

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

بخش علوم اجتماعی

پایان نامه تحصیلی برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی گرایش
محض

بررسی عوامل موثر بر الگوهای رفتار انتخاباتی دانشجویان دانشگاه شهید
باهنر کرمان (مطالعه تطبیقی دانشجویان دختر و پسر)

استاد راهنما:

دکتر لیلا یزدان پناه

استاد مشاور:

دکتر محمود غفوری

مؤلف:

زهرة فریدونیان

بهمن ماه ۱۳۸۹



این پایان نامه به عنوان یکی از شرایط درجه کارشناسی ارشد به

بخش علوم اجتماعی

دانشکده ادبیات

دانشگاه شهید باهنر کرمان

تسلیم شده و هیچگونه مدرکی به عنوان فراغت از تحصیل دوره مزبور شناخته نمی شود.

دانشجو: زهره فریدونیان

استاد راهنما: دکتر لیلا یزدان پناه

استاد مشاور: دکتر محمود غفوری

داور ۱:

داور ۲:

معاونت پژوهشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده:

حق چاپ محفوظ و مخصوص به دانشگاه شهید باهنر کرمان است.

تقدیم به

زیباترین تابلوی سخت کوشی و صبوری،

پدرم

و خالق همه ی از خود گذشتگی ها و عشق ورزیدن ها،

مادرم.

وبه یاد همه ی لحظات تلخ و شیرین رفته از عمرم در میان مردمان کرمان که بسیار آموختم از آنها.

تشکر و قدردانی

در تمام شش و اندی سال گذشته هرگاه درست و در مسیر گام برداشتم انعکاس زحمات و راهنمایی های بزرگوارانی همچون شما اساتید گرانقدر بود که توانم می بخشید. گرچه کاستی ها و کاهلی های من بسیار بود اما باز از شما آموختم امیدواری و به پیش رفتن را. پس از سپاس از خداوند بزرگ که همه گاه مرا دستگیری کرد از همه اساتید بخش علوم اجتماعی و بخش علوم سیاسی بویژه سرکارخانم دکتر لیلا یزدانپناه و جناب آقای دکتر محمود غفوری، کمال قدردانی را دارم. همچنین از همه دوستان عزیزم که در انجام این مهم یاری ام نمودند خاصه اعضای کانون های فرهنگی و هنری دانشگاه، سپاس گزاری می کنم.

چکیده :

رفتار یا مشارکت انتخاباتی یکی از انواع مشارکت سیاسی است که اشاره به فعالیت انتخاباتی رأی دهندگان و تاثیرات آن بر تصمیمات افراد دارد. در اینجا منظور ما از رفتار انتخاباتی فعالیت هایی است که فرد قبل از حضور در پای صندوق رأی در راستای حمایت از کاندیدای مورد نظر انجام می دهد و الگوهای رفتار انتخاباتی شامل الگوی رفتاری فعالانه، بینابین و منفعلانه می باشد. جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، اقتصاد دانان و عالمان علوم سیاسی روی جنبه‌های مختلف رأی دادن تحقیق کرده‌اند و الگوهای مختلفی برای رفتار انتخاباتی افراد ارائه کرده‌اند که با استفاده از این نظریات و دیدگاهها در این تحقیق تأکید ما بر بررسی تاثیر عواملی چون شبکه‌ارتباطات اجتماعی (شبکه تبادل اطلاعات افراد و گروهها و کانون‌های مرجع)، هویت یا دلبستگی حزبی-جناحی، ویژگی‌های فردی و اجتماعی نامزدها، فرهنگ سیاسی، منافع حاصل از رأی دادن و ویژگی‌های اجتماعی و فردی رأی‌دهنده بر الگوی رفتار انتخاباتی فرد است. داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و با استفاده از نرم افزار spss بوسیله آزمون‌های تی تست، آنووا، پیرسن و رگرسیون تحلیل شده‌اند. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که متغیرهای مستقل شبکه‌ارتباطات اجتماعی و فرهنگ سیاسی با الگوی رفتار انتخاباتی رابطه معنی‌داری دارند و از بین متغیرهای پیشینه‌ای، جنس و سال ورود به دانشگاه با الگوی رفتار انتخاباتی رابطه داشته‌اند.

