

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه علوم سیاسی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم سیاسی

تجزیه و تحلیل جامعه شناختی رفتار انتخاباتی با تاکید بر انتخابات ریاست جمهوری

نهم و دهم (مورد مطالعه کرمانشاه)

استاد راهنما:

دکتر سید جواد امام جمعه زاده

استاد مشاور:

دکتر وحید قاسمی

پژوهشگر:

منصور محمدی



IRANDOC

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

اسفند ماه ۱۳۸۹

۱۵۹۱۱۱

۱۳۹۰/۲/۱۸

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات،
ابتکارات و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع
این پایان نامه متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه علوم سیاسی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ی علوم سیاسی

آقای منصور محمدی تحت عنوان

تجزیه و تحلیل جامعه شناختی رفتار انتخاباتی با تاکید بر انتخابات ریاست

جمهوری نهم و دهم (مورد مطالعه کرمانشاه)

در تاریخ ۱۳۸۹/۱۲/۹ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر سید جواد امام جمعه زاده با مرتبه ی علمی استادیار امضا

امضا

۲- استاد مشاور پایان نامه دکتر وحید قاسمی با مرتبه ی علمی استادیار

امضا

۳- استاد داور داخل گروه دکتر حسین مسعودنیا با مرتبه علمی استادیار

امضا

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر مهدی ادیبی سده با مرتبه علمی استادیار



تقدیر و تشکر

قبل از هر چیز خداوند متعال را شاکرم و سپاس و ستایش او را وظیفه خود می دانم؛ همچون همیشه مدیون الطاف بیشمارش هستم و یقین دارم که ارتقاء به مرتبه بالاتر علمی، ثمره اعطای موهبتی چون سلامت جسم و فکر از سوی اوست؛ امیدوارم که آغاز هر مسیر و طی آن گامی در جهت شناخت بیشتر او باشد.

نگارش و تدوین پژوهشی که در پیش رو دارید حاصل راهنمایی استاد ارجمند آقای دکتر «سید جواد امام جمعه زاده» است که با عنایت و توجه خود بر انجام تحقیق نظارت نموده و با راهنمایی های موثر موجبات تدوین این کار را فراهم آوردند. همچنین جناب استاد دکتر «وحید قاسمی» نیز زحمت مشاوره این پایان نامه را تقبل نمودند که دقت و موشکافی عمیق و ارائه نظرات کارساز و راهگشا از جانب ایشان در انجام پژوهش و به ثمر رسیدن آن بسیار مفید واقع شد؛ از این اساتید گرانقدر کمال تشکر را دارم.

پدر و مادر مهربانم و خانواده عزیزم نیز سهمی بسزا در تمام دوران تحصیل بر عهده داشتند؛ عزیزانی که همواره با تشویق های دلسوزانه خود، انگیزه مرا در ادامه تحصیل قوت بخشیده و با مهربانی و فداکاری خویش راه را برایم هموار ساختند؛ نهایت تشکر و سپاس از آنها را هم دارم؛ امیدوارم وجودشان همیشه گرما بخش زندگیم باشد.

همچنین از تمامی معلمان و اساتیدم در طول دوران تحصیل تشکر و قدردانی می کنم. و نیز از دوستان عزیزم که در طی انجام این کار با دلگرمیها و تشویق های خود مرا یاری کردند تشکر می کنم. آقایان مصطفی بیگلری، مهدی محمدی، نجات محمدی فر، شیرکو پسندی، محمد بابامیری، رزگار مراد ویسی، یوسف کریمی، مجید نجات پور، محمود نارکی، اقبال امیری و دیگر عزیزانی که ممکن است نام آنها از قلم افتاده باشد.

در خاتمه امیدوارم دانش پژوهان و صاحب نظران فهیم و ارجمند، کاستی ها و نارسایی های احتمالی را که قطعاً از سوی نگارنده است؛ به دیده اغماض بنگرند؛ و با در نظر گرفتن کاستیها راه را برای نیل به تحقیقات و پژوهش های جامع تر و بهتری هموار سازند.

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم

و خانواده مهربانم

تقدیم به شهیدان راه میهن از ابتدای که بر این آب و خاک و بر این مرز و بوم نام ایران نهادند تا کنون؛ غیور مردان و شیر

زمانی که رفتند تا ایران عزیز بماند و ایرانی سر بلند زندگی کند.

