نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و دوم، شماره ۶۴، بهار ۱۴۰۱

تحلیل رفتار جامعه روستایی در قلمرو جغرافیای انتخابات (مورد مطالعه: شهرستان ورزقان)

دریافت مقاله: ۹۸/۱/۹ **پذیرش نهایی**: ۹۸/۵/۱۱

صفحات: ۱۶۲-۱۳۹

عقیل خالقی: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تبریز، ایران
Email: khaleghi567@tabrizu.ac.ir
حسین کریم‌زاده: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تبریز، ایران[1]
Email: karimzadeh10@gmail.com
کیومرث خداپناه: استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
Email: k_khodapanah@yahoo.com

چکیده

بررسی روند مشارکت سیاسی در جریان انتخابات، یکی از راه‌هایی است که طی آن می‌توان به انگیزه‌های حضور سیاسی جوامع روستایی پی برد؛ بدین منظور تحقیق حاضر به تحلیل رفتار جامعه روستایی شهرستان ورزقان در قلمرو جغرافیای انتخابات پرداخته و رهیافت به‌کاررفته در آن، «فضایی - رفتاری» است. تحقیق بر اساس هدف، کاربردی و ازنظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع آمیخته (طراحی اکتشافی - مدل توسعه ابزار) است. با توجه به هدف تحقیق، ابتدا با استفاده از روش کیفی از طریق روش پدیدارشناسی به درک عمیق، پیچیدگی، جزییات و بافت پدیده‌های مورد مطالعه پرداخته و سپس با استفاده از این شناسایی اولیه (جهت رسیدن به نتیجه قابل‌تعمیم)، با استفاده از مدل معادلات ساختاری به توسعه ابزار اقدام شده است. حجم نمونه فاز اول با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۵ نفر و برای فاز دوم تعداد ۳۲ نفر افراد مطلع محلی است. نتایج پدیدارشناسی نشان می‌دهد رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان در سه مقوله اصلی: الف) «ویژگی‌های جغرافیایی» با درون‌مایه‌های «حس مکان، تأثیر همسایگی و محلی‌گرایی»؛ ب) «فردی و اجتماعی» با درون‌مایه‌های «محرک اجتماعی و محرک فردی» و ج) مقوله «سیاسی» با درون‌مایه‌های «شرایط نامزدی، نقش متنفذین، گرایش سیاسی و مذهب» قابل تحلیل است. این رفتار، از نظر مقوله‌های «ویژگی‌های جغرافیایی» و «سیاسی» با «نظریه انتخاب عقلانی» و ازنظر مقوله «فردی و اجتماعی» با «الگوی اقتصاد سیاسی - رهیافت انتخاب عاقلانه اصلاح شده»، مطابقت و همخوانی دارد. نتایج مدل‌سازی نیز نشان می‌دهد متغیر «ویژگی‌های جغرافیایی» و «عوامل فردی و اجتماعی» در حد آستانه «قابل‌توجه» و متغیر «عوامل سیاسی» در حد آستانه «متوسط» قرار دارند؛ آزمون کیفیت مدل ساختاری نشان می‌دهد «عوامل سیاسی» و «عوامل اجتماعی» دارای مقادیر «قوی» و «ویژگی‌های جغرافیایی» دارای مقادیر متوسط برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل انتخاباتی است. مدل کلی مدل معادلات ساختاری نیکویی برازش مدل و قابلیت‌تعمیم آن را نشان می‌دهد.

کلید واژگان: رفتار انتخاباتی، جامعه روستایی، جغرافیای انتخابات، پدیدارشناسی، مدل معادلات ساختاری

---

۱. **نویسنده مسئول: تبریز**، دانشگاه تبریز ، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی ۰۹۱۴۱۰۶۲۲۷۶

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

مقدمه

مشارکت به‌عنوان کنش و فعالیت اجتماعی هدفمند تحت تأثیر و برآیند عناصر فضایی بوده(عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷) و بدون شک عامل اساسی در فرایند فعالیت‌های پایدار اقتصادی است(عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۱). حضور فعال و مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و ایفای نقش مؤثر آنان در زندگی سیاسی و اجتماعی، از شاخص‌های اساسی جامعه مردم‌سالار است (Predescu& Darjan, 2010: 3241) و افرادی که در چنین مشارکتی درگیر می‌شوند انتظار دارند که مشارکت آن‌ها تأثیری بر محتوای سیاست‌گذاری‌های حکومت داشته باشد(Shapiro and Winters, 2008: 4). این نوع مشارکت، اشکال مختلفی دارد که می‌توان از مبارزات انتخاباتی، اعمال‌نفوذ بر سیاست‌مداران و رأی دادن نام برد. می‌توان بارزترین نمود مشارکت سیاسی را انتخابات دانست(عرب و مظاهری، ۱۳۹۶: ۹۰) و در این بین جغرافیای انتخابات یکی از جستارهای نسبتاً دیرپای دانش جغرافیای سیاسی است که به واکاوی تعامل فضا، مکان، فرایندهای انتخاباتی، تنوع تصمیمات و نتایج آراء رأی‌دهندگان نواحی مختلف، اثرگذاری تفاوت‌های فضایی در رفتار سیاسی و شکل‌گیری حوزه‌های انتخاباتی می‌پردازد(کاویانی، ۱۳۸۶: ۴۸۱). نگاهی گذرا به تاریخ سرزمین ایران، به‌خصوص جامعه روستایی، بیانگر مشارکت‌های گسترده و گوناگون مردم در زمینه‌های مختلف سیاسی - نظامی و اجتماعی- اقتصادی و... است. در فرهنگ روستایی ایران روح مشارکت و همیاری نقش برجسته‌ای در عرصه‌های اجتماعی داشته است(لطفی، ۱۳۹۷: ۶۹۸) اما نوع رفتار انتخاباتی متفاوتی را بر اساس سیر زمانی شاهد هستیم که این رفتار با تأثیرپذیری از شرایط و مقتضیات هر دوره زمانی، شکل خاصی گرفته که بر رفتار انتخاباتی اثر داشته است(عطارزاده و توسلی، ۱۳۸۹: ۱۷۹). جغرافیای انتخابات به‌عنوان یکی از شاخه‌های جغرافیای سیاسی، محدوده‌های جغرافیای محلی، منطقه‌ای و ملی را بستری برای انتخابات نمایندگان می‌داند. این محدوده‌های جغرافیایی شناسه‌های مرتبط با دموکراسی همچون رفتار رأی مردم، از نکات اصلی مورد توجه در جغرافیای انتخابات است(پیشگامی فرد و رنجبر، ۱۳۹۶: ۶۹) که ترسیم نقشه رفتار رأی‌گیری، یکی از دیرپاترین جستارهای جغرافیای انتخابات است(2007:45, Pattie & Johnston). باید گفت که، جغرافیای انتخابات به مطالعه همه‌جانبه مسائل انتخابات اعم از انتخابات پارلمانی یا ریاست‌جمهوری پرداخته و فرآیندهای بیرونی و درونی ناشی از انتخابات را مورد توجه قرار می‌دهد(پیشگاهی‌فرد، ۱۳۷۴: ۴۷).

گذشته از این، امروزه مقوله بررسی رفتارهای انتخاباتی به‌صورت یک علم درآمده است. تحلیل درست از رفتارهای انتخاباتی و همچنین امکان موفقیت افراد و گروه‌های سیاسی در انتخابات، بستگی به شناخت رویکردها و نگرش‌های علمی و نیز بهره‌گیری از ابزارهای تکنولوژیک و رسانه‌ای در این زمینه دارد چرا که در دنیای امروز نمی‌توان با شیوه‌های سنتی سابق به تحلیل جامعه‌شناختی سیاسی از رقابت انتخاباتی پرداخت؛ مگر این‌که اساساً رقابتی نباشد و هر آن‌چه به صحنه می‌آید صورت‌سازی از این فضای دموکراتیک باشد. لذا به نظر دارابی(۱۳۸۸) بدون توجه به فضای بومی، محیطی، مکانی و زمانی حاکم بر کشور، با روش‌های سنتی و منسوخ و تکیه بر الگوهای نظری تحلیل رفتار انتخاباتی در غرب امکان بررسی رفتارهای انتخاباتی شهروندان، تقریباً امری غیرممکن است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

با توجه به آن‌چه گفته شد مسئله آن است که در مورد جغرافیای رفتاری در روستاها مطالعه‌ای انجام نگرفته و تجربه خارجی هم در این بین دیده نمی‌شود؛ لذا با توجه به فضای بومی، محیطی، مکانی و زمانی حاکم بر منطقه مورد مطالعه و با شناخت مبانی نظری، رویکردها و نگرش‌های علمی در این زمینه، بررسی روند مشارکت سیاسی در جریان انتخابات، یکی از راه‌هایی است که طی آن می‌توان به انگیزه‌های حضور سیاسی جوامع روستایی پی برد. ازآن‌جایی‌که میزان آگاهی و دانش کافی، نقش تعیین‌کننده‌ای در رخداد سیاسی ایفا می‌کند گزینش منطقه‌ای حائز این شرایط در کاوش امر مذکور می‌تواند تسهیل‌کننده باشد که مقاله حاضر به تحلیل رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان پیش از یازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی پرداخته و بر آن است تا جنبه‌های رفتاری- فضایی موضوع را مورد مطالعه قرار دهد؛ بنابراین تحقیق حاضر درصدد رسیدن به پاسخ قانع‌کننده‌ای به سؤالات زیر است.

