

بررسی رفتار انتخاباتی با تاکید بر الگوی AGIL پارسونز (مورد مطالعه: استان ایلام)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۱۶

علی میر جمشیدیان^۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۵/۲

نبی اله ایدر^۲احمد علی حسابی^۳

چکیده

رفتار انتخاباتی به عنوان یک کنش سیاسی بیانگر درجه‌ای از مشارکت سیاسی مردم در نظام اجتماعی است. مشارکت انتخاباتی یکی از گونه‌های مهم مشارکت سیاسی، جایگاه ویژه‌ای در مباحث جامعه‌شناسی سیاسی به صورت عام و به صورت خاص در جامعه‌شناسی انتخابات دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتار انتخاباتی با تاکید بر الگوی AGIL پارسونز (مورد مطالعه استان ایلام) انجام شده است. روش اصلی تحقیق، پیمایشی می‌باشد، جامعه آماری این تحقیق تمامی افراد بالای ۲۱ سال کلیه اقشار گروه‌های اجتماعی استان ایلام می‌باشد. بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ تعداد ۴۲۵۰۰۰ هزار نفر برآورد شده است که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه آماری ۳۸۵ نفر برآورد شده، روش نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چند مرحله‌ای و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است. جهت بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده، که ضریب حاصل برای تمامی بخش‌های پرسشنامه بالای ۰.۷۰٪ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Spss و Amos به انجام رسید یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین نظام‌های (فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی و زیستی) و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام می‌باشد و در تحلیل رگرسیون مشخص شد که نظام فرهنگی با ۶۱ درصد و نظام شخصیتی با ۲۲ درصد بیش از سایر عوامل بر رفتار انتخاباتی شهروندان تأثیر مستقیم دارند.

واژگان کلیدی: رفتار انتخاباتی، نظام فرهنگی، نظام اجتماعی، نظام شخصیتی، نظام زیستی.

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران، alimir.jamshidian1399@gmail.com

^۲ استادیار، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران (نویسنده مسئول)، lder62@yahoo.com

^۳ استادیار، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران، Ahmadali_hesabi@yahoo.com

۱- مقدمه

رفتار انتخاباتی نوعی کنش سیاسی است که با کارکردهای ساختی خرده نظام‌های اقتصادی و جامعه‌ای و فرهنگی در سطح کلان نظام اجتماعی رابطه دارد؛ نظام اجتماعی با وضعیت ارگانیزم رفتاری، شخصیت، اجتماع و الگوهای رفتاری آن ارتباط می‌یابد و در نهایت، در سطح میانه نظام اجتماعی ما با شرایط تکنولوژیک، بوروکراتیک، آموزشی و نمادین سازمان اجتماعی مرتبط می‌شود. در این میان، اگر جامعه را نظامی اجتماعی بدانیم که برحسب اصل تفکیک‌پذیری به ارائه کارکردهای خود می‌پردازد و اجتماع را آن نوع از نظام اجتماعی تلقی کنیم که طبق اصل ادغام‌پذیری کارکردهای خود را به منصف ظهور می‌رساند، می‌توان به تنوع رفتار انتخاباتی در قالب‌های فوق حکم کرد (محمدی‌اصل، ۱۳۸۵). در خصوص رفتار انتخاباتی باید گفت که می‌توان این مهم را از ابعاد مختلف مورد واکاوی قرار داد. در جوامع مختلف، هدف از رفتار انتخاباتی و مشارکت سیاسی، مبتنی بر علل و عوامل مختلفی است. از جمله این اهداف می‌توان به «مشارکت جویانه، فرصت طلبانه، منفعلانه و یا مخالف انتخابات» اشاره داشت. با توجه به این امر، شرایط رفتار انتخاباتی در مناطق و استان‌های مختلف ایران واجد تفاوت‌ها، حواشی، برجستگی‌ها و پیامدهای مختلف بوده و هر استانی با توجه به بافت سیاسی و اجتماعی خود، یک نوع رفتار انتخاباتی را از خود بروز داده است (درویشی، ۱۳۸۹). اساس دموکراسی، رقابت و مشارکت است. در جامعه ایران اصل اول، یعنی رقابت، به خوبی جا افتاده و در ذات، جوهر و رگ تمامی ایرانیان رسوخ کرده است. اصل دوم، یعنی مشارکت نیز چنین حالتی دارد لیکن مبنا و انگیزه آن چیزی نیست که در دموکراسی‌های متعارف مشهود است: اینجا عقلانیت کم رنگ و قبیله‌گرایی (چه به نام جناح و چه به نام عشیره) نمایان است (شفیعی، ۱۳۹۱). از آن جایی که جهانی شدن تأثیر زیادی بر عرصه‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی داشته است، عدم تأثیرگذاری و یا حداقل تأثیرگذاری اندک بر روند مشارکت آگاهانه سیاسی ایلات و عشایر ایلام در خور توجه است. با توجه به این امر، چنانچه بخواهیم از دیدگاه پارسونز به بررسی موضوع مذکور پردازیم می‌توان گفت که وی معتقد است ۴ تکلیف برای همه نظامها ضرورت دارد: ۱- تطبیق: هر نظامی باید خودش را با موقعیتی که در آن قرار گرفته تطبیق دهد؛ ۲- دستیابی به هدف: یک نظام باید هدفهای اصلی‌اش را تعیین کند و به آنها دست یابد؛ ۳- یکپارچگی و انسجام: هر نظامی باید روابط متقابل میان اجزایش را تنظیم کرده و به رابطه میان چهار تکلیف کارکردی‌اش نیز انسجام ببخشد؛ ۴- پایداری: هر نظامی باید انگیزش‌های افراد و الگوهای فرهنگی آفریننده و نگهدارنده این انگیزش‌ها را ایجاد، نگهداری و تجدید کند (کرداری، ۱۳۸۹). این چهار تکلیف با چهار نظام کنش، «سیستم زیستی» از طریق سازگاری و تغییر شکل جهان خارجی، «سیستم شخصیتی» از طریق تعیین هدف نظام و بسیج منافع برای دستیابی به آنها، «سیستم اجتماعی» از طریق کارکرد یکپارچگی و «سیستم فرهنگی» که از طریق وضوح‌بخشی به اهداف و ارائه الگوهای فرهنگی، پایداری را ایجاد می‌کنند، رابطه دارد. بنابراین جامعه‌ی ما در مرحله کنونی به لحاظ نوسازی اجتماعی و توسعه‌ی مدنی در شرایط

حساسی قرار دارد. دستیابی به توسعه و اصول دموکراسی مستلزم فراهم کردن و گسترش شرایط توسعه‌ی مشارکت سیاسی و مدنی و همچنین رفتار انتخاباتی است و بدون توجه به مبانی مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی، امکان تحقق توسعه‌ی مدنی در سطح ملی فراهم نمی‌آید. در رابطه با رفتار انتخاباتی باید بررسی کرد که شهروندان چگونه می‌توانند بین تعلقات قومی و منافع منطقه‌ای و ملی خود رابطه برقرار کنند. هنگامی که افراد بیشتر درگیر تعلقات قومی باشند، از توسعه‌ی جامعه و کشور غافل می‌شوند و هویت قومی به صورت مانعی نمایان می‌شود. از سوی دیگر، رفتار انتخاباتی مبتنی بر اصول دموکراتیک می‌تواند شهروندان را به سوی انتخابی هوشمندانه سوق دهد. با توجه به این موارد، استان ایلام از جمله استان‌هایی است که رفتار انتخاباتی در آن همواره مبتنی بر طایفه‌گری و نه اصول دموکراتیک بوده است. در نتیجه این رفتار، آگاهی شهروندان از رفتار انتخاباتی مطلوب مورد غفلت واقع می‌شود و استان نمی‌تواند در راه توسعه سیاسی گام بردارد. بنابراین مطالعه و تحلیل رفتار انتخاباتی از دو جهت دارای اهمیت است: ۱- نخست اینکه ترجیحات و انتظارات سیاسی جامعه را باز نمایی می‌کند. ۲- دگر اینکه میل جامعه را به تغییر و جابجایی در قدرت آشکار می‌کند اینک دریاپیم انتخابات رأی شهروندان، کدام معنا و پیام اجتماعی را با خود حمل می‌کند. با توجه به این عوامل، از آنجایی که در پژوهش حاضر سعی می‌شود با توجه به اهمیت رفتار انتخاباتی مطلوب، جایگاه این مهم در استان ایلام با استفاده از الگوی پارسونز مورد توجه و بررسی قرار گیرد، و علل و عوامل موثر بر آن مورد بررسی قرار گیرد، در نتیجه این پژوهش واجد ضرورت و اهمیت می‌باشد.

