



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمان چاپ: ۱۴۰۲/۱۱/۲۰

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

آسیب‌شناسی، پیامدها و راهکارهای بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی

سعید محمدی

دکتری علوم سیاسی، گرایش جامعه‌شناسی سیاسی، آزاد تهران جنوب

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی با تکیه بر نگاه نخبگان محلی این شهرستان‌ها پرداخته شد است. این تحقیق از نوع روش کیفی است که با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیقی با نخبگان محلی و بومی در خصوص آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و پیامدهای ناشی از این آسیب‌ها به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته شده و سپس داده‌های جمع‌آوری شده به روش تماتیک مورد تحلیل قرار گرفته است. از مصاحبه‌های انجام شده با نخبگان محلی، ۳ مضمون اصلی قوم‌گرایی، معضلات اقتصادی، ضعف فرهنگی مدنی در بخش آسیب‌شناسی استخراج شد. همچنین در حوزه پیامدها، خبرگان محلی بر عدم شایسته‌سالاری، وام‌دار اقوام بودن کاندیداها تأکید داشتند. نتایج حاصله از مصاحبه با نخبگان محلی نشان می‌دهد که بین رفتار انتخاباتی شهروندان در انتخابات مجلس شورای اسلامی با قوم‌گرایی (تعصب‌گرایی، خویشاوندگرایی، مردسالاری، بزرگان (معتمدین)، پشتوانه‌ی جمعیتی، ضعف احزاب)، معضلات اقتصادی (بیکاری، وعده دادن، خرید و فروش رأی) و ضعف فرهنگ مدنی (آگاهی پایین، احساساتی و عقلانیت‌گریزی، خشونت‌گرایی) و فقدان شهرنشینی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: انتخابات، رفتار انتخاباتی، نخبگان، قوم‌گرایی، تعصب‌گرایی، ضعف احزاب، تماتیک



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

Abstract:

Pathology, consequences and solutions to improve the electoral behavior of the citizens of western cities of Tehran province (Mallard, Shahryar and Qods) in the eleventh period of the Islamic Council elections from the point of view of local elites. Saeed Mohammadi Kharazmi University, Master of Political Science, Tehran, Iran Saeedmohammadiaban827@gmail.com

Abstract: The current research aims to analyze the electoral behavior of the citizens of the western cities of Tehran province (Mallard, Shahryar and Qods) in the eleventh period of the Islamic Council elections, relying on the views of the local elites of these cities. This research is of a qualitative method, using the technique of in-depth interviews with local and native elites regarding the pathology of the election behavior of citizens in the 11th period of the Islamic Council elections and the consequences of these injuries, and then the collected data It has been analyzed thematically. From the interviews conducted with local elites, 3 main themes of ethnocentrism, economic problems, civil cultural weakness were extracted in the pathology section. Also, in the field of consequences, local experts emphasized on the lack of meritocracy and the indebtedness of the candidates to their relatives. The results obtained from interviews with local elites show that there is a difference between the electoral behavior of citizens in the elections of the Islamic Council and ethnicism (bigotry, nepotism, patriarchy, elders (trustees), demographic support, party weakness), economic problems (unemployment, There is a significant relationship between making promises, buying and selling votes) and the weakness of civil culture (low awareness, emotionalism and evasion of rationality, violence) and their lack of urbanization.

Keywords: elections, electoral behavior, elites, ethnocentrism, bigotry, weakness of parties, thematic



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بیان مساله:

انتخابات عالی‌ترین مظهر حضور مردم در عرصه سیاسی و مهم‌ترین مجرای تحقق حاکمیت مردم است. نظام مردم‌سالار نظام حاکمیت مردم بر سرنوشت خویش، نظام داشتن حکومتی برخاسته از مردم و پاسخگو در برابر مردم است. انتخابات فرصتی است برای مردم که نظر خودشان را نسبت به شیوه حکومت و مدیریت یک دولت ابراز کنند و اگر نسبت به آن نارضایتی داشته باشند، کسی یا گروهی دیگر را که مناسب‌تر و با کفایت‌تر می‌شناسند، جایگزین کنند. بدین وسیله سیستم سیاسی رو به اصلاح و بهبودی و تکامل تدریجی پیش می‌رود. در این میان انتخابات مجلس شورای اسلامی یکی از مهمترین رویدادهای سیاسی و مشارکتی در کشور است چراکه مجلس در نظام جمهوری اسلامی ایران از اهمیت ویژه و والایی برخوردار بوده و محور بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها، قانون‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌هاست و چراغ هدایت دولت و ملت را به دست دارد. مجلس، پایگاه اساسی نظام مردم و مایه حضور و مشارکت واقعی مردم در تصمیم‌گیری‌ها و مظهر اراده ملی است. بنابراین انتخاب آگاهانه و بدون از تعصب قومی و طایفه‌ی نمایندگان مجلس شورای اسلامی بسیار مهم و حیاتی است. از این رو تحلیل رفتار انتخاباتی به عنوان کنش سیاسی مورد توجه متفکران اخیر علم سیاست و جامعه‌شناسی قرار گرفته است (جعفری نژاد و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۵). رأی‌دهی و مشارکت سیاسی در انتخابات آشکارترین نوع مشارکت سیاسی برای مردم در جوامع مردم‌سالار می‌باشد. رفتار انتخاباتی بر چگونگی انتخاب نامزدها از سوی مردم دلالت دارد. رفتار انتخاباتی مردم تبیین تقاضاها و خواسته‌های سیاسی و اجتماعی آنها می‌باشد که می‌تواند دیدگاه‌ها و نگرش‌های موجود را به کاندیدای نمایندگی، تفهیم کند. اینکه مردم بر اساس چه معیار و مؤلفه‌هایی به انتخاب کاندیدا می‌پردازند، در نتایج انتخابات تأثیرگذار است. رفتار انتخاباتی مردم از مهم‌ترین وجوهی است که نوع جامعه سیاسی را معلوم می‌سازد و چگونگی ساختار آن را تبیین می‌کند. (نوابخش و فرهادیان، ۱۳۹۵: ۷۱). رأی دادن مؤثرترین و عملی‌ترین وسیله برای شهروندان است تا افکار و عقاید خود را در اداره عمومی و اجتماعی اعمال نمایند. (عبدالمطلب، ۱۳۸۸: ۱۵۲). رأی‌دهی در واقع یک نوع مکانیسم اجتماعی برای جمع‌آوری و تشخیص گزینه‌ها و ارجحیت‌های اجتماعی است. رأی‌دهی و مشارکت سیاسی تنها در انتخابات خلاصه نمی‌شود؛ ولی در عین حال از قابلیت سنجش برخوردار است. آنچه نقش تعیین‌کننده در نتایج انتخابات دارد، رفتار انتخاباتی شهروندان می‌باشد که از شهرستانی به شهرستان دیگر متفاوت است. این که شهروندان بر اساس چه معیارهایی به انتخاب کاندیداها می‌پردازند، در نتایج انتخابات تأثیرگذار می‌باشد. برخی رفتارهای سیاسی نظیر شرکت در فعالیت‌های انتخاباتی، عوامل مؤثر بر حضور و شرکت در انتخابات، نحوه تبلیغات انتخاباتی و جناح‌های سیاسی در فعالیت انتخاباتی در همه جای کشورمان یکسان نیست، و نحوه بروز آن بنا به بسترها، شرایط و بافت اجتماعی و فرهنگی متفاوت است. این در حالی است که در شهرستان‌ها و مناطقی که هنوز تا حدودی متغیرهای بومی و محلی رفتارهای انتخاباتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، عوامل و فاکتورهای فرهنگی و محلی تأثیرگذار واقع می‌شوند. شناخت بافت و ساختارهای قومی شهرها در تحلیل و بررسی رفتار انتخاباتی مردم بسیار ضروری است. چراکه بخش بزرگی از رفتارهای انتخاباتی به شرایط چندقومیتی و رقابت طایفه‌ای برمی‌گردد. در این میان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس)، از جمله شهرستان‌های استان تهران می‌باشد، که از مشارکت بسیار بالایی در انتخابات، بالأخص انتخابات مجلس شورای اسلامی، برخوردار است. اما آنچه مشخص است این است، که حضور گسترده مردم این شهرستان‌ها در عرصه انتخابات و فرایند انتخابات با آنچه ما در دنیای مدرن شاهد هستیم، متناقض و در تضاد است، و این حضور گسترده همواره با آسیب‌ها و چالش‌هایی مواجه بوده است. الگوی رفتار انتخاباتی مبتنی بر قوم‌گرایی و خویشاوندگرایی، پیوند دادن مشکلات اقتصادی با رفتار انتخاباتی از جمله این آسیب‌ها است. به عنوان مثال می‌توان به چندین درگیری قومی و قبیله‌ای و نزاع دسته جمعی در دوره دهم انتخابات مجلس منطقه مورد مطالعه اشاره کرد. همچنین خرید و فروش رأی در ورودی بعضی از شعبه‌های اخذ آرا گزارش شده است، شعارهای خارج از حوزه اختیارات قانونی نمایندگان مجلس توسط کاندیداها، منطقه مخصوصاً در زمینه ایجاد اشغال از دیگر چالش‌های انتخاباتی منطقه مورد مطالعه است.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمینه انتخابات و رفتار انتخاباتی کتب و آثار متعددی وجود دارد که هر کدام به نوعی به بررسی انتخابات، رفتار انتخاباتی و عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی پرداخته‌اند. اما آنچه این پژوهش را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌کند، همچنانکه از عنوان پژوهش پیداست، بحث آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی فقط از زاویه دو عامل یعنی قوم‌گرایی و نیز معضلات اقتصادی به‌عنوان فراگیرترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی است. نقطه متمایز دیگر این پژوهش با پژوهش‌های دیگر استفاده از روش مصاحبه با نخبگان محلی- بومی است که به‌ندرت در پژوهش‌ها استفاده شده است.

این پژوهش می‌تواند زمینه را برای شناخت و برنامه‌ریزی بهتر مسئولان بومی در رابطه با امر انتخابات و دیگر عرصه‌ها فراهم کند. در مراحل بعدی زمینه را برای برنامه‌ریزی‌های لازم جهت فراهم آوردن بستر و شرایط مناسب جهت برگزاری انتخابات سالم، که شهروندان بر مبنای عقل جمعی و استانداردهای انتخاباتی در دنیای مدرن اقدام به رأی دادن کنند. در کل نتایج این پژوهش می‌تواند در نهادهای زیر به کار گرفته شود؛ وزارت کشور؛ ستادهای انتخاباتی استان و نیز استان‌هایی که از شرایط مشابه برخوردارند؛ صدا و سیما؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ استانداری‌ها؛ فرمانداری‌ها؛ وزارت آموزش و پرورش و مجلس شورای اسلامی که از درگیرترین نهادهای کشور در امر انتخابات است.