- مهم‌ترین مقوله‌های مؤثر در رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان کدام هستند؟
- رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان با کدام نظریه و رهیافت مطابقت و همخوانی دارد؟

مبانی نظری

موضوع مشارکت (در معنا و مفهوم چندبعدی آن) امروزه از موضوعات بسیار پراهمیت در توسعه و پیشرفت محسوب می‌گردد (Simpson & Cala. 2001: 1) و یکی از مهم‌ترین لوازم انسان بودن و رشد و ترقی بعدی آن، شـرکت در زنـدگی جمعـی و مشارکت سیاسی است (Lampiranou, 2013: 23) که در نظام دموکراسی غیرمستقیم، نقش حیاتی ایفا می‌کند (تافلر، ۱۳۸۴: ۱۱). پری[1] معتقد است که باید سه جنبه از مشارکت سیاسی یعنی شیوه مشارکت، شدت و کیفیت آن را بررسی کرد (راش، ۱۳۹۱: ۱۲۳- ۱۲۴). در قالب رویکرد مدرنیزاسیون، به اعتقاد هانتینگتون و نلسون[2] مشارکت سیاسی و اجتماعی تابعی از فرآیند توسعه اقتصادی و اجتماعی بوده (ربیعی، ۱۳۸۰: ۷۴- ۷۵) و لیپست و دوز[3] در تجزیه‌وتحلیل رفتار سیاسی و مشارکت مردم در کشورهای امریکا و کانادا، بریتانیا و استرالیا بر عوامل و متغیرهایی تأکید می‌ورزند که به اعتقادشان بر مشارکت سیاسی تأثیر مهمی دارد ولی شدت و الگوی این تأثیرگذاری ثابت نبوده است (لیپست و دوز، ۱۳۷۳: ۳۹۶). میلبرث و گوئل[4] در تبیین مشارکت سیاسی از هفت عامل عمده نام می‌برند. این عوامل عبارت‌اند از: محرک (انگیزه سیاسی)، موقعیت اجتماعی، ویژگی‌های شخصی، محیط سیاسی، مهارت، منابع و تعهد (راش، ۱۳۹۱: ۱۳۸). رابرت دال[5] به عقاید سیاسی و به‌ویژه عقاید فعالان سیاسی جامعه اعتقاد دارد (محبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۰) و آلموند و وربا[6] معتقدند در طول تاریخ در نظام کشورهای جهان سوم نوعی فرهنگ پدید آمده که مانع از پیشرفت توسعه سیاسی می‌شود (قوام، ۱۳۹۰: ۱۸). مک کلارگ[7] نیز اضافه می‌نماید که کیفیت و کمیت شبکه تعاملات افراد در میزان مشارکت سیاسی‌شان تعیین‌کننده است (Mc Clurg, 2001: 7- 8). همچنین مشارکت سیاسی به نظر

1. Cirint Perry
2. Samuel P. Huntington · Joan M. Nelson
3. Lipset & Doz
4. Milbert & Guelle.
5. Robert A. Dahl
6. Gabriel Almond & Sidney Verba
7. Mc-Clark

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

ترنر[1]، تابعی از تفاوت‌های شخصیتی، توانمندی‌ها و استعدادهای متفاوت، محیط‌های اجتماعی شامل نهادها و ساختارهای اجتماعی، الگوها و باورها، اعتقادات و ارزش‌های سیاسی و فرهنگی نیز هست (Turner, 2008: 52). از جمله افرادی که جامعه‌پذیری سیاسی را از زاویه یادگیری ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارها مدنظر قرار داد هس و تونی[2] بودند (اخترشهر، ۱۳۸۶: ۷۲).

شرکت در انتخابات، به‌عنوان یکی از گونه‌های مهم مشارکت سیاسی، جایگاه ویژه‌ای در مباحث جامعه‌شناسی سیاسی به‌طور عام و جامعه‌شناسی انتخابات به‌طور خاص دارد(محمدی‌فر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۶) که در این بین، جغرافیای انتخابات یکی از جستارهای نسبتاً دیرپای دانش جغرافیای سیاسی بوده و به واکاوی تعامل فضا، مکان، فرایندهای انتخاباتی، تنوع تصمیمات و نتایج آراء رأی‌دهندگان نواحی مختلف، اثرگذاری تفاوت‌های فضایی در رفتار سیاسی و شکل‌گیری حوزه‌های انتخاباتی می‌پردازد (کاویانی راد، ۱۳۸۶: ۵۴)، (پیشگاهی فرد و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۰) در این تعریف، فضا نمود عینی فرایند دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و طبیعی طی زمان در بستر مکان است و تلاش برای در اختیار گرفتن فضا در فرایند انتخابات، مقصود قدرت است که جغرافیای انتخابات به مطالعه آن می‌پردازد (یزدان‌پناه درو، ۱۳۹۶: ۲۹۵) و توسعه تمام فرآیندهای سیاسی را در داخل فضای جغرافیایی مطالعه می‌کند (Sharma & Pachori, 2017: 67). انتخابات یکی از مسائل مطرح در جغرافیای سیاسی است که تحت عنوان جغرافیای انتخابات مورد بررسی قرار می‌گیرد (پیشگاهی فرد و همکار،۱۳۹۰: ۱۶) و اگر انتخابات را بخش جدایی‌ناپذیر جغرافیای سیاسی دولت مدرن بدانیم جغرافیای انتخابات، به مطالعه پراکنش فضایی پدیده سیاسی رأی‌گیری در گستره کشور می‌پردازد (Manorama, 2007 :316). تایلور و جانسون[3] در کتاب خود به نام جغرافیای انتخابات (۱۹۷۹) به سه جنبه از جغرافیای انتخابات پرداختند. جغرافیای رأی‌گیری، تأثیرات جغرافیایی در رأی‌گیری و جغرافیای نمایندگی. بدین ترتیب، جغرافیدانان سیاسی حرکتی فراسوی شمارش آرا را آغاز کردند تا جغرافیای انتخابات را به سمت تشریح الگوهای کلی سیاسی به پیش ببرند و روند تشکیل حکومت‌ها و رابطه جغرافیا انتخابات را در سطح جهان جامعیت بخشند (یزدان‌پناه درو، ۱۳۹۶: ۲۹۴).

اساساً در مطالعه تأثیر جغرافیا بر رفتار رأی‌گیری دو شیوه آمریکایی و انگلیسی مورد توجه است. شیوه آمریکایی عمدتاً مبتنی بر گونه‌ای محلی‌گرایی[4] است که در آن شمار جمعیت محدوده‌های انتخاباتی اهمیت دارد. در شیوه انگلیسی، شکاف طبقاتی[5] بر اساس تمایز و تنوع طبقه (تحصیلات، کیفیت زندگی و فرهنگ) اهمیت می‌یابد (Pattie & Johnston ,2007:45). در ادامه در جدول(۱) به شرح دو الگوی اصلی در تبیین رفتار انتخاباتی یعنی جامعه‌شناسی سیاسی و اقتصاد سیاسی و نظریات و رهیافت‌های زیرمجموعه هریکی از آن‌ها به‌طور خلاصه پرداخته شده است.

1. Turner
2. Hess and Tony
3. Peter Taylor and Ronald Johnson
4. Localism
5. Class cleavage

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۱). الگوهای اصلی در تبیین رفتار انتخاباتی

الگو	تعریف	رهیافت	تعریف
جامعه‌شناسی سیاسی	بر این مبنا استوار است که آنچه توانسته افراد را تشویق کند تا در انتخابات شرکت کرده و به منتخب موردنظر رأی دهند، شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده است.	**رهیافت آرمانی یا سنتی**	در این دیدگاه هر انتخاب‌کننده یک رأی‌دهنده مستقل است که بر اساس خرد قراردادی خود راسا به حل مشکلاتش اقدام می‌کند.
		نظریه لازارسفلد و دیگران	تعدادی از مردم آگاهانه یا ناآگاهانه از هدایت و نظر گروه‌هایی پیروی می‌کنند که به آن‌ها تعلق دارند. پس عضویت گروهی، خواه به‌صورت گروه‌های رودررویی همچون خانواده یا گروه‌های بزرگ‌تر همچون اتحادیه یا اجتماع خاص می‌تواند رویه‌ها یا راهنمایی‌هایی برای مردم فراهم آورد که در موقعیت‌های مبهم و مخاطره‌آمیز آنان را کم کند و آسوده‌خاطرشان سازد
اقتصاد سیاسی	رفتار انتخاباتی از دیدگاه اقتصاد سیاسی مبتنی بر الگوهای عقلانی رفتاری و عمل انتخاب سیاسی و تابع آزادی ارادی و اختیار انسانی است. از این دیدگاه، رأی‌دهندگان غالباً به طرح‌ها، عقاید و برنامه‌های نامزدها و احزاب توجه دارند و به شکلی معقول دست به انتخاب زده و برنامه‌هایی را انتخاب می‌کنند که بیشترین منافع را برایشان در بر داشته باشد	**دیدگاه انتخاب عاقلانه**	تصور نوع اصلی نظریه انتخاب عقلانی این است که همه افراد، امکان انتخاب بهترین کنش، یعنی ظرفیت عقلانی، زمان و جدا بودن از احساسات (بدون در نظر گرفتن پیچیدگی انتخاب) را دارند
		دیدگاه انتخاب عاقلانه اصلاح‌شده	مطابق با این رویکرد آنچه باعث بروز رفتار انتخاباتی و رأی دادن شهروندان می‌شود برداشتی از میزان تحقق منافع و ابراز خود است. به عبارتی دقیق‌تر رأی دادن برای تحقق منافع شخصی و بیان خود است.

مأخذ: (دارابی، ۱۳۸۸: ۳۰۹)؛ (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۷)؛ (نیکفر و اکبری، ۱۳۹۴: ۳۳۱).

از میان دیدگاه‌های مختلفی که در زمینه تحلیل رفتار انتخاباتی وجود دارد، سه دیدگاه مهم و شاخص آن عبارت‌اند از جدول(۲).

جدول(۲). سه دیدگاه مهم و شاخص در زمینه تحلیل رفتار انتخاباتی

نظریه	مبنا
نظریه هویت حزبی	نظریه هویت حزبی به‌عنوان اولین نظریه رفتار انتخاباتی، مبتنی بر دل‌بستگی روان‌شناختی مردم به احزاب است و «وابستگی حزبی» مهم‌ترین متغیر تبیین آراء رأی‌دهندگان می‌باشد. بر اساس این نظریه، هرچند احزاب جایگاه ویژه‌ای دارند، اما تبلیغات انتخاباتی چندان تأثیری در تغییر گرایش‌های مردم ندارد؛ چراکه مردم پیش از انتخابات دارای علقه هایی عاطفی با احزاب موردعلاقه‌شان می‌باشند و ازاین‌رو، هر نامزدی که از سوی حزب محبوب معرفی گردد، طرفداران به آن رأی خواهند داد و اساساً خواسته «حزب»، خواسته «رأی‌دهنده» نیز می‌باشد. در این نظریه، آرای افراد تا حد زیادی «موروثی» است؛ یعنی گرایش به یک حزب خاص و محبوب به‌صورت نسل به نسل در خانواده‌ها جریان دارد و تنها حوادث اجتماعی بزرگ می‌توانند این گرایش را دستخوش تغییر و تحول قرار دهند.
نظریه جامعه‌شناختی	نظریه جامعه‌شناختی بر این مبنا استوار است که آنچه توانسته افراد را تشویق کند تا در انتخابات شرکت کرده و به منتخب موردنظر رأی دهند، شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده است؛ چراکه بین شرایط اجتماعی افراد و گرایش سیاسی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. بنابراین، اگر بخواهیم تحلیل درست و واقع‌بینانه از انتخابات موردنظر داشته باشیم، باید شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده را مورد مطالعه قرار دهیم. بر این اساس، تبلیغات انتخاباتی نیز چندان تأثیری برگزینش رأی‌دهندگان ندارد، بلکه رأی‌دهندگان مدت‌ها پیش از شروع تبلیغات انتخاباتی گزینه موردنظر خود را انتخاب کرده‌اند.
نظریه انتخاب عقلانی	نظریه انتخاب عقلانی با انتقادات شدید نسبت به دو نظریه گذشته، درصدد است با پررنگ‌تر کردن نقش «افراد مستقل» رفتار انتخاباتی را مورد تجزیه‌وتحلیل قرار دهند. اینان معتقدند با توجه به گسترش سطح سواد و آگاهی مردم در جوامع گوناگون، رأی‌دهندگان سعی می‌کنند خود را از وابستگی‌هایی که تابه‌حال وجود داشته است، خارج سازند و خود به‌صورت مستقل تصمیم‌گیری نمایند. در این نظریه، احزاب سیاسی مشروعیت سیاسی خود را از دست داده و بنابراین، با بحران‌های جدی حمایتی مواجه شده‌اند. علاوه بر آنکه، برخلاف دیگر نظریه‌ها، در این نظریه «تبلیغات انتخاباتی» نقشی بسیار تعیین‌کننده، حساس و مؤثر در جذب آرای مردم بازی می‌کند؛ چراکه افراد به‌صورت مستقل بوده و گرایش آنان از قبل تعیین‌شده نیست.