و تقدیم به فرزندان رشید میهن، نونهالان و نوجوانانی که وطن عزیزمان در آینده ای ز چندان دور، غریبمانک بلند آزادی، عزت

و سر بلندی میهن را از آمان خواهد شنید.

چکیده

مطالعه رفتار انتخاباتی به عنوان یکی از مطالعات جدید در عرصه علوم سیاسی و اجتماعی در پی شناخت چگونگی و شیوه رأی دهی در میان اقشار و گروه‌های مختلف در جامعه است. یکی از وجوه این دسته از مطالعات شناخت و تعیین مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیر گذار بر رفتار انتخاباتی و بیان میزان اهمیت و تأثیر پذیری جوامع مورد مطالعه از متغیرهای محیطی، روانی و جامعه‌شناختی می‌باشد. شناخت مؤلفه‌های مؤثر بر رفتار انتخاباتی می‌تواند نقش بسزایی در فهم روحيات و واقعیات موجود در میان افراد و جوامع مختلف داشته باشد و این امر نیز می‌تواند کمک شایانی به سیاست‌گذاران و فعالان در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی در جهت برنامه‌ریزی صحیح و آگاهانه بنماید. به فراخور این اهمیت تحقیق حاضر در صدد شناخت مهم‌ترین متغیرهای تأثیر گذار بر رفتار انتخاباتی در جامعه آماری مورد مطالعه (شهر کرمانشاه) می‌باشد؛ به این منظور ضمن تجزیه و تحلیل انتخابات ریاست جمهوری نهم و دهم به سنجش و ارزیابی ۱۵ فرضیه مطرح شده در تحقیق پرداخته شده است. بر اساس نتایج حاصل شده در این تحقیق مشخص گردید که متغیرهای محیط سیاسی و روانی، شغل، تبلیغات، گروه‌های مرجع، قومیت و تحصیلات به ترتیب بیشترین تأثیر گذاری را در جامعه آماری مورد مطالعه در انتخابات ذکر شده داشتند.

کلید واژه‌ها: انتخابات، رفتار انتخاباتی، ریاست جمهوری نهم و دهم، مشارکت سیاسی، کرمانشاه

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات و مفاهیم

۱-۱- مقدمه.....	۱
۲-۱- طرح مسئله.....	۳
۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۴
۴-۱- اهداف تحقیق.....	۵
۵-۱- پیشینه تحقیق.....	۶
۶-۱- کلمات کلیدی.....	۱۳
۷-۱- سازماندهی تحقیق.....	۱۴

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱-۲- مقدمه.....	۱۵
۲-۲- جامعه شناسی سیاسی و رفتار انتخاباتی.....	۱۶
۳-۲- روانشناسی سیاسی و رفتار انتخاباتی.....	۱۷
۴-۲- اقتصاد سیاسی و رفتار انتخاباتی.....	۱۷
۵-۲- انواع پیمایش های انتخاباتی.....	۱۸
۱-۵-۲- پیشینه نظری تحقیق در ایران.....	۱۹
۶-۲- جامعه پذیری سیاسی.....	۲۰
۱-۶-۲- جامعه پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی.....	۲۱
۷-۲- فرهنگ سیاسی.....	۲۱
۱-۷-۲- فرهنگ سیاسی و مشارکت سیاسی.....	۲۲
۸-۲- مشارکت سیاسی.....	۲۳
۱-۸-۲- مشارکت انتخاباتی.....	۲۶
۲-۸-۲- عوامل مؤثر در مشارکت سیاسی.....	۲۸
۳-۸-۲- مشارکت سیاسی در جمهوری اسلامی ایران.....	۲۸
۴-۸-۲- مشارکت سیاسی و دموکراسی.....	۳۰
۹-۲- دموکراسی.....	۳۱

- ۲-۹-۱- دموکراسی و جامعه مدنی ۳۱
- ۲-۹-۲- دموکراسی و انتخابات ۳۲
- ۲-۱۰- گزینش سیاسی ۳۳
- ۲-۱۱- انتخابات ۳۴
- ۲-۱۲- ارتباطات سیاسی و رفتار انتخاباتی ۳۵
- ۲-۱۳- نقش آگاهی سیاسی در رفتار انتخاباتی ۳۵

