

Analysis of the effect of tribal structure on the electoral action in I.R.Iran

Taha Ashayeri*
Tahereh Jahanparvar**

Received: 2021/06/08
Accepted: 2021/09/06

Due to strategic historical conditions, Iranian society has always been a gathering place for various tribal groups (sometimes confrontation and sometimes interaction). In fact, cultural heterogeneity is an integral feature of the land of Iran historically, and according to the geographical structure, ethnic groups (Turks, Baluchis, Arabs, Persians, Kurds, Lors, etc.) have their own cultural beliefs, and this belief plays an important and decisive role. In social actions (electoral or non-electoral). Accordingly, the present study intends to examine the effect of tribal structure on citizens' electoral response.


The method of the present study is quantitative meta-analysis using cma2 software. The statistical population of the study consists of 35 cases related to the research topic and indexed in the scientific databases of Jihad Daneshgahi, Normagz, journals and publications, which intentionally and non-randomly selected 23 documents as a final sample considering the methodological, theoretical and experimental validity. Were.

The results show that high level tribal affiliation (0.451), mass media consumption (0.235), social capital (0.314), socio-political awareness (0.263), community elites (0.342), ethnic-local identity (0.215) At the intermediate level and level of education (0.199), emotional action (0.123), feeling of relative deprivation (0.184) had a significant effect on electoral response and finally, the overall effect of the research was equal to 0.195.

Keywords: Electoral behaviors, Family orientation, Identity, I.R.Iran, Relative deprivation.


* Faculty Member, Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences
Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, I.R.Iran (Corresponding author).

t.ashayeri@gmail.com

 0000-0018-2110-8899

** M.S in Political Science from Kashan University, Kashan, I.R.Iran.

Jparvar@yahoo.com

 0000-0002-2098-6861

تحلیل تأثیر ساختار طایفه‌ای بر کنش انتخاباتی در جمهوری اسلامی ایران

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۵

مقاله برای بازنگری به مدت ۸ روز نزد نویسندگان بوده است.

طاها عشایری*

طاهره جهان‌پور**

چکیده

ناهمگونی فرهنگی و ویژگی لاینفک سرزمین ایران به لحاظ تاریخی است و به تناسب ساختار جغرافیایی، اقوام باورهای فرهنگی مختص خود را دارند و همین نظام باوری، نقش مهم و تعیین‌کننده در کنش‌های اجتماعی (انتخاباتی یا غیرانتخاباتی) دارد. بر این اساس، پژوهش فعلی قصد دارد تأثیر ساختار طایفه‌ای بر کنش انتخاباتی شهروندان را بررسی نماید. روش پژوهش حاضر، فراتحلیل کمی با کاربرد نرم‌افزار cma2 در بازه زمانی ۱۳۸۰-۱۳۹۸ است. جامعه آماری پژوهش را ۳۵ مورد از پژوهش مرتبط با موضوع تحقیق و نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، نورمگز، مجلات و نشریات، تشکیل می‌دهد که به صورت عمدی و غیرتصادفی ۲۳ سند به عنوان نمونه نهایی با ملاحظه اعتبار روشی، نظری و تجربی انتخاب شدند. نتایج نشان می‌دهد که وابستگی ایلی - طایفه‌ای (۰,۴۵۱) در سطح بالا، مصرف رسانه‌های جمعی (۰,۲۳۵)، سرمایه اجتماعی (۰,۳۱۴)، آگاهی سیاسی - اجتماعی (۰,۲۶۳)، نخبگان جامعه (۰,۳۴۲)، هویت قومی - محلی (۰,۲۱۵) در سطحی متوسط و سطح تحصیلات (۰,۱۹۹)، کنش عاطفی (۰,۱۲۳)، احساس محرومیت نسبی (۰,۱۸۴) بر کنش انتخاباتی تأثیر معنادار داشته و در نهایت، اندازه اثر کلی پژوهش برابر با ۳۴ درصد بوده است.

واژگان کلیدی: انتخابات، جمهوری اسلامی ایران، خانواده‌گرایی، طایفه، محرومیت نسبی، هویت.

* عضو هیئت علمی گروه تاریخ و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

t.ashayeri@gmail.com

0000-0018-2110-8899

** مسئول هماهنگی و برنامه‌ریزی گفتگوهای فرهنگی بین‌المللی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

jparvar@yahoo.com

0000-0002-2098-6861

مقدمه

بیان مسئله: جوامع برای رسیدن به توسعه، نیازمند بهره‌گیری از ظرفیت کامل منابع انسانی خویش هستند (اسلامی و صائبی، ۱۳۹۴، ص. ۴۷۷) و در این راستا «انتخابات» از آنجا که با مشارکت گره خورده، یکی از ارکان مهم نظام‌های مردم‌سالار در عصر حاضر به شمار می‌آید (هاشمی و دیگران، ۱۳۸۸ و توسلی، ۱۳۸۲، ص. ۲۹۹). افزون بر این باید توجه داشت که کنش سیاسی، چون بر نتیجه و جهت انتخابات تأثیر دارد، شایسته توجه بوده و در تعیین کمیت و کیفیت مردم‌سالاری‌ها در جوامع مختلف مؤثر است. بر این اساس تحلیل مردم‌سالاری، نیازمند تأمل در کنش‌های سیاسی و اجتماعی است؛ کنش‌هایی که به‌نوبه خود ریشه در ساختار فرهنگی اجتماع دارند (بصیری و شادی‌وند، ۱۳۸۰، ص. ۲۳۰). از این منظر است که بررسی تأثیر ساخت‌های فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌ای برای شناخت گستره و عمق مردم‌سالاری در آن جامعه ضرورت یافته (جوج و گله‌دار، ۱۳۹۱، ص. ۱۰ و Norris, 1996) و به مسئله اصلی پژوهش حاضر تبدیل شده است.