از این رو شناخت آسیب‌ها، علل، پیامدها و راه‌حل‌های مواجهه با این آسیب‌ها، در وضعیت کنونی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس)، می‌تواند سبب فهم بهتر ماهیت این رویداد و پیامدهای آن و نیز استخراج راهکارهایی مناسب به‌منظور کاهش آسیب‌ها و حرکت به سمت اصلاح آن‌ها باشد. از جمله منابع مهم شناخت هر اجتماعی مطالعه دیدگاه‌های نخبگان آن جامعه است. این افراد به لحاظ برخورداری از جایگاه و ارزشی که در این‌گونه جوامع در اختیار دارند منبعی سرشار از داده‌های دست اول و در عین حال بیه نسبت صحیح‌ترند که در کنار سایر داده‌ها فهمی بهتر و دقیق‌تر در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهند. پژوهش حاضر نیز بر آن است فهم پدیده رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس)، آسیب‌ها و پیامدهای آن را از زاویه نگرش نخبگان بومی این شهرستان مطالعه کند و بر اساس آن به راهکارهایی برای اصلاح آن‌ها دست‌یابد.

اهداف پژوهش:

- ۱- شناخت آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.
- ۲- شناخت پیامدها رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.
- ۳- شناخت راهکارهای بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.

معرفی حوزه انتخابی مورد مطالعه:

استان تهران ۶ حوزه انتخابات برای مجلس دارد که در مجموع ۳۵ کرسی مجلس را به خود اختصاص داده است. حوزه انتخابیه شهریار، قدس و ملارد یکی از حوزه‌های استان تهران برای انتخابات مجلس شورای اسلامی است. این حوزه به مرکزیت شهریار ۱ نماینده دارد و جمعیتی بالغ بر ۱,۴۰۰,۰۰۰ نفر را پوشش می‌دهد. این حوزه تا قبل از دوره ششم با شهرستان رباط کریم جمعاً یک نماینده داشتند و پس از جدا شدن دو شهرستان در سال ۱۳۷۱، از دوره ششم نمایندگان مستقل از ۲ حوزه انتخاب



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

شدند. در ادامه ویژگی‌های جمعیتی و بیوگرافی شهرستان‌های حوزه انتخابیه شهریار که شامل سه شهرستان شهریار، ملارد و قدس می‌باشد، تشریح می‌شود:

شهرستان ملارد:

شهرستان ملارد با مساحت ۹۳۰ کیلومترمربع یکی از شانزده شهرستان استان تهران است. دارای دو بخش مرکزی و صفادشت می‌باشد که در غرب استان تهران واقع شده است. شهرستان ملارد از غرب و شمال با استان البرز، از جنوب با استان مرکزی و از شرق با شهرستان شهریار مرز مشترک دارد. تا سال ۱۳۸۸ شهرستان ملارد در تقسیمات کشوری یکی از بخش‌های شهرستان شهریار محسوب می‌شد تا اینکه براساس مصوبه شماره ۱۹۰۹۴/ت/۴۱۸۳۶ مورخ ۱۳۸۸/۰۲/۰۱ هیئت محترم دولت و ابلاغیه شماره ۶۱۱/۱۷۶۹۴۹ مورخ ۱۳۸۸/۰۹/۰۸ استانداری تهران، با انتزاع از شهرستان شهریار به شهرستانی مستقل ارتقاء یافت. این شهرستان دارای دو شهر به نام‌های ملارد و صفادشت، چهار دهستان به نام‌های ملارد شمالی، ملارد جنوبی، بی‌بی سکینه و اخترآباد و ۹۱ آبادی و ۵۹ روستای دارای سکنه است. در این شهرستان ۱۶ گروه قومی ساکن هستند که بیشتر جمعیت مربوط به ترک و فارس زبانان است. بر اساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، جمعیت شهرستان ملارد ۳۷۷۲۹۲ نفر اعلام گردیده است که از این تعداد حدود ۳۰۰ هزار نفر در آخرین انتخابات مجلس شورای اسلامی که در شهریور ماه ۱۳۹۹ برگزار شد واجد شرایط رای بوده‌اند. در این انتخابات ۱۷۴ شعبه و ۳۴۸ صندوق اخذ رای برای انتخابات مجلس شورای اسلامی و میان دوره‌ای مجلس خبرگان رهبری در شهرستان ملارد مستقر شده بود.

شهرستان شهریار

شهرستان شهریار از جمله شهرستان‌های ۱۶ گانه استان تهران با ۷ شهر و یک بخش و وسعتی معادل ۳۳۰ کیلومتر مربع است که از غرب و شمال به شهرستان‌های کرج و ملارد و از شرق به شهرستان‌های تهران، قدس و اسلامشهر و از جنوب به شهرستان‌های رباط کریم و بهارستان محدود می‌گردد. شهرستان شهریار اکنون متشکل از ۲ بخش، ۷ شهر، ۶ دهستان، و حدود ۵۰ روستا و شهرک مسکونی است. این شهرستان به عنوان یکی از سرریزهای جمعیتی شهر تهران عمل می‌کند و با معضل مهاجرت بی‌رویه و رشد بالای جمعیت روبروست. رشد ۸ درصدی جمعیت این شهرستان به عنوان یک معضل اجتماعی مطرح است. طی سال‌های ۷۵-۱۳۶۵ خورشیدی حدود ۳۰۰ هزار نفر مهاجر به شهرستان شهریار وارد شده‌اند و از این رو بافت جمعیتی این شهرستان دستخوش تغییرات فراوان شده است. جمعیت بومی شهریار ترک هستند ولی به دلیل مهاجرت پذیری اقوام آذری، کُرد، لُر و گیلگی با درصد بالایی در این شهرستان ساکن هستند. این شهرستان با جمعیتی بالغ بر ۷۴۴'۲۱۰ نفر دوازدهمین شهرستان پرجمعیت ایران محسوب می‌شود. از این جمعیت بیش از ۵۰۰ هزار نفر در انتخابات اخیر مجلس شورای اسلامی واجد شرایط بوده‌اند.

شهرستان قدس

مرکزیت شهرستان قدس، در ابتدا روستایی با نام قلعه حسن خان از بخش کن بود که در اوایل انقلاب با نام شهرک حسن خان به شهرستان شهریار سپرده شد. نام آن به شهرک قدس تغییر پیدا کرد و بعدها با اضافه شدن چند روستا و دهکده و تصویب نخست‌وزیر وقت به شهر قدس تبدیل شد. در اردیبهشت ۱۳۸۸ هیئت وزیران بنا به پیشنهاد وزارت کشور با ایجاد شهرستان قدس به مرکزیت شهر قدس که با ساختار تقسیماتی بخش مرکزی شامل دهستان‌های هفت جوی و دانش است، موافقت کرد. این شهرستان با مساحت ۱۱۴ کیلومتر مربع مجاور با شهرستان‌های کرج و شهریار در غرب تهران بزرگ قرار گرفته بطوریکه از



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

شرق و شمال شرقی به شهر تهران، از غرب و جنوب غربی به شهرستان شهریار و از شمال و شمال غربی به شهرستان کرج در استان البرز محدود می‌شود. بافت جمعیتی این شهرستان از اقوام ترک، کرد، لر و گیلک ساخته شده است. بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ جمعیت شهرستان قدس ۳۱۶/۶۳۶ نفر می‌باشد که از این مقدار ۲۰۰ هزار نفر در انتخابات اخیر مجلس شورای اسلامی واجد شرایط رأی دادن هستند. در این انتخابات که در شهریور ماه سال ۱۳۹۸ برگزار شد ۱۱۰ صندوق اخذ رأی ثابت و ۳ صندوق سیار به شهرستان قدس اختصاص یافته بود.

پیشینه نظری و تجربی تحقیق:

شناخت درست و ارزیابی واقع‌بینانه از رفتار انتخاباتی بیش از هر چیز نیازمند بهره‌گیری از چارچوب و مبانی تئوریک است که بتواند واقعیت موجود را بازنمایاند. در بررسی الگوهای رفتار انتخاباتی به دیدگاه‌های متفاوتی اشاره شد که هر کدام متغیرهایی را برای تحلیل رفتار رأی‌دهی افراد بیان کردند. آنچه که از مجموع نظرات و دیدگاه‌ها بر می‌آید این است که عوامل مختلف و متفاوتی به صورت توأمان در رفتار رأی‌دهی افراد مؤثرند و تأکید بر یک یا چند عامل نمی‌تواند بیان‌کننده علت واقعی انتخاب افراد باشد. با توجه به شرایط نامناسب اقتصادی شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) و معضل بیکاری در آن، بدون شک تعدادی از رأی‌دهندگان جهت رفع مشکلات اقتصادی و رفاهی به وعده‌های نامزدها در این زمینه توجه نموده و با بررسی آن سعی در گزینش جهت‌دار و حساب شده برای تأمین حداقلی از منافع و امتیازات اقتصادی و رفاهی دارند. بنابراین در تبیین متغیر اقتصادی می‌توانیم از الگوی اقتصادی (داونز، انتخاب عقلانی و نظریه مبادله) استفاده کرد.

از نظر داونز رأی‌دهنده فردی است عقلانی، چراکه می‌کوشد کوتاه‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه را برای تأمین منافع خود برگزیند. رأی‌دهنده مثل هر انسان اقتصادی معقول در راستای به حداکثر رساندن ارضای نیازهایش عمل می‌کند. می‌توان گفت که شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) با توجه به نیازهای اقتصادی که دارند، با کم‌ترین هزینه در انتخابات شرکت می‌کنند و در پی به حداکثر رساندن منافع خود در انتخابات هستند و سعی می‌کنند که به کاندیدایی رأی بدهند که احتمال زیاد نیازها و هدف‌های آن‌ها را برآورده خواهد کرد.

بر طبق نظریه انتخاب عقلانی، آنچه باعث رأی دادن می‌شود، برداشتی از میزان تأمین منافع با مشارکت در انتخابات است. رفتار سیاسی را می‌توان نتیجه انتخاب‌های افرادی که به دنبال نفع شخصی خود هستند دانست. رأی‌دهندگان از میان برنامه‌های اعلام‌شده، آن را که تأمین‌کننده منافع آنان است و همچنین بیشترین منافع را برای آنان ایجاد می‌کند بر می‌گزینند، و شرکت در انتخابات در جهت تأمین منافع اقتصادی آن‌ها است. نظریه انتخاب عقلانی بر این باور است، افراد بر اساس محاسبه سود و زیان دست به انتخاب می‌زنند، بنابراین محاسبه سود و زیان از سوی شهروندان مشارکت‌کننده در انتخابات، تأثیر عوامل اقتصادی را در رفتار انتخاباتی نشان می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت که حضور شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی برداشتی از میزان تأمین منافع آن‌ها با شرکت در انتخابات است، و به نوعی به دنبال نفع شخصی خود هستند. و رأی‌دهندگان این شهرستان‌ها از میان برنامه‌های اعلام‌شده از سوی نامزدهای انتخاباتی آن را که تأمین‌کننده منافع آن‌ها است را انتخاب می‌کنند و بنابراین شرکت کردن آن‌ها در انتخابات مجلس شورای اسلامی در جهت تأمین منافع اقتصادی آن‌ها است.