۱-۱ مروری بر پژوهش‌های انجام شده

محمد رضایی (۱۳۸۹) در کتاب خود با عنوان انتخابات در ایران به بررسی انتخابات انجام گرفته در ایران می‌پردازد. وی همچنین ضمن بررسی عوامل تاثیر گذار بر مشارکت سیاسی شهروندان، آمار انتخاباتی انتخابات‌های گوناگون برگزار شده را به تفکیک بیان کرده که نمایانگر حضور فعال مردم ایلام در انتخابات مجلس است.

سمیه ایبانه (۱۳۸۹) نیز در کتاب خود با عنوان مشارکت سیاسی در ایران، حرکت به سوی توسعه نقش اقشار مختلف مردم را در نظام جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار داده است. وی معتقد است مشارکت مردم در امور سیاسی، زمینه ساز حرکت به سوی توسعه سیاسی خواهد بود که در این رابطه احزاب و رسانه ملی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کنند. نویسندگان انتخابات نهم و دهم را به عنوان اوج مشارکت سیاسی مردم در بعد از انقلاب اسلامی تلقی می‌کند.

نقدی همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان مطالعه وفاق اجتماعی عام در جوامع شهری، روستایی و عشایری ایلام معتقد است که وفاق اجتماعی برای بسیاری از متفکران اجتماعی کلاسیک و معاصر به عنوان عنصر اساسی انسجام اجتماعی و آنچه موجب استمرار حیات جامعه می‌گردد، مهم بوده است. نتایج این پژوهش نشان

می‌دهد که در استان ایلام، میزان وفاق اجتماعی به طور کلی در حد متوسط قرار دارد. اما میزان وفاق اجتماعی در سه جامعه شهری، روستایی و عشایری تفاوت محسوسی دارد. تفاوت جامعه شهری نسبت به دو جامعه دیگر (روستایی و عشایری) به صورت کاملاً معنی‌داری بیشتر است، زیرا جامعه عشایری جامعه‌ای کاملاً خاص‌گرا و سطح اعتماد اجتماعی عام در آن پایین می‌باشد. بنابراین هرچه از جامعه عشایری به سمت جامعه روستایی و شهری حرکت کنیم بر میزان وفاق اجتماعی عام افزوده می‌شود.

ولدیگی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان بررسی جامعه‌شناسی انتخابات در استان ایلام معتقد است که مهمترین وظایف نمایندگان مجلس شورای اسلامی به کارکردهای تقنینی و نظارتی مربوط می‌شود در حالی که راه یافتگان به مجلس در استان ایلام به دلیل تفوق فرهنگ ایلی به جای ایفای نقش اصلی خود، در عزل و نصب‌های مدیران ادارات سخت مشغول می‌شوند این در حالی است که طبق اصل تفکیک قوا مدیران اجرایی می‌بایست فارغ از هر گونه فشار و اعمال نفوذ، کارگزاران خود را انتخاب کنند.

رضایی (۱۳۹۲) تحلیل استراتژیک انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام معتقد است که کاندیدا مجلس نیاز به بررسی و فهم توزیع رای دهندگان در طبقات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارند. این موضوعی است که نمایندگان استان ایلام در دوره تبلیغات انتخاباتی تاکید بر مصداق‌های عینی برنامه‌ها دارند اما هنگامی که وارد مجلس می‌شوند شاید بدلیل عدم اشراف به کارکردهای نمایندگان در مجلس و ... سعی می‌کنند مردم را با رویکردهای بلندمدت راضی نگه دارند اما مردم نمی‌پذیرند.

پرویزی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان نقش ایلات و عشایر ایلام در انتخابات، به بررسی نقش مهم ایلات و عشایر در استان ایلام در انتخابات‌های مختلف انجام گرفته می‌پردازد. وی معتقد است که مهم‌ترین عنصر در افزایش مشارکت سیاسی و مدنی شهروندان در ایلام، ایلات و عشایر هستند.

فاتحی دهاقانی (۱۳۹۰) نیز در مقاله‌ای با عنوان رابطه بین هویت قومی و مشارکت مدنی در شهرستان ایلام، ضمن بررسی عوامل اثرگذار بر مشارکت مدنی مردم ایلام، معتقدند که عوامل مختلفی از جمله دور بودن از مرکز، بافت قبیله‌ای، عدم آگاهی نسبت به حقوق خود و ... زمینه‌ساز عدم مشارکت مدنی مردم ایلام شده است. وطن دوست (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی با عنوان مشارکت مدنی در ایلام، ابتدا ضمن تبیین و بررسی بحث مشارکت مدنی

نیامش (۱۳۸۴) در تحقیق خود با عنوان "زمینه‌های مساعد و نامساعد تحزب در ایران" به این نتیجه رسید که: مهم‌ترین موانع پیدایش احزاب در ایران زمینه‌های اجتماعی-سیاسی و اقتصادی ذیل بوده‌اند. الف: ساختار اجتماعی-اقتصادی ایران که مبتنی بر اصول و قواعد سنتی و جزمی ارباب رعیتی بوده است. ب: هرمی بودن قدرت سیاسی و وجود شاه مستبد در راس آن. ج: ساختار فرهنگی ایران و وجود ایدئولوژی اسلامی در تشکیل

امت واحده که اصولاً با مفهوم دموکراسی ناسازگار است. این بررسی نشان داده است که به هر روی مکانیسم انتخابات بهترین زمینه ایجاد تحزب در ایران است که سنگ بنای آن از دوره مشروطیت گذاشته شده است. لیزری و پریسکو^۱ (۲۰۰۱) در کتابی با عنوان مدل های رفتار انتخاباتی، مدلی از نوع رفتارهای انتخاباتی ارائه می کنند که در آن دو نامزد انتخاباتی پیش از شروع انتخابات، وعده های الزام آوری مبنی بر اجرای دو نوع سیاست بودجه ای به طرفداران خود می دهند. این سیاست ها عبارتند از کالای عمومی همگانی و سیاست توزیعی که اجرای آن تنها یک منطقه جغرافیایی خاص را منتفع می سازد. نتایج آن ها دلالت بر این دارد که حتی اگر کالای عمومی برای افراد ارزشمندتر باشد، در سیستم اکثریتی روی هم رفته عرضه کالاهای عمومی همگانی کمتر از سیستم تناسبی است.

آشورث (۲۰۰۶) و (۲۰۰۷) در کتابی با عنوان رفتار انتخاباتی، با استفاده از نظریه رقابت انتخاباتی^۲ نشان می دهد که در حوزه های انتخابیه تک نماینده و حوزه های به لحاظ ایدئولوژیکی متوازن، انگیزه خدمت رسانی نمایندگان بیشتر است.

کیفر و خمانی^۳ (۲۰۰۹) مبانی و مدل های تصمیم گیری در انتخابات در هند، با استفاده از اطلاعات ایالت های هند به این نتیجه رسیدند که تلاش نمایندگان در حوزه های انتخابیه ای که در آنها رأی دهندگان وابستگی بیشتری به احزاب دارند، کمتر است و کاندیداهای عضو احزاب گرایش کمتری به ارائه کالاهای عمومی محلی دارند.

ایورسن و سوسکیس^۴ (۲۰۰۶) در کتابی با عنوان رفتار انتخاباتی در اروپا، با استفاده از اطلاعات پانل مربوط به مخارج توزیعی و نیز سیستم انتخاباتی در ۱۴ کشور اروپا طی دوره ۱۹۶۷ تا ۱۹۹۷ دریافتند که در سیستم های تناسبی مخارج توزیعی بیش از سیستم های اکثریتی است. در همین زمینه چانگ^۵ (۲۰۰۸) با استفاده از اطلاعات بودجه ۲۱ کشور OECD در دوره ۱۹۷۳ تا ۲۰۰۰، نشان داد که در سیستم های مبتنی بر حوزه های انتخابیه تک نماینده، مخارج صرف شده در مناطق بیشتر و در سیستم های مبتنی بر فرمول تناسبی مخارج مربوط به سیاست های رفاه اجتماعی بالاتر است.

۲- چارچوب نظری پژوهش

-
- 1- Lizzeri and Persico
 - 2- Electoral Competition Theory
 - 3- Keefer and Khemani
 - 4- Iversen and Soskice
 - 5- Chang

نظم اجتماعی پارسونز: در نظم اجتماعی چهار مجموعه مشبک یعنی مجموعه مواضع اجتماعی، مجموعه هنجاری، مجموعه تعاملی و مجموعه آرمانی مطرح هستند. با توجه به این چهار مجموعه و ابعاد چهارگانه آنها، در سطح تجربی می‌توان نظم‌های انضمامی بسیار متنوع و گوناگونی را متصور شد (چلبی، ۱۳۹۵). پارسونز معتقد است که نظم اجتماعی تنها از طریق دولت برقرار نمی‌شود. وی مفهوم هنجار را وارد کنش اجتماعی خویش می‌کند و معتقد است که هنجارهای اجتماعی به عنوان یک سیستم در نظر گرفته می‌شوند و کارکرد نظام اجتماعی نیز ایجاد و حفظ یکپارچگی کل نظام است که در این فرآیند، فراگردهای ملکه ذهن ساختن و اجتماعی کردن از اهمیت اساسی برخوردارند. به عبارت دیگر پارسونز معتقد است که با درونی کردن هنجارهای جامعه در افراد با حداقل هزینه می‌توان نظم و امنیت را برقرار کرد. پس یکپارچگی اجتماعی در نظریات پارسونز یا از طریق نظارت اجتماعی و ابزار بیرونی و یا از طریق اجتماعی کردن و درونی کردن ارزش‌ها صورت می‌گیرد (نوروزی و همکاران، ۱۳۸۸).