اهمیت: در جامعه ایران، مناسبات طایفه‌ای به صورت تاریخی مهم بوده و مطالعات نشان از آن دارد که کشور ما به دلیل تنوع قومی بالایش، نمی‌تواند نسبت به این عامل مهم بی‌توجه باشد (عادلی، ۱۳۹۲، ص. ۱۹). این امر بیانگر اهمیت کاربردی موضوع حاضر است. به این معنا که در تجربه توسعه و پیشرفت، ما به هر حال باید به ویژگی طایفه‌ای بودن جامعه که بافت سنتی ما را شکل می‌دهد، توجه نماییم.

ضرورت: عدم توجه به ویژگی طایفه‌ای بودن ساخت اجتماعی در ایران، می‌تواند موضوع مهم تنظیم مناسبات بین فرد و جامعه را با دشواری روبه‌رو سازد (نک: گادیکانست، ۱۳۸۳، ص. ۵۵). در این‌گونه جوامع، همیشه جمع بر فرد اهمیت دارد و جمع‌گرایی از مهم‌ترین بعد تنوع فرهنگی در جامعه سنتی و طایفه‌ای است که برای تبیین تفاوت‌های بین فرهنگی گروه‌ها به‌کار می‌رود (نیازی و عشایری، ۱۳۹۴، ص. ۶۵). این ملاحظه لازم است تا در تدبیر عمومی جامعه لحاظ گردد. با این توصیف موضوع پژوهش حاضر دارای اهمیت راهبردی بوده و می‌تواند از اتلاف منابع ملی به‌واسطه عدم توجه به لوازم و مقتضیات ساخت طایفه‌ای جامعه، جلوگیری نماید.

اهداف: تقویت فرایند شناخت، تحلیل و مدیریت کنش‌های انتخاباتی در جامعه ایران، هدف اصلی پژوهش حاضر را شکل می‌دهد. در همین ارتباط، برجسته‌سازی نقش فرهنگ اجتماعی در تحلیل و مدیریت رفتارهای سیاسی و کمک به کارشناسان این حوزه، به عنوان دو هدف فرعی نویسندگان مدنظر است.

فرضیه و سؤال‌ها: این پژوهش فرضیه‌آزمایه نبوده و بر نظام سؤال‌ها استوار است. پرسش اصلی پژوهش عبارتست از: آیا ساختار طایفه‌ای در جامعه ایران بر کنش انتخاباتی مردم تأثیر معناداری دارد؟ در این راستا سؤال‌های فرعی زیر مطرح شده‌اند: عناصر اصلی رفتار انتخاباتی کدامند؟ و مؤلفه‌های ساخت اجتماعی طایفه‌ای در ایران کدامند؟

۱. پیشینه پژوهش

اگرچه در ارتباط با موضوع ساختار طایفه‌ای جامعه ایران مطالعات متعددی انجام و منتشر شده است؛ اما عموماً از منظر جامعه‌شناسی به موضوع پرداخته شده و مباحث سیاسی و به ویژه رفتار انتخاباتی، مدنظر نبوده‌اند. بر این اساس منابع موجود را در دو سطح می‌توان بررسی نمود:

۱-۱. پیشینه موضوع در نشریه دانش سیاسی

در خصوص کنش انتخاباتی در ایران به معنای عام آن منابع متعددی در نشریه دانش سیاسی منتشر شده که همه آنها به بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم و یا قشری از آنها در سطح ملی و یا شهر خاصی، پرداخته‌اند و از تمرکز بر موضوع طایفه‌گرایی در این آثار سراغی نمی‌توان گرفت. برای مثال می‌توان به مقاله‌های زیر اشاره داشت: غفاری هاشجین و دیگران (۱۳۸۹)، رسولی قهرودی و دیگران (۱۳۹۸) و یوسفی رامندی (۱۳۹۷).

۲-۱. پیشینه موضوع در سایر منابع علمی

با عنایت به تعدد منابع منتشر شده در این حوزه می‌توان آنها را به شرح جدول زیر دسته‌بندی و معرفی نمود:

جدول شماره (۱): مطالعات تجربی رفتار انتخاباتی ایرانیان

عنوان پژوهش	نویسندگان و سال پژوهش
عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی مردم استان ایلام (مجلس شورای اسلامی)	امینی (۱۳۹۸)
تبیین جامعه‌شناختی رابطه بین انواع مشارکت سیاسی با طبقات اجتماعی (مهاباد)	نصیری و دیگران (۱۳۹۸)
سرمایه فرهنگی و قانون‌گرایی و طایفه‌گرایی در شهر پارس‌آباد (انتخابات مجلس شورای اسلامی)	اختیاری و زارع شاه‌آبادی (۱۳۹۷)
نقش قومیت در رفتار انتخاباتی اجتماعات چندقومیتی (شهرستان بجنورد)	اکبری و فخاری (۱۳۹۶)
نقش عوامل اجتماعی و اقتصادی بر رفتار انتخاباتی مردم ایلام (انتخابات مجلس شورای اسلامی)	حیدری (۱۳۹۶)
مطالعه رابطه هویت‌گرایی محلی با کنش‌های انتخاباتی (مجلس شورای اسلامی لرستان)	عنبری و قلی‌زاده میرزایی (۱۳۹۶)
تحلیل رابطه طایفه‌گرایی اجتماعات محلی با توسعه سیاسی در شرایط انتخاباتی (شهرستان ممسنی)	سجادی و دیگران (۱۳۹۵)
تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم شهرستان خرم‌آباد (مجلس شورای اسلامی دوره دهم)	پولادوند (۱۳۹۵)
بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت سیاسی زنان (اهواز)	شجاعی (۱۳۹۵)
بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان دره‌شهر (ه نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی)	قاسمی (۱۳۹۵)
بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد (نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی)	نیکفر و اکبری (۱۳۹۴)
تأثیر شبکه‌های اجتماعی قومی، اعتماد بر رفتار انتخاباتی	قشمی میمند (۱۳۹۱)
بررسی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر رفتار انتخاباتی (کرمانشاه)	محمدی‌فر و دیگران (۱۳۹۱)