دیدگاه مبادله همان‌طور که از اسمش پیداست نوعی داد و ستد را در رفتارها بیان می‌کند و اینکه فرد در روابط خود با دیگران و اجتماع به این فکر است که چه سود و بهره‌ای نصیبش می‌شود. بدست آوردن بیشترین سود و کمترین زیان و هزینه در این روابط، انگیزش فرد را تشکیل می‌دهد. به اعتقاد هومنز انسان همواره می‌کوشد تا رفتارهایی را که به پاداش منتهی می‌شود در کنش‌های متقابل جستجو کند. او از یک سو در جستجوی حداکثر سود یا بالاترین پاداش و از سوی دیگر در پی کاهش هزینه‌ها به حداقل است. هومنز نتیجه می‌گیرد که این دقیق‌ترین شیوه مطالعه رفتار موجودات است. نظریه مبادله بر این باور است که،



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

سودی که فرد انتظار دارد از روابط در مبادله به دست آورد، انگیزه او برای مبادله است و در واقع، انسان از یک سو می‌خواهد منفعتی را به دست آورد و از سوی دیگر می‌خواهد به دست آوردن این منفعت با کمترین هزینه صورت گیرد. الگوهای ترغیب و سابقه پاداش‌ها و خسارت‌ها در تعاملات و تبدلات رفتاری است که مردم را وادار می‌کند آنچه باید بکنند، انجام دهند. از این رو ما در عرصه انتخابات، بالاخص انتخابات مجلس شورای اسلامی شاهد چنین رویکرد هستیم، و به نوعی می‌توان گفت، فعل و انفعالات و رفتارهای انتخاباتی در عرصه انتخابات با توجه به این رویکردها و محاسبات صورت می‌گیرد. با این اوصاف می‌توان گفت مردم کسی را در انتخابات بر خواهند گزید که بیشترین فایده را برای آن‌ها به ارمغان آورد و عملکردش کمترین هزینه و خسارت را در پی داشته باشد.

هاذریکا، بیرج (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان "عملکرد رأی‌دهی در هند و عوامل تعیین‌کننده آن" با استفاده از روش کمی نشان می‌دهد که کاریزما - کاست - دین - زبان - پول - ناسیونالیسم - عملکرد احزاب - سواد - جناح‌گرایی - احترام و اعتبار عمومی نامزد، کمپین انتخاباتی از عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی در هند است.

شیکاتا، نکایو کی هیگا^۲ (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان "رفتار رأی‌گیری در اندونزی از سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۴ شکاف دینی یا عملکرد اقتصادی" نتایج نشان می‌دهد مناطقی که در گذشته به شدت از احزاب اسلامی حمایت می‌کردند، همان احزاب را انتخاب کردند یا ترجیح دادند در بعضی از انتخابات‌ها از دادن رأی به احزاب دیگر امتناع کنند. از دیدگاه رأی‌دهی اقتصادی گذشته‌نگر، دریافته‌اند مناطقی که سرانه رشد اقتصادی بیشتری را تجربه کردند، از احزاب حاکم حمایت بیشتری کردند.

آونگ، مربا محمد^۳ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان "رأی‌گیری در پاکستان: نقش رسانه‌های اجتماعی، قومیت و دینداری" با استفاده از روش کمی نشان می‌دهد که بین قومیت‌گرایی و رأی‌گیری رابطه وجود دارد، رابطه دینداری با قصد رأی دادن رد می‌شود، و رابطه بین رسانه‌های اجتماعی و رأی‌دهی پذیرفته شده است و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک تأثیر بیشتری بر رأی دادن دارد.

نکوما، نگا^۴ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان "رفتار انتخاباتی در کشورهای جنوب صحرای آفریقا" با استفاده از روش کیفی نشان می‌دهد که رفتار انتخاباتی تحت تأثیر مشخصات نامزدها، متغیرهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، و موقعیتی قرار دارد. توانایی بهبود بخشیدن به مصالح اقتصادی، حفظ صلح، تبلیغات، تجربه و سوابق کاندیدها، توسعه محلات و مناطق، وابستگی مذهبی نامزدها).

حسین پور، محمود (۱۳۹۵) در پایان‌نامه خود با عنوان "تحلیل رفتار انتخاباتی دوره دهم مجلس شورای اسلامی حوزه انتخابیه شهرستان رفسنجان و انار"، با استفاده از روش توصیفی و تحلیلی، بین متغیرهای ویژگی شخصیتی کاندیدها، وابستگی جناحی و حزبی نامزدها، سوابق کاری و عملکرد قبلی کاندیدها، پایبندی نامزدها به ارزش‌های انقلاب، پایبندی به مذهب و دین و نوع تبلیغات نامزدها با رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان رفسنجان و انار ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

اکبری، حسین، فخاری، روح‌الله (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان "نقش قومیت در رفتار انتخاباتی اجتماعات چند قومیتی مورد مطالعه شهرستان بجنورد"، با استفاده از روش پیمایشی پرسشنامه، نشان می‌دهد متغیرهای مطالبات قومی، احساس مشروعیت نظام سیاسی و هویت قومی، رابطه معناداری با الگوی رأی‌دهی دارد. همچنین بر طبق بررسی مدل پژوهش با مدل‌سازی مطالعات ساختاری نشان می‌دهد که متغیرهای احساس نابرابری اجتماعی، مصرف رسانه‌ای، رضایت اجتماعی و احساس مشروعیت نظام

^۱ . Hazerika, Birj

^۲ . Shikata, Takayo K. Higa

^۳ . Awang, Marba Mohammad

^۴ . Nekuma, Nega



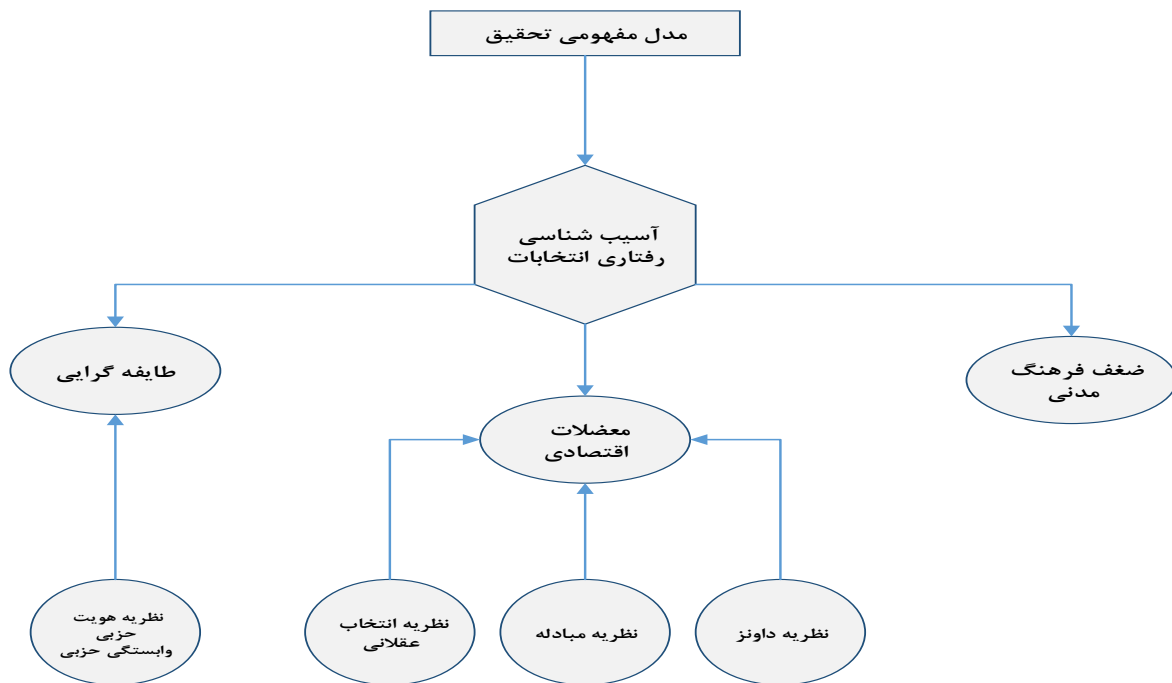
ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

سیاسی به همراه میزان تعاملات با سایر اقوام با تأثیر بر هویت قومی و در نهایت شکل‌گیری مطالبات قومی بر الگوی رأی‌دهی قومی تأثیر می‌گذارد.

شکرزاده، سجاد (۱۳۹۸) در پایان‌نامه خود با عنوان "آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان بویراحمد در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی"، با استفاده از روش تحقیق کیفی و تکنیک‌های مصاحبه عمیق با نخبگان محلی نشان می‌دهد که بین رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان بویراحمد در انتخابات مجلس شورای اسلامی با طایفه-گرایی (تعصب‌گرایی، خویشاوندگرایی، مردسالاری، ریش‌سفیدی، پشتوانه‌ی جمعیتی، ضعف احزاب)، معضلات اقتصادی (بیکاری، وعده دادن، خرید و فروش رأی) و ضعف فرهنگ مدنی (آگاهی پایین، احساسات و عقلانیت گریزی، خشونت‌گرایی، فقدان شهرنشینی) آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

مدل نظری تحقیق:



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

روش این پژوهش کیفی از نوع تفسیری - تحلیلی و پدیدار شناختی بود و از آن جایی که این پژوهش در قلمرو تحقیقات کیفی جای می‌گیرد، لذا ما در پی آن نیستیم که یافته‌های تحقیق را به کل جامعه مورد مطالعه تعمیم دهیم و هدف بیشتر شناخت ابعاد موضوع است.

جامعه آماری در این پژوهش شامل نخبگان بومی و محلی که شامل: نخبگان سیاسی استانداری، فرمانداری‌ها، شهرداری‌ها، احزاب و تشکل‌ها) و فکری(دانشگاه‌ها، روزنامه‌نگاران، خبرگزاری‌ها، نویسندگان و رسانه‌های محلی...) و بزرگان و معتمدین شهرستان‌ها است.

تعداد مصاحبه‌شوندگان ما در این پژوهش نخبگان بومی و محلی شهرستان‌های غرب استان تهران(ملارد، شهریار و قدس) و مرتبط با کار پژوهشی تشکیل می‌دهد. همچنین با اصرار و درخواست مصاحبه‌شوندگان و با رعایت اصول اخلاقی و حفظ اصل امانت‌داری از آوردن نام مصاحبه‌شوندگان خودداری نمودیم و با استفاده از کدگذاری به ارائه نظریات مصاحبه‌شوندگان پرداخته شده است.