کلید واژها: رفتار انتخاباتی، شبکه‌ارتباطات اجتماعی، هویت یا دلبستگی حزبی-جناحی، ویژگی‌های اجتماعی و فردی نامزدها، فرهنگ سیاسی، منافع حاصل از رأی دادن.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات پژوهش

- ۱-۱-مقدمه ۲
- ۱-۲-بیان مسئله ۳
- ۱-۳-اهداف پژوهش ۵
- ۱-۴-اهمیت و ضرورت انجام پژوهش ۶

فصل دوم: مبانی نظری پژوهش

- ۲-۱-پیشینه تجربی تحقیق در داخل و خارج از ایران..... ۱۰
- ۲-۱-۱-چکیده تحقیقات انجام شده در ایران..... ۱۰
- ۲-۱-۲-چکیده تحقیقات انجام شده در خارج از ایران..... ۱۳
- ۲-۲-نگاهی موجز به برخی موضوعات مرتبط رفتار انتخاباتی..... ۱۴
- ۲-۲-۱-رژیم‌های سیاسی و توجه آنها به مشارکت سیاسی - انتخاباتی..... ۱۴
- ۲-۲-۲-دموکراسی..... ۱۶
- ۲-۲-۳-نقدهایی به دموکراسی..... ۱۹
- ۲-۲-۴-نظریات نخبه‌گرایی و کثرت‌گرایی دموکراتیک..... ۲۰
- ۲-۲-۵-فرهنگ سیاسی (Political Culture)..... ۲۲
- ۲-۲-۵-۱-تعریف فرهنگ سیاسی..... ۲۲
- ۲-۲-۵-۲-انواع فرهنگ سیاسی..... ۲۵
- ۲-۲-۵-۳-فرهنگ سیاسی در ایران (مشخصه‌ها)..... ۲۶
- ۲-۲-۶-بیگانگی..... ۳۲
- ۲-۲-۷-توسعه سیاسی و توجه به مشارکت انتخاباتی..... ۳۵
- ۲-۲-۸-مشارکت انتخاباتی در رژیم‌های دموکراتیک..... ۳۷

۳۸ ۹-۲-۲- شهروند و حقوق شهروندی
۴۰ ۱۰-۲-۲- انتخابات
۴۰ ۱-۱۰-۲-۲- تعریف ها
۴۲ ۲-۱۰-۲-۲- کارکردهای انتخابات
۴۲ ۳-۱۰-۲-۲- اجزای تشکیل دهنده ی انتخابات
۴۲ ۴-۱۰-۲-۲- انواع انتخابات عمومی و سراسری در ایران
۴۳ ۵-۱۰-۲-۲- قوانین انتخاباتی
۴۳ ۶-۱۰-۲-۲- پیشینه ی انتخابات
۴۵ ۳-۲- الگوهای و نظریه های بررسی رفتار انتخاباتی
۷۸ ۴-۲- چارچوب نظری تحقیق حاضر
۷۹ ۵-۲- نمودار عوامل موثر بر رفتار انتخاباتی
۷۹ ۶-۲- فرضیه های تحقیق

فصل سوم: مبانی روش تحقیق

۸۲ ۱-۳- مقدمه
۸۲ ۲-۳- روش تحقیق
۸۳ ۳-۳- ابزار گرد آوری اطلاعات
۸۳ ۴-۳- اعتبار
۸۴ ۵-۳- پایایی
۸۵ ۶-۳- تعاریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم
۸۵ ۱-۶-۳- متغیرهای زمینه ای
۸۶ ۲-۶-۳- متغیر وابسته
۸۷ ۳-۶-۳- متغیرهای مستقل
۹۰ ۷-۳- جامعه آماری
۹۱ ۸-۳- تعیین حجم نمونه
۹۳ ۹-۳- روش نمونه گیری

۳-۱۰- استخراج و پردازش اطلاعات..... ۹۵

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

۴-۱- مقدمه ۹۵

۴-۲- جداول یک بعدی مربوط به توزیع فراوانی متغیرهای پیشینه ای ۹۵

۴-۳- فهرست جداول توزیع فراوانی متغیر وابسته (رفتار انتخاباتی)..... ۱۰۶

۴-۴- توزیع فراوانی مربوط به متغیرهای مستقل..... ۱۰۹

۴-۴-۱- توزیع پاسخگویان بر حسب شبکه ارتباطات اجتماعی..... ۱۰۹

۴-۴-۲- فرهنگ سیاسی (شامل: اعتماد سیاسی به برخی نهادهای اصلی نظام، اعتماد به

سلامت انتخابات، ناسامانی سیاسی، بیقدرتی سیاسی و قومیت گرایی در انتخاب نامزدها)..... ۱۲۵