مأخذ: (پیشگاهی‌فرد و همکاران،۱۳۹۳: ۲۲)؛ (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۸-۹۰).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

در مورد پیشینه موضوع جغرافیای انتخابات باید گفت از زمانی که جغرافیدانان سیاسی از تشریح الگوهای کلی سیاسی، حرکتی را به سمت شمارش آراء نیز آغاز کردند، موضوع جغرافیای انتخابات در محافل علمی و دانشگاهی دنیا متولد شد که ۹ دهه به طول انجامید (مجتهدزاده، ۱۳۷۹: ۳۷). آندره زیگفرید[1]، دانشمند فرانسوی، نخستین بار در سال ۱۹۱۳ علم جغرافیای انتخابات را مطرح کرد. در دهه ۱۹۶۰، با اهمیت پیدا کردن جنبه‌های کمی در علوم، جغرافیدانان آمریکایی علاقه‌مندی خود را به موضوع جغرافیای انتخابات بیش‌ازپیش نشان دادند(یزدان‌پناه‌درو، ۱۳۹۶: ۲۹۴). زیگفرید با تداوم مطالعات خود در سال ۱۹۴۹ مطالعه وسیعی متشکل از بررسی جغرافیای انتخابات در فاصله سال‌های ۱۸۷۱ تا ۱۹۴۰ در منطقه آردش فرانسه را به انجام رساند (پیشگاهی‌فرد، ۱۳۷۹ : ۲۷). این مطالعات توسط محققین دیگر ازجمله رایت[2] ادامه یافت و آثار ارزشمندی چون کتاب «اطلس جغرافیای تاریخی ایالات‌متحده[3]» توسط پاولین[4] ۱۹۳۳و دیگران تألیف شد .وی .او.کی[5] دانشمند آمریکایی از دیگر پیشکسوتان این علم محسوب می‌گردد(پیشگاهی‌فرد، ۱۳۷۲: ۲۷). مقبولیت موضوع انتخابات به‌عنوان یک زمینه تحقیق در جغرافیای سیاسی پس از انتشار مقاله معروف باستید[6] درسال ۱۹۷۵ اتفاق افتاد و سپس با ارائه سلسله مقالاتی توسط تیلور و جانستون ادامه یافت و ازآن‌پس مطالعه بر روی این شاخه از جغرافیای سیاسی عمومیت یافت (جانستون و تیلور، ۱۳۸۶: ۸۷).

با توجه به همه آن‌چه گفته شد در مورد انتخابات تحقیقات زیادی انجام شده است اما در مورد مشارکت سیاسی و جغرافیای انتخابات به‌طور اعم و رفتار انتخاباتی جامعه روستایی به طور اخص مطالعه‌ای انجام نشده و همچنین این تحقیقات انجام‌شده، بیشتر در رشته علوم سیاسی و یا جامعه‌شناسی بوده است. با این‌حال، تحقیقات مختلف داخلی و خارجی همسو با موضوع تحقیق انجام شده است که به چند مورد از آن‌ها اشاره شده است. دارابی (۱۳۸۸) به بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در ایران پرداخته و نتیجه می‌گیرد مبانی تأثیرگذار بر رفتار شهروندان را باید در فرهنگ سیاسی مردم، خلقیات و تجربیات قبلی شهروندان، تعاملات گذشته مردم با نامزدها و گفتمان‌ها و شبکه‌های اجتماعی که رأی‌دهندگان به آن تعلق دارند، یافت.

عطارزاده و توسلی(۱۳۹۰) به تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر اصفهان پرداخته و استدلال می‌کنند که مشارکت سیاسی تنها در انتخابات خلاصه نمی‌شود؛ ولی درعین‌حال از قابلیت سنجش برخوردار است.

پیشگاهی‌فرد و همکاران(۱۳۹۳) به تحلیل مشارکت انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند با وجودی که میزان مشارکت مردم در این استان نسبت به سایر استان‌های کشور از رتبه بالایی برخوردار است، اما تمایل سیاسی مردم به جناح‌های سیاسی در شهرستان‌های مختلف استان در دوره‌های مختلف روند یکسانی را نشان نمی‌دهد.

جعفرآبادی و همکاران(۱۳۹۶) به این نتیجه می‌رسند بین شاخص‌های صداقت و صراحت و سهیم کردن و تمایلات همکاری‌جویانه و احساس اطمینان و دینداری رابطه معنی‌داری با مشارکت سیاسی وجود دارد و بین

1. Andre Sieqfreid
2. Wright
3. Atlas of the Historical Geography of the United States
4. Paullin
5. V.O.KEY
6. Bastide

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

تحصیلات و گروه‌های متفاوت سنی با مشارکت سیاسی نیز تفاوت وجود دارد. پیشگاهی‌فرد و رنجبر(۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «معیارهای رفتار رأی‌دهندگان انتخابات مجلس شهرستان فلاورجان در سه دوره انتخابات» نشان می‌دهند که مؤثرترین عامل در رفتار رأی‌دهندگان، محلی‌گرایی بوده و کمترین تأثیر را احزاب داشته است. لطفی(۱۳۹۷) با استفاده از ترکیبی از روش‌های کتابخانه و نیز تحلیل آمار انتخابات گذشته به تحلیل و تبیین نقش مساجد روستایی در ساماندهی مشارکت سیاسی در انتخابات در راستای ارائه مدلی برای مشارکت حداکثری و مهندسی جغرافیای انتخابات در سکونتگاه‌های روستایی بخش شاهیوند لرستان پرداخته است.

بامفا[1] (۲۰۱۰) به بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌ها در انتخابات پارلمانی سال ۱۹۸۹ در دو کشور رومانیایی (رومانی، مولداوی) پرداخته است. این امر با در نظر گرفتن برخی از شاخص‌های اقتصادی - اجتماعی تأکید شده است.

لووت[2] و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «مشکل پوشش چندضلعی در جغرافیای انتخاباتی» به این نتیجه می‌رسند که بهبود در تطبیق بین مناطق آماری و حوزه‌های رأی‌گیری می‌تواند تا ۴۰٪ از اشتباهات درون‌یابی محدوده را کاهش دهد. شارما و پاچوری[3] (۲۰۱۷) در تحقیق خود، در مورد رفتار رأی‌گیری به‌طورکلی و الگوی رأی‌گیری زنان در دانشگاه آجرم بحث می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد انتخابات و رأی دادن تنها حق مردم عادی برای شرکت در ساختن دولت است، بنابراین عوامل تعیین‌کننده رفتار رأی‌گیری مانند تحصیلات، شخصیت، سن و جنسیت و همچنین عوامل روان‌شناختی در مورد انتخابات، فرآیند و نقش فرد در انتخابات باید برای شهروند هند نادیده گرفته شود.

جانستون[4] و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «جغرافیای انتخاباتی متفاوت اسکاتلند از سایر کشورهای بریتانیا در سال ۲۰۱۷ (و ۲۰۱۵)» استدلال می‌کنند تفاوتی که تأثیر مهمی بر شکل‌گیری یک دولت در ماه ژوئن ۲۰۱۷ داشت به دلیل ماهیت رقابت در کرسی‌های شخصی بود.

روش تحقیق

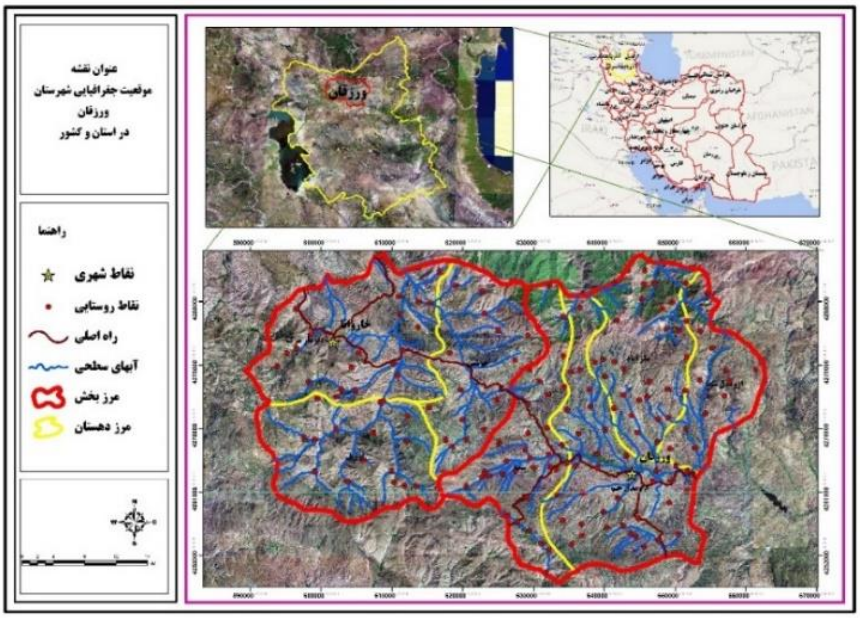
معرفی محدوده مورد مطالعه

محدوده مکانی پژوهش حاضر، شهرستان ورزقان در استان آذربایجان شرقی است. بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، جمعیت این شهرستان ۵۲ هزار و ۶۵۰ نفر برآورد شده که با احتساب دوره آماری ۱۳۹۵-۱۳۹۰، نرخ رشد آن برابر ۲/۸۳ است. جمعیت شهری این شهرستان ۸ هزار و ۷۰۱ نفر و جمعیت روستایی آن ۴۳ هزار و ۹۴۹ نفر می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) شکل(۱) موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

1. BOAMFĂ
2. Louvet
3. Sharma, Shikha, Pachori, Sunita
4. Johnston, Ron

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]



