظهار می داشتند که دیگر دوران جناح بندی میان چپ و راست به سر آمده است (ایوبی، ۱۳۷۷، ص ۲۳).

«آلن لانسلوات» و «فیلیپ هابرت»، با توجه به تحولاتی که در انتخابات مختلف فرانسه مشاهده کرده اند در کتاب مشترکی آورده اند که: «رأی دهندهٔ امروزی در تصمیم گیری انتخاباتی خویش هرچه بیشتر به سمت استقلال رأی پیش می رود و تصمیمات او مبتنی بر استراتژی های اتخاذ شده از سوی او در خصوص برنامه هایی است که در دوران انتخاب مطرح می شود» (Habert & Lancelot, ۱۹۹۶: ۵۶).

اولویه ایل تفاوت دیدگاه اقتصادمحور و مکتب میشیگان را چنین خلاصه می کند: مدل میشیگان معتقد است رأی دهنده برای تصمیم-گیری از خود می پرسد «ارتباط من، مرا به سوی چه کسی هدایت می کند؟» در صورتی که بر اساس دیدگاه

www.SID.ir

Archive of SID

اقتصادمحور فرد چنین استدلال می کند «کدام حزب درصددند برنامه هایی را به اجرا درآورند که بیشترین مطلوبیت را برای من دارد؟» (ایوبی، ۱۳۷۷، ص ۲۳). رأی دادن از این منظر عملی است مبتنی بر محاسبات عقلانی بر اساس محاسبه سود و زیان شخصی. همان گونه که ملاحظه می شود، این دیدگاه مبتنی بر تفکر فردگرایانه است و از فردگرایی معرفت شناسانه در تحلیل پدیده های سیاسی استفاده می کند.

چارچوب نظری مورد استفاده

در بررسی الگوهای رفتارهای انتخاباتی به دیدگاه های متفاوتی اشاره شد که هرکدام متغیرهایی را برای تحلیل رفتار رأی دهی افراد بیان کردند. آنچه که از مجموع نظرات و دیدگاه ها برمی آید این است که عوامل مختلف و متفاوتی بصورت تؤامان در رفتار رأی دهی افراد مؤثرند و تأکید بر یک یا چند عامل نمی تواند بیان کننده علت واقعی انتخاب افراد باشد. در یک دسته بندی تئوریک می توان به عوامل بیرونی و درونی مؤثر بر رفتار افراد اشاره کرد. در مراحل اول توسعه، مشارکت سیاسی و جلوه بارز آن یعنی رأی دادن بیشتر ناشی از بسیج بیرونی است یعنی عمدتاً تحت تأثیر عوامل اجتماعی چون احزاب، گروه های مذهبی و قومی، انجمن های صنفی و غیره است. اما در فرآیند بلند مدت توسعه عواملی چون سطح بالای تحصیلات، مهارت ها و اطلاعات که عموماً فردی هستند نقش بیشتری بر ترجیحات رأی دهندگان دارند یعنی عوامل درونی (گلابچی، ۱۳۷۵، ص ۱۶). به این ترتیب مانیز در تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد بر این عقیده هستیم که مجموعه ای از عوامل جامعه شناختی، روانشناسی و اقتصادی تؤامان با هم در رفتار انتخاباتی مردم این شهر مؤثر است.

از معتبرترین الگوها برای تبیین مشارکت سیاسی، و مشارکت رأی دهی به طور اخص، الگوی پیتانوریس (۲۰۰۲) در سطح بندی نظرات مطرح شده است، که در رفتار رأی دهی نیز می تواند مبنا قرار گیرد. ویژگی این الگو در واقع به دلیل جامع بودن آن است (عبدالمطلب، ۱۳۸۸، ص ۱۰۰). در این الگو که تلفیقی از رویکردهای جامعه شناختی (ساختاری) و روانشناختی (فردی) است، نوریس به سه دسته نظریات کلان، متوسط و خرد در تبیین مشارکت سیاسی اشاره دارد.

در سطح کلان دو مجموعه از نظریات مطرح شده است:

گروه اول از نظریات که ساختار دولت در یک جامعه را تعیین کننده نوع و سطح مشارکت سیاسی می دانند و منظور از ساختار دولت به طور عام ساختارهای قانون اساسی، نظام حزبی، قوانین و نظام نظام انتخاباتی و نظایر آن است.

دسته دیگر از نظریات کلان بر این نکته پافشاری می کنند. فرایند مدرنیزاسیون باعث تغییر جنبه های مختلف حیات اجتماعی از جمله مشارکت می شوند. برخی از این تحولات عبارتند از: ارتقای سطح زندگی، رشد بخش خدمات، افزایش سطح سواد و فرصت های آموزشی، تغییر مناسبات اقتصادی از سنتی(کشاورزی و دامداری) به مدرن (صنعتی) و گسترش طبقه متوسط، تخصصی شدن حرفه های مختلف، افزایش دسترسی به رسانه های دیداری، شنیداری و مکتوب، رشد دیوان سالاری، تغییر خانواده های گسترده به خانواده های هسته ای و افزایش ورود زنان به بازار کار. بروز این تحولات در سطح فردی را می توان در تغییر ارزش ها، نگرش ها و رفتارهای افراد از جمله در حوزه سیاست مشاهده کرد.

در سطح میانی نظریات مختلفی ارائه شده است که از آن تحت عناوینی چون نظریه های سازمانی یا نظریه های عوامل یا کارگزاران بسیج یاد می شود. این اعتقاد وجود دارد که در تبیین مشارکت سیاسی شهروندان باید توجه بیشتری به نقش عوامل بسیج اجتماعی و سیاسی و شبکه های اجتماعی در فعال سازی و بسیج شهروندان مبذول داشت. مهمترین عوامل و کارگزاران بسیج عبارتند از: احزاب، اتحادیه

www.SID.ir

Archive of SID

شکل ۱. الگوی نظری نوریس در مشارکت سیاسی

های کارگری و صنفی، کلیساها و مراکز مذهبی، انجمن های داوطلبانه، اقوام و غیره می باشند.

در سطح خرد، می توان از دو گروه نظریه تحت عناوین «نظریه منابع» و «نظریه انگیزش» یاد کرد. در نظریه منابع این اعتقاد مطرح است که افراد برخوردار از منابع، بیشتر سطوح بالاتری از مشارکت را از خود نشان می دهند. از مهم ترین منابع تأثیر گذار بر مشارکت می توان به تحصیلات، درآمد، زمان آزاد و ارتباطات و مهارت های مشارکتی در سازمان ها و انجمن ها اشاره کرد.

در نظریه انگیزش اعتقاد بر این است که هر چند وجود منابع موجب تسهیل مشارکت شهروندان می شود، اما در صورتی که شهروندان از انگیزه لازم برای مشارکت برخوردار نباشند. به این کار مبادرت نمی ورزند. عوامل انگیزشی دامنهٔ گسترده ای دارند و می توانند از انگیزه های مادی تا انگیزه های ارزشی و نگرشی را دربرگیرند. برخی از مهم ترین انگیزه هایی که تصور می شود بر مشارکت سیاسی اثر گذار باشند عبارتند از: احساس وظیفه (مدنی یا ملی)، اعتقادات مذهبی و ارزش های سیاسی افراد. اگر افراد احساس کند با رأی دادن یا مشارکت در سیاست، وظیفه مدنی یا دینی خود را انجام داده و همچنین اگر به ارزش های موافق نظام حاکم یا ارزش های ترویج کنندهٔ اصل مشارکت اعتقاد داشته باشد، احتمال مشارکت وی افزایش می یابد (Pippa Norris, ۲۰۰۲).

در این پژوهش از سطح میانی «دیدگاه پیپانوریس» یعنی استفاده از نظریات کارگزاران بسیج به عنوان چارچوب نظری استفاده خواهد شد و در ادامه از نظریه اینگلهات به عنوان مکمل و پوشش دهنده این نظریه استفاده شده است. بالواقع قابل ذکر است که فرضیه اول این تحقیق براساس الگوی نوریس و فرضیه دوم براساس «الگوی اینگلهارت» تدوین شده است. در ادامه به شرح این نظریات پرداخته می شود.

«پیپانوریس و رابرت متز» درآخرین مطالعات تطبیقی ومفصل خود از ۱۲ کشور آفریقایی شامل زیمبابوه، مالاوی، غنا، لوسوتو، بوتسوانا، تانزانیا، نامیبیا، مالی، زامبیا، نیجریه، آفریقای جنوبی، واوگاندا معتقدند که کلید و پایه فهم رفتار انتخاباتی و حزبی در جوامع کشاورزی، سنتی و درحال گذار به دموکراسی، پدیده قومیت است. ازجمله موضوعات کلاسیک در تئوری های ساختاری رفتار انتخاباتی به ویژه در دموکراسی های انتخاباتی، جایگاه شکاف های اجتماعی و نشانه های هویتی و سنتی پیوندهای قومی مبتنی بر خویشاوندی، خانواده، زبان، پیوندهای تاریخی و اسطوره ها، اعتقادات مذهبی وسنت های ایلی و طایفه ای بر گزینش رأی دهندگان و حمایت های حزبی است. در این جوامع به دلیل فقدان شکل گیری و تثبیت نهادهای مدنی جدید

www.SID.ir

Archive of SID

و تشکیل واقعی حزبی که مبتنی بر پایگاه طبقاتی ومنافع واهداف مشترک سیاسی و اقتصادی باشد و سنتهای ماندگار دموکراسی پارلمانی را شکل بخشد؛ یارگیری احزاب و برنامه های انتخاباتی با تکیه بر شکاف های اجتماعی قومی- مذهبی صورت می پذیرد (مقصودی، ۱۳۸۵، ص ۸۷).