۴-۴-۳- منافع حاصل از رأی دادن..... ۱۳۹

۴-۴-۴- میزان اهمیت ویژگیهای فردی-اجتماعی نامزدها..... ۱۴۳

۴-۵- تحلیل داده ها ۱۴۸

۴-۵-۱- ویژگی های زمینه ای ۱۴۹

۴-۵-۲- متغیرهای مستقل..... ۱۶۱

۴-۵-۳- تحلیل رگرسیونی چند متغیره..... ۱۷۳

فصل پنجم: نتایج و پیشنهادات

۵-۱- مقدمه ۱۷۸

۵-۲- خلاصه یافته های پژوهش..... ۱۷۸

۵-۲-۱- نتایج مربوط به متغیرهای پیشینه ای ۱۷۹

۵-۲-۲- یافته های مربوط به بررسی رابطه میان متغیرهای پیشینه ای و متغیر وابسته..... ۱۸۰

۵-۲-۳- یافته های مربوط به بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل و متغیر وابسته..... ۱۸۱

۵-۳- بحث و تفسیر یافته های پژوهش..... ۱۸۲

۴-۵- پیشنهادات و محدودیت های پژوهش..... ۱۸۸

فهرست منابع..... ۱۹۰

پیوست ها

پرسشنامه

چکیده انگلیسی

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

رفتار سیاسی شامل مشارکت سیاسی است که می‌تواند نمودهای آن را نیز دربر گیرد، در صورتی که مشارکت، در معنای «رفتاری که اثر می‌گذارد یا قصد اثرگذاری بر نتایج حکومتی دارد.» به کار گرفته می‌شود. (عیوضی، ۱۳۸۷: ۷)

مشارکت سیاسی و حق رأی دادن از حقوق سیاسی افراد است. گیدنز می‌گوید که حقوق سیاسی که دربر گیرنده‌ی حق شرکت در انتخابات و انتخاب شدن است، به آسانی و به سرعت به دست نیامده است. جز در ایالات متحده دستیابی به حق رأی کامل برای همه‌ی مردان، پدیده‌های نسبتاً جدیدی است و به ناچار می‌بایست با مبارزه در برابر حکومت‌هایی که مایل به تصدیق حق رأی همگانی به دست آید. در بیشتر کشورهای اروپایی، در آغاز حق رأی محدود به شهروندان مردی بود که مالک میزان معینی دارایی بودند؛ و حق رأی به گونه‌ای مؤثر به اقلیتی ثروتمند محدود می‌گردید. نه تنها زنان، بلکه اکثریت جمعیت مرد از حق رأی محروم بودند. حق رأی همگانی برای مردان اکثراً در سال‌های نخستین قرن حاضر به دست آمد. زنان ناچار گردیدند، مدت زیادتری انتظار بکشند؛ در بیشتر کشورهای غربی حق رأی برای زنان تا اندازه‌ای در نتیجه‌ی مبارزات جنبش‌های زنان و تا حدی در اثر بسیج زنان در اقتصاد رسمی در طی جنگ جهانی اول کسب گردید. (گیدنز، ۱۳۷۳: ۸-۳۲۷)

برای تضمین اصول دموکراسی مکانیسم‌هایی چون رژیم نمایندگی، حکومت اکثریت به عنوان تبلور اراده‌ی همگانی و انتخابات در نظر گرفته شده است. انتخابات و حق رأی از ابتدایی‌ترین سطوح مشارکت سیاسی است و رکن اساسی دموکراسی را تشکیل می‌دهد. مشارکت سیاسی در یک جامعه با انتخابات و رأی دادن افراد نمود عملی پیدا می‌کند. حضور هرچه بیشتر مردم در عرصه‌های مختلف اجتماعی با حق رأی، ضمن ارتقای گاهی‌های عمومی از واقعیات و تنگناهای موجود، انتظارات رو به تزاید را تعدیل و تضمین می‌کند. این امر همچنین باعث اعتماد مردم و ملت به نظام سیاسی و حکومت و توسعه همه جانبه و پایدار می‌گردد. نقش مردم در قالب انتخابات و حق رأی و شکل‌های غیر دولتی، فعالیت‌های مدنی و سیاسی عینیت پیدا می‌کند که این نقش در یک حکومت مردمی اساسی و کلیدی می‌باشد و هرچه این مشروعیت سیاسی و مشارکت مردمی کم رنگ‌تر باشد، ثبات سیاسی یک نظام خدشه‌دارتر خواهد شد.