شکل(۱). نقشه موقعیت جغرافیایی شهرستان ورزقان در تقسیمات سیاسی کشور

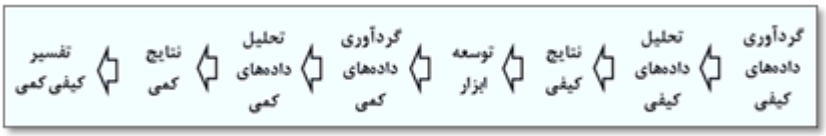
داده و روش کار

جغرافیای انتخابات معمولاً به دو روش «مکانی ـ ساختاری» و «فضایی ـ رفتاری» مطالعه می‌شود. موضوعی که عمده توجه جغرافیدانان را به خود معطوف داشته است نوسانات فضایی و گاه‌وبیگاه برگزاری انتخابات و تأثیرات آن بر مسائل محیطی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد؛ بنابراین در اصل این مطالعات با تجزیه‌وتحلیل آراء گردآوری‌شده و جزئیات مربوط به آن با توجه به تطابق مکانی آن با تغییرات حاصله بر اساس نوسانات محیطی آن ازجمله «مسائل اقتصادی، اجتماعی» سروکار دارد (جانستون و تیلور، ۱۳۸۶: ۱۲۱). در تحقیق حاضر با توجه به هدف تحقیق مبنی بر تحلیل رفتار جامعه روستایی در قلمرو جغرافیای انتخابات در شهرستان ورزقان، رهیافت «فضایی ـ رفتاری» به کار گرفته شده و بر اساس هدف، کاربردی و ازنظر نحوه گردآوری داده‌ها، پیمایشی از نوع ترکیبی است. ازآنجایی‌که تحقیق درصدد بررسی و تحلیل رفتار انتخاباتی است ابتدا با استفاده از روش کیفی از طریق روش پدیدارشناسی[1] (جهت درک عمیق، پیچیدگی، جزییات و بافت پدیده‌های مورد مطالعه) داده‌های کیفی با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شده است؛ با توجه به اینکه پدیدارشناسی روش و فلسفه فرانگری است (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۶: ۱۷۱)؛ بنابراین تحقیق کوشیده است تا توضیحی مستقیم از تجربیات افراد محلی فراهم نماید و هدف آن توصیف تجربیات عمیق زندگی به همان صورتی است که واقع شده‌اند؛ لذا به بررسی پدیده‌های ذهنی پرداخته است که جوهره اساسی واقعیت در آن نهفته است. با استفاده از این شناسایی اولیه، جهت رسیدن به نتیجه قابل‌تعمیم، در مرحله بعدی به توسعه ابزار (با استفاده از مدل معادلات ساختاری[2]

1. Phenomenology
2. SEM (Structural Equation Modeling)

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

به کمک نرم‌افزار اسمارت. پی. ال. اس[1]) از طریق گردآوری داده‌های کمی به‌وسیله پرسشنامه محقق‌ساخته پرداخته شده است. این روش که اجرای متوالی است به این صورت است که شروع عملیات با جمع‌آوری داده‌های کیفی و تحلیل در فاز یک انجام شده و سپس نسبت به جمع‌آوری مجموعه داده‌های کمی و تحلیل در فاز دو بر اساس فاز یک اقدام شده است؛ بنابراین روش بکارگرفته شده «طراحی اکتشافی (مدل توسعه ابزار)» است که شکل(۲) مراحل انجام آن را نشان داده است.



شکل(۲). طرح پژوهش آمیخته اکتشافی: طراحی اکتشافی - مدل توسعه ابزار

(خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۶: ۴۴۸)؛ (رضوی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۴)

در فاز اول با توجه به استفاده از روش پدیدارشناسی، نمونه‌گیری هدفمند (۲۵ نفر) مورداستفاده قرار گرفته است و در آن افرادی بررسی شده‌اند که بیشترین اطلاعات را در رابطه با موضوع موردنظر داشته‌اند (افرادی که در جریان انتخاباتی مجلس شورای اسلامی در حوزه‌های رأی‌گیری و یا ستادهای انتخاباتی فعالیت داشته‌اند). به‌علاوه، جامعه نمونه از قبل مشخص نبودند و لذا نمونه‌گیری تا اشباع نظری ادامه یافته است تا زمانی که معلوم شود که ادامه بررسی، اطلاعات جدیدی را به وجود نمی‌آورد، نمونه‌گیری و بررسی نمونه‌ها به پایان رسید. نمونه‌های پژوهشی انتخاب‌شده، تجاربی در رابطه با موضوع مورد مطالعه داشتند دلیل آن‌هم، شناخت تجربیات و بررسی نحوه شکل‌گیری شناخت در فرایند تجربه موقعیت‌های متفاوت بود. در تحقیق حاضر، محققان درگیر در فرایند پژوهش خود دارای تجربیات در رابطه با موضوع مورد مطالعه بوده و سعی شده است تجربیات به نحوی دست‌نخورده به تصویر کشیده شود. همه شرکت‌کنندگان برای شرکت در این پژوهش، رضایت آگاهانه داشته‌اند. در این پژوهش، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته مبتنی بر سؤال‌های پژوهش برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری انجام و دارای دو سؤال اساسی بوده‌اند. تحقیق جهت دستیابی به بینش باارزشی از ابعاد متنوع شرکت‌کنندگان پرداخته است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های دقیق جمع‌آوری شده‌اند. پس از انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته و یادداشت‌برداری از مصاحبه‌ها که به‌طور متوسط ۳۰ الی ۵۰ دقیقه طول می‌کشید، مطالب، پاکنویس و به‌صورت مکتوب پیاده‌سازی و اظهارات و عبارت مهم و عمده آن‌ها استخراج و کدگذاری می‌شدند. درمجموع ۱۳۳ کد در تحلیل مشخص شده است. کدها با یکدیگر در ۳۴ درون‌مایه فرعی گروه‌بندی شده‌اند. سپس این عبارات مهم در قالب ۹ درون‌مایه اصلی عمده ترکیب شده و به‌صورت متنی توصیف شده‌اند. در مورد هر یک از این مقوله‌ها، نمونه‌هایی از متن مصاحبه‌های مرتبط ارائه شده‌اند و سپس پژوهشگر با ترکیب این‌ها، ۳ مقوله در قالب مدل، تجربه این افراد از انتخابات را توصیف کرده است. در فاز دوم تحقیق، با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، گردآوری داده‌های کمی از تعداد ۳۲ نفر افراد مطلع محلی انجام شده است که جدول(۳) مشخصات حجم نمونه را نشان می‌دهد.

1. Smart.pls

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۳). مشخصات حجم نمونه

	گزینه	رشته	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	-	۲۱	٪۶۶
	زن	-	۱۱	٪۳۴
تحصیلات	دکترا	جامعه‌شناسی	۲	٪۶
		حقوق	۳	٪۹
		علوم سیاسی	۲	٪۶
	دانشجوی دکترا	عمران	۱	٪۳
		علوم اجتماعی	۳	٪۹
		برنامه‌ریزی روستایی	۲	٪۶
	کارشناسی ارشد	علوم سیاسی	۴	٪۱۲
		سایر	۵	٪۱۶
		دبیری	۵	٪۱۶
		برنامه‌ریزی شهری	۳	٪۹
		برنامه‌ریزی روستایی	۲	٪۶
سن	بالاتر از ۵۰		۴	٪۱۱
	۵۰-۴۱		۱۰	٪۲۹
	۴۰-۳۱		۱۸	٪۵۱
	۳۰-۲۰		۳	٪۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

نتایج

فاز اول: یافته‌های کیفی

مقوله‌های اصلی حاصل از تحلیل داده‌ها در این پژوهش شامل موارد ذیل است:

- ویژگی‌های جغرافیایی
- عوامل فردی- اجتماعی
- عوامل سیاسی

در ادامه نتایج پدیدارشناسی رفتار انتخاباتی جامعه روستایی نشان داده شده است.

مقوله اول: ویژگی‌های جغرافیایی

جدول(۴) درون‌مایه فرعی و مصداق‌های مقوله اصلی «ویژگی‌های جغرافیایی» را نشان داده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۴). مقوله «ویژگی‌های جغرافیایی» و درون‌مایه‌های اصلی، فرعی و مصادیق آن

مقوله	درون‌مایه اصلی	درون‌مایه فرعی	مصداق	کد مشارکت‌کننده	کد آماری
ویژگی‌های جغرافیایی	حس مکان	بی‌تفاوتی نسبت به مکان	نامزد انتخاباتی نباید اجازه دهد افراد غیربومی (باوجود افراد باسواد و مستعد در منطقه) در ادارات و معادن این شهرستان، فرصت‌های شغلی را از جوانان بگیرند.	و-۱۲	Sen01
		تعلق به مکان	شخص [کاندیدا] نباید بعد از نماینده شدن به شهرهای بزرگ برود و افراد رأی‌دهنده را فراموش نماید.	و-۲۲	Sen02
		دل‌بستگی به مکان	نامزد انتخاباتی بالطبع اگر بومی باشد رأی خواهد آورد چون درد منطقه خود را بهتر از کسی که از مکان دیگر نامزد می‌شود بیشتر می‌شناسد.	و-۱۲	Sen03
		فداکاری برای مکان	به نظر من کسی که خود را وکیل مردم می‌داند و از طرف مردم در مجلس سخن می‌گوید باید با تمام جان‌ودل در راستای توسعه منطقه خود کوشا باشد.	و-۰۳	Sen04
	تأثیر همسایگی	همانندی رفتاری	نماینده‌ای که ما انتخاب می‌کنیم از قشر خودمان است و بیشتر از بقیه به احوالات جامعه‌مان آگاه است.	و-۱۹	Nei01
		همانندی طبقاتی	وفاداری نسبت به رأی‌دهندگان و داشتن روحیه محلی‌گرایی کاندیدای موردعلاقه من از مهم‌ترین دلایلی است که بار دیگر به او رأی خواهم داد.	و-۱۷	Nei02
		همانندی شغلی	کاندیدای مورد نظر من مثل همه ما جوانی‌اش در زمین‌های کشاورزی سپری شده و همه فامیل ایشان نیز در روستا مشغول کشاورزی هستند و به نظرم می‌رسد که چنین کسی درد دل قشر مستضعف را بهتر می‌فهمد.	و-۲۱	Nei03
		مجاورت جغرافیایی	اینکه داوطلب کجایی است نقش مهمی دارد؛ چون تعلق‌خاطر وی به شهر و روستا [زادگاهش] باعث می‌شود بهتر کار کند.	و-۱۹	Nei04
	محلی‌گرایی	قدرت‌نمایی قومی و طایفه‌ای	در این شهرستان حدود ۴ یا ۵ روستا به‌جز شهر ورزقان دارای تأثیرگذاری بیشتری در رأی‌آوری کاندیداها هستند که بحث مشارکت سازمان‌یافته در این روستاها به چشم می‌خورد.	و-۱۳	LOC01
		رسیدن به اهداف مادی و به دست آوردن سمت‌هایی در حوزه مربوطه	من و اکثر جوانان و البته همه افراد این منطقه مهم‌ترین طلب و خواسته‌مان از کاندیدا ایجاد اشتغال در منطقه به سبب وجود بزرگ‌ترین معادن مس و طلا در این منطقه هستیم که رأی جمع کردن برای یک نماینده می‌تواند فرصت خوبی برای نشان دادن خود در این برهه سیاسی باشد.	و-۲۴	LOC02
		ترس از به قدرت رسیدن طوایف مقابل	متأسفانه باید گفت اتفاق افتاده است که بنده و امثال بنده، به خاطر اینکه آقای الف برنده نشود به آقای ب [علیرغم میل باطنی] رأی داده‌ایم.	و-۱۳ و-۲۰	LOC03
		تمایلات و تعصبات قومی و قبیله‌ای	باوجود کمرنگ شدن طایفه‌گرایی در روستاها در زمان انتخابات روستاها به چندین دسته تقسیم می‌شوند که معمولاً این دسته‌بندی سیاسی خیلی موقتی است و درجاهایی ممکن است به نزاع بیانجامد. تعصبات در زمان انتخابات بر رفتار اکثر مردم تأثیر زیادی دارد.	و-۱۳	LOC04

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

مقوله دوم: عوامل فردی- اجتماعی

جدول(۵) درون‌مایه‌های فرعی و مصداق‌های مقوله اصلی «عوامل فردی- اجتماعی» را نشان داده است.