فصل سوم: چارچوب نظری

- ۳-۱- الگوی جامعه شناختی ۳۷
- ۳-۱-۱- نظریه انگیزه ابزاری ۳۹
- ۳-۱-۲- نظریه موقعیت های فردی و اجتماعی ۴۰
- ۳-۱-۳- نظریه اعتماد سیاسی ۴۱
- ۳-۱-۴- رهیافت آرمانی یا سنتی ۴۲
- ۳-۱-۴-۱- نظریه تصمیم سازی ۴۲
- ۳-۱-۴-۲- نظریه ارزشیابی سیاسی ۴۳
- ۳-۱-۴-۳- نظریه سیاست گذاری عمومی ۴۴
- ۳-۱-۵- دیدگاه های تلفیقی ۴۴
- ۳-۱-۵-۱- رویکرد تبلیغات و نقش وسایل ارتباط جمعی ۴۴
- ۳-۱-۵-۲- رهیافت تعلقات اجتماعی یا عضویت گروهی ۴۶
- ۳-۱-۶- نظریه لازارسفلد و دیگران ۴۶
- ۳-۱-۷- رویکرد براون ۴۷
- ۳-۱-۸- دیدگاه کارکرد گرایی ۵۰
- ۳-۱-۹- دیدگاه مبادله ۵۴
- ۳-۲- الگوی اقتصاد سیاسی ۵۶
- ۳-۲-۱- دیدگاه انتخاب عاقلانه ۵۶
- ۳-۲-۲- دیدگاه انتخاب عاقلانه اصلاح شده ۵۸
- ۳-۳- الگوی روانشناسی سیاسی ۵۹
- ۳-۳-۱- نظریه هویت حزبی ۶۰

۶۰	۲-۳-۳- دیدگاه روانی - سیاسی تحلیل رفتار انتخاباتی مکتب مطالعاتی شیکاگو
۶۱	۳-۳-۳- دیدگاه شناختی
۶۱	۴-۳-۳- دیدگاه اینگلهارت
۶۱	۵-۳- خلاصه مباحث
۶۳	۶-۳- بهره گیری از نظریات فوق در پژوهش حاضر
۶۴	۷-۳- مدل تجربی تحقیق
۶۶	۸-۳- فرضیات تحقیق

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۶۷	۱-۳- مقدمه
۶۸	۲-۳- روش تحقیق
۶۸	۳-۳- ابزار گردآوری داده ها
۶۹	۴-۳- جامعه آماری
۷۱	۵-۳- شیوه نمونه گیری و حجم نمونه
۷۳	۶-۳- روایی و پایایی
۷۴	۷-۳- اصول اخلاقی در تحقیق
۷۴	۸-۳- تکنیکهای تجزیه و تحلیل داده ها
۷۵	۹-۳- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها
۷۵	۱-۹-۳- متغیر وابسته
۷۵	۲-۹-۳- متغیرهای مستقل
۷۶	۳-۹-۳- متغیرهای زمینه ای

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۷۸	۱-۴- مقدمه
۷۸	۲-۴- ویژگیهای اقتصادی- اجتماعی پاسخگویان
۷۹	۳-۴- تحلیل توصیفی
۸۸	۴-۴- آزمون فرضیات
۹۸	۵-۴- رگرسیون چندمتغیره

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱-۵- نتیجه گیری.....	۱۰۲
۲-۵- محدودیت های تحقیق.....	۱۰۹
۳-۵- پیشنهادات و ارائه راهکارها.....	۱۰۹

فهرست شکل ها

صفحه

عنوان

- شکل ۱-۳: مدل تجربی عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی ۶۵
- شکل ۱-۵: توزیع سنی پاسخگویان ۸۰
- شکل ۲-۵: توزیع جنسیتی پاسخگویان ۸۱
- شکل ۳-۵: توزیع وضعیت تاهل پاسخگویان ۸۲
- شکل ۴-۵: توزیع میزان تحصیلات پاسخگویان ۸۳
- شکل ۵-۵: توزیع محل سکونت پاسخگویان ۸۴
- شکل ۶-۵: توزیع قومیتی پاسخگویان ۸۵
- شکل ۷-۵: توزیع پاسخگویان بر حسب شغل ۸۶
- شکل ۸-۵: توزیع پاسخگویان بر حسب مذهب ۸۷
- شکل ۹-۵: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان درآمد ۸۸
- شکل ۱۰-۵: مدل رگرسیون عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی ۱۰۱