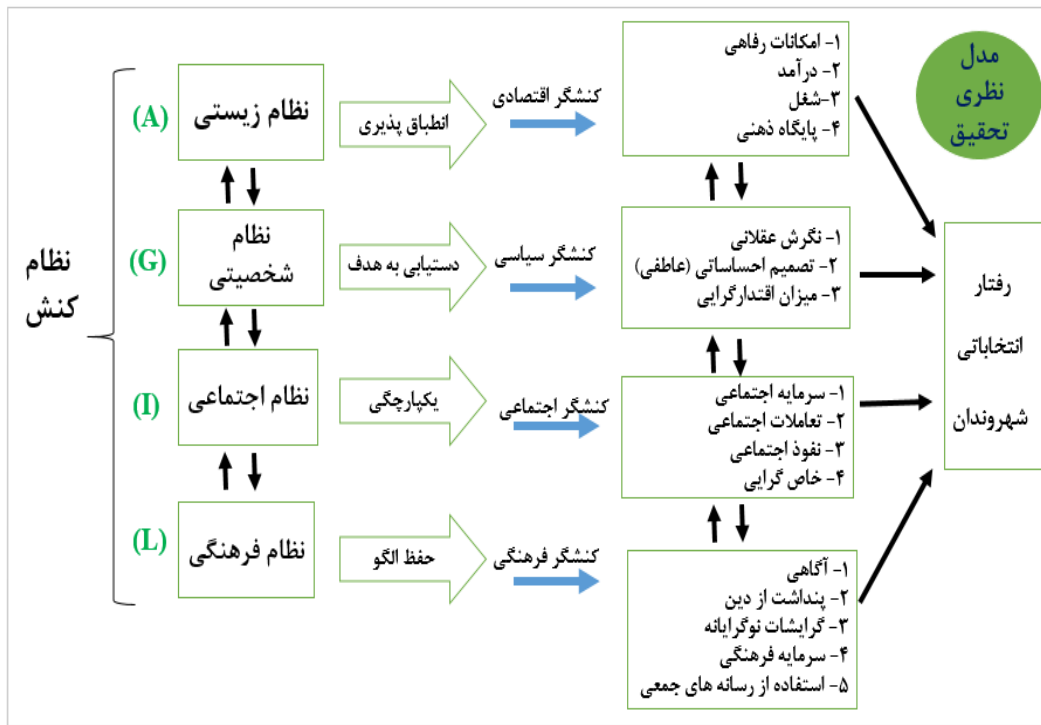
نظریه «کنش» پارسونز: در نظام عمومی کنش، متناظر با کارکرد انطباق پذیری، ارگانیسم زیست شناختی؛ متناظر با کارکرد دستیابی به هدف، نظام شخصیتی؛ متناظر با کارکرد یکپارچگی، نظام اجتماعی؛ و متناظر با کارکرد حفظ و نگهداشت الگو، نظام فرهنگی قرار دارد. ارگانیسم زیستی از طریق حواس است که می‌تواند با جهان فیزیکی و اجتماعی رابطه برقرار کرده و خود را با محیط و محیط را با نیازهای کنش سازگار سازد. نظام شخصیتی نیز از طریق سیستم‌های روانی شخصیتی، هدف‌ها را تعیین کرده و منابع و انرژی‌های لازم برای رسیدن به هدف‌ها را تعیین می‌کند. در سلسله مراتب سبیرنتیکی، این نظام تحت کنترل نظام‌های اجتماعی و فرهنگی است (دیانت، ۱۳۹۵). نظام اجتماعی از طریق ایجاد همبستگی، وفاداری به اصول را به وجود می‌آورد و حدود آزادی عمل را تعیین می‌کند. نظام فرهنگی هم از طریق هنجارها و ارزش‌ها و آرمان‌های کلی که به کنشگران پیشنهاد یا تحمیل می‌کند، برایشان آمادگی ذهنی و انگیزه کافی فراهم می‌نماید. تأکید پارسونز در تعریف فرهنگ بر کلبه ساز و کارهایی است که به وسیله آنها ارزش‌ها و هنجارها درونی می‌شوند. فرهنگ به مثابه سیستم نمادین معنادار، هم کنش انسان و هم نتایج حاصل از آن را شکل می‌دهد. زیرا هر جا کنش هست فرهنگ و جهت‌گیری کنشگر از نظم اخلاقی که درونی شده نیز هست (اعتمادی فرد، ۱۳۸۹).

الگوی AGIL پارسونز

براساس نظریه پارسونز نقش هر سیستمی مرکب از مجموعه‌ای از فعالیت‌ها است که تابع نیازهای سیستم است (رحیمی و دیگران، ۱۳۹۱). «تالکوت پارسونز» از دیدگاه کارکردگرایی، چهار کارکرد اساسی برای حفظ نظم و بقای سیستم برشمرد و آنها را «الزامات کارکردی» نامید؛ همچنین متناظر با هر کارکرد، یک عنصر بنیادی برای سیستم کنش در نظر گرفت که نیازهای اولیه سیستم را بر عهده دارند. این عناصر عبارتند از: ۱. وضعیت

کنش که کارکرد انطباق بخشی با محیط را بر عهده دارد؛ ۲. کنشگر، که کارکرد دست یابی به هدف را دارد؛ ۳. «قواعد» و هنجارها که کارکرد انسجام بخشی را بر عهده دارند؛ ۴. نمادها و معانی به عنوان مخزن سیستم که کارکرد حفظ الگوهای کنش را دارند (مریدی و همکاران، ۱۳۸۴). وی الگویی را ارائه می دهد که به AGIL معروف است. این مدل که به نام AGIL معروف است، هر کدام از حروف به منظور تبیین و توضیح وظیفه مشخصی که یک جامعه دارد آمده است: A نماد انطباق، G به معنی تحقق هدف، I به معنای یکپارچگی یا ادغام و L بیانگر مشروعیت است (بابایی و دیگران، ۱۳۹۲). پارسونز الگوی AGIL را برای مشخص کردن وظایف معینی ارائه کرده است که هر سامانه اجتماعی، خواه جامعه، اقتصاد یا سازمان باید انجام دهد تا به حیات خود ادامه دهد و کامیاب شود. هر سامانه اجتماعی باید برای ادامه حیات و کامیاب شدن بتواند خود را با محیط سازگار کند؛ اهدافش را تحقق بخشد؛ اجزایش را یکپارچه کند؛ در نظر مردم و دیگر سازمانها مشروع جلوه کند (فرهی و همکاران، ۱۳۹۵). وی در فرمول معروف AGIL، وظیفه سیاست را نیل به هدف در نظر می گیرد که از طریق بسیج منابع و پی گیری اهداف جمعی قابل حصول است و بسیج منابع نیز با رسانه قدرت همراه است، قدرتی که مطابق تعریف پارسونز جهت «تأمین تعهدات الزام آور» به کار می رود (نصراالله زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