جدول(۵). مقوله «فردی- اجتماعی» و درون‌مایه‌های اصلی، فرعی و مصادیق آن

مقوله	درون‌مایه‌های اصلی	درون‌مایه‌های فرعی	مصداق	کد مشارکت‌کننده	کد آماری
فردی- اجتماعی	محرک اجتماعی	رأی به‌عنوان یک مبادله دوطرفه	من به‌عنوان یک رأی‌دهنده، در قبال رأی خود و نیز تعداد آرایی که برای کاندیدای خود جمع کرده‌ام انتظار دارم وعده‌هایی که داده است بتواند عملی کند.	و-۱۱	Soc01
		عضویت در گروه‌های قومی	-	و-۱۱	Soc02
		نقش خانواده	بالطبع وجود افراد تحصیل‌کرده در جریان رأی‌گیری تأثیر خواهد گذشت.	و-۱۱	Soc03
		پیش‌بینی‌ناپذیری آینده	سوابق نشان می‌دهد که در انتخابات این شهرستان تا دقایق آخر نمی‌توان حدس زد که کدام داوطلب صلاحیت گرفته است یا نه؟ و کدام نماینده بیشترین رأی را خواهد آورد.	و-۰۱	Soc04
		رضایت نسبی به گذشته	من با توجه به اینکه از عملکرد کاندیدای حمایتی خود در دوره قبل راضی بوده‌ام بنابراین احتمال اینکه در دوره بعد هم به او رأی بدهم زیاد است.	و-۰۹	Soc05
	محرک فردی	ویژگی‌های روانی و شخصی فرد	شخصیت کاریزماتیک شخص در رأی آوری خیلی مهم است چون حسی که به افراد کمی در یک سخنرانی منتقل می‌شود اگر حس مثبتی باشد ناخودآگاه در همه اقشار منتقل خواهد شد.	و-۰۱	Ind01
		نوع شغل	برای من رأی‌دهنده، تحصیلات کاندیدا و سمت و شغل آن در میزان مقبولیت وی حتماً تأثیرگذار خواهد بود.	و-۰۱	Ind02
		نقش تحصیلات		و-۱۴	Ind03

مقوله سوم: عوامل سیاسی

جدول(۶) درون‌مایه‌های فرعی و مصداق‌های مقوله اصلی «عوامل سیاسی» را نشان داده است.

جدول(۶). مقوله «عوامل سیاسی» و درون‌مایه‌های اصلی، فرعی و مصادیق آن

مقوله	درون‌مایه‌های اصلی	درون‌مایه‌های فرعی	مصداق	کد مشارکت‌کننده	کد آماری
عوامل سیاسی	شرایط نامزدی	وابستگی‌های حزبی نماینده	من به‌عنوان یک دانش‌آموخته نقش جناح سیاسی و طبقه‌بندی حزبی را در موفقیت کاندیدا بسیار دخیل می‌دانم.	و-۱۰	Can01
		نقش وسایل ارتباط‌جمعی	در انتخابات گذشته نقش فضای مجازی در تبلیغات کاندیدا بسیار تأثیرگذار بود که ما برنامه‌های کاندیداها را بیشتر از طریق این فضا دنبال می‌کردیم.	و-۱۰	Can02
				و-۲۵	Can03
		نقش بومی بودن نماینده در انتخابات	کاندیداهایی که از خود منطقه داوطلب می‌شوند به نظر من دارای شانس بیشتری هستند که در این رابطه سابقه نشان داده است که این شانس برای کسانی که از بخش مرکزی داوطلب شده‌اند به‌مراتب بیشتر بوده است.	و-۱۵	Can04
		نقش سوابق عملکردی کاندیدا در انتخابات	نماینده مجلس بعد از اتمام دوره همیشه با دو مقوله مواجه است: ۱. ریزش رأی دهنگان به دلیل عدم موفقیت در رفع انتظارات؛ ۲. افزایش رأی و کسب رأی‌های جدید به خاطر حضور کاندیدای جدید.	و-۰۱	Can05

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

		نقش احزاب	آنچه به نظر من مهم می‌رسد این است که تشکل‌ها و نهادهای سیاسی آن‌قدر که در شهرهای بزرگ تأثیر دارند در این شهرستان کمرنگ است.	و-۰۱	Tru01
				و-۱۰	Tru02
	نقش متنفذین	نقش تبلیغات	تبلیغات در قالب پوستر مخصوصاً سخنرانی در مساجد روستاها نقش بسزایی دارد.	و-۱۶	Tru03
		نقش شخصیت‌های اجتماعی سیاسی در انتخابات	تحریک احساسات و القای خواسته‌های قومی از سوی نخبگان محلی بسیار مؤثر است.	و-۰۱	Tru04
	گرایش سیاسی	اصلاح‌طلب	گرایش سیاسی (همچنان چه در دور قبل شاهد بودیم خیلی تأثیر زیادی ندارد).	و-۰۹	Pol01
		اصولگرا			Pol02
		مستقل			Pol03
	مذهب	شیعه	-	و-۰۹	Rel01
		سنی		و-۰۱	Rel02

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

بررسی تجارب انتخاباتی و رفتار جامعه روستایی نشان می‌دهد که این جامعه تجربه خاص خود را از برگزاری انتخابات مجلس در منطقه خود داشته و دارای رفتار خاص انتخاباتی خود هستند.

از ویژگی‌های درونی و شخصیتی جامعه ایرانی تا فضای کلی حاکم بر کشور همه در نوع این رفتار مؤثرند. هم‌چنین تجربه ناموفق نهادهایی چون احزاب در شکل‌دهی به رفتار انتخاباتی، گاه نیز پنهان ماندن این رفتار و بروز آن در زمان انتخابات نوعی شگفتی را در اذهان پدید می‌آورد؛ بنابراین در مطالعه رفتار انتخاباتی مردم ایران باید به همه متغیرهای مؤثر در آن ازجمله تفاوت‌های جغرافیایی، فرهنگی، اقتصادی توجه شود (لاشکی و پیشگاهی، ۱۳۸۸: ۱۱۱)؛ بنابراین در جامعه روستایی شهرستان ورزقان نیز مقوله «ویژگی‌های جغرافیایی» ازجمله مقوله‌های اصلی است که در جریان مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با استفاده از روش پدیدارشناسی به‌عنوان مقوله مؤثر در رفتار انتخاباتی به‌دست‌آمده است که دارای درون‌مایه‌های اصلی «حس مکان، تأثیر همسایگی و محلی‌گرایی» بود که درون‌مایه‌های فرعی و مصادیق آن توضیح داده شد.

عواملی هم هستند که ویژگی‌های شخصیتی و فردی کنشگر سیاسی را تشکیل می‌دهند. این مجموعه هر یک از سه عنصر طرز تلقی‌ها و اعتقادات و خصوصیات شخصیتی می‌باشند (جعفری‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۸) که در این تحقیق مقوله «فردی و اجتماعی» به‌عنوان مقوله اصلی با درون‌مایه‌های محرک اجتماعی و محرک فردی است و هرکدام دارای درون‌مایه‌های فرعی و مصادیق می‌باشند.

شرایط نامزدی، نقش متنفذین، گرایش سیاسی و مذهب ازجمله درون‌مایه‌های اصلی است که در زیرمجموعه مقوله سیاسی قرارگرفته‌اند و دارای درون‌مایه‌های فرعی و مصادیق خود هستند؛ در این مقوله، وابستگی‌های حزبی نماینده، تبلیغات و نقش وسایل ارتباط‌جمعی، نقش بومی بودن نماینده در انتخابات، نقش سوابق عملکردی کاندیدا در انتخابات، نقش احزاب و نقش تبلیغات و ... ازجمله درون‌مایه‌های فرعی هستند که به بررسی رفتار جامعه محلی پرداخته شد.

با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله اصلی «ویژگی‌های جغرافیایی» و تأکید افراد در درون‌مایه «محلی‌گرایی»، چون شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده مهم‌ترین عامل بوده و بین شرایط اجتماعی افراد جامعه روستایی و گرایش سیاسی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد و رأی‌دهندگان مدت‌ها

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

پیش از شروع تبلیغات انتخاباتی گزینه موردنظر خود را انتخاب کرده‌اند بنابراین رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان از حیث ویژگی‌های جغرافیایی با «نظریه انتخاب عقلانی» همخوانی و مطابقت دارد.

با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله اصلی «فردی و اجتماعی» و تأکید افراد در درون‌مایه «محرک اجتماعی و محرک فردی»، چون رأی‌دهندگان غالباً به طرح‌ها، عقاید و برنامه‌های نامزدها و احزاب توجه دارند و به شکلی معقول دست به انتخاب زده و برنامه‌هایی را انتخاب می‌کنند که بیشترین منافع را برایشان در برداشته باشد، بنابراین از لحاظ «فردی و اجتماعی» رفتار جامعه مورد مطالعه مطابق با الگوی «اقتصاد سیاسی» بوده و چون آنچه باعث بروز رفتار انتخاباتی و رأی دادن جامعه روستایی است برداشتی از میزان تحقق منافع و ابراز خود است و رأی دادن برای تحقق منافع شخصی و بیان خود است بنابراین از این لحاظ مطابق با رهیافت «انتخاب عاقلانه اصلاح‌شده» است.