در واقع این احزاب به جای تکیه بر طبقه اجتماعی که تکیه گاه فعالیت های حزبی و انتخاباتی در جوامع صنعتی محسوب می شود، از الگوی هویت اجتماعی و ویژگی های قومی که نفوذ ویژه‌ای بر گزینش رأی دهندگان و حمایت های حزبی در جوامع ماقبل سرمایداری و در جوامع در حال گذار به دموکراسی دارد بهره می جویند. اینگلهارت در مورد مشارکت شهروندان در تصمیم گیریهای سیاسی و اقتصادی از دو نوع مشارکت یاد می کند: الف- مشارکت سیاسی سرآمد- گردان ب- مشارکت سیاسی سرآمد- وابسته یا وابسته به نخبگان.

۱.«مشارکت سرآمد گردان»: این شکل از مشارکت شیوه جدیدتر مشارکت می‌باشد که اولویت‌های فرد را با دقتی به مراتب بیشتر و بسیار مفصل‌تر از روش کهنه بیان می‌کند. این شیوه مسئله گرا و به جای اتکا بر سازمان‌ها بوروکراتیک موجود، مبتنی بر گروه‌های ویژه است (اینگلهارت،۱۳۷۳، ص ۳۸۱).

۲.«مشارکت سرآمد وابسته»: که پیش از آنکه بازتاب تأثیر اولویت‌های مردم بر تصمیمات سرآمدان باشد، رهبری مردم توسط سرآمدان می‌باشد.

از نظر او تفاوت شرایط اجتماعی مانند سطح توسعه اقتصادی و اجتماعی می تواند به این دو گونه مشارکت بیانجامد. گونه اول شیوه تازهای از سیاست است که نقش مهمتری به جامعه می دهد و ویژه جوامع پیشرفته صنعتی است. گونه دوم مشارکت سیاسی شیوه کهنه‌ای از مشارکت سیاسی است که در اروپا در سالهای پایانی قرن نوزدهم و آغاز سده بیستم جامعه را با ابزارهایی چون اتحادیه های کارگری، کلیسا و احزاب بسیج می کرد. در این سازمانها شمار اندکی از رهبران یا رؤسای سیاسی اکثریتی از گروههای منظم مردمان را رهبری می کردند و بخش گسترده‌ای از شهروندان را که به تازگی دارای حق رأی شده بودند به میدان می آوردند. به نظر او این نوع مشارکت که مشارکتی بسیار محدود است بیش از آن که بازتاب اثر اولویت های شهروندان بر تصمیمات نخبگان باشد رهبری شدن مردمان را از سوی آنان نشان می دهد. در نظر او این نوع مشارکت متناسب با گونه معینی از مشارکت مانند رأی دادن است.

پیشینه تاریخی تأثیرپذیری گروههای اجتماعی از نخبگان سیاسی- مذهبی برای ایرانیان، در درازای تاریخ، پیروی از افراد برخوردار از اقتدار کاریزماتیک یک الگوی رفتاری بوده است. در اصل، مشروعیت این اقتدار در هرگونه نظام سیاسی عامل مهّم اطاعت مردمان است. اقتدار کاریزماتیک و نقش اساسی آن در بسیج سیاسی- اجتماعی تنها به عرصه سیاست محدود نبوده است؛ سران قبایل و روستاها و نیز روحانیون و رهبران مذهبی ادیان توحیدی در ایران در شمار بزرگ‌ترین ارکان تنظیم‌کننده و هدایت‌کننده رفتار سیاسی اجتماعی بوده‌اند. به سخن دیگر«بسیج بیرونی» در معادلات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ایران نقشی برجسته داشته است و دارد. سطح پایین شناخت در کنار ارزشمندی پیروی از راهنمایی‌ها و دستورهای نخبگان مذهبی- سیاسی، نداشتن مهارتهای لازم برای دریافت اطّلاعات و تحلیل مسائل سیاسی، نهادینه نشدن سازمان های جهت‌دهنده به نگرش های سیاسی شهروندان و در کنار آن عواملی چون کمرنگ بودن فرهنگ سیاسی مسالمت‌آمیز، وجود احزاب دستوری و ناپایداری آنها، وجود گروههای غیررسمی نیرومندتر از احزاب، کمبود تجربه در مشارکت سیاسی، همسنگ نبودن توسعه سیاسی با توسعه اقتصادی، دسیسه دولتهای خارجی (تبریزنیا، ۱۳۷۱، صص ۳۲۹-۲۱۵) دلایلی در تأیید موضوع است.

در نتیجه به دلیل دلیل سنتی بودن جامعه نورآباد و عدم توسعه و همچنین حاکمیت فرهنگ قومی

www.SID.ir

Archive of SID

قبیلـه‌ای چارچـوب نظری فـوق که برگرفتـه از نظر دو اندیشـمند می‌باشـد بـرای ایـن پژوهش انتخاب شـده است.

حوزه انتخابیه ممسنی

شهرسـتان ممسـنی با مسـاحت ۵۶۰۱ کیلومتـر مربع در شـمال غربـی اسـتان فـارس و غـرب رشـته‌کوه زاگـرس قـرار دارد. این شهرسـتان از شـمال به اسـتان کهگلویـه و بویـر احمـد و شهرسـتان رسـتم، از شـمال شـرق بـه شهرسـتان سـپیدان، از جنوب به شهرسـتان کازرون و اسـتان بوشـهر، از مشـرق به شهرسـتان‌های سـپیدان و شـیراز و از مغرب به اسـتان کهگیلویه و بویر احمـد محـدود می‌شـود (شـاه ولـی و گرجـی، ۱۳۹۳، ص ۱۴). همچنیـن در رابطـه بـا ایـن شهرسـتان ذکـر ایـن نکتـه ضـروری می‌باشـد کـه ایـن شهرسـتان در ابتـدا دارای ۴ بخـش مرکـزی، ماهـور میلاتی، دشـمن زیاری و رسـتم بود که با پیگیری مسـؤلین شهرسـتان ممسـنی و نماینده وقت در سـال ۱۳۸۷، بخش رسـتم بـه شهرسـتان رسـتم ارتقـا پیـدا می‌کنـد. هـم اکنون این دو شهرسـتان دارای یک حوزهٔ انتخابیه می‌باشـند. طبـق آخریـن سرشـماری (۱۳۹۱)، ایـن شهرسـتان دارای ۵۲۳ آبـادی، ۳ بخـش با نام‌های دشـمن زیاری، ماهـور میلاتـی و مرکزی، و سـه نقطه شـهری (نورآباد، خومـه‌زار و بابا-منیـر) و ۹ دهسـتان می‌باشـد (مرکـز آمـار ایـران). این مقاله به بررسـی رفتار انتخاباتی شـهر نورآبـاد می‌پـردازد. شـهر نورآبـاد، مرکـز شهرسـتان ممسـنی، بـا پهنـه‌ای حـدود ۱۵ کیلومتـر مربـع، در شـمال باختـری فـارس، در مسـیر راه شـیراز- بهبهـان در ۳۰ درجـه و ۷ دقیقـه پهنـای شـمالی و ۵۱ درجه و ۳۱ درجـهٔ درازای خـاوری نسـبت بـه نیمـروز گرینویچ قـرار دارد (جعفـری، ۱۳۶۸، ص ۱۴). ایـن شـهر، از بـه هـم پیوسـتن بیسـت روسـتای قلعـه کهنـه، مالکـی، قلعـه انجیـری، توتسـتان، سـنگان، گازرگـه، تـل قلی، خادنـگان، صالحـی، تـل کوشـک، بنـه امامـزاده، تـل ریـزی، زیرجـو، بنیان علیـا، بنیان سـفلی، موردابی، تل گـوه، برمـک علیا، برمک سـفلی و جابه، محل سـکونت تیره‌هـای کرایـی و عمله طایفه بکش و اسـکان عشـایر بوجـود آمـده اسـت (رضایـی، ۱۳۸۸، ص ۹).

بـه طور کلی موقعیـت جغرافیایی و اقلیمی شهرسـتان ممسـنی بـه گونـه‌ای اسـت کـه ایـن قلمـرو از دوران باسـتان تاکنـون مکانـی بـرای ییلاق و قشـلاق عشـایر کوچـرو بـوده اسـت؛ بنحـوی کـه تشـکیل اولیـن اجتماعـات انسـانی در ایـن شهرسـتان با تاریخ عشـایر و حکومـت ملـوک الطوایفـی ایـلات رقـم خـورده اسـت(حبیبی فهلیانـی، ۱۳۷۱: ۳۶). ایل ممسـنی یکی از ایـلات قـوم لُـر اسـت کـه در یـک نظـام رده‌بنـدی اجتماعـی بازمانـده از سیسـتم عشـیره‌ای قبـل از اصلاحـات ارضـی؛ شـامل چهـار طایفـه بـه نام‌هـای، بکـش، جاویـد، رسـتم و دشـمن زیاری می‌-باشـد. که نـام هـر یـک از ایـن طوایـف به محلـی (دهسـتانهایی) کـه در آن سـکونت دارند اطلاق می‌گـردد (دومورینی، ۱۳۷۵، ص ۵۲). و از لحـاظ اقتصـادی، اجتماعـی، و فرهنگـی بـه صـورت سـنتی و عشـیره‌ای بـود.