از سویی جامعه‌شناسان سیاسی که درباره‌ی علل رفتار سیاسی رأی دهندگان تحقیق کرده‌اند، نشان داده‌اند که جز منافع اقتصادی در جامعه و پایگاه طبقاتی رأی دهندگان، عوامل دیگری نیز بر رفتار سیاسی تأثیر می‌گذارد (بشیریه، ۱۳۷۴: ۶۵). جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، اقتصاد دانان و عالمان علوم سیاسی روی جنبه‌های مختلف رأی دادن تحقیق کرده‌اند و الگوهای مختلفی برای رفتار انتخاباتی افراد ارائه کرده‌اند. شروع این مطالعات از نیمه‌ی دوم قرن بیستم و از آمریکا بوده است. جامعه‌شناسان تأثیر متغیرهای اجتماعی چون طبقه‌ی اجتماعی، مذهب، محل سکونت، عضویت گروهی، شبکه‌های اجتماعی، وسایل ارتباط اجتماعی و ... روان‌شناسان تأثیر متغیرهای روانی چون احساس هویت حزبی جناحی، ویژگی‌های شخصی نامزدها، طرح‌واره‌هایی از نامزدها و سوابق آنها، بیگانگی سیاسی، فرهنگ سیاسی و ... اقتصاددانان نیز تأثیر متغیرهایی چون منافع و زیان‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی رأی دهندگان را بررسی کرده‌اند. از دیدگاه جامعه‌شناسی سیاسی، رفتار انتخاباتی ناشی از تأثیر عوامل بیرونی و شرایط اجتماعی است و متغیرهای اجتماعی در قالب ساخت‌های اجتماعی بررسی می‌شوند. از دیدگاه اقتصاد سیاسی، رفتار سیاسی نوعی کنش عقلانی و تابع آزادی اراده و اختیار انسانی است و افراد طرح‌ها و برنامه‌های نامزدها را بررسی کرده و سپس برنامه‌هایی را که بیشترین منفعت و کمترین زیان را برایشان دربر دارد، انتخاب می‌نمایند. از منظر روان‌شناسی سیاسی، افراد بر اثر علاقه‌ی عاطفی و دلبستگی که نسبت به حزب، جناح یا نامزد خاصی که دارند، رأی می‌دهند. این «دلبستگی حزبی» در فرآیند جامعه‌پذیری و غالباً متأثر از خانواده، دوستان، بستگان و محیط در فرد شکل می‌گیرد و با گذشت زمان حفظ و تقویت می‌شود.

باید گفت که رأی دهندگان متأثر از این متغیرها، رفتار انتخاباتی ویژه‌ای را بروز می‌دهند که شناخت قاعده‌مندی این رفتارها مورد نظر ماست تا اینکه بتوانیم الگوهای (فعالانه، بینابین و منفعلانه) رفتار انتخاباتی جامعه مورد نظر خود را تشخیص دهیم.

۱-۲- بیان مسئله

از آنجا که توسعه همه جانبه بدون حضور فراگیر همه‌ی افراد جامعه محقق نمی‌شود، مشارکت مردم در امور مختلف برای هر حکومت مبتنی بر ساز و کارهای دموکراتیک اهمیت فراوانی دارند. از میان همه‌ی سطوح مشارکت سیاسی رأی دادن اهمیت فراوان دارد و موجب مشروعیت بخشی به نظام