عنوان پژوهش	نویسندگان و سال پژوهش
بررسی عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم شهرستان رابر	محمدی انایی (۱۳۹۱)
تحلیل رفتار انتخاباتی	جعفری نژاد و دیگران (۱۳۹۱)
بررسی موانع اجتماعی و فرهنگی کنش انتخاباتی دموکراتیک (شهر نورآباد ممسنی)	شریفی (۱۳۸۹)
جامعه‌شناختی رفتار انتخاباتی شهر کرمانشاه (انتخابات ریاست جمهوری نهم و دهم)	محمدی (۱۳۸۹)
بررسی رابطه میان وابستگی ایلی - طایفه‌ای و تأثیر آن بر رفتار انتخاباتی (شهرستان باغملک)	صفری (۱۳۸۹)
بررسی رابطه هویت‌های جمعی با نگرش به مشارکت سیاسی (شهر نقده)	رضایی امینلویی (۱۳۸۸)
بررسی عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهندگان (تبلیغات و ویژگی‌های شخصی - قومی)	قلیش لی (۱۳۸۸)
بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر مشارکت مردم (انتخابات مجلس شورای اسلامی)	صیدمرادی (۱۳۸۷)
بررسی عوامل مؤثر بر وابستگی‌های عشیره‌ای در رفتار انتخاباتی (کرمانشاه)	اکبری (۱۳۸۷)
تعیین رابطه بین فرهنگ عشیره‌ای و رفتار سیاسی رأی‌دهندگان (دهلران)	بصیری و شادی وند (۱۳۸۰)

با تأمل در محتوای منابع بالا مشخص می‌شود که تحلیل تجربی میزان تأثیر عوامل مختلف اجتماعی و سیاسی بر میزان مشارکت و بعد از آن، بر الگوی رفتار رأی‌دهی مردم ایران؛ بیشترین میزان توجه محققان را به خود جلب نموده است. با این توضیح مشخص می‌شود که مقاله حاضر از حیث موضوعی به دلیل تمرکز بر ساخت طایفه‌ای از مقاله‌های پیشین متمایز است؛ چنان‌که روش انتخاب شده نیز آن را از سایر موارد متفاوت می‌سازد.

۲. مبانی مفهومی

به منظور تقریب نظام فکری و تحلیلی نویسندگان با جامعه مخاطب، مبانی مفهومی پژوهش به شرح زیر معرفی می‌شود:

۲-۱. انتخابات

انتخابات شیوه‌ای برای گزیدن تعداد معینی از میان شمار زیادی از افرادی است که برای رسیدن به قدرت و جایگاه سیاسی، رقابت می‌کنند و از منظر اجرایی، مجموعه عملیاتی است که در جهت گزینش فرمانروایان یا تعیین ناظرانی برای مهارت قدرت تدبیر شده است. در واقع، رأی‌دهنده ضمن رأی دادن که عملی حقوقی - سیاسی محسوب می‌شود، به صورت مستقیم و غیرمستقیم در شکل دادن به سیاست عمومی دخالت می‌نماید. پس انتخابات فرایندی دموکراتیک، زمان‌مند و مکان‌مند در جوامع مردم‌سالار است (زرقانی و رضوی‌نژاد، ۱۳۹۵، ص. ۷۸).

۲-۲. رفتار انتخاباتی

رفتار انتخاباتی ریشه در فرهنگ جامعه داشته و فرهنگ سیاسی هر جامعه هم به نوبه خویش بر پایه فرهنگ عمومی آن شکل می‌گیرد (بصیری و شادی‌وند، ۱۳۹۰؛ محمدی انایی، ۱۳۹۱ و قشمی میمند، ۱۳۸۹). بر این اساس می‌توان انتخابات را پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی ارزیابی نمود که دارای برون‌دادی سیاسی است. این برون‌داد بر روش مردم‌سالارانه گزینش مدیران جهت تصدی مسئولیت‌های سیاسی در جامعه دلالت دارد (کاویانی‌راد، ۱۳۹۲، ص. ۲۹ و صفری، ۱۳۸۹).

۲-۳. طایفه

طایفه به معنای گروه، دسته، جماعت یا گروهی از افرادی از تبار و یک نیای مشترک است (ماناگن و جاست، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۷). مبانی فرهنگ عشیره‌ای نظام سیاسی ایران در طول تاریخ بر پدیده انتخابات مؤثر بوده است (اختیاری اقدم و زارع شاه‌آبادی، ۱۳۹۷). سنت‌ها بخشی از نظام ساماندهی جامعه و نیز هنجارها یا به اصطلاح قوانین عرفی هستند (گودرزی، ۱۳۸۴، ص. ۵۵). نظام ایلی یا اجتماع کوچکی از انسان‌ها در درون جامعه بزرگ‌تر با معیارهای مشترک خویشی، زبان مشترک، زبان و سرزمین یکسانی است (نیازی و عشایری، ۱۳۹۴).