نظـام اجتماعـی حاکم بر ممسـنی قبل از «نوسـازی» بـه ویژه اصلاحات ارضـی؛ نظامی ایلی، سلسـله مراتبی مبتنـی بـر اقتصـاد کشـاورزی و دامـداری، محـدود به روابـط محـدود و چهره بـه چهره و ازدواج‌هـای فامیلی یـا درونگروهـی بوده اسـت. کـه در آن افراد وابسـتگی زیـاد بـه رأس هـرم قـدرت طایفـه یعنـی خوانیـن و کدخداها داشـتند. طایفه‌هـا داری مرزبندی اجتماعی-سیاسـی خاص خود بودند و دنیای سـاکنین سـرزمینِ ممسـنی محـدود بـه قلمـرو جغرافیایـی تیـره و طایفه خـود و کمـی فراتر بـه جغرافیای ایل ممسـنی محدود می‌شـد (مجیـدی کرایـی، ۱۳۷۱، ص ۳۵۰) همچنین نوعـی تطابق بیـن جهان‌بینـی، نگرش‌هـای فرهنگی-اجتماعـی، تقدیرگرایـی و شـرایط عینـی زندگی وجود داشـت. تنها شـرایط حاکم بر جامعه ایلی در ممسـنی، «خاص گرایـی» را می‌طلبید، و احتـرام به آن را ایجاب می‌کـرد (مقـدس، حیـدری، ۱۳۸۷، ص ۱۵۴).

آنچـه کـه می‌تـوان از برآینـد بررسـی وضعیـت جامعه عشـایری شهرسـتان ممسـنی اسـتفاده نمود بیـان این واقعیت اسـت که شهرسـتان ممسـنی اگر چـه در طی سـال‌های گذشـته زندگـی عشـایری و کـوچ‌روی آن

www.SID.ir

Archive of SID

تحت تأثیر تغییر و تحولات اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است، اما وضعیت فرهنگی این شهرستان همچنان متأثر از زندگی عشیره‌ای می باشد، در این جامعه عصبیت های طایفه‌ای خود را علی رغم یکجانشینی و کمتر شدن زندگی عشایری هم چنان حفظ نموده است. در این شهرستان با توجه به بافت سنتی که همواره طی تاریخ پذیرای آن بوده است، فرهنگ سیاسی طایفه‌ای یک اصل بنیادین به شمار می رود، به طوری که این فرهنگ همواره در روابط اجتماعی سیاسی این شهرستان نمود آشکاری دارد و کنش سیاسی شهروندان ممسنی را متأثر کرده است.

فرضیات:

- بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی با میزان قومیت گرایی رابطه وجود دارد.
- نخبگان محلی اعم از ایلی، سیاسی و مذهبی در رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد تأثیر گذارند.

روش تحقیق

روش به تکنیک های خاص جمع آوری اطلاعات مربوط می شود (ایمانی، ۱۳۸۸، ص۵۱). در بررسی های این پژوهش از دو روش پیمایش و روش کتابخانه‌ای همگام با هم استفاده شده است. به اقتضای موضوع تحقیق و با توجه به امکانات، روش پیمایش به منزله مناسب ترین برای جمع آوری اطلاعات مورد نظر قرار گرفت. چارچوب نظری و فرضیات تحقیق نیز بکارگیری روش پیمایش را برای جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها بیشتر ایجاب می کند

در این پژوهش نیزجامعه آماری مورد مطالعه، افراد واجد شرایط رأی (۱۸ سال به بالا) در شهر نورآباد بوده‌اند. شهر نورآباد نیز دارای جمعیتی معادل ۵۵۷۳۶ نفر می باشد. بر همین اساس، حجم نمونه ۳۸۰ نفر تخمین داده شد که برای اطمینان بیشتر، حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. همچنین گرجی و مورگان با توجّه به خطای نمونه گیری ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ همبسته با آماره ی مجذور کای(خی دو) برای یک درجه آزادی ، فرمول

$$n = \frac{Z^2NP(1-P)}{d^2(N-1)+Z^2P(1-P)}$$

را پیشنهاد کرده‌اند و جدول را بر اساس این فرمول و مقادیر مختلف N ارائه کرده‌اند. بنابراین به صورت تصادفی ۴۰۰ پرسشنامه میان نمونه آماری توزیع شده و پس از گردآوری پرسشنامه ها و تلخیص آنها تعدادی از آنها به دلیل ریزش و یا نامناسب بودن و نیز ناقص بودن و همچنین بازنگرداندن برخی پرسشنامه توسط برخی پاسخگویان از فرآیند تجزیه و تحلیل داده ها خارج گردید و در نهایت تعداد پرسشنامه های مناسب جهت تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیات تحقیق به ۳۷۰ مورد کاهش یافت.

تعریف مفاهیم و عملیّاتی نمودن متغیّرهای تحقیق

متغیر وابسته

تعریف نظری رفتار انتخاباتی: متغیر وابسته در این تحقیق رفتار انتخاباتی می باشد. رفتار انتخاباتی، نوع کنش سیاسی است که با کارکردهای ساختی خرده نظام های اقتصادی و جامعه ای و فرهنگی در سطح کلان نظام اجتماعی رابطه دارد. این رفتار بعلاوه در سطح خرده نظام اجتماعی با وضعیت ارگانیسم رفتاری، شخصیت اجتماع و الگوهای رفتاری آن ارتباط می یابد.

متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل در این پژوهش شامل دو متغیر: تأثیر ساختار قومی و قبیله‌ای و تأثیر نخبگان محلی بودند. تعریف نظری ساختار قومی و قبیله ای (قوم گرایی): جامعه ای که از همبستگی مکانیکی و نظارت بالای اجتماعی برخوردار است. این همبستگی موجب میشود تا وجود فرد در ساختار قبیله‌ای مستحیل گردد و آنچنان کلیتی بوجود آید که مانند یک الگوی تجزیه ناپذیر، راه را بر هرگونه ادغام در سطح فراقبیله ای مسدود گرداند، نظارت اجتماعی در درون قبیله، بسیار شدید و مخالفت با تغییر و تحول بسیار جدی است. خویشاوندی روبنایی است

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۱. گویه های متغیر رفتار انتخاباتی

گویه ها	سطح سنجش
بـه چـه میـزان در ادوار مختلف انتخابات مجلس شـورای اسلامی مشـارکت دارید؟	در سـطح رتبـه‌ای و در طیـف پنـج گزینه‌ای لیکـرت (از خیلـی کم تـا خیلـی زیاد)
بـه چـه میـزان شـرکت درانتخابـات را بـه عنـوان یـک وظیفـه سیاسـی-اجتماعی می-دانیـد؟	
شـرکت شـما درنشسـت ها و سـخنرانی های مربـوط بـه انتخابـات مجلس شـورای اسـلامی بـه چه میزان اسـت؟	
بـه چه میزان در انتخابات مجلس شـورای اسـلامی برای موفقیـت یک کاندیـد هزینه می کنید؟	
نصـب پوسـتر وعکـس نامزدهـای انتخاباتـی ومـواردی از ایـن قبیـل در وسـایل شـخصی خـود (درب منـزل یـا ماشـین) در انتخابـات مجلـس شـورای اسـلامی بـه چـه میـزان اسـت؟	
تمایـل شـما به تشـویق دیگـران بـه شـرکت در انتخابات مجلـس شـورای اسـلامی به چـه میزان اسـت؟	
بـه چـه میزان دیگـران بـه رأی دادن به یـک نامزد خاص در انتخابـات مجلس شـورای اسـلامی ترغیب می کنید؟	

کـه کارکرد سیاسـی، قضایـی و ایدولوژیـک یک جامعه قبیلـه‌ای را مشـخص می کنـد (نقیـب زاده، ۱۳۷۹، صـص ۷۷-۸۸).

تعریـف نظـری نخبـگان محلـی نخبـگان اشـخاص و گروهایـی هسـتند کـه در نتیجـه قدرتـی که به دسـت می آورنـد و تأثیـری کـه برجـای می-گذارنـد یـا بـه وسـیله تصمیماتـی کـه اتخـاذ می نماینـد یا به وسـیله احساسـات و هیجاناتـی کـه بـه وجـود می آورنـد در کنـش تاریخـی جامعه‌ای موثر واقع می شـوند (روشـه، ۱۳۷۰، ص ۱۵۳).

تعریف عملیاتی مفاهیم

شـامل فرآیندهایی اسـت که پژوهشـگر جهـت تثبیت موجودیّـت پدیـده‌ای از طریـق مفهوم، دنبـال می کند. هنگامـی که پدیده‌ای قابل مشـاهدهٔ مسـتقیم نباشـد، محققـان از تعاریـف عملیاتـی اسـتفاده می کننـد. در واقـع، تعریـف عملیاتـی مفاهیـم بـه این مطلب اشـاره دارد کـه واژه هـا (مفاهیـم) از حالـت عـام، انتزاعـی و کیفـی بـه حالتـی عینـی، کمـی و امـور قابل مشـاهده برگردانده شـوند.