فهرست جدول ها

صفحه

عنوان

۷۰	جدول ۴-۱: افراد واجد شرایط رأی در کرمانشاه.....
۷۱	جدول ۴-۲: جدول سهمیه بندی پرسشنامه.....
۷۳	جدول ۴-۳: میزان آلفای کرونباخ (پایایی) گویه های هر طیف.....
۷۹	جدول ۵-۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن.....
۸۰	جدول ۵-۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت.....
۸۱	جدول ۵-۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل.....
۸۲	جدول ۵-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات.....
۸۳	جدول ۵-۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل سکونت.....
۸۴	جدول ۵-۶: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب قومیت.....
۸۵	جدول ۵-۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل.....
۸۶	جدول ۵-۸: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مذهب.....
۸۷	جدول ۵-۹: توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب میزان درآمد.....
۸۹	جدول ۵-۱۰: جدول توصیفی رابطه سن و رفتار انتخاباتی.....
۸۹	جدول ۵-۱۱: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب سن افراد.....
۹۰	جدول ۵-۱۲: جدول توصیفی رابطه جنسیت و رفتار انتخاباتی.....
۹۰	جدول ۵-۱۳: آزمون تی مستقل مربوط به جنسیت.....
۹۰	جدول ۵-۱۴: جدول توصیفی رابطه وضعیت تأهل و رفتار انتخاباتی.....
۹۱	جدول ۵-۱۵: آزمون تی مستقل مربوط به وضعیت تأهل.....
۹۱	جدول ۵-۱۶: جدول توصیفی رابطه تحصیلات و رفتار انتخاباتی.....
۹۱	جدول ۵-۱۷: تحلیل واریانس یک راهه برای مقاطع مختلف تحصیلی.....
۹۲	جدول ۵-۱۸: جدول توصیفی رابطه محل سکونت و رفتار انتخاباتی.....
۹۲	جدول ۵-۱۹: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب محل سکونت.....
۹۳	جدول ۵-۲۰: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب قومیت.....
۹۳	جدول ۵-۲۱: جدول توصیفی رابطه قومیت و رفتار انتخاباتی.....
۹۴	جدول ۵-۲۲: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب شغل.....
۹۴	جدول ۵-۲۳: جدول توصیفی رابطه شغل و رفتار انتخاباتی.....

- جدول ۵-۲۴: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب درآمد ۹۴
- جدول ۵-۲۵: جدول توصیفی رابطه درآمد و رفتار انتخاباتی ۹۵
- جدول ۵-۲۶: آزمون ضریب همبستگی بین محیط سیاسی و رفتار انتخاباتی ۹۵
- جدول ۵-۲۷: آزمون ضریب همبستگی بین مسائل اقتصادی و رفتار انتخاباتی ۹۶
- جدول ۵-۲۸: آزمون ضریب همبستگی بین گروههای مرجع و رفتار انتخاباتی ۹۶
- جدول ۵-۲۹: آزمون ضریب همبستگی بین تبلیغات و رفتار انتخاباتی ۹۶
- جدول ۵-۳۰: آزمون تفاوت میانگین نمره رفتار انتخاباتی بر حسب مذهب ۹۷
- جدول ۵-۳۱: جدول توصیفی رفتار انتخاباتی بر حسب مذهب ۹۷
- جدول ۵-۳۲: آزمون ضریب همبستگی بین رسانه های جمعی و رفتار انتخاباتی ۹۸
- جدول ۵-۳۳: آزمون ضریب همبستگی بین پایگاه اجتماعی و رفتار انتخاباتی ۹۸
- جدول ۵-۳۴: عناصر متغیرهای مستقل درون معادله برای سنجش عوامل موثر بر رفتار انتخاباتی ۱۰۰

فصل اول

کلیات و مفاهیم

۱-۱- مقدمه

رفتار انتخاباتی بعنوان یک کنش سیاسی و اجتماعی، در پی گسترش و توسعه ایده دموکراسی و مردم سالاری در نقاط مختلف جهان، مورد توجه نظریه پردازان شاخه های مختلف نظری از جمله روانشناسی سیاسی، اقتصاد سیاسی و جامعه شناسی سیاسی قرار گرفته است. هر کدام از این شاخه ها و نظریه پردازان مرتبط تلاش می کنند مؤلفه های موثر بر این فعالیت را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و هر کدام از دیدگاه خود نوع و چگونگی رفتار انتخاباتی را توضیح دهند.