سیاسی است. کشور ما از جمله جوان‌ترین کشورهای دنیا از نظر ساختار سنی است. متناسب با این ساختار جمعیتی، شمار متقاضیان تحصیلات عالی نیز همچنان در حال افزایش است. مشارکت سیاسی و الگوهای رأی دهی این دانشجویان به دلایل مختلف از جمله جوان بودن، تحرک، استقلال طلبی، نوجویی، آرمان‌گرایی، اصلاح‌طلبی، عدم محافظه‌کاری و نیز علاقه و شناختی که نسبت به مسائل جامعه پس از ورود به دانشگاه پیدا می‌کنند، از ویژگی‌های خاصی برخوردار است. همچنین خواه ناخواه این دانشجویان در سال‌های بعد خواستار مشارکت بیشتری در حکومت و نهادهای سیاسی می‌باشند یعنی اینکه قطعاً مشارکت آنها صرف رأی دادن نخواهد بود و به سطح بالاتری از مشارکت سیاسی (مشارکت سیاسی در سطوح مدیریتی) منجر می‌شود. لستر میلبراث (۱۹۶۵) در کتاب مشارکت سیاسی خود، سلسله‌مراتبی از مشارکت را مطرح کرده است که از عدم درگیری تا گرفتن مقام رسمی دولتی تغییر می‌کند و پایین‌ترین سطح مشارکت واقعی رأی دادن در انتخابات است (راش، ۱۳۷۷: ۱۲۶). انتخابات را می‌توان روشی رسمیت یافته برای توزیع قدرت، نگهداری و انتقال آرام پایگاه‌های اقتدار تعریف کرد. از این‌رو، رفتار نامزدهای انتخاباتی باید در جهت جلب نظر رأی‌دهندگان در حوزه‌ی انتخابیه باشد تا به نمایندگی دست یابند. این رفتار، مبارزه‌ی انتخاباتی (Electoral campaign) نامیده می‌شود. در این مورد، رفتار نامزد تعیین‌کننده‌ی میزان توفیق او خواهد بود (گلابچی، ۱۳: ۱۵۵). انتخابات متشکل از اجزایی چون برگزار کنندگان (دولت، احزاب، گروه‌ها و تشکیلات سیاسی)، انتخاب‌شوندگان و نامزدهای انتخاباتی، نظام‌های انتخاباتی (قوانین انتخاباتی مثل سن واجدین شرایط رأی‌دهی، نحوه‌گزینش نامزدها) و انتخاب‌کنندگان (واجدین شرایط رأی دادن) می‌باشد. پس می‌توان گفت رفتار انتخاباتی مؤلفه‌ای دو بعدی ناظر بر چگونگی سلوک نامزدها و روش انتخاباتی رأی‌دهندگان دارای شرایط رأی‌دهی و تعاملات میان آن‌رو داده است. (گلابچی، ۱۴۸: ۱۳۸۴)

به‌طور کلی حدود هفت دهه است که تحلیل جامعه‌شناختی از رفتار انتخاباتی شهروندان به صورت جدی و آکلامیک مطرح است. مکتب کلمبیا و میشیگان در ایالات متحده آمریکا، اولین مطالعات در این حوزه را آغاز نمودند. از آنجا که انتخابات از اصول اساسی دموکراسی است و انتخابات آزاد جز با نهادینه شدن جامعه‌ی مدنی و دموکراسی حاصل نمی‌آید، به همین جهت ردپای مطالعات در این زمینه را باید در کشورهای دارای پیشینه‌ی دراز تخریب و دموکراسی جستجو کرد. بعد

از ایالات متحده آمریکا، فرانسه، انگلستان، آلمان و ایتالیا در این حوزه‌ی مطالعاتی وارد شدند. از عمر جمهوری اسلامی سه دهه می‌گذرد. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر جمهوریت و مردم سالاری دینی است و تاکنون بیش از سی انتخابات در سال‌های گذشته در ایران صورت گرفته است. با این حال، بررسی رفتار انتخابات، حوزه‌ی نسبتاً جدیدی به شمار می‌آید. منابع فارسی و حتی ترجمه شده در ایران بسیار اندک و همراه با تحلیل‌های سطحی است و اغلب هم بیش از آنکه رویکرد علمی داشته باشند، دارای رویکرد تاریخی، ژورنالیستی و ایدئولوژیک (دارابی، ۱۳۸۸) بوده‌اند. از این‌روست که در این پژوهش سعی داریم با بهره‌گیری از مبانی نظری و رویکردهای علمی موجود در این زمینه، برخی عوامل تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان را مورد بررسی و سنجش قرار دهیم. در این پژوهش تأکید بر رأی‌دهنده و نحوه‌ی گزینش نامزد مورد نظرش در فرآیند قبل از حاضر شدن در پای صندوق رأی و نحوه‌ی کسب اطلاعات جهت ترجیح در انتخاب نامزدها و ... است. قابل ذکر است جهت تبیین موضوع، عوامل مؤثر و چرایی آن نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد و در اینجا نیز تأکید بر بررسی عواملی چون شبکه‌ارتباطات اجتماعی (شبکه تبادل اطلاعات افراد و گروهها و کانون‌های مرجع)، هویت یا دلبستگی حزبی-جناحی، ویژگی‌های فردی و اجتماعی نامزدها، فرهنگ سیاسی، منافع حاصل از رأی دادن و ویژگی‌های اجتماعی و فردی رأی‌دهنده است.