متغیر وابسته

رفتـار انتخاباتـی: رفتـار انتخاباتـی بـا اسـتفاده از۷ گویـه در طیـف پنـج گزینـه‌ای لیکـرت (خیلـی کـم، کـم، متوسـط، زیـاد، خیلـی زیاد) مـورد سـنجش قرار گرفتـه اسـت. ایـن گویه هـا عبارتنـد از: شـرکت در ادوارمختلـف انتخابـات مجلـس، شـرکت درانتخابـات بـه عنوان یـک وظیفـه سیاسـی- اجتماعی، مشـارکت در نشسـتها، سـخنرانی ها، نصـب پوسـتر و عکـس نامزدهـای انتخاباتـی و مـواردی از این قبیل در وسـایل خـود، تشـویق دیگران به شـرکت در انتخابـات، ترغیب دیگـران بـه رأی دادن بـه یـک نامـزد خـاص، هزینـه کـردن بـرای موفقیـت یـک کاندیـد.

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۲. گویه های متغیر ساختار قومی و قبیله ای (قوم گرایی)

گویه ها	سطح سنجش
تـا چه انـدازه افراد طایفه شـما در انتخـاب کاندیدای مورد نظـر هم عقیده هسـتند؟	در سـطح رتبـه ای و در طیـف پنج گزینـه ای لیکرت (از خیلـی کـم تا خیلـی زیاد)
تـا چـه انـدازه در رأی دادن تابـع نظـرات اعضـای خانـواده یـا بـزرگ طایفـه خـود هسـتید؟	
بـرای معرفـی خود به دیگـران تا چه اندازه از نسـبت فامیلی اسـتفاده می کنید؟	
بـه نظـر شـما کاندیدایـی کـه از حمایت یـک طایفه یـا قـوم برخوردار نباشـد تا چـه اندازه شـانس قبولی دارد؟	
تـا چه اندازه طایفه شـما در صورت نامزد شـدن یکی از افـراد طایفـه، در انتخابات از او حمایت می کنند؟	
تـا چـه انـدازه در مسـائل سیاسـی و اجتماعـی (رأی دادن) بـا هم ایلی هـا و هم طایفه-ای هـا هماهنـگ و همسـو هستید؟	
بـه نظر شـما تا چه اندازه اختلافـات قومی و قبیله ای (بین ایـلات و طوایف مختلف) باعث	
گرایش به سمت نامزدی خاص می شود؟	

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Automn 2015

سـاختار قومـی و قبیلـه ای (قوم گرایـی): در این تحقیـق سـاختار قومی و قبیلـه ای با ۷ گویـه در طیف پنـج گزینـه ای لیکـرت (خیلـی کـم، کـم، متوسـط، زیـاد، خیلـی زیـاد) مـورد سـنجش قـرار گرفته اسـت. گویه هـای سـاختار قومـی و قبیلـه ای (قوم گرایـی) عبارتند از: همبسـتگی ایلی در مسـائل مختلف، هم سو بودن در مسـائل سیاسـی- اجتماعـی، تابعیت از نظرات خانـواده در رأی دادن، اسـتفاده از نسـبت فامیلـی برای معرفـی خـود، تأثیـر اختلافـات قومـی در گرایـش بـه نامزدهـا، شـانس قبولی کاندیدایی کـه از حمایت قومی برخـوردار نباشـد، علایق قومی-خویشـاوندی بـه نامزد منتخب .

نخبـگان محلـی: در ایـن پژوهـش نخبـگان عبارتنـد از کدخداهـا و ریش سـفید قـوم، تحصیل کـردگان قـوم، مقامـات سیاسـی شهرسـتان و مقامـت مذهبـی. ایـن متغیـر در ایـن پژوهش با اسـتفاده از ۷ گویه در سـطح ترتیبـی و در طیـف پنج گزینـه ای لیکـرت (خیلی کم، کـم، متوسـط، زیـاد، خیلـی زیاد) مـورد سـنجش قرار گرفته اسـت.

سـن: تعـداد سـالهای کاملـی اسـت کـه از زمـان تولـد فـرد گذشـته اسـت نمونـه آمـاری در این پرسـش نامه افـراد بـالای ۱۸ سـال کـه در انتخابات شـرکت کرده یا می تواننـد شـرکت کننـد پـر نموده اند. برای سـنجش متغیـر سـن از یک سـؤال با سـطح سـنجش فاصله ای اسـتفاده گردید.

جنـس: جنسـیت یـا جنـس بـه تمـام ویژگی هـای جسـمانی و رفتـاری گفتـه می شـود که مـردان و زنان را از هـم متمایـز می کند. برای سـنجش متغیر جنس،

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۳. گویه های متغیر تأثیر نخبگان محلی

گویه ها	سطح سنجش
در انتخابات مجلس شورای اسلامی، کاندیداها تا چه اندازه به حمایت سران طوایف و افراد برجسته منطقه نیاز دارند؟	در سطح رتبه‌ای و در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد)
حضور یافتن کاندیدا در منزل سران اقوام تا چه اندازه در جهت گیری آراء مردم توسط سران مؤثر است؟	
به نظر شما حمایت کدخداها و بزرگان در انتخاب کاندیدا برای مجلس تاچه اندازه مؤثر است؟	
شخصیت ها و مقامات سیاسی شهرستان تا چه اندازه در جهت گیری آرای مردم تأثیر دارند؟	
تا چه اندازه حمایت نهادهایی چون آموزش و پرورش و فرمانداری و دیگر نهادهای اجرایی در پیروزی یک کاندیدا نقش دارد؟	
حضور یافتین شخصیت های سیاسی به عنوان عاملین اجرایی انتخابات در پای صندوق های رأی تا چه اندازه در کشش آراء مردم به سمت کاندیدای هم طایفه ای خود مؤثر است.	
تا چه اندازه حمایت نهادهایی چون کمیته امداد و بنیاد شهید از کاندیدادها در پیروزی آنها تأثیر دارد؟	

از یک سوال بسته با سطح سنجش اسمی و در دو طبقه زن و مرد، استفاده گردید.

شغل: شغل نوع کاری است (مطابق با تعریف کار و مصادیق آن) که توسط فرد در ۷ روز گذشته انجام شده است. در این تحقیق هر کاری که در ازای آن مزد دریافت شود می باشد که با یک سؤال بسته در پنج طبقه بیکار، کارمند، کارگر، کشاورز و سایر، مورد سنجش قرار گرفت.

تحصیلات: در این تحقیق منظور از سطح تحصیلات تعداد کلاسهایی می باشد که افراد مشغول به تحصیل بوده اند. تحصیلات در این پژوهش با یک سؤال بسته با پنج طبقه بی سواد، دیپلم و زیردیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، و فوق لیسانس و بالاتر سنجیده شده است.

درآمد: منظور مقدار پولی است که پاسخگویان در طول یک ماه کسب می کنند و در چهار طبقه کمتر از ۱۰۰ هزار تومان، از ۱۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان، از ۳۰۰ تا ۶۰۰ هزار و از ۶۰۰ هزار به بالا مورد سنجش قرار گرفته است.

طایفه: متغیر طایفه در این پژوهش به صورت یک سؤال بسته و با پنج طبقه بکش، جاوید، رستم، دشمن زیاری و غیره سنجیده شده است.

www.SID.ir

یافته های پژوهش

اطلاعات توصیفی

ویژگی های پاسخگویان به این صورت است که ۴۶/۲ درصد پاسخگویان را مرد و ۵۸,۸ درصد پاسخگویان را زنان که ۶۰/۳ درصد پاسخگویان در رده سنی ۱۸-۳۰ سال بودند و بیشترین پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی لیسانس با ۴۴/۹ درصد بودند. همچنین وضعیت شغلی پاسخگویان به این صورت است که ۴۸/۸ درصد بیکار بودند. ۵۰/۰۳ درصد پاسخگویان از طایفه بکش، ۱۸/۶ درصد از طایفه جاوید، ۱۵/۷ درصد از طایفه رستم، ۸/۶ درصد از طایفه دشمن زیاری و ۶/۲ درصد را سایر طایفه ها بودند و ۳۵/۷ درصد درآمد خود را مشخص نکرده بودند.

وضعیت رفتار انتخاباتی پاسخگویان

رفتار انتخاباتی دراین پژوهش شامل ۷ گویه می باشد نمرات هر گویه از ۱ تا ۵ متناسب با طیف لیکرت رده بندی شده اند که نمره ۱ نشان دهنده خیلی کم و نمره۵ نشان دهنده خیلی زیاد می باشد. یعنی هر چه میانگین به عدد ۵ نزدیک باشددرصد بالاتری از افراد به مشارکت در انتخابات و فعالیتهای انتخاباتی پرداخته اند و برعکس هرچه میانگین به عدد ۱ نزدیکتر باشدگویای مشارکت پایین انتخاباتی و عدم انجام فعالیت های انتخاباتی می باشد. طبق جدول ۴ در گویه مشارکت در انتخابات، بیشترین درصد پاسخ مربوط به گزینه خیلی زیاد می باشد که ۳۴/۹ درصد پاسخگویان را شامل می شود کمترین درصد گزینه کم است که میزان ۷/۳ درصد را به خود اختصاص داده است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که مشارکت در انتخابات در شهر نورآباد در سطح بسیار بالایی قرار دارد.

در گویه شرکت در انتخابات به عنوان یک وظیفه سیاسی- اجتماعی، بیشترین درصد مربوط به گزینه خیلی زیاد می باشد که ۳۵/۹ درصد پاسخگویان را شامل می شود کمترین درصد نیز مربوط به گزینه کم است که میزان درصد ۸/۶ را به خود اختصاص داده است که بیانگر میزان بسیاربالای پایبندی پاسخگویان به شرکت در انتخابات است. در گویه شرکت در نشست ها وسخنرانی ها آمار نشان می دهد بیشترین درصد شرکت در نشست ها و سخنرانی ها مربوط به گزینه متوسط با ۳۳/۵ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۱۲/۲ درصد اختصاص دارد.