البته آنچه که مسلم است رفتار انتخاباتی همچون دیگر فعالیت های بشری نمی تواند به تنهایی و صرفاً توسط یک دیدگاه یا نظریه واحد توضیح داده شود. چرا که موضوع و فاعل مرجع این مسئله شخصیت انسانی می باشد و انسانها تحت تاثیر شرایط مختلف فکری و زمانی و مکانی رفتارهای مختلفی را از خود بروز می دهند. مطالعات رفتار انتخاباتی در کشورهای مختلف به فراخور زمان ورود و شکل گیری پایه های دموکراسی و انتخابات در آن کشورها متفاوت می باشد. به طبع این گونه مطالعات در کشورهای غربی به دلیل ورود زود هنگام این کشورها به فرایند دموکراسی و انتخابات دارای سابقه و دامنه بیشتری می باشد:

اما در کشور ما مطالعات رفتار انتخاباتی دارای سابقه چندانی نمی باشد، شاید یکی از مهمترین دلایل این امر وجود دموکراسی نیم بند در کشور ما بدنبال انقلاب مشروطه و ظهور دیکتاتوری پهلوی ها بوده که فرصت پا گرفتن و توسعه چهارچوبه ها و مقتضیات دموکراسی را تا حدود زیادی از کشور ما گرفته و مانع آن گردیده تا مطالعات رفتار انتخاباتی مورد توجه خاص قرار گیرد. به دنبال پیروزی انقلاب اسلامی هم به دلیل شرایط ویژه انقلاب و نیز بروز جنگ تحمیلی توجه به چگونگی و چرایی رفتار انتخاباتی در انتخابات مختلفی که در این دوره انجام گرفت مجال چندانی نیافت.

اما بعد از تثبیت شرایط کشور و بویژه به دنبال انتخابات غیر مترقبه و پیش بینی نشده ریاست جمهوری هفتم در دوم خرداد ۱۳۷۶ توجه به موضوع رفتار انتخاباتی در جامعه ایرانی شکل ویژه و خاصی به خود گرفته است. بویژه اینکه در انتخابات مختلف همواره جامعه ایرانی به گونه ای عمل نموده که بسیاری از محاسبات و پیش بینی های انتخاباتی را به هم ریخته و نتایجی در انتخابات به دست آمده است که شگفتی و حیرت بسیاری از نظریه پردازان را به دنبال داشته است.

انتخابات ریاست جمهوری نهم و نتیجه حاصل شده در آن نیز به صورت گسترده ای باعث غافلگیری و حیرت تمامی ناظران و نظریه پردازان امور انتخاباتی در داخل کشور و بعضاً در خارج از کشور شد. چرا که فرد پیروز در این انتخابات در پیش بینی های انتخاباتی از شانس چندانی برای پیروزی در انتخابات برخوردار به نظر نمی رسید. اما نتیجه انتخابات به گونه ای رقم خورد که تمامی پیش بینی ها را به هم ریخت. بعد از این انتخابات نظریه ها و دیدگاههای مختلفی در مورد چرایی وقوع چنین نتیجه ای در انتخابات مطرح گردیده است.

در این تحقیق هم در پی آن هستیم تا با استفاده از شیوه های پیمایشی و کتابخانه ای مهمترین مولفه های موثر در رفتار انتخاباتی در انتخابات ریاست جمهوری را در حوزه انتخابیه کرمانشاه مورد بررسی قرار دهیم. به این منظوری می شود با بررسی انتخابات ریاست جمهوری دوره های نهم و دهم مولفه های تاثیر گذار در رفتار انتخاباتی جامعه آماری مورد نظر در این دو انتخابات بیان شود. البته آنچه که مسلم است این دو انتخابات و نتایج حاصل در آن را نمی توان به صورت مجزا و منفک از همدیگر تحلیل کرد چرا که مسلماً نتیجه انتخابات دوره نهم به شکل غیر قابل انکاری در فرایند انتخابات دهم هم تاثیر گذار بوده است.