مدل تحلیلی پژوهش



شکل (۱): مدل تحلیلی پژوهش

این تحقیق به شیوه پیمایش اجرا شده است. با توجه به اینکه هدف اصلی و کلی این پژوهش تبیین رفتار انتخاباتی کنشگران اجتماعی شهروندان ایلام با تاکید بر الگوی AGIL پارسونز می‌باشد که برای تحقق این هدف لازم است مولفه‌های اصلی این الگو شناسایی و مورد آزمون قرار گیرد لذا این پژوهش از نظر هدف بنیادی می‌باشد، در تحقیق حال حاضر جامعه آماری شامل تمامی افراد بالای ۲۱ سال کلیه اقشار گروه‌های اجتماعی استان ایلام می‌باشد. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ و اطلاعات کسب شده از فرمانداری ایلام تمامی افراد بالای ۲۱ سال استان ۴۲۵ هزار نفر می‌باشد. بنابراین طبق فورمول کوکران نمونه آماری ۳۸۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب گردیدند، به این صورت که در مرحله اول ابتدا استان ایلام را به دو حوزه انتخاباتی شمال و جنوب تقسیم کرده و سپس در حوزه جنوبی ۱ شهر و در حوزه شمالی ۲ شهر با توجه به تراکم جمعیت و چیدمان نمایندگان مجلس بصورت تصادفی انتخاب شده و در گام بعدی در هر شهرستان ۲ حوزه بصورت تصادفی انتخاب و آنگاه از هر حوزه ۳ روستا به صورت تصادفی با روش قرعه‌کشی انتخاب گردید. جهت جمع‌آوری داده‌های کمی نسبت به طراحی پرسش‌نامه محقق ساخته اقدام شد که پس از سنجش مفاهیم و هماهنگی با اساتید راهنما و استاد مشاور نسبت به طراحی پرسش‌نامه اقدام شد که از جدول لیکرت ۵ گزینه‌ای برای پاسخ به سوالات طراحی شده استفاده شده است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق یک پرسشنامه محقق ساخته که شامل ۶ سوال دموگرافیک، ۵ گویه تخصصی رفتار انتخاباتی، ۱۰ گویه (نظام زیستی)، ۸ گویه (نظام اجتماعی)، ۸ گویه (نظام شخصیتی) و ۱۳ گویه (نظام فرهنگی) بود. جهت تایید روایی محتوایی پرسش‌نامه، سوالات مورد نظر پس از تدوین، توسط ۱۲ نفر از متخصصان دانشگاهی و اجرایی حوزه جامعه‌شناسی سیاسی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند و سوالاتی که مبهم و یا نامفهوم بودند حذف، اصلاح و یا جایگزین آن سوالات تعیین گردید. در این پژوهش برای ارزیابی پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است و به دلیل اینکه ضرایب آلفای تمام متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۷ می‌باشد می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی و قابلیت اعتماد مطلوبی برخوردار است.

۴- یافته های توصیفی

جدول ۱: توزیع فراوانی جنسیت، سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، وضعیت شغلی، نوع شغل

| جنسیت | فراوانی | درصد | سن | فراوانی | درصد | وضعیت تأهل | فراوانی | درصد |
|---------|---------|------|------------------|---------|------|------------|---------|------|
| | ی | | | د | | | | |
| مرد | ۱۹۲ | ۴۹/۹ | ۳۰ سال و کمتر | ۱۱۱ | ۲۸/۸ | مجرد | ۱۱۲ | ۲۹/۱ |
| زن | ۱۸۹ | ۴۹/۱ | ۳۱-۴۰ سال | ۱۳۷ | ۳۵/۶ | متاهل | ۲۳۳ | ۶۰/۵ |
| بی پاسخ | ۴ | ۱٪ | ۴۱-۵۰ سال | ۹۵ | ۲۴/۷ | بی پاسخ | ۴۰ | ۱۰/۴ |
| مجموع | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ | ۵۱-۶۰ سال | ۲۹ | ۷/۵ | جمع | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ |
| | | | بالاتر از ۶۰ سال | ۶ | ۱/۶ | | | |
| | | | بدون پاسخ | ۷ | ۱/۸ | | | |
| | | | مجموع | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ | | | |

| تحصیلات | فراوانی | درصد | وضعیت شغلی | فراوانی | درصد | نوع شغل | فراوانی | درصد |
|----------------|---------|------|------------|---------|------|----------|---------|------|
| | ی | | | د | | | | |
| بی سواد | | | بیکار | ۱۳۹ | ۳۶/۱ | آزاد | | |
| خواندن و نوشتن | ۴ | ۱٪ | شاغل | ۲۳۶ | ۶۱/۳ | دولتی | ۸۵ | ۲۲/۱ |
| ابتدایی | ۲ | ۰/۰۵ | بی پاسخ | ۱۰ | ۲/۶ | شرکت های | ۱۴۰ | ۳۶/۴ |
| کمتر از دیپلم | ۵ | ۱/۳ | مجموع | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ | خصوصی | ۱۱ | ۲/۹ |
| فوق دیپلم | ۲۲ | ۵/۷ | | | | دانشجو | ۲ | ۰/۰۵ |
| لیسانس | ۷۳ | ۱۹٪ | | | | بی پاسخ | ۱۴۷ | ۳۸/۲ |
| فوق لیسانس | ۵۵ | ۱۴/۳ | | | | مجموع | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ |
| دکتری | ۱۶۲ | ۴۲/۱ | | | | | | |
| مجموع | ۶۲ | ۱۶/۱ | | | | | | |
| | ۳۸۵ | ۱۰۰٪ | | | | | | |

طبق نتایج جدول (۱): ۴۹/۹ درصد پاسخگویان مرد و ۴۹/۱ درصد آنان نیز زن بودند. سن اکثریت پاسخگویان با ۳۵/۶ درصد با بیشترین فراوانی بین (۳۱-۴۰) سال و اکثریت پاسخگویان با ۶۰/۵ درصد متأهل بودند. همچنین تحصیلات اکثریت پاسخگویان با ۴۲/۱ درصد فراوانی فوق لیسانس داشتند و از بین تمام پاسخگویان ۶۱/۳ درصد با بیشترین فراوانی شاغل بودند که ۳۶/۴ درصد پاسخگویان در بخش‌های دولتی مشغول به خدمت بودند.

جدول ۲: توزیع فراوانی درآمد ماهیانه، محل سکونت، سابقه فعالیت حزبی

| درآمد ماهیانه | فراوانی | در | محل سکونت | فراوانی | در | سابقه فعالیت حزبی | فراوانی | در |
|--------------------|---------|------|-----------|---------|------|--------------------|---------|----|
| صد | صد | ی | صد | صد | صد | صد | صد | صد |
| کمتر از ۱/۵ | | ۱۹۳ | ایلام | | ۷/۵ | دارای سابقه فعالیت | | |
| میلیون | | ۱ | ایوان | | ۴ | حزبی | | |
| ۱/۳-۵ میلیون | ۲۵ | ۵۰/۱ | چرداول | ۶/۵ | ۴/۹ | فاقد سابقه حزبی | ۲۸۷ | |
| ۳-۵ میلیون | ۱۱۴ | ۰/۰۳ | سیروان | ۲۹/۶ | ۲/۹ | دارای سابقه حزبی و | ۱۹ | |
| بالاتر از ۵ میلیون | ۶۶ | ۰/۰۵ | مهران | ۱۷/۱ | ۱/۰۵ | اکنون خیر | ۱۱ | |
| بی پاسخ | ۱۴ | ۲۲/۳ | بدون پاسخ | ۳/۶ | ۰ | دارای سابقه حزبی و | ۲ | |
| مجموع | ۱۶۶ | ۲۲/۱ | مجموع | ۴۳/۱ | ۱/۱ | اکنون عضو | ۶۶ | |
| | ۳۸۵ | ۴/۷ | | ۱۰۰٪ | ۷ | بدون پاسخ | ۳۸۵ | |
| | | ۱۰۰ | | | ۱۰۰ | مجموع | | |
| | | ٪ | | | ٪ | | | |

طبق نتایج جدول (۲): میزان درآمد ۲۹/۶ درصد پاسخگویان با بیشترین فراوانی بین (۳-۱/۵) میلیون تومان بود. محل سکونت اکثریت پاسخگویان با ۵۰/۱ درصد شهرستان ایلام و اکثریت پاسخگویان با ۷۴/۵ درصد دارای سابقه فعالیت حزبی بودند.

۴-۱ یافته های استنباطی

جدول ۳-۴: آزمون توزیع نرمال بودن مؤلفه‌های مختلف پژوهش

آزمون کولموگروف

متغیر

| نتیجه آزمون | sig | k-s | انحراف استاندارد ± | میانگین |
|-------------------------|-------|------|--------------------|-----------------|
| توزیع داده‌ها نرمال است | ۰/۰۵۲ | ۲/۰۵ | ۱۵/۰۲۳ ± ۴/۴۴ | رفتار انتخاباتی |
| توزیع داده‌ها نرمال است | ۰/۰۵۹ | ۱/۶۵ | ۴۷/۴۰ ± ۸/۱۷ | نظام فرهنگی |
| توزیع داده‌ها نرمال است | ۰/۰۶۳ | ۱/۵۰ | ۲۹/۵۴ ± ۵/۵۶ | نظام اجتماعی |
| توزیع داده‌ها نرمال است | ۰/۱۲۶ | ۱/۱۷ | ۲۶/۸۱ ± ۵/۹۰ | نظام شخصیتی |
| توزیع داده‌ها نرمال است | ۰/۱۳۶ | ۱/۱۶ | ۳۱/۶۳ ± ۸/۵۰ | نظام زیستی |

به منظور تبیین متغیرهای مستقل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. بررسی نتایج آزمون جدول ۴- ۱۶ نشان داد که متغیرهای مختلف با احتساب سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ خطا است و این نشان می‌دهد که متغیرهای ذکر شده از توزیع نرمال برخوردار هستند. هم‌چنین میانگین نمرات (رفتار انتخاباتی، نظام فرهنگی، نظام اجتماعی، نظام شخصیتی و نظام زیستی) پاسخگویان از حد متوسط بیشتر بود.

فرضیه اول: بین نظام فرهنگی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه وجود دارد.