در گویه هزینه کردن در حمایت از یک کاندیدا بیشترین درصد مربوط به گزینه خیلی کم است که ۱/۳۴ درصد پاسخگویان را شامل می شود و کمترین درصد گزینه خیلی زیاد است که میزان درصد ۱۲/۷ را به خود اختصاص داده است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که هزینه کردن در حمایت از یک کاندیدا در شهر نورآباد در سطح بسیار پایینی قرار دارد. در گویه نصب عکس وپوستردر منزل ووسایل خودبیشترین درصد به گزینه متوسط با ۲۴,۱ درصد تعلق دارد و کمترین درصدبه گزینه خیلی کم اختصاص دارد. در گویه تشویق دیگران به مشارکت انتخاباتی آمار نشان می دهد بیشترین درصد تشویق دیگران به شرکت درانتخابات مربوط به گزینه متوسط با ۲۹,۲ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۱,۵ درصد اختصاص دارد. میانگین تشویق دیگران به شرکت در انتخابات عدد ۳,۴۱۰۸ می باشد که این مقدار بیانگر این است که میزان تشویق دیگران به مشارکت در انتخابات متوسط و رو به بالاست. در نهایت در گویه ترغیب دیگران به رأی دادن به یک کاندیدای خاص بیشترین درصد تشویق دیگران به

Archive of SID

استفاده از نسبت فامیلی مربوط به گزینه متوسط با ۲۷,۶ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۷,۰ درصد اختصاص دارد که این مقادیر بیانگر این است که میزان استفاده از نسبت فامیلی برای معرفی خود به دیگران در شهر نورآباد متوسط رو به بالاست و این نشانگر این مطلب است که در این شهرستان ساختارهای سنتی همچنان قوی هستند و نوسازی در زمینه فرهنگی صورت نگرفته یا یه عبارت بهتر ناموفق بوده است.

در گویه مربوط به شانس قبولی کاندیدایی که حمایت یک طایفه را ندارد طبق جدول ۵، بیشترین درصد شانس قبولی کاندیدایی که حمایت یک طایفه را ندارد گزینه خیلی کم با ۳۵,۹ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه زیاد با ۷,۶ درصد اختصاص دارد که این مقایر بیانگر این است که کاندیدایی که از حمایت یک قوم برخوردار نباشد شانس کمی برای قبولی در انتخابات دارد. در نهایت در گویه تأثیر اختلافات قومی قبیله ای در گرایش به نامزدها، بیشترین درصد تأثیر اختلافات قومی قبیله‌ای در گرایش به نامزدها مربوط به گزینه خیلی زیاد با ۴۵,۴ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۲,۴ درصد اختصاص دارد که این مقادیر بیانگر میزان بالای اختلافات قومی و قبیله‌ای در شهر نورآباد می باشدکه این امر باعث جهت گیری در انتخابات و گرایش به نامزدها نیز شده است در نتیجه می توان گفت اختلافات قومی و قبیله ای فاکتور مهمی در تحولات شهر نورآباد به حساب می آید.

وضعیت تأثیر نخبگان در رفتار انتخاباتی

تأثیرگذاری نخبگان به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده رفتار انتخاباتی در شهر نورآباد دراین پژوهش شامل ۷ گویه می باشد. نمرات هر گویه از ۱ تا ۵ متناسب با طیف لیکرت رده بندی شده اند که نمره ۱ نشان دهنده خیلی کم و نمره ۵ نشان دهنده خیلی زیاد. یعنی هر چه میانگین به عدد ۵ نزدیکتر باشد، بیانگر تأثیرگذاری بیشترنخبگان بر رفتار انتخاباتی مردم و برعکس هرچه میانگین به عدد ۱ نزدیکتر باشد گویای عدم تأثیر پذیری رفتار انتخاباتی مردم از این ساختار می باشد. طبق جدول ۶، در گویه تأثیر سران طوایف و افراد برجسته، بیشترین درصد تأثیر سران طوایف و افراد برجسته مربوط به گزینه خیلی زیاد با ۵۸,۹ درصد می باشد وکمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۵ درصد اختصاص دارد که این مقدار بیانگر میزان بالای تأثیر سران طوایف و افراد برجسته در شهر نورآبادمی باشد.

در گویه تأثیر حضور یافتن کاندیدا در منزل سران قوم بیشترین درصد تأثیر حضور کاندیدا در منزل سران قوم گزینه خیلی زیاد با ۴۱,۱ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۳,۵ درصد اختصاص دارد که این مقدار بیانگر این است که حضور کاندیداها در منزل سران قوم تا اندازه زیادی می تواند رأی آن قوم را نصیب خود کند. نکته قابل توجه این است که وقتی کاندیدایی به منزل سران یک قوم می رود آن قوم خود را ملزم به رأی دادن به آن نامزد می دانند.

در گویه تأثیر کدخدا و ریش سفید در جهت گیری آرای مردم بیشترین درصد تأثیر کدخدا و ریش سفید در جهت گیری آرای مردم مربوط به گزینه زیاد با ۳۸,۴ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه کم با ۳,۵ درصد اختصاص دارد که این مقدار بیانگر تأثیر بالای کدخداها در انتخابات شهر نورآباد می باشد در نتیجه می توان گفت حمایت کدخداها و بزرگان قوم از یک کاندیدا عامل مهمی در پیروزی وی به حساب می آید. در گویه تأثیر شخصیتها و مقامات سیاسی در جهت گیری آرای مردم بیشترین درصد تأثیر مقامات سیاسی شهرستان در جهت گیری آرای مردم مربوط به گزینه خیلی زیاد با۳۲,۴ درصد می باشد و کمترین درصد به گزینه خیلی کم با ۳,۸ درصد اختصاص دارد که این مقدار بیانگر این مطلب است که مقامات سیاسی یکی از تأثیرگذارترین اقشار در آرای مردم می باشد در نتیجه می توان گفت حمایت مقامات سیاسی ازیک کاندیدا عامل مهمی در پیروزی

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۵. وضعیت قوم گرایی و ساختار و نظام قومی و قبیله ای پاسخگویان

گویه ها	وضعیت پاسخ های پاسخگویان به گزینه های مربوطه									
	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
همبستگی قومی	۱۱۰	۲۹,۷	۹۵	۲۵,۷	۹۴	۲۵,۴	۵۱	۱۳,۸	۲۰	۵,۴
وحدت هم طایفه ای ها در رأی دادن	۱۲۳	۳۳,۲	۱۰۵	۱۸,۱	۹۶	۲۵,۹	۴۰	۱۰,۸	۶	۱,۶
تبعیت از خانواده و یا بزرگ طایفه	۱۱۹	۳۲,۲	۶۷	۱۸,۹	۹۱	۲۴,۶	۵۴	۱۴,۶	۳۹	۱۰,۵
استفاده از نسبت فامیلی برای معرفی خود به دیگران	۹۵	۲۵,۷	۷۸	۲۱,۱	۱۰۲	۲۷,۶	۶۹	۱۸,۶	۲۶	۷,۰
پیروزی کاندیدا بدون حمایت طایفه	۳۰	۸,۱	۲۸	۷,۶	۸۴	۲۲,۷	۹۵	۲۵,۷	۱۳۳	۳۵,۹
تأثیر اختلاف قومی در رفتار انتخاباتی	۱۶۸	۴۵,۴	۱۲۰	۳۲,۴	۴۹	۱۳,۲	۲۴	۶,۵	۳۹	۱,۵

وی بـه حسـاب می آیـد. در گویـه تأثیر مقامـات اداری سیاسـی قـوم در آرای مـردم بیشـترین درصـد تأثیـر مقامـات اداری سیاسـی قـوم در آرای مـردم مربـوط به گزینـه زیـاد بـا بـا ۳۵,۹ درصـد می باشـد و کمتریـن درصـد بـه گزینـه خیلی کـم بـا ۳,۸ درصـد اختصاص دارد کـه ایـن مقدار بیانگر این مطلب اسـت که مقامات سیاسـی- اداری اقـوام یکـی از تأثیرگذارترین اقشـار در آرای مـردم می باشـد در نتیجه می تـوان گفت حمایت مقامات سیاسـی- اداری ازیک کاندیـدا عامل مهمی در پیـروزی وی به حسـاب مـی آید.

در گویـه تأثیـر تحصیل کـردگان طایفـه بـه عنـوان عاملیـن اجرایـی انتخابـات در پـای صندوق هـای رأی در جهت گیـری آرای مـردم بیشـترین درصـد تأثیـر تحصیـل کـردگان طایفـه در جهت گیـری آرای مـردم مربـوط بـه گزینه خیلی زیـاد با ۳۵,۲ درصد می باشـد وکمتریـن درصـد بـه گزینـه خیلی کـم بـا ۲,۴ درصد اختصـاص دارد. در گویـه تأثیـر روحانیـون و مقامـات مذهبـی در جهت گیـری آرای مـردم بیشـترین درصـد تأثیـر روحانیـون و مقامـات مذهبـی در جهت گیـری آرای مـردم مربـوط بـه گزینه متوسـط بـا ۳۲,۷ درصد می باشـد و کمتریـن درصـد بـه گزینـه زیـاد بـا ۱۷,۳ درصـد اختصـاص دارد کـه ایـن مقـدار بیانگـر ایـن اسـت کـه در شـهر نورآبـاد تأثیـر روحانیـون و مقامات مذهبـی متوسـط رو به پایین اسـت و ایـن بیان گر این اسـت کـه نخبگان مذهبی نسـبت به سـایر نخبـگان از تأثیرگـذاری کمتـری برخوردارنـد.