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس استفاده شده است. بر این اساس و با توجه به زمان و در دسترس بودن نخبگان با ۴۷ نفر از این افراد مصاحبه شد که تعداد و گروه یا صنف هر یک از نخبگان در جدول ۵ تشریح شده است و برای گردآوری داده‌ها از روش مصاحبه‌ی عمیق استفاده شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش «تحلیل مضمون» به صورت زیر انجام پذیرفت:

➤ گام اول؛ آشنا شدن با داده‌ها

در پژوهش کنونی، پژوهشگر قبل از این‌که کدگذاری داده‌ها را شروع کند چند بار کل داده‌های حاصل از مصاحبه را خوانده است. در واقع از آغاز همین مرحله، یادداشت برداری و علامت‌گذاری معانی که در مراحل بعدی به آن‌ها نیاز پیدا خواهد شد شروع شده است.

➤ گام دوم: ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری

در این مرحله بعد از این‌که داده‌های حاصل از مصاحبه خوانده شد و با آن‌ها آشنایی پیدا کردیم وارد مرحله بعدی یعنی ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها شدیم. که از دیدگاه نظری با نقاط مورد توجه تحقیق در سطوح مختلف تجزیه و تحلیل همخوانی دارند.

➤ گام سوم؛ جست و جو و شناخت مضامین

این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضمون و تم‌های بالقوه و فرعی و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم مشخص شده است. بنابراین کدهای اولیه تحقیق را تحلیل کردیم و در نظر گرفتیم چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی یکسان شوند. در تحقیق کنونی، پس از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها، دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضامین اولیه(تم‌های) اولیه انجام شده است.

➤ گام چهارم؛ ترسیم شبکه مضامین

شبکه مضامین این پژوهش شامل: مضامین پایه(کدها و نکات کلیدی متن) مضامین سازمان دهنده(مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر(مضامین عالی در بر گیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) را نظام‌مند کردیم و سپس به صورت نمودار ترسیم کردیم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه با روابط آن‌ها نشان داده می‌شود.

➤ گام پنجم؛ تحلیل شبکه مضامین

این مرحله وقتی شروع می‌شود که پژوهشگر به شبکه مضامین رضایت‌بخش و متناسب با پژوهش خود دست پیدا کرده است. در این مرحله بعد از ترسیم شبکه مضامین به تجزیه و تحلیل آن پرداخته خواهد شد. و مضامین شناخته‌شده



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

را به روشنی تعریف کردیم و برای هر مضمون نام مختصری در نظر گرفته شده است که به ذهن خواننده القا کند که آن مضمون درباره چه چیزی است.

➤ گام ششم؛ ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن

این مرحله که شامل: تلخیص شبکه مضامین و بیان مختصر و صریح آن، استخراج نمونه‌های جالب از داده‌های مرتبط کردن نتایج تحلیل با سؤالات تحقیق و مبانی نظری و نوشتن گزارش علمی و تخصصی از تحلیل داده‌ها است.

پاسخ به اهداف تحقیق:

۱- شناخت آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.

➤ طایفه‌گرایی

مضمون اصلی (طایفه‌گرایی)، به عنوان اولین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی شناسایی شد و این امر از خلال مصاحبه با نخبگان محلی بدست آمد. یافته‌های حاصل از مصاحبه با شرکت‌کنندگان نشان داد که طایفه‌گرایی عامل موثری در رفتار رأی‌دهی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی است. برای درک بهتر و بیشتر این مفهوم، مضامین فرعی آن با نقل و قول‌هایی از مصاحبه‌شوندگان به‌عنوان شواهد این ادعا در زیر آورده شده است.

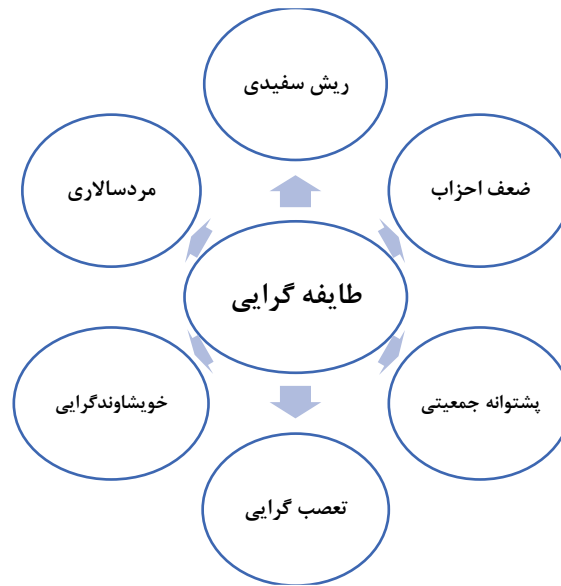
جدول (۱): نظر مصاحبه‌شوندگان در خصوص پرسش «طایفه‌گرایی چه تأثیری بر رفتار انتخاباتی شهروندان.....»



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

موضوع اصلی	موضوع فرعی	عنوان مقاله	محرور
طایفه‌گرایی	تعبص‌گرایی	برای سربلندی طایفه‌ی خودمان به کاندیدی که از طایفه خودمان است رأی می‌دهیم، مردم در این شهرستان‌ها تعصب دارند که فردی را از میان طایفه و قوم خودشان انتخاب کنند، عصبیت بر تفکر و عقلانیت غلبه می‌کند، افراد می‌گویند ما به کاندیدی که هم طایفه ما است رأی می‌دهیم، حتی اگر شایستگی نداشته باشد اما ما به او رأی می‌دهیم چراکه کاندید طایفه دیگر رأی نیاورد، مردم نسبت به قوم و قبیله‌ی خود علاقه و وابستگی دارند و دوست دارند طایفه آن‌ها همیشه پیروز باشد.	آسیب‌شناسی
	ریش‌سفیدی	شخصیت‌های محلی همیشه در این مناطق در مسائل مختلف به‌خصوص انتخابات نقش مهمی داشته‌اند، بزرگان طوایف محفل و محل اصلی تجمع جریان‌های تبلیغاتی و شب‌نشین‌های تبلیغاتی هستند، شخصیت‌های محلی و بزرگان از جمله عوامل تأثیرگذار بر رفتار رأی‌دهی رأی‌دهندگان در این شهرستان‌ها هستند که هنوز در طوایف برای آن‌ها احترام قائل هستند، کاندیداها برای جذب آرای مردم یک منطقه معمولاً با بزرگان اقوام مختلف در این شهرستان‌ها دیدار می‌کنند و این بزرگان نیز برای آن‌ها رأی جمع‌آوری می‌کنند.	
	مردسالاری	حتی کاندیداها برای تبلیغات انتخاباتی سراغ قشر خانم‌ها نمی‌روند و مردان را انتخاب می‌کنند، در شهرستان‌های ما کم‌تر زنی پیدا می‌شود که جدا از مرد خانواده رأی بدهد، در فرهنگ طایفه‌ای و سنتی هنوز زنان در رأی دادن به مردان وابسته هستند، در جامعه سنتی همیشه قدرت مردسالاری حرف اول را می‌زند، بیشتر زنان و دختران در این مناطق، مرد خانواده را در هر امری همراهی می‌کنند، در اکثر موارد در مناطق مختلف شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس زنان هنوز مستقل از مردان نیستند و حتی در امر انتخابات هم مطیع حرف مرد خانواده هستند.	
	خویشاوند‌گرایی	یک طایفه یا قوم با طایفه دیگری رابطه نسبی ندارند، بنابراین رابطه سببی ایجاد می‌کنند و این رابطه باعث می‌شود که تعدادی از درون آن طایفه و قوم از کاندیدای قوم دیگر حمایت کنند، کسی که رابطه خانوادگی دارد با کاندیدای انتخاباتی احتمال اینکه به آن کاندید رأی بدهد بیشتر از فردی است که غیر خویشاوندگرا است، در جوامع سنتی رابطه‌های خونی هنوز غالب است، و این رابطه خونی بر نوع رفتار و کردار افراد در یک جامعه و انتخابات تأثیر می‌گذارد، هرچه ارتباط خویشاوندی نزدیک‌تر باشد، میزان تلاش و تعصبات افراد نسبت به آن نماینده بیشتر است.	
	پشتوانه جمعیتی	بعید است ما یک نفر را غیر از این شهرستان بیاوریم و او را کاندید کنیم و بخواهیم به او رأی بدهیم چون قوم و قبیله ندارد، کاندیدایی که هرکدام از طایفه‌ی خود وارد عرصه انتخابات شده‌اند بیشترین رأی‌شان از طایفه خودشان بوده است، تمام کاندیدهای انتخاباتی در شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در مناطق و طایفه خودشان بیشترین آراء را به دست می‌آورند. به‌نوعی اکثریت مطلق آراء را از طایفه‌ی خودشان کسب می‌کنند.	
	ضعف احزاب	در مناطقی که قومیت حرف اول را می‌زند احزاب به کنار می‌روند، اگر احزاب وجود داشته باشند و دارای برنامه باشند دیگر نقش قومیت‌گرایی و طایفه‌گرایی کم خواهد شد، در مناطق قوم‌گرا نقش احزاب و گروه‌های سیاسی کم‌رنگ می‌شود و عملاً طوایف جایگزین آن می‌شود، در نبود احزاب طوایف نقش بسیج‌کننده مردم را به نفع کاندیداها بر عهده دارند، همچنین در نبود احزاب طوایف و بزرگان طوایف نقش اصلی را بازی می‌کنند.	



شکل (۲): مضمون اصلی طایفه گرایی با مضامین فرعی آن

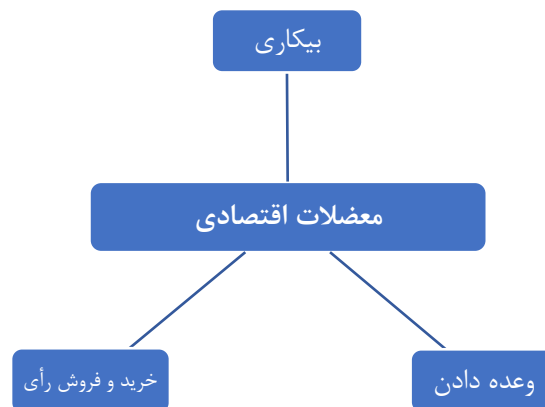
شکل (۲) اولین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) را در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی نشان می‌دهد. همان‌طور که در نمودار بالا شاهد هستیم اولین آسیب رفتار انتخاباتی از نگاه نخبگان محلی در قالب تم و مضمون اصلی با نام طایفه‌گرایی، مطرح شده است. مضمون اصلی طایفه‌گرایی محصول مضامین فرعی است که همان‌طور که در نمودار نشان داده شده است عبارت‌اند از: تعصب‌گرایی، خویشاوندگرایی، مردسالاری، ریش‌سفیدی، پشتوانه جمعیتی و ضعف احزاب است. نتایج حاصله از مصاحبه با نخبگان محلی نشان می‌دهد که طایفه‌گرایی از معیارها و ملاک‌های اصلی رأی‌دهی در شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس می‌باشد.