جدول ۴: نتایج حاصل از بررسی رابطه میان نظام فرهنگی با رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام (n=۳۸۵)

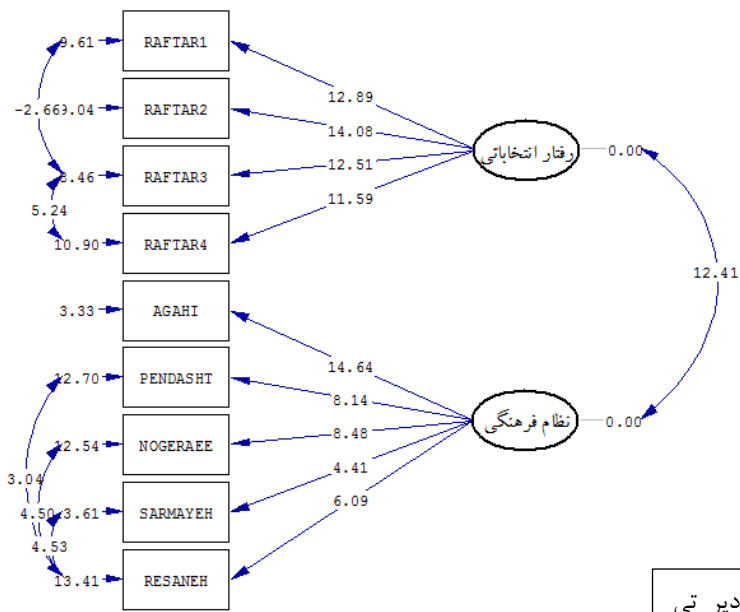
| P | R | متغیرهای مستقل | متغیر وابسته | فرضیه اول |
|-------|---------|----------------------|--------------------------|-----------|
| ۰/۰۰۰ | ۰/۳۴۹** | نظام فرهنگی | رفتار انتخاباتی شهروندان | تحقیق |
| ایلام | | | | |
| | | ** سطح معناداری ۰/۰۵ | ** سطح معناداری ۰/۰۱ | |

طبق نتایج جدول (۴)؛ نتایج حاصل از آزمون همبستگی میان نظام فرهنگی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام حاکی از آن است که بین دو متغیر مذکور در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (r= ۰/۳۴۹, Sig= ۰/۰۰۰). بنابراین هرچه میزان وجود عوامل فرهنگی در بین شهروندان ایلامی بیشتر باشد، بروز رفتارهای انتخاباتی افزایش می‌یابد.



Chi-Square=123.76, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.182

مقادیر استاندارد شده



Chi-Square=123.76, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.182

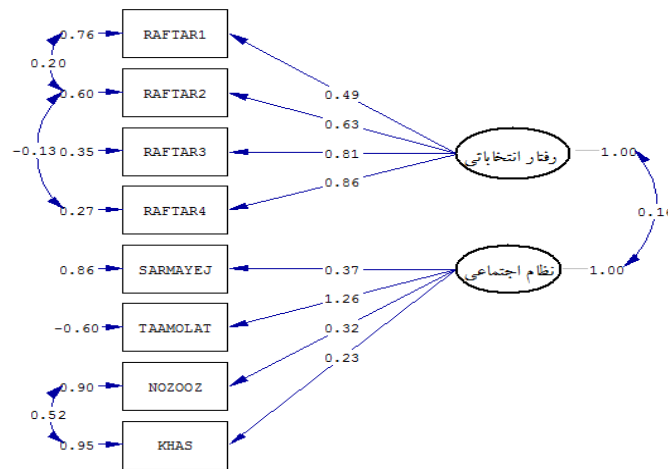
مقادیر تی

فرضیه دوم: بین نظام اجتماعی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه وجود دارد.

جدول ۵: نتایج حاصل از بررسی رابطه میان نظام اجتماعی با رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام (n=۳۸۵)

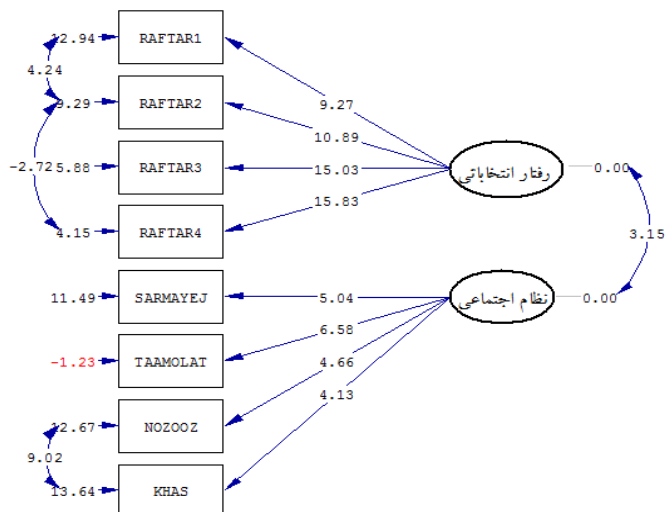
| فرضیه دوم | متغیر وابسته | متغیرهای مستقل | R | P |
|-----------|--------------------------------|----------------|-----------------------|----------------------|
| تحقیق | رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام | نظام اجتماعی | ۰/۲۰۱** | ۰/۰۰۰ |
| | | | **: سطح معناداری ۰/۰۱ | *: سطح معناداری ۰/۰۵ |

طبق نتایج جدول (۵)؛ نتایج حاصل از آزمون همبستگی میان نظام اجتماعی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام حاکی از آن است که بین دو متغیر مذکور در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۰/۲۰۱) r ، (Sig= ۰/۰۰۰). پس می‌توان گفت بین نظام اجتماعی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان وجود عوامل شخصیتی در بین شهروندان ایلامی بیشتر باشد، بروز رفتارهای انتخاباتی افزایش می‌یابد.



Chi-Square=33.70, df=16, P-value=0.00595, RMSEA=0.054

مقادیر استاندارد شده



Chi-Square=33.70, df=16, P-value=0.00595, RMSEA=0.054

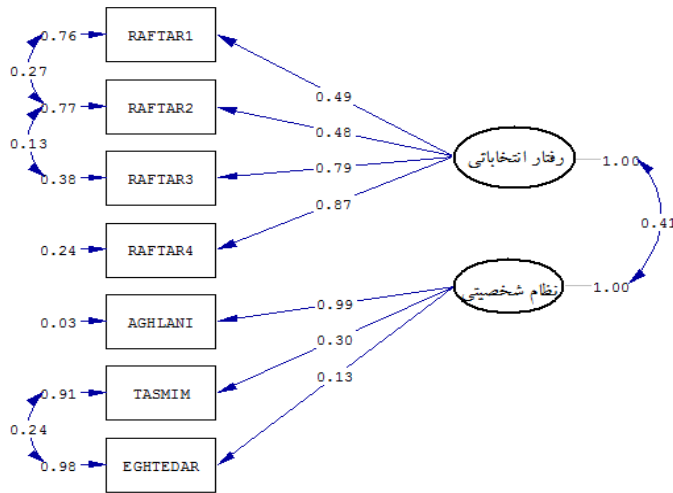
مقادیر تی

فرضیه سوم: بین نظام شخصیتی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه وجود دارد.

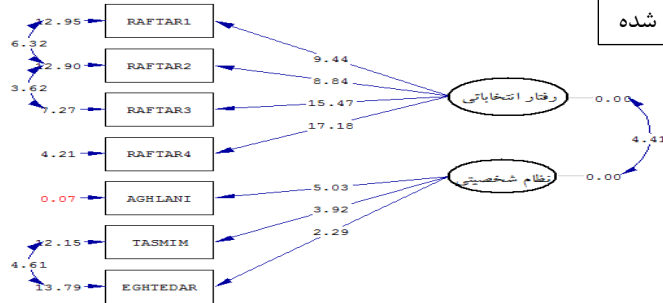
جدول ۶: نتایج حاصل از بررسی رابطه میان نظام شخصیتی با رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام (n=۳۸۵)

| P | R | متغیرهای مستقل | متغیر وابسته | فرضیه سوم |
|-------|---------|----------------------|--------------------------------|-----------|
| ۰/۰۰۰ | ۰/۲۹۲** | نظام شخصیتی | رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام | تحقیق |
| | | ** سطح معناداری ۰/۰۵ | ** سطح معناداری ۰/۰۱ | |

طبق نتایج جدول (۶)؛ بر اساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی میان نظام شخصیتی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام نشان دهنده آن است که بین دو متغیر مذکور در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (Sig=۰/۰۰۰ , r=۰/۲۹۲). بنابراین هرچه میزان وجود عوامل شخصیتی در بین شهروندان ایلامی بیشتر باشد، بروز رفتارهای انتخاباتی افزایش می یابد.



Chi-Square=9.59, df=10, P-value=0.47715, RMSEA=0.000



مقادیر استاندارد شده

Chi-Square=9.59, df=10, P-value=0.47715, RMSEA=0.000

مقادیر تی

فرضیه چهارم: بین نظام زیستی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه وجود دارد.