۱-۲- طرح مسئله

مراجعه به آراء عمومی دارای سابقه طولانی می باشد به گونه ای که در جوامع باستان مانند یونان نیز به شیوه مرسوم آن زمان که عمدتاً به شکل مستقیم بوده جریان داشته است؛ انتخابات به شکل و شیوه نوین در جهت اجرای ایده دموکراسی یا مردم سالاری در جوامع معاصر به عنوان فرایندی جهت اطلاع از نظر و رأی آحاد مردم در مورد مسائل مختلف و نیز برگزیدن مسئولان حکومتی در اکثر کشورها رایج گشته است.

انتخابات از ارکان مهم شکل گیری ساختار سیاسی در نظام های دموکراتیک به شمار می رود. در نظام جمهوری اسلامی نیز که مبتنی بر نظریه مردم سالاری دینی است، راه های حضور اثر گذار مردم در تشکیل تمامی نهادهای قدرت به صورت مستقیم و غیرمستقیم پیش بینی شده است (اسماعیلی، ۱۳۸۸: ۱۵۷).

انتخابات و مشارکت سیاسی، از نمادهای مشترک بین نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران و سایر کشورهای برخوردار از نظام دموکراتیک است. رفتار انتخاباتی و رأی دهی، پدیده ای است که همواره متأثر از شرایط زمانی، مکانی و محیطی می باشد و از این رو نمی توان به فرا نظریه ای جهان شمول دست یافت که چرایی و چگونگی و محتوای رأی دهی شهروندان را در همه کشورهای جهان و حتی در همه حوزه های انتخابیه درون یک واحد جغرافیایی، بر اساس آن مورد تحلیل و ارزیابی قرار داد. به عبارت دیگر، مبانی تاثیر گذار بر رفتار شهروندان در جمهوری اسلامی ایران را باید در فرهنگ سیاسی مردم، خلیقیات و تجربیات قبلی شهروندان، تعاملات گذشته مردم با نامزدها و گفتمان ها و شبکه های اجتماعی که رای دهندگان به آن تعلق دارند، جستجو کرد (دارابی، ۱۳۸۸: ۹).

اساساً مشارکت سیاسی و حضور مردم در انتخابات از اهمیت فوق العاده ای در جوامع سیاسی مختلف (اعم از توسعه یافته، با ثبات و نظام های کم ثبات) برخوردار است و در حقیقت بارزترین شکل مشارکت سیاسی است. بسته به نوع نظام های سیاسی، مشارکت انتخاباتی کارکرد خاصی پذیرفته و تاثیرات مختلفی دارد. در کشورهای توسعه یافته با سامان سیاسی استوار هر چه مشارکت گسترده تر باشد نشاط جامعه و ارتباط بین دولت و مردم آسانتر صورت می پذیرد. در حقیقت در این گونه نظامها، مشارکت حیطه کارکردی دولت را قوی تر نموده و باعث پویایی بیشتر نظام سیاسی و کشور می شود. اما در کشورهای توسعه نیافته و نظام های سیاسی ناستوار علاوه بر کارکردهای یاد شده، کارویژه مشارکت عمدتاً به مولفه هایی مانند ثبات، بقا، ماندگاری و به طور کلی مشروعیت نظام سیاسی برمی گردد (ربیعی، ۱۳۸۰: ۱۱). طبعاً مشارکت سیاسی در هر جامعه می تواند در بلند مدت

نتایج ملموسی را برای آن جوامع در پی داشته باشد؛ در این میان توسعه سیاسی یکی از مهمترین نتایج مشارکت سیاسی می باشد.

توسعه سیاسی، به مفهوم گسترش و تعمیق مشارکت آحاد مردم در سرنوشت واحدهای سیاسی، با وجود تنوع و تکثر شیوه های اجرایی آن، از اهداف مشترک تمامی دیدگاه های توسعه ای است. انتخابات به عنوان بارزترین شیوه و تجلی این مشارکت، همواره مورد اهتمام نظریه پردازان علوم اجتماعی و سیاسی و نیز به طریق اولی، سیاست ورزان بوده است. از جمله پرسش هایی که برای هر دو گروه یاد شده، از اهمیت مضاعف برخوردار است، تبیین رفتار انتخاباتی مردم و گروه های اجتماعی است. در جمهوری اسلامی ایران نیز مطالعه رفتار انتخاباتی، بویژه در دهه اخیر، به طور جدی در دستور کار پژوهشگران حوزه های ذی ربط قرار داشته است (شیخ الاسلامی، ۱۳۸۸: ۱۱۵).