➤ معضلات اقتصادی

دومین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی که از داده‌های جمع‌آوری شده از مصاحبه با نخبگان محلی استخراج شده است، آسیب معضلات اقتصادی است. نتایج حاصل از مصاحبه با نخبگان محلی نشان می‌دهد بین رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس در انتخابات مجلس شورای اسلامی با شرایط اقتصادی آن‌ها به‌خصوص بحث بیکاری رابطه معناداری وجود دارد. برای درک بهتر مضمون اصلی معضلات اقتصادی، مضامین فرعی آن با نقل و قول‌های مصاحبه‌شوندگان در زیر اشاره شده است.

جدول (۲) نظر مصاحبه‌شوندگان در خصوص پرسش «شرایط نامناسب اقتصادی» معضلات اقتصادی «چه تأثیری بر رفتار انتخاباتی...»

محور	مضمون اصلی	مضمون فرعی	شواهد
آسیب‌شناسی	معضلات اقتصادی	بیکاری	بحث بیکاری در انتخابات بسیار تأثیرگذار است. رفع مشکل بیکاری از جمله تبلیغات اصلی نمایندگان است، شهروندان در این منطقه به کاندیدایی رأی می‌دهند که فردا مزدشان را از نمایندگان بگیرند و اغلب دنبال شغل‌اند، در این شهرستان مسئله‌ی اشتغال در انتخابات مهم است و مردم دنبال نماینده می‌روند که فرزندانشان را شاغل کنند، نماینده هم به آن‌ها می‌گوید که مشکل بیکاری را حل می‌کند و مردم نیز به او رأی می‌دهند.
		خرید و فروش رأی	عوامل یکه باعث خرید و فروش رأی می‌شود مربوط به مسائل اقتصادی است، منفعت افراد در انتخابات مجلس مهم است حتی ممکن است منفعت آن‌ها در یک کارت شارژ باشد، رأی خودشان را می‌فروشند. در واقع به دنبال منفعت مستقیم هستند، مردم درگیر مسائل اقتصادی هستند و در ازای هر چیزی باشد مقدار پولی، کارت شارژ و غیره، اقدام به فروش رأی خود می‌کنند، در این منطقه رأی‌دهی افراد بر اساس عوامل اقتصادی است، و از سویی بعضی از افراد رأی خود را می‌فروشند.
		وعده	یکی از مهم‌ترین تمهیدات داوطلبین برای ورود به مجلس، دادن وعده است، فلان کاندید می‌گوید اگر خودت و خانواده‌ات را جمع کنید و رأی بدهید منم فرزندانت را شاغل می‌کنم، کاندیدا وارد یک منطقه می‌شوند و می‌گویند جاده‌ی شما را آسفالت می‌کنیم، آب لوله‌کشی برای شما می‌آوریم. سیستم‌های پیشرفته کشاورزی برای شما راه‌اندازی می‌کنیم. لیست افراد تحصیل کرده را بیاورید که بعداً آن‌ها را شاغل کنیم، وعده دادن بر رفتار انتخاباتی مؤثر بوده است و می‌تواند بر رفتار رأی‌دهی مردم تأثیر بگذارد و آن‌ها را سمت صندوق‌های رأی سوق دهد.



شکل (۳) مضمون اصلی معضلات اقتصادی با مضامین فرعی آن

شکل (۳) دومین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی را نشان می‌دهد. دومین آسیب رفتار انتخاباتی که از مصاحبه با نخبگان محلی استخراج شده است معضلات اقتصادی نام دارد. این مضمون اصلی محصول مضامین فرعی بیکاری، وعده و خرید و فروش رأی است. نتایج حاصله از مصاحبه با شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد بین رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های مورد مطالعه در انتخابات مجلس شورای اسلامی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

با مسائل اقتصادی آن‌ها همراهی و هماهنگی و هبستگی وجود دارد به نحوی که هرکجا معضلات اقتصادی بیشتر باشد میزان رأی‌دهی مردم براساس وعده نمایندگان نیز بیشتر است.

➤ ضعف فرهنگ مدنی

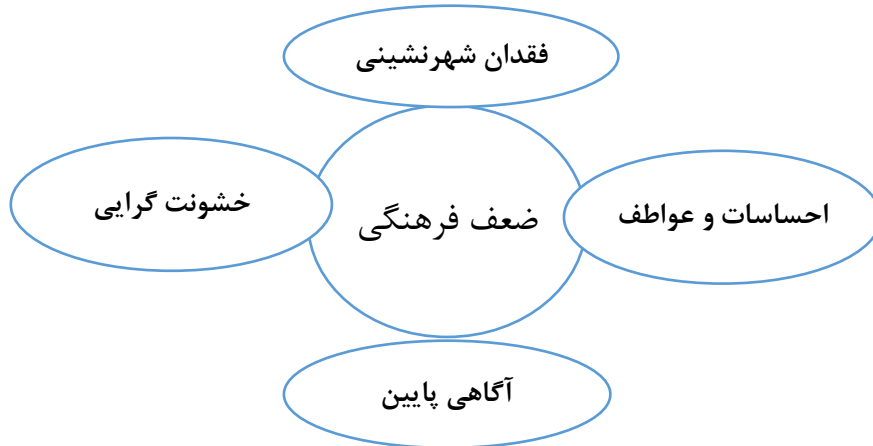
سومین آسیبی که از خلال مصاحبه با نخبگان محلی پدیدار گشت ضعف فرهنگ مدنی است. نتایج حاصله از مصاحبه با نخبگان محلی نشان می‌دهد که بین رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی و ضعف فرهنگی مدنی در این منطقه رابطه‌ی معناداری وجود دارد. برای درک بهتر تم و مضمون اصلی ضعف فرهنگ مدنی، مضامین فرعی آن با شواهد و نقل و قول‌هایی از مصاحبه‌شوندگان در زیر ارائه شده است.

جدول (۳) نظر مصاحبه‌شوندگان در خصوص پرسش «ضعف فرهنگ مدنی چه تأثیری بر رفتار انتخاباتی...»

مضمون اصلی	مضمون فرعی	شواهد
ضعف فرهنگ مدنی	مضمون فرعی	شواهد
	خشونت‌گرایی	در ایام انتخابات درگیری‌ها و خشونت‌ها بیشتر می‌شود، درگیری‌های کلامی توهین‌آمیز، منازعه‌های لفظی بین گروه‌ها و طوایف تبدیل به درگیری فیزیکی و گاهی اوقات تبدیل به نزاع‌های دسته‌جمعی می‌شود و حتی به کشته شدن افراد نیز منجر شده است، مثلاً طرفداران یک کاندید به طرفداران کاندید دیگر توهین کرده است که شما در حدی نیستید که بخواهید نماینده به مجلس بفرستید، که همین منجر به درگیری و نزاع دسته‌جمعی شده است، در هنگام انتخابات به اندازه‌ای بر طایفه خود تعصب دارند که می‌بینیم درگیری و توهین‌های طوایف به هم در ایام انتخابات و صف انتخابات رخ می‌دهد و باعث شکل‌گیری نزاع و درگیری طوایف باهم می‌شود.
	احساساتی و عقلانیت‌گریزی	نداشتن تفکر عمیق در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای و احساسی فاقد اندیشه، عصبانیت و احساسات بر تفکر و عقلانیت غلبه می‌کند و باعث می‌شود فرد در انتخاب اصلح دچار مشکل شود، رفتار انتخاباتی مردم اکثراً احساسی است و احساسات بیشتر و عقل و منطق کم‌تر است، وقتی انتخابات می‌آید یک شور و هیجان سراسر شهرستان را فرا می‌گیرد، احساسات و عواطف افراد بر عقل و منطق و عقلانیت آن‌ها غلبه پیدا می‌کند
	فقدان شهرنشینی	ساختارها شهری نیستند و در ساختارهای شهری اینکه شما از کدوم قبیله و طایفه هستید معنا و مفهومی ندارد، سابقه شهرنشینی در این شهرستان کم است، ما باید نگاه شهروندی داشته باشیم، اما هنوز آداب و آیین و قانون شهروندی را یاد نگرفته‌ایم، با حقوق شهروندی و سکونت در شهر آشنایی نداریم
آگاهی عمومی پایین	عدم آگاهی در انتخابات مهم‌ترین چالش است، میزان آگاهی در این شهرستان در مقابل شهرهای بزرگ کم است، از جمله مشکلات رفتار انتخاباتی در این شهرستان این است که آگاهی عمومی و فردی کم‌رنگ است، این منطقه نسبت به وظایف و عملکرد نماینده آگاهی ندارند	