آمار استنباطی

یافته های استنباطی

تحلیـل اسـتنباطی مشـخص می کند کـه آیـا الگوها و فراینـد هـای کشف شـده در نمونه، در جامعـه ی آماری هـم کاربرد دارد یا خیـر؟ (دواس، ۱۳۸۳، صص ۱۳۸ – ۱۳۷). در واقـع آمار اسـتنباطی شـامل تمامـی آماره ها و آزمون‌هایـی می گـردد کـه بـه آزمـون فرضیه هـای تحقیـق و بـه عبارتـی بـرآورد پارامترهـای جامعـه از آماره هـای نمونـه می پـردازد.

فرضیـه اول: بیـن رفتـار انتخاباتـی مـردم شـهر نورآباد

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۶. وضعیت تأثیر نخبگان در رفتار انتخاباتی

گویه ها	وضعیت پاسخ های پاسخگویان به گزینه های مربوطه									
	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
تأثیر سران طوایف و افراد برجسته	۲۱۸	۵۸,۹	۹۸	۲۶,۵	۲۹	۷,۸	۲۳	۶,۲	۲	۵
حضور کاندیدا در منزل سران اقوام	۱۵۲	۴۱,۱	۱۱۸	۳۱,۹	۶۲	۱۶,۸	۲۵	۶,۸	۶۱۳	۳,۵
تأثیر کدخدا و ریش سفید	۱۴۲	۳۸,۴	۱۴۴	۳۸,۹	۶۵	۱۷,۶	۱۳	۳,۵	۶	۱,۶
تأثیر شخصیت ها و مقامات سیاسی	۱۲۰	۳۲,۴	۱۱۹	۳۲,۲	۸۶	۲۳,۲	۳۱	۸,۴	۱۴	۳,۸
تأثیر مقامات اداری- سیاسی	۱۲۳	۳۳,۵	۱۳۳	۳۵,۹	۸۲	۲۲,۲	۱۷	۴,۶	۱۴	۳,۸
تأثیر روحانیون و مقامات مذهبی	۴۹	۱۳,۲	۶۴	۱۷,۳	۱۲۱	۳۲,۷	۷۶	۲۰,۵	۶۰	۱۶,۲
تأثیر تحصیلکردگان طایفه	۱۳۰	۳۵,۲	۱۱۱	۳۰	۹۱	۲۴,۶	۲۹	۷,۸	۹	۲,۴

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Automn 2015

در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان قومیت گرایی رابطه معناداری وجود دارد. جهت بررسی رابطه ی بین میزان قومیت گرایی و رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی،با توجّه به این که سطح سنجش دو متغیّر در سطح فاصله ای بوده است، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج بدست آمده از پژوهش در جدول ۷- نشان دادکه با توجّه به سطح معناداری (۰/۰۰۰ =Sig)، و مقدار ضریب همبستگی پیرسون که برابر با ۰/۴۲۰ بود، بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان قومیت گرایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان قومیت گرایی افزایش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز افزایش می یابد، همچنین هر چقدر میزان قومیت گرایی کاهش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز کاهش خواهد یافت.

فرضیه دوم: بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد

جدول۷. بررسی رابطه رفتار انتخاباتی با قومیت گرایی

رابطه رفتار انتخاباتی و قومیت گرایی	پیرسون	معناداری
	۰/۴۲۰	۰/۰۰۰

در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با تأثیر نخبگان محلی اعم از ایلی، سیاسی و مذهبی، رابطه معناداری وجود دارد.

جهت بررسی رابطه ی بین میزان تأثیر نخبگان محلی و رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی، با توجّه به این که سطح سنجش دو متغیّر در سطح فاصله ای بوده است، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج بدست آمده از پژوهش در جدول ۸- نشان دادکه با توجّه به سطح معناداری (۰/۰۰۰ =Sig)، و مقدار ضریب همبستگی پیرسون که برابر با ۰/۳۸۷ بود، بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان تأثیر نخبگان محلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان تأثیر نخبگان محلی افزایش یابد، میزان

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۸. بررسی رابطه رفتار انتخاباتی با تأثیر نخبگان

رابطه رفتار انتخاباتی و تأثیر نخبگان	پیرسون	معناداری
	۰/۳۸۷	۰/۰۰۰

رفتـار انتخاباتـی و شـرکت در انتخابـات نیـز افزایـش می یابـد، همچنیـن هـر چقـدر میـزان تأثیـر نخبگان محلـی کاهـش یابد، میـزان رفتـار انتخاباتی و شـرکت در انتخابـات نیـز کاهـش خواهـد یافت.

تحلیـل رگرسـیونی رفتـار انتخاباتـی بـا توجـه بـه مجموعـه متغیرهای مسـتقل بـرای مطالعـه‌ی تأثیرات مجموعـه ی متغیّرهـای مسـتقل (قومیت-گرایی، تأثیر نخبـگان محلـی، عوامل روانشـناختی، عوامل اقتصادی، سـن، جنـس، طایفـه، سـطح تحصیـلات، نوع شـغل و میـزان درآمـد) بر متغیّـر وابسـته (رفتـار انتخاباتی)، و همچنیـن تبیین واریانـس رفتار انتخاباتی پاسـخگویان توسّـط متغیّرهـای مسـتقل، از تحلیـل رگرسـیون چندمتغیّره به روش گام به گام استفاده شـده اسـت. در ایـن روش، متغیّرهـای مختلـف بـه ترتیـب میـزان اهمیّـت، در تبییـن واریانس متغیّر وابسـته وارد معادله می‌شـوند. و متغیّرهایـی نیـز کـه تأثیـری در توضیح و تبییـن متغیّـر وابسـته نداشـته باشـند، از معادله خارج می شـوند. و از آن جایـی کـه متغیّرهـای وارد شـده به تحلیل رگرسـیون چندمتغیّره، باید در سـطح فاصله‌ای باشـند، متغیّرهـای اسـمی بـه صـورت تصنّعـی بـه متغیّرهـای فاصله‌ای تبدیل شـده‌اند. نتایج رگرسـیون در جـدول زیر آورده شـده اسـت.

مرحلـه نخسـت: نتایـج بدسـت آمـده از پژوهـش در جـدول شـماره، نشـان می‌دهـد کـه بـا توجّـه بـه مقـدار ضریـب تعییـن تعدیل‌شـده (adj.۰R۲/۱۶۷)، قوی‌تریـن متغیّـر پیش‌بینی کننده در رفتـار انتخاباتی مـردم شـهر نورآباد در انتخابات نهمیـن دوره ی مجلس شـورای اسـلامی، متغیّـر قومیت‌گرایـی اسـت. ایـن متغیّـر بـه تنهایـی ۰/۱۶۷ درصـد از واریانـس رفتـار انتخاباتـی مـردم را تبیین نموده اسـت. همچنین مقدار بتـا ۰/۲۹۷ نشـان می دهـد که با یک واحـد افزایش در میـزان قومیت‌گرایـی، ۰/۲۹۷ به مقـدار رفتار انتخاباتی مـردم افزوده می شـود.

مرحلـه ی دوم: در ایـن مرحلـه، متغیّـر تأثیـر نخبـگان محلـی وارد معادلـه ی رگرسـیونی شـده اسـت. مقـدار ضریـب تعییـن تعدیل‌شـده (adj.R۲ ۰/۲۰۴) نشـان می دهـد که بـا ورود متغیّر تأثیر نخبـگان محلی، (۳/۷ درصـد) بـه قـدرت پیش‌بینی مدل افزوده شـده اسـت و مجمـوع دو متغیّـر قومیت‌گرایـی و تأثیـر نخبـگان محلـی پاسـخگویان، توانسـته‌اند ۰/۲۰۴ درصـد از عوامـل تأثیرگذار بـر رفتار انتخاباتی مردم شـهر نورآباد در انتخابـات نهمیـن دوره ی مجلـس شـورای اسـلامی را تبییـن نماینـد. همچنیـن مقـدار بتـا ۰/۲۲۹ نشـان می دهـد کـه بـا یـک واحـد افزایـش در متغیـر تأثیـر نخبگان محلـی، ۰/۲۲۹ درصد به مقدار رفتار انتخاباتی مـردم افـزوده می شـود. متغیرهـای دیگر نیـز همچون عوامـل سـن، جنـس، طایفـه، سـطح تحصیـلات، نـوع شـغل و میـزان درآمد بـه دلیل عدم قـدرت پیش‌بینی در مصـرف موسـیقی مذهبـی، از مـدل حذف شـدند.