با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله اصلی «سیاسی» و نقش کم درون‌مایه «نقش متنفذین و گرایش سیاسی»، رفتار انتخاباتی جامعه روستایی با نظریه «هویت حزبی» مطابقت و همخوانی ندارد و با توجه به نقش پررنگ «تبلیغات» و «نقش وسایل ارتباط‌جمعی»، چون با توجه به پررنگ‌تر بودن نقش «افراد مستقل» و با توجه به گسترش سطح سواد و آگاهی جامعه و اینکه رأی‌دهندگان سعی می‌کنند خود را از وابستگی‌هایی که تابه‌حال وجود داشته، خارج کرده و خود به‌صورت مستقل تصمیم‌گیری نمایند و نیز با توجه به نقش تعیین‌کننده «تبلیغات انتخاباتی»، از این حیث، رفتار انتخاباتی جامعه روستایی با «نظریه انتخاب عقلانی» مطابقت و همخوانی دارد.

فاز دوم: یافته‌های کمی (بررسی ساختاری رفتار انتخابات جامعه محلی)

الف) محاسبه معیارهای آزمون مدل اندازه‌گیری ترکیبی[1]

برای دسترسی به ضرایب مسیر، معناداری، آزمون مدل اندازه‌گیری، آزمون مدل ساختاری و همچنین بررسی کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری (بیرونی) و مدل ساختاری (درونی) باید مدل ترسیم‌شده را به کمک داده‌های آماری واردشده از طریق الگوریتم‌های ذیل محاسبه نماییم.

- دستور PLS (بررسی پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری)
- دستور BT (آزمون مدل ساختاری)
- دستور BF (آزمون کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری)

بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

چون یکی از روش‌های ارزیابی متغیرهای پنهان در مدل اندازه‌گیری ترکیبی استفاده از تحلیل آماری در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر است و در اینجا هدف بررسی این مورد است که آیا یک متغیر مشاهده‌پذیر می‌تواند برای ایجاد متغیر پنهان تشکیل شونده مرتبط یا نامرتبط باشد و همچنین معناداری معرف‌های تشکیل‌دهنده درخور توجه قرار می‌گیرد؛ بنابراین در جدول(۷) با استفاده از دستور PLS به بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری پرداخته شده است.

1. Formative Model

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

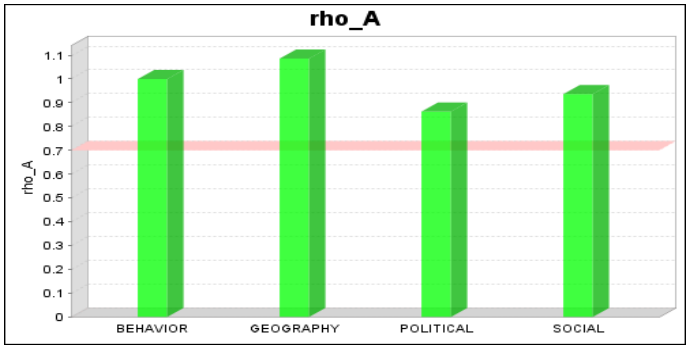
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۷). بررسی پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی

متغیرهای پنهان	آلفای کرونباخ	ضریب اسپیرمن	قابلیت اطمینان مرکب	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
ویژگی‌های جغرافیایی	۰/۷۲۸	۰/۷۸۶	۰/۷۹۴	۰/۶۳۵
عوامل سیاسی	۰/۸۶۱	۰/۸۶۳	۰/۹۰۶	۰/۷۰۷
عوامل اجتماعی	۰/۷۷۴	۰/۹۳۷	۰/۸۹۲	۰/۸۰۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

شکل(۳) به بررسی پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی بر اساس ضریب اسپیرمن پرداخته است.



شکل(۳). نمودار بررسی پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی بر اساس ضریب اسپیرمن

نتایج جدول(۷) نشان‌دهنده پایایی هر سه متغیر ویژگی‌های جغرافیایی، عوامل سیاسی و عوامل اجتماعی می‌باشد. همچنین شکل(۳) پایایی قابل‌قبول (بالاتر از ۰/۷) متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی را نشان داده است.

ب) محاسبه معیارهای آزمون مدل ساختاری

مدل ساختاری مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مکنون و وابسته موردتوجه قرار می‌گیرد. یک مدل معادلات ساختاری از چندین مدل اندازه‌گیری و فقط یک مدل ساختاری تشکیل می‌شود؛ معیارهای زیر را بررسی می‌کنیم:

- **شاخص ضریب تعیین اسکوئر[1] متغیرهای مکنون درون‌زا** (نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات متغیر درون‌زا توسط متغیر برون‌زا صورت می‌گیرد. مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به ترتیب حد آستانه‌هایی مطرح هستند که ضعیف، متوسط و قابل‌توجه توصیف شده است). مقادیر جدول(۸) نشان از قابل‌توجه بودن متغیرها و بیش از حد آستانه قابل توجه می‌باشند.

1. (R2)

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۸). شاخص ضریب تعیین

متغیرهای پنهان	R Square	R Square Adjusted
ویژگی‌های جغرافیایی	۱/۲۴	۱/۲۷۴
عوامل سیاسی	۰/۳۸۴	۰/۱۴۹
عوامل اجتماعی	۰/۷۸۵	۰/۷۶۶

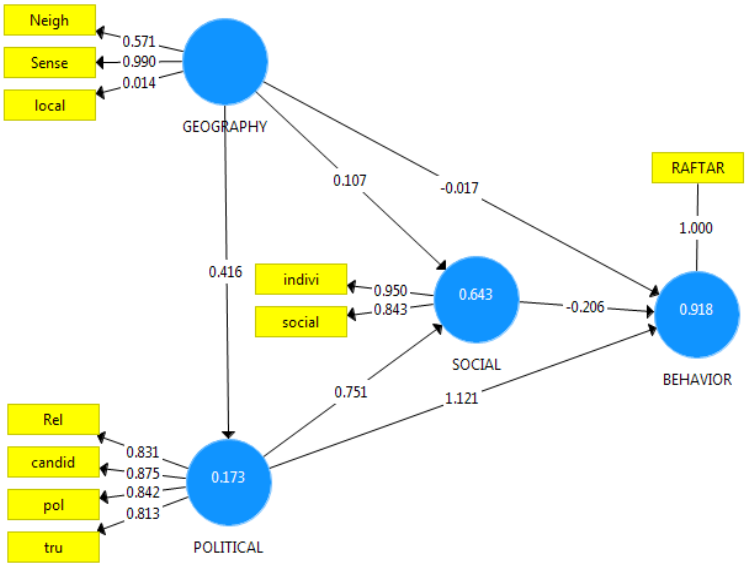
مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

نتایج جدول(۸) نشان می‌دهد:

- متغیر «ویژگی‌های جغرافیایی» با مقدار اسکوئر (۱/۲۴) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۶۷) بوده و بنابراین در حد آستانه «قابل‌توجه» توصیف می‌شود.
- متغیر «عوامل سیاسی» با مقدار اسکوئر (۰/۳۸۴) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۳۳) بوده و بنابراین در حد آستانه «متوسط» توصیف می‌شود.
- متغیر «عوامل اجتماعی» با مقدار اسکوئر (۰/۷۸۵) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۶۷) بوده و بنابراین در حد آستانه «قابل‌توجه» توصیف می‌شود.

در ادامه به بررسی ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن پرداخته شده است.

- **ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن:** منظور از ضریب مسیر همان بتای استانداردشده در رگرسیون خطی می‌باشد شکل(۴) که ضرایب مسیر مثبت نشان‌دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا و ضرایب منفی نشان‌دهنده روابط معکوس بین آن‌هاست.



شکل(۴). بررسی سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

برای دسترسی به جداول ضرایب معناداری اثرات مستقیم و اثرات کل به خروجی الگوریتم PLS مراجعه می‌کنیم. جدول(۹)، ضرایب مسیر میانگین، انحراف معیار و مقادیر تی را نشان می‌دهد.

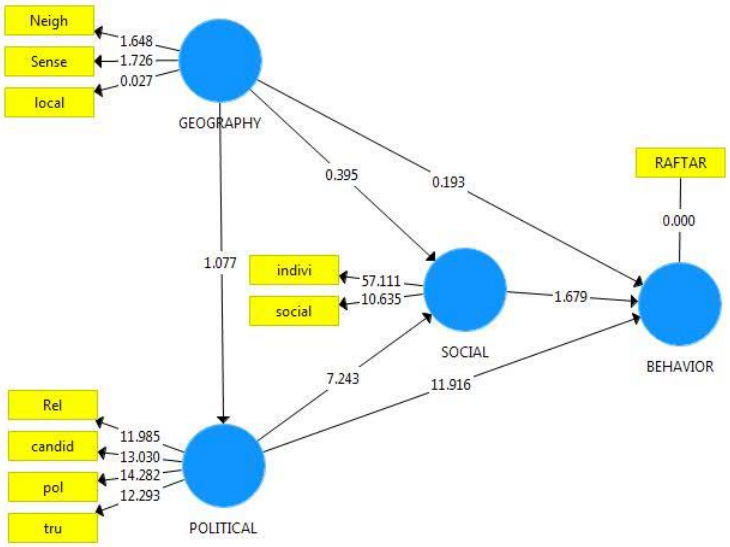
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۹). خروجی الگوریتم BT در آزمون مدل ساختاری

	نمونه اصلی (O)	(M) میانگین نمونه	(STDEV) انحراف معیار
رفتار انتخاباتی<-ویژگی‌های جغرافیایی	-۰/۰۱۷	۰/۰۰۴	۰/۰۹۵
عوامل اجتماعی<- ویژگی‌های جغرافیایی	۰/۱۰۷	-۰/۰۴۵	۰/۲۵۸
عوامل سیاسی<-ویژگی‌های جغرافیایی	۰/۴۱۶	۰/۳۲۵	۰/۳۷۵
رفتار انتخاباتی <-عوامل اجتماعی	-۰/۲۰۶	-۰/۱۹۱	۰/۱۱۶
عوامل اجتماعی <-عوامل سیاسی	۰/۷۵۱	۰/۷۶۶	۰/۰۹۹
رفتار انتخاباتی <-عوامل سیاسی	۱/۱۲۱	۱/۱۱۶	۰/۰۹۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت علامت ضریب بتای مدل می‌باشد. چنانچه مقدار به‌دست‌آمده بالای حداقل آماره در سطح مورداطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تائید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شود (Hair et al, 2011: 22). شکل(۵) وزن‌های عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر را نشان داده است.



شکل(۵). بررسی وزن‌های عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر

(مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

- **شاخص ارتباط پیش‌بین[1] (اشتراک افزونگی یا شاخص کیفیت مدل ساختاری)**: هدف آن بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی[2] می‌باشد. معروف‌ترین معیار سنجش آن شاخص Q2 استون- گایسلر است. سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی

1. (Q2)
2. Blindfolding

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

کرده‌اند. با توجه به نتایج شکل(۵) و همچنین جدول(۱۰) «عوامل سیاسی» و «عوامل اجتماعی» دارای مقادیر «قوی» و «ویژگی‌های جغرافیایی» دارای مقادیر متوسط برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرهای پنهان درون‌زا هستند.