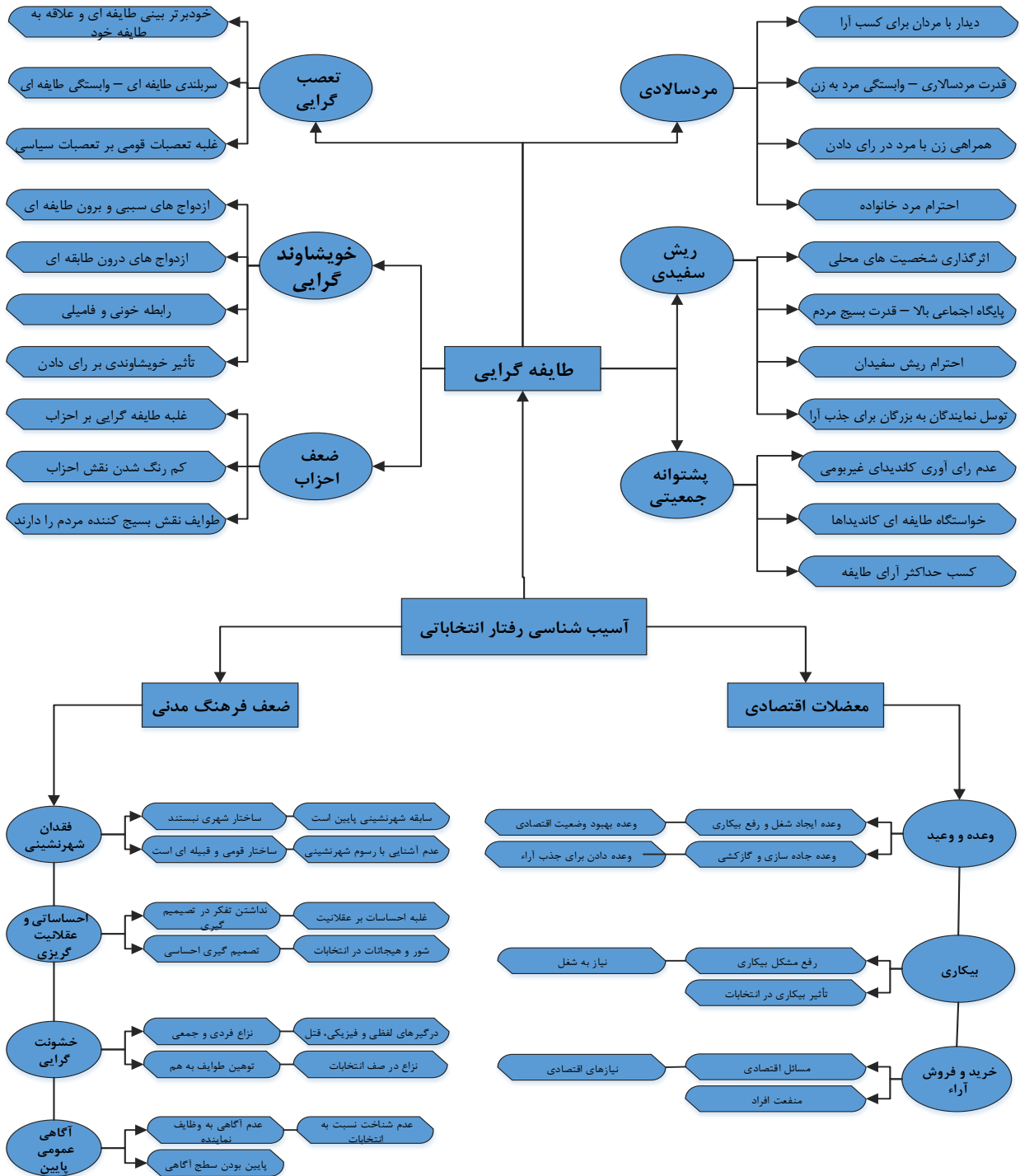
مضمون اصلی «ضعف فرهنگ مدنی، دارای مضامین فرعی است که در زیر به آن پرداخته شده است:



شکل (۴) مضمون اصلی ضعف فرهنگی مدنی با مضامین فرعی آن

سومین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی ضعف فرهنگ مدنی است. این مضمون اصلی نیز محصول مضامین فرعی خشونت‌گرایی، آگاهی پایین، فقدان شهرنشینی، و احساسات و عواطف است. نتایج حاصله از مصاحبه با نخبگان محلی در خصوص ضعف فرهنگی مدنی نشان می‌دهد حضور شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در عرصه انتخابات به نوعی با ضعف فرهنگ مدنی این منطقه همراه است.

بنابراین لازمه تقویت فرهنگ مدنی در این منطقه مستلزم شرایط زیر است: چگونه در هر امری به حقوق همدیگر احترام بگذاریم، در امر انتخابات رقابت سازنده و مسالمت‌آمیز را بر هر امری ترجیح بدهیم نه اینکه به دنبال حذف همدیگر باشیم، در انتخابات رأی‌دهی ملاک و معیار انتخابمان شایستگی، توانایی باشد و نه بر اساس تعصبات کورکورانه و طایفه‌گرایی، انتخاب‌کننده از نماینده مطالبه و درخواست عمومی داشته باشد در مقابل کاندیدها و نماینده نگاه جمع محور و عمومی داشته باشند و نه بر اساس نگاه طایفه محوری و خویشاوندی، برای رسیدن به خواسته‌ها و اهداف مدنظر خودشان تلاش کنند ولی هرگز برای رسیدن به آن‌ها از طریق اعمال غیرقانونی عمل نکنند، به قوانین و مقررات مشخص شده در همه حوزه‌ها از جمله قوانین انتخاباتی احترام بگذارند و برای دستیابی به منافع شخصی خود قانون را زیر پا نگذارند، در انتخابات رقابت بدون تخریب همدیگر مهم‌ترین اصل است، مردم آگاهانه و منطقی تصمیم بگیرند و نه به‌صورت توده‌ای و احساسی، در انتخابات برای رسیدن به اهداف خودشان خشونت را معیار و ملاک قرار ندهند، حضور در انتخابات و رأی دادن مبتنی بر عقل و خرد ورزی باشد و ارتباط شهروندان با یکدیگر بر مبنای گفتگو و اقناع باشد.



شکل (۵) شبکه مضامین آسیب شناسی رفتار انتخاباتی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

۲- شناخت پیامدها رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.

➤ پیامدهای رأی‌گیری مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی

از نظر مشارکت‌کنندگان رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی، و معضلات و چالش اقتصادی، پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت:

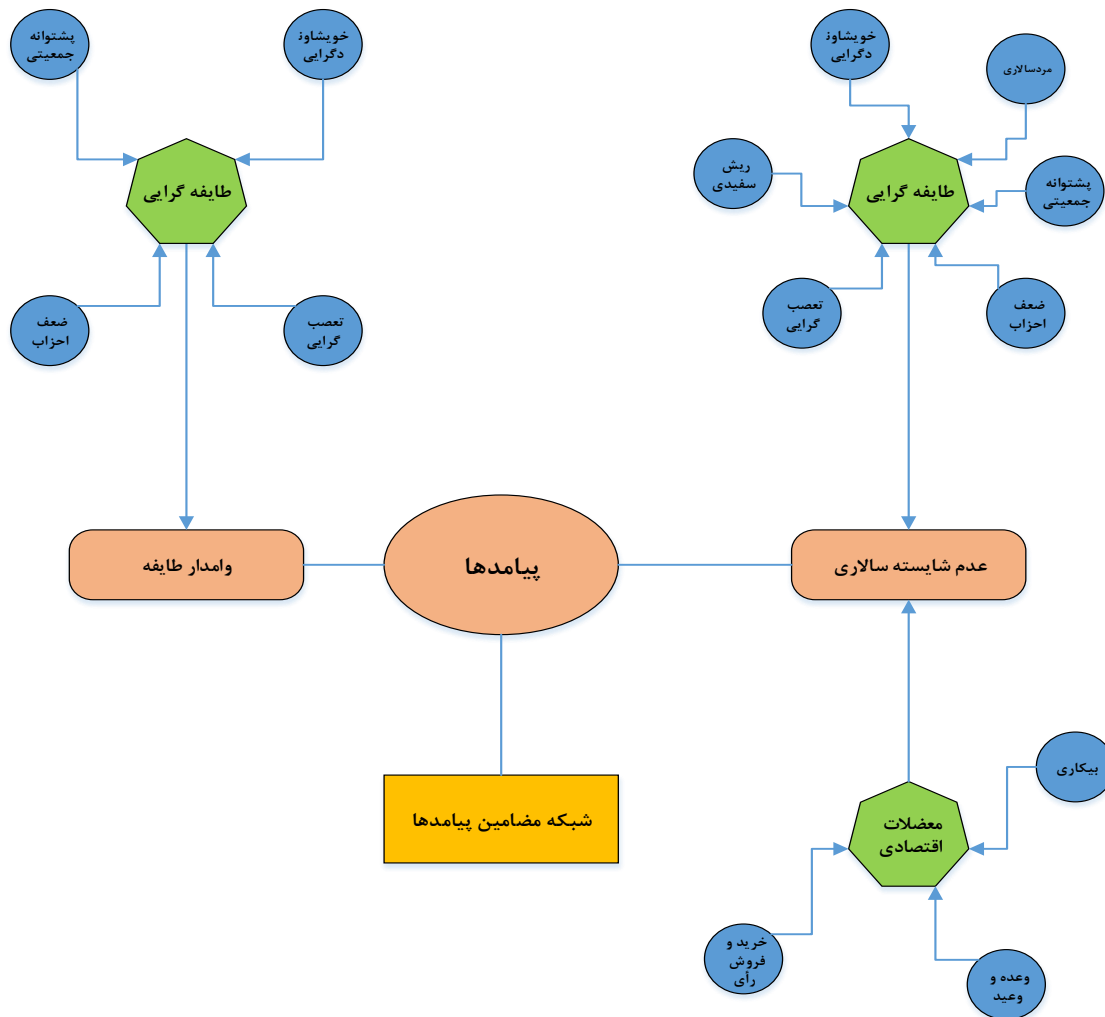
جدول (۴) پیامد های رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی

محور	مضمون اصلی	مضمون فرعی	شواهد
پیامدهای رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی	وامدار طایفه‌ای	طایفه‌گرایی	چه گروهی شاغل می‌شوند؛ شغل ایجاد می‌کنند به طایفه خود نگاه می‌کند، متأسفانه اینجا، نگاه قومیتی و طایفه‌ای است، نماینده‌ای که با کمک طایفه خود در انتخابات پیروز می‌شود فکرش پیش طایفه‌ی خودش است و افراد هم طایفه‌ای خودشان را شاغل می‌کنند، چون می‌گویند آن‌ها رأی به من داده‌اند، فلان کاندید و نماینده می‌گوید این اقوام و طایفه‌ی من است که باعث پیروزی من در انتخابات شده است. پس منم آن‌ها را احترام می‌کنم و برای آن‌ها شغل ایجاد می‌کنم، گاز می‌کشم، جاده‌سازی می‌کنم، نماینده‌ای که از یک طایفه در انتخابات برنده می‌شود نباید صرفاً به طایفه، خویشاوندان و دوستان خود توجه کند بلکه باید به همه‌ی طوایف چه به کسانی که به او رأی داده‌اند و چه آن‌هایی که رأی نداده‌اند نگاهش یکسان باشد، و متأسفانه در این شهرستان نگاه طایفه‌ای است، افرادی که از طریق گرایش‌های طایفه و قومی وارد مجلس می‌شوند، قاعدتاً وامدار این گرایش‌های قومی و قبیله‌ای هستند. و این فرد به جای این که بخواهد مطالبات جمعی را پاسخ‌گو باشد و در سطح کلان کشوری اثرگذار باشد، در سطح جزئی و پیگیر مطالبات قومی و طایفه‌ای خود هست.
	طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی	عدم شایستگی	انتخاباتی که بر اساس گرایش‌های طایفه‌ای باشد به شایستگی افراد توجه نمی‌کنند، انتخاباتی که مبتنی بر طایفه‌گرایی و چالش‌ها و مشکلات اقتصادی باشد از شایسته‌سالاری فاصله می‌گیرد. افراد ناکارآمد در منصب امور قرار می‌گیرند که شایستگی لازم را ندارند، انتخاباتی که مبتنی بر طایفه‌گرایی و مشکلات اقتصادی باشد، اصل شایسته‌سالاری و نخبه‌پروری را زیر سؤال می‌برد و منابع شخصی و طایفه‌ای بر منافع عمومی شهرستان یا استان ارجحیت پیدا می‌کند، افراد به‌واسطه گرایش‌های قومی و قبیله‌ای که دارند کاندیدها را انتخاب می‌کنند و به مجلس می‌فرستند که بعضاً شایستگی چندانی ندارد، و این باعث می‌شود افراد انتخاب دقیق نداشته باشند

شکل (۶) پیامدهای رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات و چالش‌های اقتصادی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای از نگاه نخبگان محلی را نشان می‌دهد. همان‌طور که در نمودار بالا نشان می‌دهد این پیامدها عبارت‌اند از: وام‌دار طایفه و عدم شایسته‌سالاری است.