در ایران پدیده انتخابات با مطرح شدن جریان مشروطیت به عنوان نهادی قانونی در ساختار حکومتی ایران رایج گشت، اما در بیشتر این دوران یعنی تا قبل از انقلاب اسلامی بجز مقاطعی خاص مانند سالهای اولیه مشروطیت و سالهای دهه بیست بیشتر شکلی نمایشی و صوری داشته است. اما با پیروزی انقلاب اسلامی این مقوله از اهمیت و جایگاه بالاتری برخوردار گشت. با توجه به این اهمیت در این پژوهش سعی بر آنست تا از طریق شیوه های کتابخانه ای و پیمایشی مهمترین مولفه های موثر در انتخابات ریاست جمهوری در حوزه انتخابیه کرمانشاه تبیین شوند؛ به این منظور تلاش می شود دو انتخابات اخیر ریاست جمهوری یعنی دوره های نهم و دهم به عنوان دو انتخابات معیار مورد بررسی قرار گیرند. حوزه انتخابیه کرمانشاه به دلیل تنوع گسترده قومی که شامل کرد، فارس، لر و لک است و نیز به دلیل تنوع مذهبی که شامل دو مذهب اصلی در کشور یعنی شیعه و سنی می باشد در این تحقیق می تواند نمونه مناسبی جهت اطلاع از نقش عوامل مختلف بر نتایج انتخابات ریاست جمهوری و رفتار انتخاباتی در این قسمت از کشورمان باشد.

عامل قابل توجه دیگری که در این تحقیق بر آن تاکید خواهد شد تاثیر شکاف و تنوع طبقاتی و اجتماعی بسیار بالا در حوزه انتخابیه مورد نظر است که این مساله نیز بیانگر نقش پارامتر های ناشی از مدرنیسم بر مشارکت سیاسی و انتخاباتی می باشد.

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق

شناخت ابعاد مختلف رفتار انسانی به عنوان یک کنشگر مختار همواره مورد توجه شاخه های مختلف علم بوده است که می توان به تلاشهای روانشناسان، جامعه شناسان، اقتصاد دانان و دیگر شاخه های علوم اشاره نمود. به

هر حال هر جنبه ای از علم که با انسان و عملکرد او ارتباط دارد خود را همواره ناگزیر از شناخت رفتار انسانی در آن زمینه دانسته است. از آنجا که انسان همواره متأثر از پدیده های متنوع محیطی و روانی به رفتارهای مختلفی در زمانهای گوناگون دست می زند لذا نمی توان هیچ مدل و شیوه واحدی جهت شناخت این رفتار در موارد مختلف یافت. امر مشارکت سیاسی و بهره مندی از نظریات افراد در اداره جوامع عرصه دیگری از رفتار را به روی جوامع بشری گشوده است که این امر به صورت کلی در قالب حکومت های نوین با عنوانهای مختلف جمهوری و دموکراتیک تحقق یافته است. اما بارزترین و ملموسترین جنبه مشارکت سیاسی را بدون تردید باید در انتخابات و رفتار انتخاباتی جوامع جستجو کرد؛ از زمانی که بهره گیری از آرا افراد در جوامع جهت تعیین کارگزاران و مسئولین حکومتی رایج گشته و مورد پذیرش حکومتهای مختلف هر چند به صورت ظاهری قرار گرفته است عده زیادی از محققین و فعالان عرصه های سیاسی و انتخاباتی علاقه مند به شناخت چگونگی و نوع و عوامل موثر بر رفتار سیاسی و انتخاباتی افراد گردیدند. این امر تحقیقات دامنه داری را در جوامع پیشرفته که سریعتر از دیگر جوامع به نظام دموکراسی روی آورده بودند به دنبال داشت. اما در جوامع جهان سوم به دلیل ورود دیر هنگام تر و نیز عدم علاقه و شرایط نامساعد این جوامع مطالعات مربوط به شناخت رفتار سیاسی و انتخاباتی از سابقه چندانی برخوردار نمی باشد. در کشور ما نیز ورود به عرصه مطالعات رفتار انتخاباتی به دوران انقلاب اسلامی و بعد از جنگ تحمیلی بر می گردد که این امر خود ناشی از افزایش جایگاه و نقش مردم در مناسبات قدرت اجتماعی و سیاسی در جامعه ایرانی می باشد.