جدول (۱۰). مقادیر به‌دست‌آمده برای شاخص CV Red

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)	قضاوت
ویژگی‌های جغرافیایی	۷۵	۷۹/۹۱۹	۰/۰۶۶	بالاتر از ۰/۰۶ و متوسط بودن شاخص
عوامل سیاسی	۱۰۰	۵۲/۰۱۷	۰/۴۸	بالاتر از ۰/۳۵ و قوی بودن شاخص
عوامل اجتماعی	۵۰	۳۲/۵۲۷	۰/۳۴۹	برابر با مقدار ۰/۳۵ و قوی بودن شاخص

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

ج) مدل کلی مدل معادلات ساختاری

در مدل‌سازی حداقل مربعات جزئی، شاخصی به نام نیکویی برازش[1] پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. برای محاسبه میانگین یا متوسط مقادیر اشتراکی متغیرهای مدل، از خروجی الگوریتم PLS، در قسمت شاخص‌های کیفی مدل، جدول(۱۱) نشان داده شده است.

جدول(۱۱). نیکویی برازش مدل

	مدل استاندارد	مدل تخمینی
SRMR	۰/۱۴۹	۰/۱۴۹
d_ULS	۱/۲۲۲	۱/۲۲۲
d_G	۰/۹۱۶	۰/۹۱۶
Chi-Square	۹۱/۴۰۸	۹۱/۴۰۸
NFI	۰/۹۱۳	۰/۹۱۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

نتایج جدول (۱۱) نشان می‌دهد مدل از نیکویی برازش برخوردار بوده و قابل‌تعمیم است.

مقایسه نتایج کمی و کیفی

جدول(۱۲) به مقایسه و اعتبار سنجی نتایج هر دو روش کمی و کیفی پرداخته است.

1. GOF

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

جدول(۱۲). مقایسه و اعتبار سنجی نتایج روش‌های کمی و کیفی

نتایج کیفی	نتایج کمی
ویژگی‌های جغرافیایی **درون‌مایه‌های اصلی:** (حس مکان، تأثیر همسایگی و محلی‌گرایی) **درون‌مایه‌های فرعی:** (بی‌تفاوتی نسبت به مکان، تعلق به مکان، دل‌بستگی به مکان، فداکاری برای مکان، همانندی رفتاری، همانندی طبقاتی، همانندی شغلی، مجاورت جغرافیایی، قدرت‌نمایی قومی و طایفه‌ای، رسیدن به اهداف مادی و به دست آوردن سمت‌هایی در حوزه مربوطه، ترس از به قدرت رسیدن طوایف مقابل، تمایلات و تعصبات قومی و قبیله‌ای) **عوامل فردی- اجتماعی** **درون‌مایه‌های اصلی:** (محرک اجتماعی و محرک فردی) **درون‌مایه‌های فرعی:** (رأی به‌عنوان یک مبادله دوطرفه، عضویت در گروه‌های قومی، نقش خانواده، پیش‌بینی‌ناپذیری آینده، رضایت نسبی به گذشته، ویژگی‌های روانی و شخصی فرد، نوع شغل و نقش تحصیلات) **عوامل سیاسی** **درون‌مایه‌های اصلی:** (شرایط نامزدی، نقش متنفذین، گرایش سیاسی و مذهب) **درون‌مایه‌های فرعی:** (وابستگی‌های حزبی نماینده، تبلیغات و نقش وسایل ارتباط‌جمعی، نقش بومی بودن نماینده در انتخابات، نقش سوابق عملکردی کاندیدا در انتخابات، نقش احزاب، نقش تبلیغات، نقش شخصیت‌های اجتماعی سیاسی در انتخابات، اصلاح‌طلب، اصولگرا، مستقل، شیعه و سنی)	**آزمون مدل ساختاری** - متغیر «ویژگی‌های جغرافیایی» با مقدار اسکوئر (۱/۲۴) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۶۷) بوده و بنابراین در حد آستانه «قابل‌توجه» توصیف می‌شود؛ - متغیر «عوامل سیاسی» با مقدار اسکوئر (۰/۳۸۴) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۳۳) بوده و بنابراین در حد آستانه «متوسط» توصیف می‌شود؛ - متغیر «عوامل اجتماعی» با مقدار اسکوئر (۰/۷۸۵) بیشتر از مقدار استاندارد (۰/۶۷) بوده و بنابراین در حد آستانه «قابل‌توجه» توصیف می‌شود. **کیفیت مدل ساختاری** «عوامل سیاسی» و «عوامل اجتماعی» دارای مقادیر «قوی» و «ویژگی‌های جغرافیایی» دارای مقادیر متوسط برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل هستند. **مدل کلی مدل معادلات ساختاری** مدل از نیکویی برازش برخوردار بوده و قابل‌تعمیم است.

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

مقایسه نتایج روش‌های کمی و کیفی نشان می‌دهد مقوله‌هایی که توسط جامعه محلی توسط بحث مشارکتی به روش کیفی، شناسایی و جمع‌آوری شده‌اند توسط نتایج حاصل از روش کمی و تحلیل آن به‌وسیله معادلات ساختاری، تائید شدند لذا به‌طورکلی می‌توان گفت رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان در سه مقوله «ویژگی‌های جغرافیایی، عوامل فردی و اجتماعی و سیاسی» قابل‌بحث است.

نتیجه‌گیری

بررسی تجارب انتخاباتی و رفتار جامعه روستایی نشان می‌دهد که این جامعه تجربه خاص خود را از برگزاری انتخابات مجلس در منطقه خود داشته و دارای رفتار خاص انتخاباتی خود هستند. بنابراین در مطالعه رفتار انتخاباتی باید به همه متغیرهای مؤثر در آن ازجمله تفاوت‌های جغرافیایی، فرهنگی، اقتصادی توجه شود. این در حالی است که در جامعه روستایی شهرستان ورزقان مقوله «ویژگی‌های جغرافیایی» ازجمله مقوله‌های اصلی است که در روش پدیدارشناسی به‌عنوان مقوله مؤثر در رفتار انتخاباتی شناسایی شده است و دارای درون‌مایه‌های اصلی «حس مکان، تأثیر همسایگی و محلی‌گرایی» است. با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله اصلی «ویژگی‌های جغرافیایی» و تأکید افراد در درون‌مایه «محلی‌گرایی»، چون شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

فرهنگی افراد رأی‌دهنده مهم‌ترین عامل بوده و بین شرایط اجتماعی افراد جامعه روستایی و گرایش سیاسی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد و رأی‌دهندگان مدت‌ها پیش از شروع تبلیغات انتخاباتی گزینه موردنظر خود را انتخاب کرده‌اند بنابراین از حیث ویژگی‌های جغرافیایی رفتار جامعه روستایی با «نظریه انتخاب عقلانی» همخوانی و مطابقت دارند.

عواملی هم هستند که ویژگی‌های شخصیتی و فردی کنشگر سیاسی را تشکیل می‌دهند. این مجموعه هر یک از سه عنصر طرز تلقی‌ها و اعتقادات و خصوصیات شخصیتی می‌باشند. در این تحقیق، مقوله «فردی و اجتماعی» به‌عنوان مقوله اصلی است که شامل درون‌مایه‌های محرک اجتماعی و محرک فردی است و هرکدام دارای درون‌مایه‌های فرعی و مصادیق می‌باشند. با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله «فردی و اجتماعی» و تأکید افراد در درون‌مایه «محرک اجتماعی و محرک فردی»، چون رأی‌دهندگان غالباً به طرح‌ها، عقاید و برنامه‌های نامزدها و احزاب توجه دارند و به شکلی معقول دست به انتخاب زده و برنامه‌هایی را انتخاب می‌کنند که بیشترین منافع را برایشان در برداشته باشد، بنابراین ازلحاظ «فردی و اجتماعی» رفتار جامعه مورد مطالعه مطابق با الگوی «اقتصاد سیاسی» بوده و چون آنچه باعث بروز رفتار انتخاباتی و رأی دادن جامعه روستایی است برداشتی از میزان تحقق منافع و ابراز خود است و رأی دادن برای تحقق منافع شخصی و بیان خود است بنابراین از این لحاظ مطابق با رهیافت «انتخاب عاقلانه اصلاح‌شده» است.

شرایط نامزدی، نقش متنفذین، گرایش سیاسی و مذهب ازجمله درون‌مایه‌های اصلی است که در زیرمجموعه مقوله سیاسی قرارگرفته‌اند و دارای درون‌مایه‌های فرعی و مصادیق خود هستند. با توجه به نتایج حاصل در بحث مربوط به مقوله «سیاسی» و نقش کم درون‌مایه «نقش متنفذین گرایش سیاسی»، رفتار انتخاباتی جامعه روستایی با نظریه «هویت حزبی» مطابقت و همخوانی ندارد. با توجه به نقش پررنگ «تبلیغات»، «نقش وسایل ارتباط‌جمعی»، نقش «افراد مستقل»، گسترش سطح سواد و آگاهی جامعه و - اینکه رأی‌دهندگان سعی می‌کنند خود را از وابستگی‌هایی که تابه‌حال وجود داشته، خارج کرده و خود به‌صورت مستقل تصمیم‌گیری نمایند - و نیز با توجه به نقش تعیین‌کننده «تبلیغات انتخاباتی»، از این حیث، رفتار انتخاباتی جامعه روستایی با نظریه «نظریه انتخاب عقلانی» مطابقت و همخوانی دارد.

نتایج مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد: متغیر «ویژگی‌های جغرافیایی» در حد آستانه «قابل‌توجه» و متغیر «عوامل سیاسی» در حد آستانه «متوسط» توصیف می‌شود و این در حالی است که متغیر «عوامل اجتماعی» در حد آستانه «قابل‌توجه» قرار دارد. همچنین آزمون کیفیت مدل ساختاری نشان می‌دهد «عوامل سیاسی» و «عوامل اجتماعی» دارای مقادیر «قوی» و «ویژگی‌های جغرافیایی» دارای مقادیر متوسط برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل انتخاباتی هستند. مدل کلی مدل معادلات ساختاری نشان از نیکویی برازش مدل بوده و قابل‌تعمیم است. مقایسه نتایج روش‌های کمی و کیفی نشان می‌دهد مقوله‌هایی که توسط جامعه محلی توسط بحث مشارکتی به روش کیفی، شناسایی و جمع‌آوری شده‌اند توسط نتایج حاصل از روش کمی و تحلیل آن به‌وسیله معادلات ساختاری، تائید شدند؛ لذا به‌طورکلی می‌توان گفت رفتار انتخاباتی جامعه روستایی شهرستان ورزقان در سه مقوله «ویژگی‌های جغرافیایی، عوامل فردی و اجتماعی و سیاسی» قابل‌بحث است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

نتایج تحقیق از حیث مبانی تأثیرگذار بر رفتار انتخاباتی با مقوله‌های «فرهنگ سیاسی مردم، خلقیات و تجربیات قبلی شهروندان، تعاملات گذشته مردم با نامزدها» با مطالعه دارابی (۱۳۸۸) همخوانی دارد.