در مجمـوع دو متغیّـر قومیت‌گرایـی و تأثیـر نخبـگان محلـی پاسـخگویان، توانسـته‌اند ۰/۲۰۴ درصـد از عوامـل تأثیرگذار بـر رفتار انتخاباتی مردم شـهر نورآباد در انتخابـات نهمیـن دوره ی مجلـس شـورای اسـلامی را تبییـن نماینـد. و ۷۹/۶ درصـد باقیمانـده، بـه عوامل دیگـری بسـتگی دارد کـه خـارج از این متغیّرها اسـت. مقـدار آزمون F (۴۶/۱۱۶)، که در سـطح خطای کمتر از ۰/۰۵ و سـطح اطمینـان ۹۵% معنـی دار می باشـد نشـان می دهد. مدل رگرسـیونی تحقیـق، مرکّب از دو متغیّـر مسـتقل قومیت‌گرایـی و تأثیـر نخبـگان محلی پاسـخگویان و یـک متغیّـر وابسـته ی رفتـار انتخاباتی، مدل متوسـطی بـوده و مجموعه ی متغیّرهای مسـتقل قادرنـد ۰/۲۰۴ درصـد تغییـرات متغیّـر وابسـته یعنـی

www.SID.ir

Archive of SID

جدول ۹. نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره رفتار انتخاباتی با روش گام به گام

رفتار انتخاباتی	R	adj.R۲	B	Beta	T	F	معناداری
قومیت گرایی	۰/۴۱۱	۰/۱۶۷	۰/۳۰۹	۰/۲۹۷	۵/۴۲۸	۴۶/۱۱۶	۰/۰۰۰
تأثیر نخبگان	۰/۴۵۷	۰/۲۰۴	۰/۲۴۳	۰/۲۲۹	۴/۱۷۸		

رفتـار انتخاباتـی را تبییـن نمایند.

نتیجه گیری و جمعبندی

طبـق تجزیـه و تحلیـل داده هـای تحقیـق کـه از گویه هـای مختلـف بدسـت آمد بـه طور کلـی می توان بـه صـورت زیـر جمـع بنـدی کـرد که:

ویژگی های پاسـخگویان به این صورت اسـت که ۴۶/۲ درصـد پاسـخگویان را مـرد و ۵۸،۸ درصد پاسـخگویان را زنان که ۶۰/۳ درصد پاسـخگویان در رده سـنی ۱۸- ۳۰ سـال بودنـد و بیشـترین پاسـخگویان دارای مدرک تحصیلـی لیسـانس بـا ۴۴/۹ درصـد بودنـد. همچنیـن وضعیـت شـغلی پاسـخگویان به ایـن صورت اسـت که ۴۸/۸ درصـد بیـکار بودنـد. ۵۰/۰۳ درصد پاسـخگویان از طایفـه بکـش، ۱۸/۶ درصـد از طایفـه جاویـد، ۱۵/۷ درصـد از طایفـه رسـتم، ۸/۶ درصـد از طایفـه دشـمن زیـاری و ۶/۲ درصـد را سـایر طایفه هـا بودنـد و ۳۵/۷ درصـد درآمـد خود را مشـخص نکـرده بودند.

در زمینـه رفتار انتخاباتی، یافته هـای توصیفی پژوهش نشـان داد که: ۱- پاسـخگویان پای بندی بسـیار زیادی بـه شـرکت در انتخابـات داشـتند. ۲- پاسـخگویان تقریبـاً بـه مقـدار کمی در نشسـت ها وسـخنرانی های انتخاباتـی شـرکت می کننـد. ۳- هزینـه کـردن در حمایت از یک کاندیدا در شـهر نورآباد در سـطح بسـیار پاییـنی قـرار دارد. ۴- نصـب عکس و پوسـتر انتخاباتی در منـزل و وسـایل شـخصی، در میـان پاسـخگویان به میـزان متوسـطی بـود. ۵- میـزان تشـویق دیگـران به مشـارکت در انتخابـات در میان پاسـخگویان، متوسـط و رو بـه بالاسـت. ۶- میـزان تشـویق دیگـران بـه رأی دادن بـه یـک نامزد در میان پاسـخگویان متوسـط و رو به بالاسـت.

در زمینـه سـاختار و نظـام قومـی قبیلـه ای بـه عنـوان یکـی از عوامل تعییـن کننده رفتار انتخاباتی در شـهر نورآبـاد، یافته هـای توصیفی پژوهش نشـان داد که: ۱- در شـهر نورآباد میزان همبسـتگی قومی بالاسـت وهم فکری وهمبسـتگی در میان اقوام بسـیار زیاد اسـت.۲- میـزان هماهنگی با همطایفه ای ها در رأی دادن بسـیار بالاسـت. ۳- اکثرافـراد در شـهر نورآبـاد بـه کسـی رأی می دهنـد کـه خانواده آنهـا از آن حمایت کرده باشـند. ۴- میزان اسـتفاده از نسـبت فامیلی بـرای معرفی خود بـه دیگـران در شـهر نورآبـاد بـه میـزان متوسـط رو به بالاسـت و ایـن نشـانگر ایـن مطلـب اسـت کـه در این شهرسـتان سـاختارهای سـنتی همچنان قوی هسـتند و نوسـازی در زمینـه فرهنگـی صـورت نگرفتـه یـا یـه عبـارت بهتـر ناموفـق بـوده اسـت. ۵- کاندیدایـی کـه از حمایـت یـک قـوم برخـوردار نباشـد شـانس کمـی بـرای قبولـی در انتخابـات دارد. ۶- اختلافـات قومـی و قبیلـه ای در شـهر نورآبادبـه میـزان بالایی می باشـد کـه این امـر باعث جهت گیـری در انتخابـات و گرایش بـه نامزدهـا نیـز شـده اسـت در نتیجـه می تـوان گفت اختلافـات قومـی و قبیله ای فاکتور مهمـی در تحولات شـهر نورآباد بـه حسـاب می آید.

در زمینـه تأثیرگـذاری نخبـگان بـه عنـوان یکـی از عوامـل تعیین کننـده رفتـار انتخاباتی در شـهر نورآباد، یافته هـای توصیفـی پژوهـش نشـان داد کـه: ۱- تأثیر سـران طوایف و افراد برجسـته در شـهر نورآباد بر رفتار انتخاباتـی پاسـخگویان بـه میـزان بالایی می باشـد. ۲- حضورکاندیداهـا در منـزل سـران قـوم تا انـدازه زیادی می توانـد رأی آن قـوم را نصیـب خـود کنـد. نکتـه قابـل توجـه این اسـت کـه وقتـی کاندیدایی بـه منزل سـران یـک قوم مـی رود آن قوم خـود را ملـزم به رأی دادن بـه آن نامـزد می داننـد. ۳- حمایـت کدخداهـا و بـزرگان قـوم ازیـک کاندیـدا عامـل مهمـی در پیروزی وی بـه حسـاب می آیـد. ۴- مقامـات سیاسـی یکـی

www.SID.ir

Archive of SID

از تأثیرگذارترین اقشار در آرای مردم می باشد در نتیجه می توان گفت حمایت مقامات سیاسی ازیک کاندیدا عامل مهمی در پیروزی وی به حساب می آید. ۵- مقامات سیاسی- اداری اقوام یکی از تأثیرگذارترین اقشار در آرای مردم می باشد در نتیجه می توان گفت حمایت مقامات سیاسی- اداری ازیک کاندیدا عامل مهمی در پیروزی وی به حساب می آید. ۶- تأثیر تحصیلکردگان طایفه به عنوان عاملین اجرایی انتخابات در پای صندوق های رأی در جهت گیری آرای مردم و رفتار انتخاباتی آنها به میزان زیادی می باشد. ۷- همچنین در شهر نورآباد تأثیر روحانیون و مقامات مذهبی متوسط رو به پایین است و این بیان گر این مطلب است که نخبگان مذهبی نسبت به سایر نخبگان از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند.

در زمینه تأثیرگذاری عوامل روان شناسی به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده رفتار انتخاباتی در شهر نورآباد، یافته های توصیفی پژوهش نشان داد که: ۱- در شهر نورآباد میزان علاقه به یک حزب خاص در رأی دهی متوسط رو به پایین است. ۲- در شهر نورآباد تأثیر تبعیت از نظر اعضای خانواده متوسط رو به بالا است. ۳- تعلق خاطر پاسخگویان به خانواده، تقریباً به میزان زیادی می باشد. ۴- همچنین در شهر نورآباد تأثیر میزان علاقه و گرایش به حزبی خاص از ابتدای رأی دهی تا به حال زیاد است.

در نهایت در زمینه تأثیرگذاری عوامل اقتصادی به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده رفتار انتخاباتی در شهر نورآباد، یافته های توصیفی پژوهش نشان داد که: ۱- در شهر نورآباد تأثیر وعده نامزدهای انتخاباتی برای تأمین خواسته های طوایف در جذب آرا برای وی بسیار زیاد است. ۲- در شهر نورآباد تأثیر میزان مشکلات و مسائل اقتصادی بر تمایل به شرکت در انتخابات بسیار بالا است. ۳- در شهر نورآباد تأثیر انتظار بهره مندی از مزایا پس از موفقیت نامزد مورد حمایت بسیار بالا است. ۴- همچنین در شهر نورآباد تأثیر ارجحیت منافع محلی و منطقه ای در انتخاب نامزد بسیار بالا است.