۲-۴. باورهای طایفه‌ای

تداوم ساختار اجتماعی و فرهنگی قبیله‌ای و خویشاوندی از گذشته‌های دور تاکنون در ایران، خصوصیات زندگی و رفتار قبیله‌ای حائز اهمیت بوده است. تاریخ این سرزمین با تاریخ ایلات و طوایف گره خورده است. پیشینه تاریخی ایران و مناطق مختلف کشور نشان می‌دهد که حافظه تاریخی مردم متأثر از رفت‌وآمدها، ائتلاف‌ها و تقابل میان ایل و عشایر بوده و این ویژگی با فرهنگ مردم آمیخته است (مسعودنیا و مهدی‌پور، ۱۳۸۸، ص. ۸۸).

۲-۵. ساختار نظام طایفه‌ای

طایفه‌گرایی نوعی احساس و انگیزه درونی در افراد ساکن در مکان و فضای جغرافیایی خاص است (رومینا و صادقی، ۱۳۹۴، ص. ۹۱). هر طایفه می‌تواند بر اساس خویشاوندی پدر تبار بوده باشد یا با همبستگی و اتحاد سیاسی - نظامی و اجتماعی با گروه‌های هم‌نژاد (غیرخویشاوند) شکل گیرد (کاویانی‌راد و ویسی، ۱۳۸۷، ص. ۳). پیوند ایلی در ایران، حاصل گذشته، روابط درونی و وابستگی اجتماعی است (سعیدی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۲). حمایت از عضو طایفه و ایل یکی از رسومات بنیادین زندگی ایلی است (شهبازی، ۱۳۶۶، ص. ۱۵۹). اعضای که با یکدیگر احساس خویشاوندی می‌کنند، به دفاع یا حمایت از همدیگر برمی‌خیزند (الهیاری و دیگران، ۱۳۹۱، ص. ۳۰). از آنجاکه نظام طایفه‌ای بر اساس نسب و حسب قبیله‌ای استوار بوده؛ پس ارکان مهم آن عصبیت طایفه‌ای است (جعفریان، ۱۳۸۰، ص. ۲۴). در واقع، جهان‌بینی خویشاوندی، زندگی دامداری و مدیریت مبتنی بر رهبری خان‌ها و سرکردگان ایلی، سه مؤلفه اساسی در شناسایی نظام ایلی است (تاپر، ۱۳۷۷، ص. ۱۶۰).

۳. مبانی نظری

با عنایت به هدف پژوهش و روش انتخاب شده، بیان مبانی نظری با هدف شناخت هر چه بهتر موضوع پژوهش و همچنین طراحی بهتر شاخص‌های تحلیل متون منتخب به شرح زیر ارائه می‌شود. در ارتباط با نحوه تأثیرگذاری نظام‌های اجتماعی بر کنش‌های انتخاباتی چند دیدگاه اصلی وجود دارد که عبارتند از:

۳-۱. تونیس: نظریه جامعه دوقطبی

تونیس به قالب و شاکله نظام طایفه‌ای در جوامع مختلف پرداخته و دو نوع مختلف از جوامع را از یکدیگر تمییز داده است:

الف. گماین شافت^۱ (اجتماع - معنوی)

گروه‌هایی که خودبه‌خود از اراده طبیعی، ذاتی و ارگانیکی هم‌دردی انسانی با احساس‌های نیرومند همبستگی و تعلق به وجود می‌آید. اراده آلی (ارگانیکی)، ریشه عمیقی در گذشته انسان به عنوان موجودی ذهنی و روانی (میل، عادت) دارد. در این سنخ، روابط اجتماعی مبتنی بر عواطف و روحیه گروهی متناظر است. خانواده و شبکه‌های محلی شناخت دو نمونه عالی اجتماع‌اند (لاو، ۱۳۹۵، ص. ۱۹۵).

ب. گزل شافت^۲ (جامعه - صوری)

اراده عقلانی باعث شکل‌گیری ساختگی گزل شافت می‌شود (لاو، ۱۳۹۵، ص. ۲۷۵). نوع اراده حاکم از نوع اختیاری، محاسبات فکری (یتس، ۱۳۸۵، ص. ۳۳)، تعمدی و هدفمند است (مونچ، ۱۳۸۶، ص. ۱۱۲). اراده معقول که عملی حساب‌شده و معطوف به آینده است. هدف آن کسب خوشبختی از راه تکبر، خودخواهی و سلطه است (لاو، ۱۳۹۵، ص. ۱۹۵). جامعه (حالتی است که در آن هر انسان یک تاجر است)، دارای روابط رسمی، تصنعی و مبتنی بر نفع فردی است. روابط در آن، از روی ادب و نزاکتی سرد و غیرشخصی است (لاو، ۱۳۹۵، ص. ۱۹۵). درنهایت، جامعه تونیزی به این شرح است:

جدول شماره (۲): مؤلفه‌های تضاد اجتماع/جامعه مطابق نظر تونیس

اراده ارگانیکی (اجتماع): جامعه پایگاهی	اراده معقول (جامعه): جامعه قراردادی
سامانه طبیعی، زیستی، عاطفی	سامان سطحی، ماشینی و عقلانی
سلول خانواده	سلول فرد، محاسب و سوداگری، سود و عایدی
غریزه و میل	خودخواهی و تجارت
عادت، رسم، عرف، مناسک و دین	سلطه سرمایه‌داری