شکل (۶) پیامدهای رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی، معضلات اقتصادی



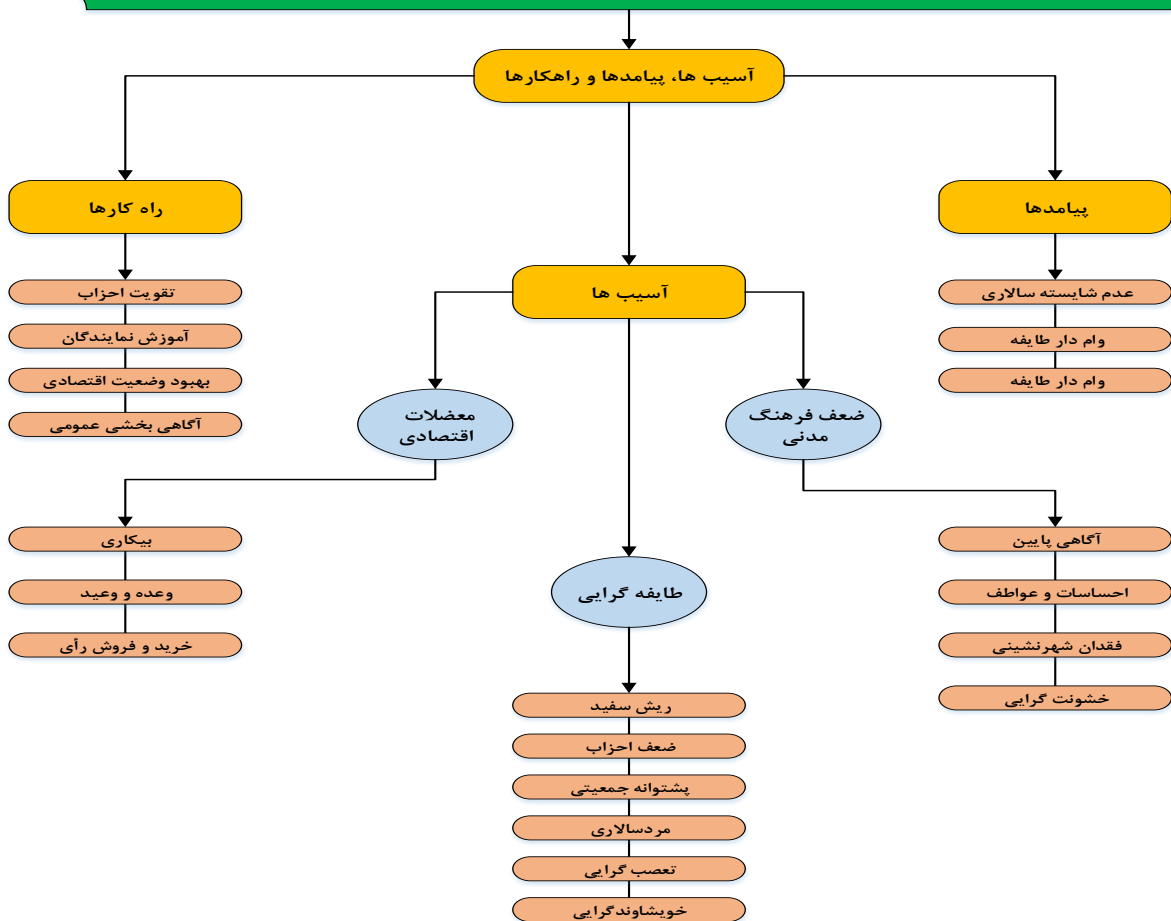
شکل (۷) شبکه مضامین پیامدهای رفتار انتخاباتی

۳- شناخت راهکارهای بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی.

انتخابات بی‌شک به‌عنوان عالی‌ترین و مترقی‌ترین مظهر اتحاد و همدلی ملت است. طی کردن فرایند انتخابات نیازمند قرار گرفتن در قالب چارچوب‌ها و ضوابط مشخصی است که در فضای مسالمت‌آمیز و قانونی - اخلاقی انتخابات مسیر خودش را طی کند. برای بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی از سوی نخبگان محلی راه‌کارهایی ارائه شده است که در زیر به آن اشاره کرده‌ایم.

شکل (۸) راه‌کارهای بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) از نگاه نخبگان محلی را نشان می‌دهد. راه‌کارهای ارائه‌شده برای بهبود رفتار انتخاباتی عبارت‌اند: ۱- آگاهی بخشی عمومی توسط دستگاه‌های فرهنگی و آموزشی مثل ائمه جمعه‌ها، دانشگاه، رسانه‌ها جهت آموزش و انتقال رفتار انتخاباتی صحیح و منطقی به مردم ۲- تقویت احزاب و روحیه حزبی در این مناطق، ۳- آموزش نمایندگان به‌خصوص در توجیه وظایف آن‌ها، ۴- بهبود وضعیت اقتصادی

آسیب‌شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان غرب تهران (... در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی)



شکل (۸) نمودار شماتیک یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری:

اولین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی و طایفه‌گرایی است. در خصوص این آسیب مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که با توجه به ساخت و بافت



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

سنی و چند قومیتی شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس، ترتیبات و مناسبات اجتماعی و سیاسی این منطقه متأثر از این بافت است، نمود بارز آن را می‌توان در عرصه انتخابات به‌وضوح مشاهده کرد و به نوعی مهم‌ترین معیار رفتار انتخاباتی و رأی‌دهی آن‌ها در انتخابات مجلس شورای اسلامی طایفه‌گرایی است. می‌توان گفت، اکنون ما در دوره مدرنیزاسیون قرار داریم و شاهد تغییرات بسیار پیچیده در حوزه‌های مختلف در کشورهای مختلف هستیم اما با وجود پیشرفت‌های نوآورانه و جهان شمول که هر روز در حال رخ دادن است، به نظر می‌رسد در بعضی از جنبه‌ها از جمله مسئله انتخابات در بعضی از کشورها و مناطق، خاصه شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس همچنان مبتنی بر فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر آن جامعه هستند و نه ارزش‌های جهان شمول که می‌توانند بر رفتار انتخاباتی مؤثر واقع شوند. لذا می‌توان گفت این شهرستان‌ها از جمله این مناطقی هستند که به دلیل مهاجرت پذیر بودن در ۱۰۰ گذشته تحت تأثیر فرهنگ طایفه‌ای خود می‌باشند و از رهگذر چنین مناسباتی (عشیره‌ای - طایفه‌ای، بومی‌گرایی) الگوی فرهنگ سیاسی در این شهرستان‌ها حول محور طایفه‌گرایی شکل گرفته است و از معیارها و ملاک‌های اصلی در الگوی رأی‌دهی در این شهرستان‌ها می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که مبانی فرهنگ طایفه‌ای بر پدیده انتخابات و نحوه اجرای آن در این مناطق مؤثر بوده است و مشارکت افراد در انتخابات چه به‌عنوان رأی‌دهنده و چه به‌عنوان کاندیداتوری بر مبنا و اصول تعلقات طایفه‌ای و خویشاوندی است. از این رو می‌توان گفت نتایج پژوهش حاضر با دستاوردهای پژوهش شکرزاده (۱۳۹۸) و خالق پور (۱۳۹۳) همسو است چرا که نتایج آن پژوهش بر نقش پررنگ طایفه‌گرایی بر رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان بویراحمند تاکید شده است. همچنین پژوهش انجام شده توسط نیک فرو جابری پور (۱۳۹۸)، کریمی مله (۱۳۹۸)، محمدجانی و مذنب (۱۳۹۶) و فراهادیان و نوابخش (۱۳۹۵) نیز به نتایج مشابه دست پیدا کرده‌اند. بنابراین در بررسی رفتار انتخاباتی نقش عوامل فرهنگی و ساختار اجتماعی اهمیت بسیار دارد. بررسی ساختار قومیتی ایران نیز نشان‌دهنده مجموعه متنوع و ناهمگونی از اقوام و طوایف است که این تنوع قومی همرا با تفاوت‌های زبانی، فرهنگی و مذهبی دیده می‌شود و شهرستان‌های مورد مطالعه به علت مهاجرت پذیری بالا این ویژگی‌ها را پوشش می‌دهند و اطلاق واژه کثیرالقوم و جامعه چند قومیتی به ترکیب جمعیت این شهرستان‌ها واقعیتی انکار ناپذیر است که در رفتار انتخاباتی افراد تاثیرگذار است. به این معنی که هر چه میزان اقوام یک حوزه انتخاباتی بیشتر باشد میزان مشارکت بالا رفته ولی از سوی دیگر گرایش رأی‌دهی اغلب گرایشی محافظه‌کارانه و طایفه‌گرا خواهد بود و در واقع می‌توان گفت وضعیت ساختاری موجود در شهرستان‌های مورد مطالعه شکل‌دهنده رفتارهای سیاسی افراد است.

دومین آسیب رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی شرایط نامناسب اقتصادی و معضلات اقتصادی است. انسان‌ها برای انجام هر فعالیتی از جمله مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی نظیر انتخابات نیازمند انگیزه می‌باشند، از جمله این انگیزه‌ها می‌توان به نیازهای اقتصادی اشاره کرد. خاصه در شهرستان‌های مورد مطالعه اقتصادی بر رفتار انتخاباتی آن‌ها مؤثر است و می‌توان گفت افراد و گروه‌های مختلف متناسب با اهداف و مقاصد شخصی و گروهی خود انتظارات مختلفی بالأخص (انتظارات اقتصادی) از نمایندگان دارند. ایجاد شغل و به‌خصوص کارایی برای فارغ‌التحصیلان، فراهم کردن مسکن، منافع حاصل از حضور پای صندوق‌های اخذ رأی، کاهش هزینه‌های شرکت در انتخابات، ایجاد کارهای عمرانی مثل گاز کشی، آسفالت سازی، امکان جذب وام‌های مختلف، ارتقای اداری و سازمانی، حفظ پست‌های کلیدی و مهم در دست متصدیان آن پست‌ها در سازمان‌های مختلف می‌توان اشاره کرد.