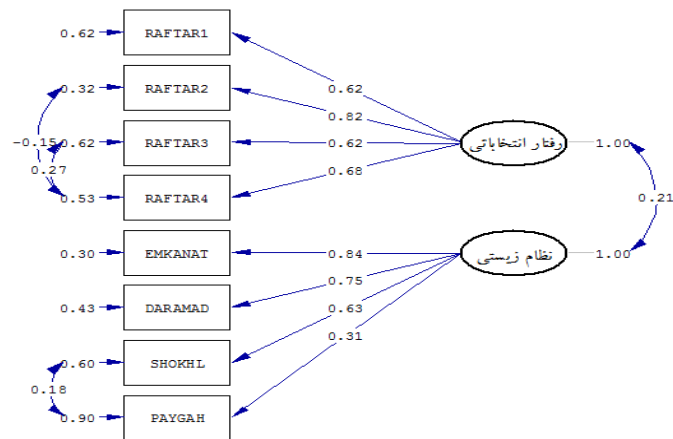
جدول ۷: نتایج حاصل از بررسی رابطه میان نظام زیستی با رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام (n=۳۸۵)

| P | R | متغیرهای مستقل | متغیر وابسته | فرضیه چهارم |
|-------|--------|----------------|--------------------------------|-------------|
| ۰/۰۲۳ | ۰/۱۱۶* | نظام زیستی | رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام | تحقیق |

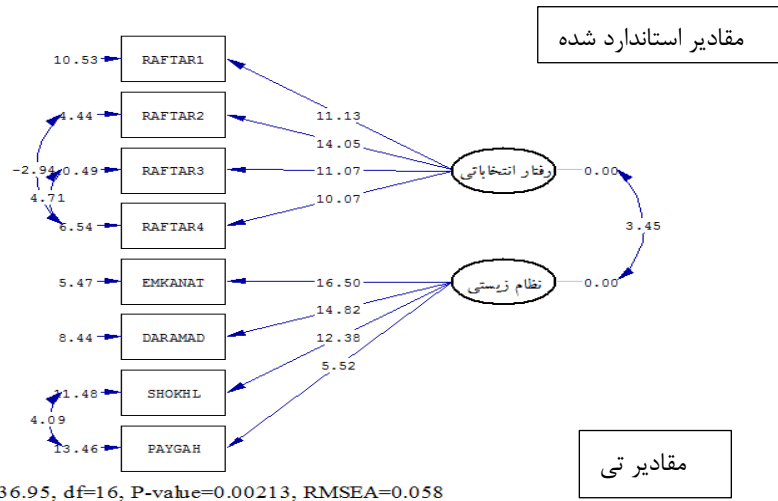
*: سطح معناداری ۰/۰۵

** : سطح معناداری ۰/۰۱

طبق نتایج جدول (۷)؛ بر اساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی میان نظام زیستی و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام حاکی نشان دهنده آن است که بین دو متغیر مذکور در سطح ۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (r= .۱۱۶ و Sig= ۰/۰۲۳). بنابراین هرچه میزان وجود عوامل زیستی و منافع فردی در بین شهروندان ایلامی بیشتر باشد، بروز رفتارهای انتخاباتی افزایش می یابد.



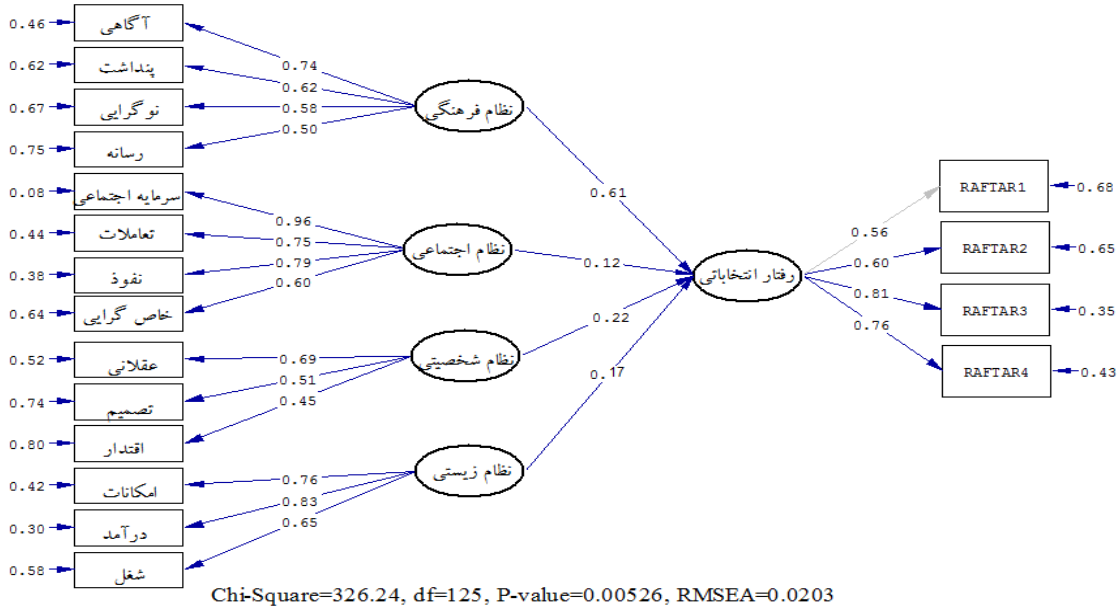
Chi-Square=36.95, df=16, P-value=0.00213, RMSEA=0.058



Chi-Square=36.95, df=16, P-value=0.00213, RMSEA=0.058

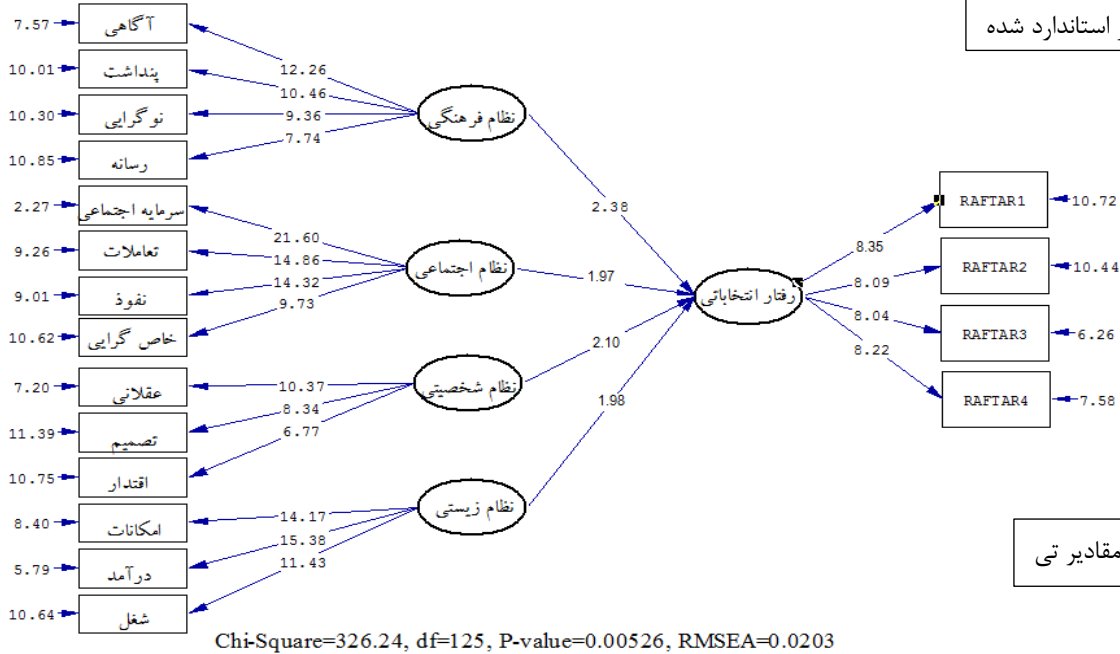
۴-۲ بررسی مدل نظری تحقیق و تحلیل چند متغیره

علاوه بر تحلیل دو متغیره، لازم است روابط بین متغیرهای مشاهده‌پذیر و پنهان و روابط ساختاری مورد بررسی قرار گیرد. به منظور رسیدن به این هدف، با استفاده از نرم‌افزار لیزرل مدل نظری تحقیق بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده مورد آزمون قرار می‌گیرد. پس از ورود اطلاعات در نرم‌افزار لیزرل و تعریف متغیرها، مدل زیر بدست آمده که در ادامه شاخص‌های مدل مورد تحلیل قرار می‌گیرند.