(منبع: لاو، ۱۳۹۵، ص. ۱۹۹)

۲-۳. دور‌کیم: نظریه جامعه مکانیکی و ارگانیکی

دورکیم برای نشان دادن چگونگی گذار جوامع مکانیکی به سمت جوامع ارگانیکی به بررسی نظام‌های حقوقی به عنوان شاخص ملموس قواعد اخلاقی پرداخت (امیراحمدی، ۱۳۸۷، ص. ۸۰). او دو جامعه سنتی و مدرن را از هم تفکیک کرده است:

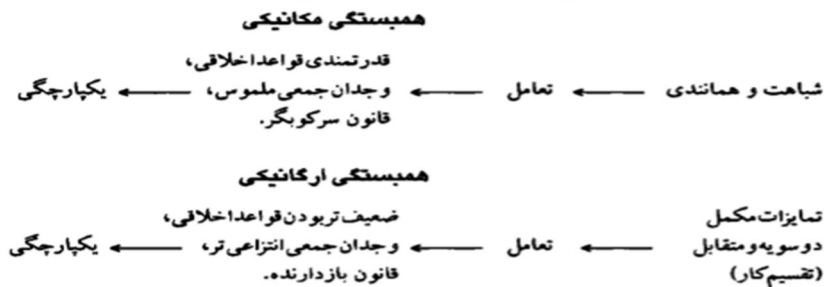
الف. جامعه مکانیکی

در این‌گونه جوامع فرض بر این است که هر فردی دارای یک جایگاه اجتماعی از پیش تعیین شده است و بنابراین افراد در جایگاه‌های اجتماعی‌شان متولد شده و از فرهنگ، آداب و سنن پیشین ارث می‌برند. به همین دلیل است که نقش افراد به نوعی تعریف شده است و ایشان لازم است در قالب ساخت اجتماعی معین شده (خانواده، قبیله، طایفه و...) به ایفای آن همت گمارده و به‌نوبه خود زمینه انتقال آن را به نسل بعدی‌شان فراهم سازند. به این ترتیب شاهد تعریف و شکل‌گیری یک همبستگی مکانیکی بین نسل‌ها در جوامع می‌باشیم (کومار، ۱۳۸۵، ص. ۱۱). در جوامع ساده (بدوی قطاعی و سنتی)؛ همانندی‌ها در افراد بالاست و تمایز میان افراد کم است. تضمین اجرای قانون و قواعد در این نوع جوامع تنبیهی است؛ یعنی نقض قواعد همبستگی با مجازات شدید همراه است. این جوامع کوچک هستند و شرایط هستی یکسانی دارند. ادراکات از وظایف افراد نیز یکسان است. سازمان‌های اجتماعی ساده و شکل آنها نیز قطاعی و در نهایت ایلی و مالکیت نیز حالتی اشتراکی دارد (تامپسن، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۸) و وابستگی متقابل میان افراد منشأ خویشاوندی است. جمع بر فرد سلطه داشته و به دلیل کنترل شدید بر اعضا؛ افق دید انسان‌ها محدود و مقید به سنت است (کرایپ، ۱۳۸۲، ص. ۱۲۸). نقش اجتماعی خاصی برای سراسر دوره زندگی هر فرد تعیین شده و گروه خویشاوندی رفتار اعضایش را تعریف و تنظیم می‌کند. دلیل انسجام ایلی و گروهی، وجود فرهنگ مشترک است (سیدمن، ۱۳۸۸، ص. ۵۸). افکار و گرایش‌های مشترک اعضای جامعه از نظر کمیت و شدت نسبت به افکار و گرایش‌های شخصی اعضا بیشتر است و با رشد فردیت نسبت معکوس دارد. همبستگی اجتماعی این نوع جوامع زمانی به اوج می‌رسد که وجدان فردی یکایک افراد جامعه منطبق با وجدان جمعی جامعه پرورش یابد و از هر نظر با آن یکی شود (کوزر، ۱۳۷۳، ص. ۱۹۰).

ب. جامعه ارگانیکی

در جوامعی که تقسیم کار پیشرفته دارند، شباهت میان افراد کمتر و تمایز بیشتر بوده و همین مبنای تخصصی شدن کارهاست. همبستگی اجتماعی میان وظایف تخصصی شده به عاملان آن بستگی دارد. مجازات تخطی از قواعد در این جوامع ترمیمی بوده و حقوق تنبیهی در این جوامع از رونق می‌افتند که نشانه افزایش تقسیم‌کار و دگرگون شدن اساسی نوع همبستگی اجتماعی است و همبستگی ارگانیک را پدید می‌آورد. این نوع همبستگی به روابط میان اندام‌های تخصصی شده بدن شباهت دارد (تامپسن، ۱۳۸۸، ص. ۱۲۲). در جوامع ارگانیکی، تقسیم کار زیاد و تمایز میان افراد، آدمیان را گرد هم می‌آورد. وجدان جمعی کم، یکپارچگی نظام (مؤسسات) زیاد و یکپارچگی اجتماعی (ارزش‌ها و هنجارها) کم است، فردیت زیاد دیده می‌شود و وجدان جمعی برای منزلت فرد، تساوی فرصت‌ها، اخلاق کاری و عدالت اجتماعی ارزش قائل است. به علاوه، روابط میان افراد با قراردادها تنظیم می‌شوند. سود شخصی زیاد بوده و طبقات مختلف نیز رشد می‌کنند (کرایپ، ۱۳۸۲، ص. ۱۳۱). مهم‌ترین عنصر تعریف جامعه جدید، نمود «تمایزپذیری» است. تقسیم کار مظهري از تمایزپذیری اجتماعی بوده و قراردادگرایی مظهر آنست (نوابخش، ۱۳۸۲، ص. ۱۲۸). بر این اساس دو سنخ جامعه مورد نظر دورکیم به این شرح است:

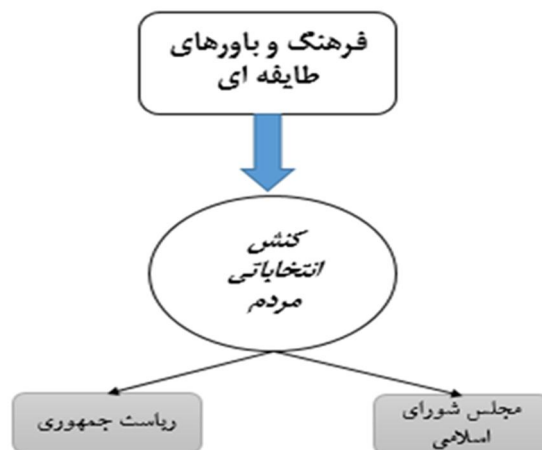
شکل شماره (۱): جامعه دو سنخی دورکیم



(منبع: استونز، ۱۳۸۹، ص. ۸۰)

بر این اساس، مدل نظری پژوهش با تکیه بر دیدگاه تونیس و دورکیم به شرح زیر خواهد بود:

شکل شماره (۲): مدل نظری پژوهش



۴. روش‌شناسی

در این پژوهش از فراتحلیل کمی بهره گرفته شده است. فراتحلیل نوعی پرسشنامه معکوس در پژوهش است، با ارجاع به مقالات منتشره، سال، متغیرهای معنی‌دار با وابسته ارزیابی می‌شود. در این روش که کاربردی است، حالتی گذشته‌نگر دارد، محقق یک نوع برآورد یا اثری از مجموع مطالعات انجام گرفته در یک بازمانی زمانی ثابت انجام می‌دهد. معمولاً ضریب همبستگی، میانگین، سطح معنی‌داری، به عنوان مهم‌ترین ابزار کار هستند. بعد موضوعی پژوهش مطالعه رابطه بین طایفه‌گرایی و رفتار انتخاباتی در ایران هدف اصلی پژوهش حاضر است. بازه پژوهش شامل اسناد علمی معتبر در ایران، در بازه زمانی ۱۳۸۰-۱۳۹۸ است. از میان بیش از ۳۵ مطالعات پژوهشی و توصیفی در زمینه طایفه‌گرایی و نظام انتخاباتی، ۲۳ سند پژوهشی که دارای ملاک‌های اولیه انجام فراتحلیل همچون، ضریب همبستگی، سطح معنی‌داری و مشخص بودن حجم نمونه بودند، گزینش شده‌اند که در جدول شماره ۳ عناوین مشخصات آنها آمده است. با توجه به اینکه در

فرا تحلیل هدف ترکیب مطالعات بومی و داخلی در حیطه یک قلمرو و موضوع پژوهشی است، در ایران هم تعداد ۲۳ پژوهش درباره رفتار انتخاباتی انجام گرفته که دارای نتایج بسیار ارزشمندی هستند. مشکل این مطالعات در پراکندگی روشی، جغرافیایی و نظری؛ نداشتن یک اندازه اثر ترکیبی ثابت (میزان اثرگذاری متغیرها بر رفتار انتخاباتی) و فقدان یک دستاورد تجربی جهت ارزشیابی آن در جامعه است. به این دلیل مطالعه فعلی قصد دارد، کمبودهای مطالعات فوق را برطرف کرده و به نتایج کلی‌ای در این زمینه دست یابد، که در پایان مقاله در قالب یک الگوی پیشنهادی ارائه خواهد شد.

۵. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

به منظور ارایه منسجم یافته‌های پژوهش، نویسندگان این یافته‌ها را در سه بخش تنظیم نموده‌اند:

۱-۵. یافته‌های توصیفی

در جدول زیر اطلاعات کلی و اولیه مربوط به پژوهش انتخاب شده ارائه شده است. چنان‌که ملاحظه می‌شود بازه زمانی وسیعی از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶ موضوع این تحلیل بوده‌اند که به اعتبار و روایی نتایج کمک خواهد نمود.

جدول شماره (۳): خلاصه ساختار توصیفی پژوهش

نویسندگان	روش	شیوه نمونه‌گیری	جامعه آماری	حجم نمونه	مکان
امینی (۱۳۹۸)	پیمایش	خوشه‌ای تصادفی	-	۳۸۴	ایلام
نصیری و دیگران (۱۳۹۸)	پیمایش	خوشه‌ای تصادفی چندمرحله‌ای	۱۸ سال بالا	۳۸۲	مهاباد
اختیاری و شاه‌آبادی (۱۳۹۷)	پیمایش	خوشه‌ای تصادفی چندمرحله‌ای	۶۵۲۰۷	۳۸۴	پارس‌آباد
اکبری و فخاری (۱۳۹۶)	پیمایش	تصادفی طبقه‌ای	۱۱۹۸۷۴	۳۶۷	بجنورد
حیدری (۱۳۹۶)	پیمایش	تصادفی	-	۴۰۰	ایلام