۱-۳- اهداف تحقیق:

در این پژوهش هدف عمده زیر را دنبال می‌کنیم:

- ۱- شناسایی عوامل اجتماعی، روانی، فرهنگی و عقلانی مؤثر بر رفتار انتخاباتی دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان؛
- با وجود این هدف اصلی، اهداف فرعی زیر نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد:
- ۱- بررسی مقایسه‌ای رفتار انتخاباتی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شهید باهنر کرمان؛
- ۲- طبقه‌بندی رفتار انتخاباتی افراد بر اساس چگونگی رفتار انتخاباتی آنان؛
- ۳- رابطه‌ی شبکه‌های اجتماعی و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛

- ۴- رابطه‌ی ویژگی‌های زمینه‌ای و دموگرافیک (سن، جنس، دانشکده و سال ورود به دانشگاه، محل سکونت، وضعیت تأهل، وضع فعالیت، قومیت، درآمد خانواده، شغل و تحصیلات والدین و ...) و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛
- ۵- رابطه‌ی گروه‌های مرجع (یا کانون‌های نخبگی) و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛
- ۶- رابطه‌ی هویت حزبی- جناحی و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛
- ۷- رابطه‌ی فرهنگ سیاسی و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛
- ۸- رابطه‌ی ویژگی‌های فردی و اجتماعی نامزدها و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی؛
- ۹- رابطه‌ی ارزیابی منافع حاصل از رأی دادن و رفتار انتخاباتی افراد مورد بررسی.

۱-۴- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق :

رفتار انسان دارای ابعاد مختلفی است که یکی از این ابعاد، بعد سیاسی رفتار انسان است. عمر مطالعه‌ی رفتار سیاسی در جهان غرب، کمتر از هفت دهه است و در ایران که سابقه دموکراسی خواهی کوتاهی دارد، این حوزه‌ی مطالعه بسیار نو است. این جوان و کم بودن مطالعات رفتار سیاسی را می‌توان در ارتباط با قدمت کم علوم انسانی نوین در کشور نیز بررسی کرد. رفتار سیاسی، عرصه مطالعه‌ی علوم روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، تاریخ، ارتباطات و اقتصاد بوده است. گرچه از این میان سهم مطالعات جامعه‌شناسی بیشتر می‌باشد. جامعه‌شناسی علم است و علم جامعه‌شناسی در حوزه‌ی سیاسی (جامعه‌شناسی سیاسی) با شناخت رویکردها و نگرش‌های علمی در زمینه‌ی مباحث سیاسی چون انتخابات به افراد و گروه‌های سیاسی کمک خواهد کرد.

جامعه‌ی ما به لحاظ جمعیتی از جوان‌ترین جوامع دنیاست و در اکثر تحقیقات صورت گرفته، هم‌سویی جوانی و تغییر و اصلاح اثبات شده است. تغییر و اصلاح، نظم موجود را بر هم خواهد زد و اگر آمادگی ساختار برای پذیرش این تغییرت به وجود نیامده باشد، جامعه هم دچار بحران و چالش خواهد شد. جوانان همواره خواهان مشارکت در امور سیاسی و سهم بودن در قدرت هستند. به همین جهت، با شناخت چگونگی رفتار سیاسی و عوامل تأثیر بر آن می‌توان به پیش‌بینی و برنامه‌ریزی بهتر پرداخت و از بوجود آمدن بحران نیز جلوگیری نمود. شاید بارها و بارها از رسانه‌های مختلف شنیده‌ایم و یا خوانده‌ایم که «رفتار انتخاباتی ایرانیان غیرقابل پیش‌بینی است» یا به عبارتی عام‌تر گفته‌اند: «ایرانیان