در مجموع با توجه به اینکه انتخابات و مراجعه به آراء عمومی به عنوان پایه ای ترین رکن مردمسالاری شناخته می شود لذا شناخت نوع و چگونگی رفتار انتخاباتی هر جامعه می تواند پدیده ای قابل تامل و نیاز برای علاقه مندان و افراد مرتبط با این حوزه باشد. بنابراین شناخت مولفه ها و معیارهای موثر بر رفتار انتخاباتی می تواند هم برای محققان و پژوهشگران و هم برای سیاستمداران و مدیران ارشد کشور به عنوان یک پایه و الگو برای نوع رفتار سیاسی در انتخابات هم در جهت برگزاری یک انتخابات مشارکتی و هم برای تنظیم رفتار سیاستمداران با نوع رفتار سیاسی مردم موثر باشد.

۱-۴- اهداف تحقیق

- تبیین مهمترین مولفه های موثر بر رفتار انتخاباتی با تاکید بر انتخابات ریاست جمهوری در حوزه انتخابیه

کرمانشاه.

- تبیین میزان تاثیر گذاري مسائل قومي و مذهبي بر رفتار انتخاباتي با تاكيد بر انتخابات رياست جمهوري در حوزه انتخابيه كرمانشاه.

- تبیین میزان تاثیر گذاري نهادهاي جامعه مدني بر رفتار انتخاباتي با تاكيد بر انتخابات رياست جمهوري در حوزه انتخابيه كرمانشاه.

۱-۵- پيشينه تحقيق

همه نظام‌های سیاسی که خاستگاه آنان مردم سالاری است، دغدغه مشارکت شهروندان در فرایندهای سیاسی بعنوان بازیگران مؤثر این فضا را دارند. دموکراسی و مشارکت مردمی نیز رویکردهای متعددی دارد لیکن انتخابات بارزترین جلوه آن است و بنا به زمینه‌های سیاسی هر کشور، شاخصی از مشروعیت نظام سیاسی آن کشور می تواند باشد. توجه به فزونی نقش شگفتی ساز انتخابات در سرنوشت اکثر کشورهای رو به توسعه، اهمیت بررسی و تحلیل رفتار انتخاباتی در کشور ما را نیز مضاعف کرده است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی این موضوع مورد توجه بیشتری واقع گردیده و پژوهش های متعددی در این زمینه صورت گرفته است که از جمله آنها می توان به موارد زیر اشاره کرد.

کلانتری (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان "انتخابات شگفت انگیز و گیج کننده به بررسی جامعه شناختی رفتار انتخاباتی ایرانیان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری" می پردازد. در این تحقیق نظریات اشخاصی مانند هانتینگتن^۱ و رابرت دال^۲ در مورد مشارکت سیاسی به عنوان چارچوب و مبنای تحلیل مورد استفاده قرار گرفته است. نظریه های ابزاری و تکاملی دو دسته از نظریاتی هستند که نویسنده جهت بررسی این انتخابات به کار می - گیرد. وی در این تحقیق میزان آراء هر یک از کاندیداها در دور اول و دوم آن انتخابات را بررسی کرده و در نتیجه گیری شعارها و برنامه های آقای احمدی نژاد را عامل اصلی اقبال مردم به وی می داند.

عیوضی (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان "انتخاب نهم" انتخابات را به مثابه روند و روالی می داند که امکان یک مباحثه وسیع در سطح ملی میان دو طرف معادله قدرت سیاسی (انتخاب کنندگان و انتخاب شوندگان) را فراهم می آورد. وی انتخابات را راهی برای جامه عمل پوشاندن تغییرات می داند و معتقد است با توجه به تاکید و رای دادن به نگرش عدالت محور، می توان انتخابات نهم را مصداق تحول خواهی ایرانیان دانست. نویسنده در نتیجه

^۱ : Huntington

^۲ : Dahl