نویسندگان	روش	شیوه نمونه‌گیری	جامعه آماری	حجم نمونه	مکان
عنبری و قلی‌زاده میرزایی (۱۳۹۶)	پیمایش	خوشه‌ای تصادفی	۵۹۴۶۶	۳۸۲	الشر
سجادی قیداری و دیگران (۱۳۹۵)	پیمایش	تصادفی	۱۱۶۳۸۶	۱۰۰	فارس
پولادوند (۱۳۹۵)	پیمایش	تصادفی	-	۴۰۰	تهران
شجاعی (۱۳۹۵)	پیمایش	طبقه‌ای متناسب با حجم	۱۵ سال بالا	۳۸۴	اهواز
قاسمی (۱۳۹۵)	پیمایش	تصادفی ساده	۱۸ سال بالا	۳۰۰	دره شهر
نیکفر و اکبری (۱۳۹۴)	پیمایش	تصادفی طبقه‌ای	۵۵۷۳۶	۳۱۰	نورآباد
قمیشی میمند (۱۳۹۱)	پیمایش	خوشه‌ای	-	۴۰۰	شهر بابک
محمدی‌فر و دیگران (۱۳۹۱)	پیمایش	سهیمه غیر تصادفی	۶۴۳۱۲۸	۳۱۵	کرمانشاه
جعفری‌نژاد و همکاران (۱۳۹۱)	پیمایش	تصادفی ساده	۱۸ سال بالا	۴۰۰	هریس
محمدی انایی (۱۳۹۱)	پیمایش	تصادفی ساده	-	۳۰۰	رابر
شریفی (۱۳۸۹)	پیمایش	تصادفی طبقه‌ای	۵۷۰۰۰	۳۸۱	نورآباد ممسنی
محمدی (۱۳۸۹)	پیمایش	تصادفی	-	۳۸۳	اصفهان
صفری (۱۳۸۹)	پیمایش	تصادفی ساده	-	۳۳۰	باغ‌ملک
رضایی امینلویی (۱۳۸۸)	پیمایش	تصادفی	-	۳۸۰	نقده
قلیش لی (۱۳۸۸)	پیمایش	تصادفی ساده	-	۴۶۳	گلستان
اکبری (۱۳۸۷)	پیمایش	تصادفی خوشه‌ای	-	۱۵۰	کرمانشاه
صیدمرادی (۱۳۸۷)	پیمایش	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	-	۳۸۲	اصفهان
بصیری و شادی‌وند (۱۳۸۰)	پیمایش	اتفاقی	۹۵۰۰۰	۴۰۰	دهلران

البته از حیث پوشش استانی کمتر از ۵۰ درصد استان‌های کشور موضوع این پژوهش بوده‌اند و در این میان استان فارس و کرمانشاه با ۱۳ درصد بالاترین درصد در موضوع مطالعه کنش انتخاباتی را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره (۴): استان‌های مورد مطالعه

استان‌های مورد مطالعه	فراوانی	درصد فراوانی
آذربایجان شرقی	۱	۴.۳۴
آذربایجان غربی	۲	۸.۶۹
اردبیل	۱	۴.۳۴
اصفهان	۱	۴.۳۴
ایلام	۴	۱۷.۳۹
خراسان شمالی	۱	۴.۳۴
خوزستان	۲	۸.۶۹
فارس	۳	۱۳.۰۴
کرمان	۲	۸.۶۹
کرمانشاه	۳	۱۳.۰۴
گلستان	۱	۴.۳۴
لرستان	۲	۸.۶۹

از حیث سطح تحلیل پوشش نسبتاً خوبی را شاهد بوده و ترکیبی قابل قبول از شهرستان، شهر و استان دیده می‌شود که می‌تواند به اعتبار یافته‌ها کمک نماید. با توجه به آمار مشخص می‌شود که سطح شهرستان بیش از سایر مناطق با ۳۰.۴۳ درصد فراوانی مورد مطالعه محققان قرار گرفته است.

جدول شماره (۵): مکان انجام مطالعه

مکان مطالعه	فراوانی	درصد
شهرستان	۷	۳۰.۴۳
شهر	۸	۳۴.۷۸

مکان مطالعه	فراوانی	درصد
استان	۲	۸.۶۹
هر سه	۶	۲۰.۰۸
جمع کل	۲۳	۱۰۰

اما از حیث گروه هدف، تنوع لازم دیده نشده و می‌توان چنین اظهار داشت که موضوع اصلی انتخابات مجلس شورای اسلامی بود است.

جدول شماره (۶): گروه هدف در پژوهش

گروه موردی بررسی	فراوانی	درصد فراوانی
مجلس شورای اسلامی	۸	۳۴.۷۸
ریاست جمهوری	۱	۴.۳۴
هر دو مورد	۱۴	۶۰.۸۶
جمع کل	۲۳	۱۰۰

۲-۵. یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به بررسی محتوایی پژوهش‌های منتخب در این پژوهش با عنایت به مؤلفه‌های الگوی تحلیل پرداخته شده است.

الف. متغیرهای تأثیرگذار

نتیجه بررسی نوع متغیر و میزان تأثیرگذاری آنها در جدول زیر آورده شده است.