غیرقابل پیش‌بینی‌اند.» و شاهدهای اخیرتر این موضوع، انتخابات ریاست جمهوری هفتم و نهم ریاست جمهوری است. در هر دو مورد نتایج بیرون آمده از صندوق‌ها، گروه‌ها و مسئولین سیاسی داخلی و خارجی را بهت زده کرد. همچنین انتخابات مختلف در ایران، این پرسش را به ذهن‌ها متبادر می‌نمود که چرا در کشورهای غربی احزاب سیاسی، افکار عمومی رأی دهندگان را هدایت می‌نمایند اما در ایران احزاب توانایی هدایت افراد را در جهت مورد نظر خود ندارند؟ از همین‌روست که در جوامع غربی، مؤسسات نظرسنجی با دقت بسیار بالایی قبل از انتخابات، نتیجه‌ی انتخابات را پیش‌بینی می‌کنند و درصد کمی از رأی دهندگان در روزهای قبل از رأی‌گیری هنوز نمی‌دانند به چه کسی رأی خواهند داد. درحالی که در ایران افراد بسیاری در پاسخ به اینکه «تصمیم دارید به چه کسی رأی بدهید؟» پاسخ می‌دهند: «هنوز تصمیم نگرفته‌ام» و چه بسا نظر خود را به سرعت تغییر دهند.

با بررسی رفتار سیاسی ایرانیان مخصوصاً جوانان دانشجو تصویری از واقعیت‌های مختلف جامعه در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... به دست می‌آید و درک بهتری از رفتار این افراد خواهیم داشت. باید گفت کشور ما کشوری در حال توسعه است و توسعه سیاسی یکی از ابعاد توسعه است که در گرو مشارکت سیاسی عمومی و فراگیر همه‌ی افراد جامعه است. مشارکت سیاسی به دو نوع مشارکت توده‌ای (رأی دادن) و مشارکت در سطح نخبگان (مدیریت و داشتن منصب عالی) تقسیم می‌شود. شرکت در انتخابات و رأی دادن یک بخش از مشارکت سیاسی است اما قبل از رأی دادن عوامل متعددی بر رفتار سیاسی افراد تأثیر می‌نهند که انتخاب افراد را سمت و سو می‌دهد و اهمیت این بررسی و پژوهش را نیز نشان می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت این تحقیق از دو بُعد اهمیت دارد:

۱- کاربردی

۲- علمی

در اهمیت بعد کاربردی پژوهش می‌توان به استفاده‌ی محققان و پژوهشگران در حوزه‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و به طور کلی رفتارشناسی سیاسی، نهادها، سازمان‌ها و مؤسسات سیاسی کشوری، استانی و دانشگاهی دولتی و غیردولتی از نتایج این پژوهش اشاره کرد. مؤسسات و نهادهای دولتی زیادی می‌توانند از نتایج اینگونه پژوهش‌های دانشگاهی بهره‌مند گردند، همانند شورای عالی انقلاب فرهنگی، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مجلس شورای اسلامی، وزارت کشور،

وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و آموزش عالی، شورای عالی امنیت ملی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، احزاب و تشکل‌های سیاسی. همچنین نهادهای غیردولتی و مردم نهاد (N.G.O)، مطبوعات و رسانه‌ها، نخبگان فکری و ابزاری و ... نیز هر کدام استفاده‌ی خاص خویش را خواهند برد. البته به طور خاص، مسئولین، دانشجویان و اساتید، تشکل‌های سیاسی، مذهبی، فرهنگی و علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان، کلیه مراکزی که حوزه‌های فعالیت آنان در ارتباط با جوانان و زنان است (همچون سازمان ملی جوانان) می‌توانند در زمره‌ی استفاده‌کنندگان از نتایج حاصل از این پژوهش قرار بگیرند.