همچنین یافته های استنباطی نشان داد که: ۱- بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان قومیت گرایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان قومیت گرایی افزایش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز افزایش می یابد، همچنین هر چقدر میزان قومیت گرایی کاهش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز کاهش خواهد یافت. ۲- بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان تأثیر نخبگان محلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان تأثیر نخبگان محلی افزایش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز افزایش می یابد، همچنین هر چقدر میزان تأثیر نخبگان محلی کاهش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز کاهش خواهد یافت. ۳- بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان عوامل اقتصادی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان عوامل اقتصادی افزایش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز افزایش می یابد، همچنین هر چقدر میزان تأثیر عوامل اقتصادی کاهش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز کاهش خواهد یافت. ۴- بین رفتار انتخاباتی مردم شهر نورآباد در انتخابات نهمین دوره ی مجلس شورای اسلامی با میزان عوامل روانشناختی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر میزان عوامل روانشناختی افزایش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز افزایش می یابد، همچنین هر چقدر میزان عوامل روانشناختی کاهش یابد، میزان رفتار انتخاباتی و شرکت در انتخابات نیز کاهش خواهد یافت. در نهایت بنا بر آزمون رگرسیون چند متغیره، : نتایج بدست آمده، نشان

www.SID.ir

Archive of SID

داد کـه بـا توجّـه بـه مقدار ضریـب تعیین تعدیل شـده (adj.R2 ۰/۱۶۷)، قوی تریـن متغیّـر پیش بینی کننده در رفتـار انتخاباتـی مـردم شـهر نورآبـاد در انتخابـات نهمیـن دوره‌ی مجلـس شـورای اسـلامی، متغیّـر قومیت گرایـی اسـت. همچنیـن متغیّـر تأثیـر نخبگان محلـی، بـه قدرت پیش بینـی مدل افـزود. و متغیرهای دیگـر نیـز همچـون عوامـل روانشـناختی، عوامـل اقتصـادی، سـن، جنس، طایفه، سـطح تحصیـلات، نوع شـغل و میـزان درآمد بـه دلیل عدم قـدرت پیش بینی در رفتـار انتخاباتـی پاسـخگویان، از مدل حذف شـدند. در مجمـوع دو متغیّـر قومیت گرایـی و تأثیـر نخبـگان محلـی پاسـخگویان، توانسـته‌اند ۰/۲۰۴ درصـد از عوامـل تأثیرگذار بـر رفتار انتخاباتی مردم شـهر نورآباد در انتخابـات نهمیـن دوره ی مجلـس شـورای اسـلامی را تبییـن نماینـد. و ۷۹/۶ درصـد باقیمانـده، بـه عوامل دیگـری بسـتگی دارد کـه خـارج از این متغیّرها اسـت. مقـدار آزمون F (۴۶/۱۱۶)، که در سـطح خطای کمتر از ۰/۰۵ و سـطح اطمینـان ۹۵% معنـی دار می باشـد نشـان می دهـد مدل رگرسـیونی تحقیق، مرکّـب از دو متغیّـر مسـتقل قومیت گرایـی و تأثیـر نخبـگان محلی پاسـخگویان و یـک متغیّـر وابسـته ی رفتـار انتخاباتی، مدل متوسـطی بـوده و مجموعه ی متغیّرهای مسـتقل قادرنـد ۰/۲۰۴ درصـد تغییـرات متغیّـر وابسـته یعنـی رفتـار انتخاباتـی را تبییـن نمایند.

منابع و ماخذ

امام جمعه زاده، سـید جواد و همکاران (۱۳۹۲) رابطه میـان دینـداری و رفتـار انتخاباتـی، فصلنامـه مطالعات قدرت نرم، سـال سـوم، شـماره ۸، ص ۴۴- ۲۷.

ایوبـی، حجت الله (۱۳۷۷) تحلیـل رفتار انتخاباتی رأی دهنـدگان، اطلاعات سیاسـی اقتصادی، شـماره ۱۳۸-۱۳۷.

ایمانـی، محمـد تقـی (۱۳۸۸) مبانـی پارادایمـی روش هـای تحقیق کمـی و کیفی در علوم انسـانی، قم: پژوهشـگاه حـوزه و دانشـگاه.

اینگلهـارت، رونالـد (۱۳۷۳) تحول فرهنگـی در جامعه پیشـرفته صنعتـی، ترجمـه مریـم وتـر، تهـران: نشـر کویر.

ایوبـی، حجـت الله (۱۳۸۲) مشـارکت انتخاباتی؛ علل و انگیزه ها، روز، شـماره ۹.

بشیریه، حسـین (۱۳۸۴) آموزش دانش سیاسی(مبانی علـم سیاسـت نظـری و تأسیسـی)، تهـران: نشـر نگاه، چـاپ پنجم.

جعفـری، عباس (۱۳۶۸) شناسـنامه جغرافیای طبیعی ایـران، تهـران: مؤسسـه جغرافیایـی و کارتوگرافـی گیتاشناسـی.

حبیبی فعلیانـی، حسـن (۱۳۷۱) ممسـنی در گـذرگاه تاریخ، شـیراز: نشـر نوید شـیراز.

دومورینـی، ز (۱۳۷۵) عشـایر فـارس، ترجمـه جلال الدیـن رفیـع پـور، تهـران: انتشـارات دانشـگاه تهـران

رضایـی، عزیـزالله (۱۳۸۸) تاریـخ جغرافیـا و فرهنـگ مـردم ممسـنی، ممسـنی: فریـاد کویر.

رضوانـی، محسـن (۱۳۸۶) تحلیـل رفتـار انتخاباتـی: موردشناسـی انتخابات نهم ریاسـت جمهوری، ماهنامه معرفت، شـماره ۱۶.

شـاه ولـی شـیلا، گرجـی فاطمـه (۱۳۹۳) سـالنامه آمـاری شهرسـتان ممسـنی، معاونـت برنامه ریـزی و اشـتغال اسـتانداری فـارس.

عالـم، عبدالرحمـن (۱۳۸۳) بنیادهـای علم سیاسـت، تهـران: نشـر نی، چـاپ پنجم.

عبدالمطلـب، عبـدالله (۱۳۸۸) سـیری در نظریه هـای رفتـار رأی دهـی، فصلنامـه رهیافـت انقـلاب اسـلامی، سـال سـوم، شـماره ۸، ص ۱۰۴-۸۷.

عیوضـی، محمـد رحیـم (۱۳۸۲) عبـور از اسـتبداد، نشـریه زمانـه، شـماره ۱۵.

عیوضـی، محمـد رحیـم (۱۳۸۸) تأثیر رسـانه بر رفتار انتخاباتـی، نشـریه پژوهش هـای ارتباطی، شـماره ۵۷، ص ۱۷۴- ۱۵۷.

کشـاورز، زهرا سـادات، یزدخواسـتی، بهجـت (۱۳۹۱) تحلیـل جامعه شـناختی رفتـار انتخاباتـی، فصلنامـه مطالعـات انتخابـات، سـال اول، شـماره ۱، ص ۳۴-۹.

کلانتـری، صمـد (۱۳۸۰) تحلیـل رفتـار انتخاباتـی

www.SID.ir

Archive of SID

مـردم ایـران در هفتمیـن و هشـتمین دوره انتخابـات ریاسـت جمهـوری، مجله اطلاعات سیاسـی- اقتصادی، شـماره ۱۶۷- ۱۶۸، ص ۱۷۱-۱۶۶.
گلابچـی، محمـد (۱۳۷۵) تحلیـل جامعـه شـناختی از رفتـار انتخاباتـی کاندیداهـای دوره چهـارم مجلـس شـورای اسـلامی در شـهر تهران، پایان نامه کارشناسی رشـته جغرافیـای سیاسـی، دانشـگاه تربیـت مدرس.
گی روشـه (۱۳۷۰) تغییـرات اجتماعـی، ترجمـه منصـور وثوقـی، تهـران: نشـر نـی.
مجیـدی کرایی، نورمحمـد (۱۳۷۱) تاریخ و جغرافیای ممسـنی، تهران: انتشـارات علمی فرهنگی.
مقـدس، علی اصغر، حیـدری، اله رحـم(۱۳۸۷) رابطه هویـت طایفـه‌ای و هویت ملـی با تأکید بـر متغیرهای نگرشـی در شـهر نورآباد ممسـنی، فصلنامـه مطالعات ملی، سـال نهم، شـماره۳۳، ص ۱۷۸-۱۵۱.
مقصـودی، مجتبی (۱۳۸۵) مشـارکت انتخاباتی اقوام در ایـران بررسـی مـوردی؛ انتخابات ریاسـت جمهوری، فصلنامـه مطالعـات ملـی، سـال هفتـم، شـماره ۴، ص ۱۱۱-۸۳.
نقیـب زاده، احمـد (۱۳۷۹) دولـت رضاشـاه و نظـام ایلـی، تهـران: مرکـز اسـناد انقـلاب اسـلامی.
هانتیگتـون، سـاموئل(۱۳۷۰) سـامان سیاسـی در جوامـع دسـتخوش دگرگونـی، ترجمـۀ محسـن ثلاثی، تهـران: نشـر علم.
هرمـز، مهـرداد(۱۳۷۸) جامعه‌پذیـری سیاسـی، تهـران: پاژنـگ.
Campble, A. P. Converse, W. E. Miller and D. Stokes (1960) The American Voter. New York: John Wiley.
Heywood, Andrew. (2007) Politics.(London: Palgrave Macmillan), p.241.
Lazarsfeld, Paul (1994). Bbernard BERELSON, Hazel GAUDET, The Peoples Choice, Columbia University Press.
Nie, Noman. Verba, Sidney, Petrocik John. (1976). The Changing American Voter. Harvard University Press, Cambridge.
Nonna Mayer, Pascal Perrineau , Les modéles d'analyse des Comportements électoraux. Cahiers Fransais, no. 276, p.42.
Norris Pippa,(2002)Political Activism:New Challenges,New Opportunities, The Oxford handbook of Comparative Politics.(New York;Oxford University Press).
Philipe Habert, Alain Lancelot "L'emergence dun nouvel électeur", in, Le nouvel électeur, Philipe Habert, Paris, Vinci, 1996, P.56.

www.SID.ir