منابع

اختر شهر، علی (۱۳۹۶). **مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سیاسی در حکومت دینی،** تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰). **روش‌های کاربردی تحقیق، کاربرد نظریه بنیانی،** تهران: انتشارات کیهان.

پیشگاهی‌فرد، زهرا و رنجبر، کرامت (۱۳۹۶). **معیارهای رفتار رأی‌دهندگان انتخابات مجلس شهرستان فلاورجان در سه دوره انتخابات،** علوم جغرافیایی، ۱۳ (۲۶): ۸۴- ۶۶.

پیشگاهی‌فرد، زهرا؛ امیری، علی و انصاری‌زاده، سلمان (۱۳۹۳). **تحلیل مشارکت انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری،** چشم‌انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، ۲۷: ۳۴- ۱۹.

پیشگاهی‌فرد زهرا و شریفی چابکی، رقیه (۱۳۹۰). **بررسی جغرافیای انتخابات در استان گیلان،** چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، ۶ (۱۶): ۳۰- ۱۵.

پیشگاهی‌فرد، زهرا (۱۳۷۲). **جغرافیای انتخابات،** پژوهش‌های روستایی، ۳۳ (۰): ۶۳ - ۴۳.

پیشگاهی‌فرد، زهرا (۱۳۷۹). **جغرافیای انتخابات پارلمانی ایران،** تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه تهران.

تافلر، آلوین (۱۳۸۴). **موج سوم،** ترجمه: شهین دخت خوارزمی. تهران: نشر خوارزمی.

جانستون، آر. جی و تیلور، پی.جی (۱۳۸۶). **جغرافیای انتخابات،** ترجمه: زهرا پیشگامی‌فرد و رسول اکبری، تهران: نشر قومس.

جانستون، رونالدجان (۱۳۷۹). **مسئله جا و مکان،** ترجمه: جلال تبریزی، تهران: وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌الملل.

جعفرآبادی، ابوطالب؛ کفاشی، مجید؛ صدیقی، بهرنگ (۱۳۹۶). **تبیین جامعه‌شناختی تأثیر اعتماد اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: مردم شهر گرگان ۱۳۹۵)،** مطالعات سیاسی، ۱۱ (۳۹): ۱۶۳-۱۹۲.

جعفری‌نژاد، مسعود؛ کلانتری، صمد و نورمحمدیان، مژگان (۱۳۸۸). **بررسی میزان مشارکت سیاسی زنان شاغل در آموزش و پرورش ناحیه یک شهر شهرکرد،** جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۰ (۱): ۱۰۴-۸۳

خنیفر، حسن و مسلمی، ناهید (۱۳۹۶). **اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی (رویکردی نو و عملی)،** تهران: انتشارات نگاه دانش.

دارابی، علی (۱۳۸۸). **بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در جمهوری اسلامی ایران،** پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶، (۱): ۳۷- ۹.

دارابی، علی (۱۳۸۸). **جامعه‌شناسی انتخابات و رفتار انتخاباتی در جمهوری اسلامی ایران،** سیاست خارجی، ۱ (۲): ۳۴۲- ۳۰۷.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

راش، مایکل (۱۳۹۱). **جامعه و سیاست، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: انتشارات سمت.

ربیعی، علی (۱۳۸۰). **جامعه‌شناسی تحولات ارزشی، نگاهی به رفتارشناسی رأی‌دهندگان در دوم خرداد ۱۳۷۶**، تهران: انتشارات فرهنگ و اندیشه.

رضوی، سیدمصطفی؛ اکبری، مرتضی، جعفرزاده، مرتضی و زالی، محمدرضا (۱۳۹۲). **بازکاوی روش تحقیق آمیخته**، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

رومیانی، احمد؛ عنابستانی، علی‌اکبر؛ هادی‌پور، مرضیه (۱۳۹۷). **بررسی نگرش روستاییان به مقولهٔ مشارکت در روستاها با هدف کاهش محرومیت در شهرستان رومشگان**، جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، ۸ (۲۶): ۶۳-۹۰.

شهرام‌نیا، امیرمسعود؛ میلانی، جمیل و کرمی‌راد جواد (۱۳۹۵). **عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی انتخابات دهم ریاست جمهوری: مطالعه موردی بخش جلگه اصفهان**، پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۵ (۱۹): ۱۰۲- ۷۵.

عرب، عباسعلی؛ امیر مظاهری، امیر مسعود (۱۳۹۶). **بررسی رابطه بین مؤلفه‌های عینی و ذهنی قومیت با توسعه مشارکت سیاسی در شرق استان گلستان (با تأکید بر انتخابات مجلس شورای اسلامی)**، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۰ (۱): ۱۰۹-۸۹.

عطارزاده، مجتبی و توسلی، حسین (۱۳۹۰). **تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر اصفهان (پیش از انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی)**، تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۲(۵): ۱۹۳- ۱۷۷.

عنابستانی، علی‌اکبر، خسروبیگی، رضا، تقیلو، علی‌اکبر، زارعی، ابوالفضل (۱۳۹۲). **بررسی الگوی فضایی– مکانی عاملیت‌های مؤثر بر نهادینه شدن مشارکت مردم در نواحی روستایی بخش جعفرآباد، شهرستان قم**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۳۱: ۲۷–۷.

عنابستانی، علی‌اکبر؛ شایان، حمید؛ جلالیان، حمید؛ تقیلو، علی‌اکبر و خسروبیگی، رضا (۱۳۹۱). **تحلیل عوامل ساختاری مؤثر بر مشارکت روستاییان در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی شهرستان ایجرود- استان زنجان)**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۲۴، صص: ۴۵–۲۵.

قوام، عبدالعلی (۱۳۹۰). **چالش‌های توسعه سیاسی**، تهران: نشر قومس.

کاویانی‌راد، مراد (۱۳۸۶). **جغرافیای انتخابات**، مطالعات راهبردی، (۳۷) ۳: ۵۰۵- ۴۸۱.

کرسول، جان (۱۳۹۵). **درآمدی بر پژوهش روش‌های آمیخته**، ترجمه: مرتضی اکبری و راضیه اکبری، تهران: انتشارات جامعه شناسان.

لاشکی، مریم و پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۸). **تحلیل رفتار انتخاباتی ایرانیان مورد مطالعه حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس در انتخابات**، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۱ (۳): ۱۱۲- ۹۳.

لطفی، حیدر (۱۳۹۷). **نقش مساجد روستایی در ساماندهی مشارکت سیاسی انتخابات (ارائه مدلی برای مشارکت حداکثری و مهندسی جغرافیای انتخابات در سکونتگاه‌های روستایی بخش شاهیوند لرستان)**، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۳۱ (۱): ۷۱۴- ۶۹۷.

لیپست، مارتین؛ دوز، رابرت (۱۳۷۳). **جامعه‌شناسی سیاسی**، ترجمه: محمدحسین فرجاد، تهران، نشر قومس.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

مجتهدزاده، پیروز، (۱۳۷۹). **ایده‌های ژئوپلیتیک و واقعیت‌های ایرانی**، تهران: نشر نی.

محبی، سیروس؛ رستمی، مسلم؛ کلانتری پور، سمیرا؛ سلطانی، اقبال (۱۳۹۵). **بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان در مناطق حاشیه‌نشین شهرها (نمونه مورد مطالعه: مناطق حاشیه‌نشین شهر کرمانشاه)**، علوم اجتماعی شوشتر، ۳ (۳۴): ۱۷۲-۱۴۵.

محمدی‌فر، نجات؛ یوسفی جویباری، محمد؛ سوری، حسین و محمدی، منصور (۱۳۹۲). **بررسی عوامل اجتماعی ـ اقتصادی مؤثر بر رفتار انتخاباتی (با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری نهم و دهم؛ مورد مطالعه شهر کرمانشاه)**، دانش سیاسی و بین‌الملل، ۱(۵): ۱۳۶- ۱۱۵.

نیکفر، جاسب و اکبری سارا (۱۳۹۴). بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد؛ در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، مدیریت شهری، ۱۴ (۴۰): ۳۵۲- ۳۲۹.

یزدان‌پناه درو، کیومرث. (۱۳۸۳). **راهبردهای رفتاری در جغرافیای انتخاباتی**، تهران: نشریه جام جم.

BOAMFĂ, Ionel (2010). **Mapping of the Elements of Electoral Geography. Case Study: Parliamentary Elections in Romania and Republic of Moldova after 1989**, Revista Română de Geografie Politică, year 2(2): 189-205.

Johnston, Ron; Pattie, Charles; Hartman, Todd, Manley, David, Rossiter, David & Kelvyn Jones (2017). **Scotland's Electoral Geography Differed from the Rest of Britain's in 2017 (and 2015) – Exploring its Contours**, Scottish Geographical Journal, Pages 24-38.

Lamprianou, I. (2013**). Contemporary Political Participation Research: A Critical Assessment**, in, K. N. Demotriou (ed). Democracy in Transition: 19- 42.

Louvet, Romain; Aryal, Jagannath; Josselin, Didier; Christele Marchand-Lagier`; Cyrille Genre-Grandpierre (2016). **The polygon overlay problem in electoral geography**, Conference: Spatial Accuracy, At Montpellier, France, volume: Proceedings of Spatial Accuracy.

Manorama, Sinha. (2007). **Electoral Geography of India**, New Delhi: Adhyayan.

Mc Clurg. S. D (2001). **Socia Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation**, Political Research Quarterly, 56(4):448-65.

Mc Colure. Scott, D. (2003). **Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation**, Political Research Quarterly, 56 (4).

Pattie, Charles & Johnston, Ron. (2007). **Positional issues, valence issues and the economic geography of voting in British elections**, Journal of Economic Geography, Journal of Economic Geography, Volume 8, Issue 1, 1 January 2008, Pages 105–126.

Predescua Mihai. & Darjanb Ioana. (2010). **Promoting political participation through adult education**, Procedia Social and Behavioral Sciences. 2:3241–3245.

Shapiro, Rebecca Weitz and winters, Matthew S. (2008). **Political participation and quality of life**, Columbia University, Inter-American Development Bank, Felipe Herrera Library.

Sharma, Shikha, Pachori, Sunita (2017). **Electoral Behaviour and Voting Pattern of women in Ajmer Tehsil: (A Geographical Analysis)**, IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS), 22(8) 10: 67-71.

Simpson. B & Cala.C., (2001). **Measuring Results in Community Development**, an Exploration of Participation and Network Copacity Domains, CRHA (Calgary Regional Health Authority).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]

Turner, J. H. (2008**). The Structure of Sociological Theory**. New York: wads worth Publishing Company. (6th Ed).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOI: 10.52547/jgs.22.64.139]