از این رو می‌توان ادعا کرد که نیازهای اقتصادی افراد می‌تواند در رفتار آنها تأثیر بسازی داشته باشد به نحوی که هر چه میزان این نیازها بیشتر باشد گرایش افراد به سمت نمایندگانی که وعده‌های اقتصادی و شغلی می‌دهند، بیشتر است. نتایج بدست آمده با مطالعات پیشینه تجربی تحقیق هم سو است.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

سومین آسیبی که از خلال مصاحبه با مشارکت‌کنندگان به دست آمد مضمون اصلی ضعف فرهنگی مدنی است که مضامین فرعی زیر را در بردارد:

۱- خشونت‌گرایی: درگیری‌ها بین طوایف در قبل، حین و بعد از انتخابات، درگیری‌های لفظی، فیزیکی و نهایتاً منجر به قتل می‌شود.

۲- آگاهی عمومی پایین: عدم شناخت شهروندان نسبت به انتخابات و وظایف نمایندگان

۳- فقدان شهرنشینی: ساختارها شهری نیستند بلکه هنوز قومی و قبیله‌ای است و مردم با آیین شهروندی آشنایی ندارند.

۴- احساساتی و عقلانیت‌گریزی: غلبه احساسات و عواطف بر عقل و منطق در رفتار رأی‌دهی شهروندان شهرستان‌های ملارد، شهریار و قدس دومین هدف تحقیق نیز پیامدهای ناشی از رفتار انتخاباتی مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی است. از نگاه مصاحبه‌شوندگان رفتار انتخاباتی که مبتنی بر طایفه‌گرایی و معضلات اقتصادی باشد پیامدهای به دنبال خواهد داشت که عبارت‌اند از: ۱- وامدار طایفه ۲- عدم شایسته‌سالاری

۱- وامدار طایفه: کاندیدایی که با پشتوانه‌ی طایفه‌ای پیروز انتخابات می‌شود وامدار طایفه خود می‌باشد.

۲- عدم شایسته‌سالاری: کاندیدایی که از طریق صرف طایفه‌گرایی و بهره‌گیری از شرایط نامناسب اقتصادی شهروندان این شهرستان پیروز انتخابات می‌شود از شایستگی و توانایی لازم برخوردار نیست.

در پایان نیز در خصوص بهبود رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) در انتخابات مجلس شورای اسلامی از سوی مشارکت‌کنندگان راه‌کارهایی اشاره شده است که عبارت‌اند از:

۱- آگاهی بخشی عمومی: توسط نهادهای آموزشی و فرهنگی مثل رسانه‌ها، اساتید دانشگاه، ائمه جمعه و...

۲- تقویت احزاب: ایجاد تشکلات سیاسی و احزاب به جای طایفه‌گرایی.

۳- بهبود وضعیت اقتصادی: رفع مشکلات اقتصادی و معضل بیکاری جهت این‌که مردم دیگر برای رفع مسائل اقتصادی خود وابسته به نمایندگان نشوند.

۴- آموزش نمایندگان: نمایندگان فراتر از وظایف خودشان وعده ندهند برای پیروزی در عرصه انتخابات به مسائل قومی دامن نزنند.

محدودیت‌های تحقیق

هر تحقیقی برای به نتیجه رسیدن به ناچار با محدودیت‌ها و مشکلاتی روبه‌رو است که تحقیق ما نیز از این قاعده مستثنی نیست.

عدم دستیابی به پاسخ‌های شفاف و روشن از طرف نخبگان محلی، یکی از عواملی است که در تعمیم نتایج تحقیق پژوهشگر را با محدودیت مواجه می‌نماید.

با توجه به اینکه پایه تحقیق ما بر اساس داده‌های میدانی بود و ما برای جمع‌آوری اطلاعات در این زمینه از طریق مصاحبه اقدام کردیم، در بسیاری از موارد مخاطبان دچار ترس و اضطراب می‌شدند و روند انجام مصاحبه را دچار مشکل می‌کردند. این مسئله ناشی از عدم نهادینه شدن فرهنگ گفتگو در این منطقه است. و به ناچار ما مجبور می‌شدیم وقت زیاد و رفت آمد متعدد برای توجیه و قانع کردن آن‌ها بگذاریم.

پیشنهادهای اجرایی



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

- تلاش جهت آموزش مردم توسط صدا و سیما، دانشگاه‌ها، دیگر دستگاه‌های آموزشی و فرهنگی در جهت آموزش رفتارهای انتخاباتی صحیح و انتخاب بر اساس مهارت، تخصص و شایستگی و نه بر اساس وابستگی قومی- طایفه‌ای و دامنه وفاداری‌ها از خانواده، ایل، طایفه و گروه‌های محلی به وفاداری‌های ملی و جمعی تغییر یابد.
- توجه بیشتر دولت و مسئولان به این ناحیه از کشور و تلاش در جهت رفع مشکلات اقتصادی آن‌ها و برگزاری گردهمایی‌ها و نشست‌ها حول مسائل و مشکلات سیاسی و اقتصادی در سطح استان و شهرستان.
- اصلاح تبلیغات و وعده‌های انتخاباتی توسط کاندیدها که بعضاً به سمت وعده‌های اجرایی سوگیری می‌کند و توان اجرای آن‌ها را نداشته باشند.
- دستگاه‌های نظارتی به‌خصوص شورای نگهبان و دیگر دستگاه‌های امنیتی و نظارتی بر فرآیند انتخابات نظارت کامل داشته باشند.
- تدبیر لازم برای کمرنگ کردن نقش قومی‌گرایی و طایفه‌گرایی از طریق ایجاد احزاب و تشکل‌های سیاسی که منافع جمعی و ملی را جایگزین منافع و اهداف طایفه‌ای و محلی سازد.
- برگزاری مناظرات تلویزیونی بین کاندیدها جهت شفاف‌تر شدن برنامه‌های آن‌ها به ویژه دیدگاه‌ها و وعده‌های آن‌ها.
- بی‌طرفی ارگان‌های دولتی نظیر استانداری، فرمانداری و غیره..

پیشنهاد پژوهشی

چون حوزه این پژوهش در شهرستان‌های غرب استان تهران (ملارد، شهریار و قدس) انجام گرفته است پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مشابهی در این زمینه در مناطق مختلف کشور که دارای بافت سنتی و چند قومیتی هستند به عمل آید.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

استراوس، انسلم، کربین، جولیت (۱۳۹۲). مبانی پژوهش کیفی فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ترجمه ابراهیم افشار، چاپ سوم، تهران: انتشارات نی.

امام جمعه زاده، سید جواد و همکاران (۱۳۹۲). رابطه میان دینداری و رفتار انتخاباتی». دو فصلنامه قدرت نرم، ۳(۸): ۵۷ - ۴۴.

امام جمعه زاده، سید جواد، کرمی راد، جواد (۱۳۹۱). تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر رفتار انتخاباتی با نگاهی به ایران». مجله علمی تخصصی پژوهش های سیاسی، ۱(۳): ۳۶ - ۹

ایو دور ماگن، ژان، موشار، دانیل (۱۳۸۹). مبانی جامعه شناسی سیاسی، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: نشر آگه.

بشیریه، حسین (۱۳۸۶). آموزش دانش سیاسی، چاپ هشتم. تهران: نشر نگاه معاصر.

پاتریک هاوتن، دیوید، (۱۳۹۳). روان شناسی سیاسی موقعیت ها، افراد و مصادیق، ترجمه علی اشرف نظری و شهرزاد مفتوح. تهران: نشر قومس

ترنر، جاناتان اچ (۱۳۹۳). نظریه های نوین جامعه شناسی. ترجمه علی اصغر مقدس و مریم سروش. تهران: نشر جامعه شناسان.

شکرزاده، سجاد (۱۳۹۸) تحلیل آسیب شناسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان بویراحمد در انتخابات مجلس شورای اسلامی از نگاه نخبگان محلی. رساله کارشناسی ارشد علوم سیاسی. به راهنمایی محمد بابایی. دانشکده حقوق و علوم سیاسی خوارزمی.

خنیفر، حسین، مسلمی، ناهید (۱۳۹۷). اصول و مبانی روش های پژوهش کیفی، چاپ دوم. تهران: نگاه دانش. ۱۰۲

رضایی، حسین، (۱۳۹۲)، ۱ نظریه های مشارکت سیاسی با رویکرد انتخاباتی». فصلنامه مطالعات انتخابات، ۲(۵ و ۶): ۷-۴۱.

عالم، عبدالرحمن (۱۳۸۱)، بنیادهای علم سیاست. چاپ نهم. تهران: نشر نی

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). جامعه شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. چاپ هفتم. تهران: نشر نی.

لازارسفلد، پل فیلیکس؛ برنارد برلسون؛ هانسل گودت، (۱۳۸۲)، انتخاب مردم، چگونه مردم در انتخابات ریاست جمهوری تصمیم می گیرند؟ ترجمه: محمد رضا رستمی. تهران انتشارات تبلور.

نظری، علی اشرف (۱۳۹۷). روش پژوهش و نگارش علمی، چاپ سوم. انتشارات دانشگاه تهران.

نقیب زاده، احمد (۱۳۸۷). درآمدی بر جامعه شناسی سیاسی. چاپ ششم، تهران: انتشارات سمت.

هیوود، اندرو (۱۳۹۱). سیاست. ترجمه عبدالرحمن عالم، چاپ دوم، تهران: نشر نی.

Leigh, A. (۲۰۰۵). Economic Voting and Electoral Behavior: How Do Individual, Local, and National Factors Affect the Partisan Choice? Economics and Politics, Volume ۱۷, pp ۲۶۵- ۲۹۶

Biraj Hazarika. (۲۰۱۵). Voting Behaviour in India and Its Determinants. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS): Volume ۲۰, Issue ۱۰, pp. ۲۵-۲۲.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

Leigh, A. (۲۰۰۵). Economic Voting and Electoral Behavior: How Do Individual, Local, and National Factors Affect the Partisan Choice? Economics and Politics, Volume ۱۷.

Melika Ben Mbarek. etal. (۲۰۱۵). Impact Of Social On The Behavior Of Tunisian Voters: ۲۰۱۴ Elections. British Journal of Marketing Studies: Vol. ۳: pp. ۳۲- ۴۴

Jamshed Butt; Mohammad Awang. (۲۰۱۷). Intention for Voting in Pakistan: the Role of Social Media, Ethnicity, and Religiosity. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. Pages: ۱۵-۱

David Esmati. Ethnicity, Corruption and Voting Behavior in Afghanistan. Roxana Gutiérrez-Romero. The Role of Ethnic Identity and Economic Issues in the ۲۰۰۷Kenyan Elections.pp. ۱-۳۶

Nga Nkouma Tsanga Rosalie Christiane. Electoral Behavior in Sub-Saharan Africa: Explanatory Factors and Implications: An Exploratory Study. Management Studies. Vol. ۶:pp.۶۲-۵۶