در بعد علمی، با چشم بستن بر کاستی‌ها، پژوهش پیش‌رو به غنای مطالعات پیشین می‌افزاید زیرا از یک سو با بکارگیری مبانی نظری ارائه شده توسط محققان داخلی و خارجی در جامعه‌ی ایرانی به مقایسه و ارزیابی رفتار سیاسی افراد در برهه‌های مختلف زمانی و مکانی می‌پردازیم. بنابراین می‌توان پیش‌بینی کرد که افراد در جاها و زمان‌های متفاوت با توجه به شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی چگونه رفتار می‌نمایند. شناخت قاعده‌مندی واقعیت‌های اجتماعی وظیفه‌ی علوم انسانی است که به این ترتیب بتوان برنامه‌ریزی برای بهبود فرآیندهای اجتماعی را تسهیل نمود. تحقیقاتی از این دست با توجه به رویکرد علمی خود، حوزه‌ی نوپدید رفتارشناسی سیاسی را واکاوی کرده و علل و عوامل تأثیرگذار بر ترجیحات سیاسی افراد را با توجه به تفاوت جوامع و بطبع با استفاده از نظریات مرتبط با این حوزه، روشن می‌سازند.

فصل دوم
مبانی
نظری تحقیق

۲-۱- پیشینه تجربی تحقیق در داخل و خارج از ایران

۲-۱-۱- چکیده تحقیقات انجام شده در ایران:

کمتر از دو دهه است که مطالعه‌ی رفتار سیاسی در ایران مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته است. بررسی انجام شده در این زمینه، بیشتر جنبه‌ی ژورنالیستی و بعضاً ایدئولوژیک (جریانی- جناحی) و کمتر جنبه‌ی علمی- پژوهشی داشته است. از حیث زمانی اکثر پژوهشگران و صاحب‌نظران تحولات سیاسی- اجتماعی ایران از علیرضا ازغندی و حسین بشیریه گرفته تا محققانی همچون محمدرضا تاجیک، محمد رحیم عیوضی، حاتم قادری، غلامرضا خواجه سروی و تقی آزاد ارمکی؛ همگی تمام توجه خود را معطوف به [بررسی علمی- پژوهشی] رفتار انتخاباتی شهروندان ایرانی در جمهوری اسلامی ایران حداکثر تا دوم خرداد ۱۳۷۶ کرده‌اند (دارابی، ۱۳۸۸: ۱۶). علی دارابی در کتاب خویش تحت عنوان «رفتار انتخاباتی در ایران، الگوها و نظریه‌ها» برای تحلیل انتخابات ریاست جمهوری نهم و علل پیروزی آقای احمدی‌نژاد، متغیرهایی چون فرهنگ سیاسی، شبکه‌های اجتماعی، فرآیند پیش افق و گفتمان‌های اقناعی را در نظر می‌گیرد و در نهایت علل پیروزی آقای احمدی‌نژاد را عواملی چون خلیقات ایرانیان (تنوع‌طلبی، محافظه‌کاری، پنهان‌کاری) تجربه انتخاباتی، «نه» به هاشمی رفسنجانی، تخریب‌های سازمان‌یافته علیه احمدی‌نژاد، ائتلاف بزرگ علیه احمدی‌نژاد، همه علیه یکی، گفتمان‌سازی، سلوک فردی، سازمان رأی، استفاده از رسانه‌ها، غیر روحانی بودن می‌داند. (دارابی، ۱۳۸۸)

محمدعلی بصیری و داریوش شادی‌وند در پژوهش خویش تحت عنوان «رفتار انتخاباتی در جوامع مبتنی بر فرهنگ عشیره‌ای (مطالعه‌ی موردی حوزه‌ی انتخابیه دهلران) در سال ۱۳۷۹، افراد بالای ۱۷ سال در حوزه‌ی انتخابیه دهلران، دره‌شهر، آبدانان (۹۵۰۰۰ نفر) را با نمونه‌ای ۴۰۰ نفری به روش اتفاقی مورد سنجش قرار می‌دهد. ایشان متغیرهایی چون سن، جنس، گرایش‌های سیاسی و فرهنگ عشیره‌ای را بررسی کرده و می‌گویند نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد که رأی‌دادن در این جوامع پیش از هر چیز تابعی از فرهنگ عشیره‌ای حاکم بر آنهاست. متغیرهای سن و جنس نیز کمابیش موجب تفاوت‌هایی در گرایش‌ها و تصمیمات سیاسی افراد است.

محمد گلابچی در پژوهش خویش با موضوع «تحلیل جامعه‌شناختی از رفتار انتخاباتی کاندیداهای دوره‌ی چهارم مجلس شورای اسلامی در شهر تهران» آثار تعلقات و عضویت‌های گروهی یا نقش