Chi-Square=326.24, df=125, P-value=0.00526, RMSEA=0.0203

مقادیر استاندارد شده



Chi-Square=326.24, df=125, P-value=0.00526, RMSEA=0.0203

مقادیر تی

بر اساس مدل طراحی شده، مقدار شاخص GFI ، 0.87 است بنابراین مدل دارای برازش نسبتاً خوبی است و مقدار شاخص $AGFI$ بعنوان تصحیح یافته شاخص GFI ، 0.83 است. شاخص $SRMR$ ، به عنوان استاندارد شده RMR از دقت بیشتری برخوردار است و مقدار آن وقتی برابر صفر است که مدل به گونه کامل برازش یافته باشد در مدل طرحی شده مقدار $SRMR$ برابر با 0.071 بوده است. ارزش عددی آزمون χ^2 دو در مدل مورد نظر $2/609$ است که این عدد تاحدودی نزدیک به گفته هورمن و گارسون است. بنابراین براساس «کی دو» بدست آمده می توان گفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. بتلر و بونت (۱۹۸۰) مقدار NFI برابر یا بزرگتر از 0.9 را در مقایسه با مدل صفر به عنوان شاخص خوبی برای برازندگی مدل های نظری

توصیه کرده اند. در مدل طراحی شده مقدار این شاخص برابر با ۰/۹۴ بوده است. شاخص برازندگی فراینده (IFI)، این شاخص شباهت زیادی به شاخص NFI دارد. بر پایه قرارداد، مقدار این شاخص باید دست کم ۰/۹۰ باشد که در مدل طراحی شده مقدار این شاخص برابر با ۰/۹۵ بوده است.

جدول شماره ۹: آزمون نیکویی برازش ساختار نظری با داده‌های مشاهده شده

| Latent Variables Model (Multiple items per construct) | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------|-----|------|---------|---------------|-------|------|------|---------|
| Path | Standardized path estimates | | | مقدار t | نتیجه رابطه | | | | |
| ← نظام فرهنگی رفتار انتخاباتی | *۰/۶۱ | | | ۲/۳۸ | معنی دار است. | | | | |
| ← نظام اجتماعی رفتار انتخاباتی | ۰/۱۲ | | | ۱/۹۷ | معنی دار است. | | | | |
| ← نظام شخصیتی رفتار انتخاباتی | ۰/۲۲ | | | ۲/۱۰ | معنی دار است. | | | | |
| ← نظام زیستی رفتار انتخاباتی | ۰/۱۷ | | | ۱/۹۸ | معنی دار است. | | | | |
| Latent Variables Model | X ² | df | GFI | AGFI | R.MR | SRMR | NFI | IFI | P-Value |
| | ۳۲۶/۲۴ | ۱۲۵ | ۰/۸۷ | ۰/۸۳ | ۰/۸۷ | ۰/۰۷۱ | ۰/۹۴ | ۰/۹۵ | ۰/۰۰۵۲۶ |

با توجه به جدول (۹)، روابط بین مفاهیم نهفته رفتار انتخاباتی، نظام فرهنگی، نظام اجتماعی، نظام شخصیتی و نظام زیستی معنی دار است. مقادیر t و ضرایب استاندارد شده موضوع مذکور را تأیید می‌کند. ضریب بین رفتار انتخاباتی و نظام فرهنگی برابر با ۰/۶۱، ضریب بین نظام اجتماعی و رفتار انتخاباتی برابر با ۰/۱۲، ضریب بین رفتار انتخاباتی و نظام شخصیتی برابر با ۰/۲۲، و ضریب بین رفتار انتخاباتی و نظام زیستی برابر با ۰/۱۷ است.

۵- بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتار انتخاباتی با تاکید بر الگوی AGIL پارسونز (مورد مطالعه استان ایلام) صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که بین نظام‌های (فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی و زیستی) و رفتار انتخاباتی شهروندان ایلام رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بنابراین فرضیات تحقیق تأیید شدند. نتایج این

فرضیات با نتایج پژوهش‌های ایبانه (۱۳۸۹)، وفادار (۱۳۷۵)، کیفر و خمانی (۲۰۰۹)، نقدی و همکاران (۱۳۸۹)، پرویزی (۱۳۹۱)، فاتحی دهاقانی و همکاران (۱۳۹۰)، وطن دوست (۱۳۹۰)، مسعودنیا و همکاران (۱۳۸۹)، احمدی پور و همکاران (۱۳۹۲)، اشورت (۲۰۰۶)، پرسون و تایلینی (۲۰۰۳)، رضایی (۱۳۹۲) سید امامی (۱۳۸۴)، ولدبیگی (۱۳۸۹)، چانگ (۲۰۰۸) همسویی دارد. در توجیه وجود رابطه بین نظام‌های (فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی و زیستی) رای دهندگان و رفتار انتخاباتی آنان می‌توان گفت؛ هنگامی که گروهی از مردم براساس ارزش‌های مشترک دینی به حزب یا نامزدی خاص رأی می‌دهند در واقع زمینه تقویت انسجام و پیوستگی اجتماعی را فراهم می‌کنند. با توجه به تعارف فوق نظام فرهنگی رأی بر گفتمان رأی‌دهنده - کاندیدا مبتنی است. عنصر بسیط این گفتمان، اندیشه، معنا و استدلال است. اصل تنظیم‌کننده رأی فرهنگی «بی‌تناقضی در نظام ارزشی و عقیدتی رأی و شرط تحقق آن صادقانه بودن گفتمان رأی‌دهنده - کاندیدا است. بنابراین اهمیت دادن به مسائل و رویداد های پیرامون، فعالیت‌گرایی و احساس مسئولیت در قبال جامعه و افراد آن جزء ارزش‌هایی است که از راه جامعه پذیری و در درون خانواده و در ارتباط با آنها آموخته شده و در افراد نهادینه می‌شود و در قبال کنش‌های مشارکت جویانه نمایانگر می‌شود. از سویی دیگر جنبه‌هایی از نظام شخصیت افراد نیز در زمینه‌ای از روابط و ارتباطات اجتماعی و روانی شکل می‌گیرد. می‌توان گفت گونه‌ای از این ارتباطات، شرکت در انتخابات است. این تفاوتها بی‌شک منجر به تغییراتی در نظام شخصیت افراد می‌شود. انسان جدا از محیط قابل تصور نیست، بلکه در ارتباط منسجم با محیط خود است و لازم است ماهیت انسانی او در ارتباط با محیطش شناخته شود. هم‌چنین هر نظام زیستی دارای ابعاد، و شاخصه‌های خاص خود است؛ که عمدتاً نشأت گرفته از فرهنگ، هنجارها، سیستم اجتماعی و... آن جامعه است. به طوری که خرده فرهنگ‌های غالب در هر منطقه (هر نظام زیستی)، به شکل مستقیم و غیر مستقیم بر روی رفتار افراد آن جامعه و نحوه رفع احتیاجات اساسی آن‌ها اثرگذار است. در نهایت نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که از بین عوامل مختلف در الگوی اجیل و پارسونز تمام ابعاد و متغیرهای مستقل با رفتار انتخاباتی رای دهندگان رابطه مثبت و معنادار دارند، با این وجود در تحلیل رگرسیون مشخص شد که نظام فرهنگی و نظام شخصیتی بیش از سایر عوامل تاثیر گذارند و تاثیر مستقیم دارند. در همین راستا تالکوت پارسونز، فرهنگ را نیروی عمده‌ای می‌داند که عناصر گوناگون جهان اجتماعی و یا به تعبیر خودش، نظام اجتماعی، را به هم پیوند می‌دهد. فرهنگ در نظام اجتماعی به صورت هنجارها و ارزش‌ها تجسم می‌یابد و در نظام شخصیتی ملکه ذهن کنشگران می‌شود. اما نظام فرهنگی تنها بخشی از نظام‌های دیگر نیست، بلکه به صورت ذخیره دانش، نمادها و افکار وجود جداگانه‌ای نیز برای خود دارد و نظام شخصیتی نه تنها به وسیله نظام فرهنگی بلکه از سوی نظام اجتماعی نیز نظارت می‌شود. تاریخ اجتماعی - سیاسی بشر تاکنون شاهد بروز و ظهور نظام‌های سیاسی متعددی بوده است. یکی از این نظام‌هایی که توانسته از دوران باستان تاکنون به شکل‌های مختلف در جوامع بشر خودنمایی کند دموکراسی است. انتخابات به عنوان یک

رویداد سیاسی و اجتماعی زمینه ساز مشارکت شهروندان و تحقق دموکراسی در جوامع است. زیرا مشارکت مردم در انتخابات یک کنش یک سویه نیست، بلکه کنشی دو سویه و تعاملی است میان انتخاب‌کننده و انتخاب‌شونده. رفتار انتخاباتی اشکال مختلفی دارد که پایین‌ترین سطح آن رأی دادن است که اکثر مردم این سطح را انجام می‌دهند اما سطحی که نماینده معرفی می‌کند و تبلیغات انجام می‌دهد و نشست برگزار می‌کند، رفتار انتخاباتی مرتبط با عمل سیاسی انجام می‌دهد دارای سطح بالاتری است. بنابراین گرایش رای دهندگان در هر جامعه بیشتر ریشه در محیط خانوادگی، شغلی و فرهنگی و جامعه‌پذیری سیاسی آنان دارد. مردم ضمن آشنا شدن با نظام سیاسی از راه کسب اطلاعات و تجربیات با وظایف، حقوق و نقش خود در جامعه آشنا می‌شوند. البته باید توجه داشت که در دهه‌های اخیر مجموعه‌ای از عوامل و نیروهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فناورانه که از حوزه‌های مختلف داخلی یا جهانی نشأت گرفته‌اند. تغییرات اجتماعی و سیاسی گوناگونی را رقم زده‌اند که تغییر در الگوهای رفتار انتخاباتی یکی از آنها به شمار می‌رود؛ ضمن اینکه ممکن است شهروندان در انتخابات کشوری، ناحیه‌ای و محلی الگوهای رفتاری متفاوتی از خود نشان بدهند.

پیشنهادات

- در راستای افزایش مشارکت مردم در انتخابات پیشنهاد می‌شود؛ نهادهای مربوطه و دولت در تقویت و احیاء سیستم اطلاع‌رسانی به مردم همت گمارند، همچنین با صیانت از آراء رای دهندگان آنان را به سمت این باور که رای آنان موثر است و این مشارکت می‌تواند بارزترین جلوه حضور آنها در تصمیم‌سازی های کلان کشوری باشد سوق دهند.
- پیشنهاد می‌شود، نهادهای نظارتی بر رفتار نمایندگان در مجلس شورای اسلامی، آنها را از رفتارهای سلیقه‌ای و نیز کارهایی که اعتماد عمومی را سلب می‌کنند باز دارد. همچنین با زمینه‌سازی و ارائه آموزش از پایه خصوصاً در مناطقی مانند ایلام که قبیله‌گرایی در آن نقش مهمی دارد در تربیت نسل بعدی برای جلوگیری از رفتارهای متعصبانه انتخاباتی باز دارد. همچنین می‌توان پیشنهاد نمود نهادهای نظارتی بر رفتار نمایندگان نسبت به صادق بودن آنها با مردم و پرهیز از رفتارهای ریاکارانه و اعتماد زدا تلاش کنند.
- در راستای شفافیت‌سازی برای عموم مردم پیشنهاد می‌شود، نهادهای نظارتی بر گردش مالی کاندیداها در انتخابات مختلف نظارت دقیق داشته باشند تا هم نسبت به هدر رفتن بیت‌المال و هم نسبت به تغییر در آراء و از همه مهمتر از دست رفتن اعتماد عمومی جلوگیری شود. در این راستا همانطور که در قانون اساسی نیز ذکر شده است ارائه فهرست اموال و دارایی های افراد قبل و بعد از تصدی یک پست و مسئولیت اجرایی و سیاسی می‌تواند راهی مهم و تاثیر گذار باشد.

منابع:

- ابیانه، سمیه (۱۳۸۹). مشارکت سیاسی در ایران، تهران: نشر گستره
- امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد و دیگران (۱۳۹۱). بررسی رابطه میان احساس محرومیت نسبی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان، دو فصلنامه علمی پژوهشی دانش سیاسی، سال هشتم، شماره اول.
- آشورث. (۲۰۰۶) و (۲۰۰۷). رفتار انتخاباتی، انگلیس: نشر دانشگاه آکسفورد.
- اعتمادی‌فرد، سیدمهدی (۱۳۸۹). پارسونز: اراده‌گرایی کنشی تا نظم اجتماعی. بررسی سیر تلاش‌های نظری پارسونز برای تبیین امر اجتماعی، نامه فرهنگ و ارتباطات.
- ایورسن، س و سوسکیس، م. (۲۰۰۶). رفتار انتخاباتی در اروپا، فرانسه، دانشگاه پاریس.
- بابایی، سمیه و دیگران (۱۳۹۲). طراحی راهبردهای مطلوب برای مدیریت خرده‌فرهنگ‌ها در شبکه استانی سیمای مرکزی قزوین، فصلنامه رادیو تلویزیون، سال نهم، شماره ۲۱.
- پرسون، و و تابلینی، ا. (۲۰۰۳). رفتار انتخاباتی و انواع آن، لندن: نشر دانشگاه آکسفورد.
- پرسون، و و تابلینی، ا. (۲۰۰۴). دموکراسی و مشارکت سیاسی؛ مبانی و مدل‌ها، لندن: نشر دانشگاه آکسفورد.
- پرویزی، علی (۱۳۹۱). نقش ایلات و عشایر ایلام در انتخابات. فصلنامه مطالعاتی فرهنگ. سال دوازده، شماره ۱.
- چلپی، مسعود (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی نظم. تهران. نشر نی. ص ۳۷.
- دارابی، علی. (۱۳۸۸). «بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱.
- دیانت، محسن (۱۳۹۵). تأثیر نظریه کارکردگرایی بر شکل‌گیری بروکراسی و ساختار فرهنگ در ایران، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال ششم، شماره ۲.
- درویشی، ع. (۱۳۸۹). تأثیر رقابت‌های حزبی بر رفتار سیاسی گروه‌های ایلی در ایلام، ایلام: مجله فرهنگ ایلام.
- رضایی، علی (۱۳۹۲). تحلیل استراتژیک انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان ایلام. مشهد: ماهنامه رضوان.
- شفیع‌ی، م. (۱۳۹۱). نگرشی بر نقش و کارکرد احزاب در فرآیند توسعه سیاسی در ایران. تهران: نشر فرهنگ.

- فاتحی دهاقانی، ابوالقاسم (۱۳۹۰). رابطه بین هویت قومی و مشارکت مدنی در شهرستان ایلام، ایلام: مجله فرهنگ.
- فرهی، علی و نوری، محمد (۱۳۹۵). بررسی فرهنگ سازمانی کارکنان ستاد مدیریت بحران وزارت کشور، فصلنامه مدیریت بحران، سال هشتم، شماره ۳۰.
- طبیبی‌نیا، موسی و نقدی، اسداله (۱۳۹۱). بررسی مشارکت سیاسی دانش‌آموزان و عوامل مرتبط با آن فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال سوم، شماره هفتم.
- کرداری، م. (۱۳۸۹). کارکردهای ساختاری پارسونز، تهران: نشر شمیم.
- کیفی، م و خمانی، د. (۲۰۰۹). مبانی و مدل‌های تصمیم‌گیری در انتخابات در هند، هند: دانشگاه راجستان.
- گلابی، فاطمه و حاجیلو، فتانه (۱۳۹۱). تأثیر خانواده بر مشارکت سیاسی زنان، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، سال سوم، شماره سوم.
- محمدی اصل، عباس (۱۳۸۵) «انتخابات، اجتماع و جامعه»، نشریه نامه شماره ۵۳.
- محمدرضایی، سیدعلی (۱۳۸۹). انتخابات در ایران، تهران: نشر آدینه
- مریدی، محمدرضا و تقی‌زادگاہ، معصومه (۱۳۸۴). بررسی جامعه‌شناختی عناصر ساختاری سیستم هنر، مجله علوم اجتماعی، دانشکده فردوسی مشهد.
- مسعودنیا، حسین و مهدی پور، آسیه (۱۳۸۹). فرهنگ سیاسی قبیله‌ای و مشارکت سیاسی در استان ایلام، فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی. شماره ۲۶.
- لیزری، آ و پریسکو، ب. (۲۰۰۱). مدل‌های رفتار انتخاباتی، آمریکا: نشر کینگ.
- نصراله‌زاده، محمدرضا و سرابی، حسن (۱۳۸۸). تمایزپذیری ساختی و کارکردی سازمان‌های نظامی از نهاد سیاسی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴.
- نقدی، اسدالله و کمربگی، خلیل (۱۳۸۹). مطالعه وفاق اجتماعی عام در جوامع شهری، روستایی و عشایری ایلام، ماهنامه ایلام غرب.
- نوروزی، فیض‌اله و فولادی سپهر (۱۳۸۸). بررسی امنیت زنان ۲۹-۱۵ ساله شهر تهران، در دو بعد احساس امنیت در محیط خانواده و احساس امنیت در مکان‌های عمومی.
- نیامتش، علیرضا (۱۳۸۴). زمینه‌های مساعد و نامساعد تحزب در ایران، فصلنامه بسیج، سال دوم، شماره ۲.
- وطن دوست، مهرداد (۱۳۹۰). مشارکت مدنی در ایلام، فصلنامه راهبردهای فرهنگی، سال اول، شماره ۴.

- ولدبیگی، عبدالشریف (۱۳۸۹). بررسی جامعه شناسی انتخابات در استان ایلام، فصلنامه علوم سیاسی. سال یازدهم، شماره ۴.

- Amir Ahmadi , Hooshang(1987) "A Theory of Ethnic Collective Movement and Its Application to Iran" Ethnic and Racial Studies, 10. No. 4, 364.