جدول شماره (۷): تأثیر متغیرهای مستقل بر کنش انتخاباتی

مقادیر گزارش شده					متغیر
P Value	Z Value	حد بالا	حد پایین	مقدار اثر	
۰.۰۰۰	۸.۱۵۳	۰.۴۹۹	۰.۳۲۴	۰.۴۱۵	وابستگی ایلی - طایفه‌ای
۰.۰۰۲	۲.۲۷۵	۰.۷۴۱	۰.۱۷۶	۰.۱۸۴	محرومیت نسبی
۰.۰۰۰	۴.۳۷۸	۰.۳۳۳	۰.۱۳۱	۰.۲۳۵	مصرف رسانه‌های جمعی
۰.۰۰۰	۴.۶۵۱	۰.۴۳۱	۰.۱۸۶	۰.۳۱۴	سرمایه اجتماعی

مقادیر گزارش شده					متغیر
P Value	Z Value	حد بالا	حد پایین	مقدار اثر	
۰.۰۴۶	۱.۹۹۶	۰.۷۹۴	۰.۰۱۰	۰.۱۲۳	کنش عاطفی
۰.۰۰۰	۴.۵۹۳	۰.۳۶۷	۰.۱۵۳	۰.۲۶۳	آگاهی سیاسی - اجتماعی
۰.۰۰۰	۵.۶۰۵	۰.۲۶۵	۰.۱۳۰	۰.۱۹۹	سطح تحصیلات
۰.۳۴۰	۴.۹۸۸	۰.۴۶۶	۰.۲۱۷	۰.۰۱۷	پایگاه اجتماعی - اقتصادی
۰.۰۰۰	۱۲.۰۱۵	۰.۳۹۲	۰.۲۹۰	۰.۳۴۲	الگوی مرجع (نخبگان جامعه)
۰.۰۰۳	۱۱.۸۴۳	۰.۳۴۹	۰.۱۶۵	۰.۲۱۵	هویت قومی - محلی

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که:

یک. وابستگی ایلی - طایفه‌ای با رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. هر چه سطح وابستگی ایلی - طایفه‌ای بالاتر برود، افراد به سمت‌وسوی نگرش طایفه‌ای در انتخابات قدم برمی‌دارند.

دو. محرومیت نسبی با رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. هر چه میزان محرومیت نسبی افزایش یابد، مردم افرادی را انتخاب می‌کنند که به نیازهای آن پاسخ داده و امید اجتماعی را در او برانگیزد.

سه. مصرف رسانه‌های جمعی با رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. هر چه میزان استفاده جامعه از رسانه‌های جمعی افزایش یابد، رفتار رأی‌دهی مردم تابعی از فردی می‌شود که در سطح رسانه بیشترین نقش و موقعیت را در فضای انتخاباتی برعهده گرفته است.

چهار. سرمایه اجتماعی با رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. سرمایه اجتماعی در نظام سنتی به عنوان امری محدودکننده و در دایره درون‌گروهی حرکت می‌کند. با افزایش میزان سرمایه اجتماعی در جامعه ایلی، انتخاب فرد تابع الگو و نگرش جمعی مرتبط با شبکه درون‌گروهی می‌شود.

پنج. بین کنش عاطفی و رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. کنش انتخاباتی در جامعه سنتی، تابع هیجان، عاطفه و شرایط خاص وجدان جمعی است که در فضای

انتخاباتی به‌وسیله الگوی مرجع، نظام سلسه‌مراتبی و گروه‌های مهم خویشاوندی، برانگیخته می‌شود.

شش. بین آگاهی سیاسی - اجتماعی و رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. با افزایش آگاهی سیاسی - اجتماعی، جامعه تا حدی از کنش انتخاباتی مبتنی بر سنت، تقدیر و نظام طایفه‌ای اجتناب کرده و الگوهای عقلانی - منطقی را اولویت قرار می‌دهند.

هفت. بین سطح تحصیلات و رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. سطح تحصیلات به دلیل افزایش سطح دانش و نگرش علمی و عقلانی، کنش فرد را در انتخابات از معیارهای ایلی - سنتی دور کرده و منافع جمع و ارزش‌های کلان عقلانی را دخیل می‌نماید.

هشت. بین هویت قومی - محلی و رفتار انتخاباتی شهروندان رابطه معنی‌داری دارد. هویت قومی - محلی و افزایش شدت این معیار، باعث می‌شد که کنشگران، در انتخابات از معیارهای محلی و مبتنی بر الگوی ایلی - طایفه‌ای تبعیت کنند.

ب. میزان تأثیرگذاری

با عنایت به تحلیل‌های آماری ارائه‌شده و به‌صورت مقایسه‌ای می‌توان چنین اظهار داشت که ساختار نظام طایفه‌ای بر کنش انتخاباتی تأثیر زیادی داشته است. بررسی مقادیر گزارش‌شده در جدول زیر مؤید این معنا است:

جدول شماره (۸): اثر کلی نظام ساختار طایفه‌ای بر کنش انتخاباتی

مقادیر گزارش‌شده					اثر کلی
P Value	Z Value	حد بالا	حد پایین	مقدار اثر	
۰.۰۰۰	۱۳.۴۳۸	۰.۳۹۳	۰.۳۰۰	۰.۳۴۸	تصادفی

نتایج نشان می‌دهد که مجموع متغیرهای مستقل بر وابسته دارای تأثیر معنی‌داری بوده و توانسته‌اند ۳۴ درصد از آن را تبیین نمایند. مهم‌ترین یافته‌ها در حد بحث حاضر عبارتند از:

یک. وابستگی ایلی - طایفه‌دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = ۰.۴۱۵$ و $\text{sig} = ۰.۰۰۰$)

برکنش انتخاباتی داشته است. طایفه و ایلی، نقش مهمی در سازمان‌دهی افراد در مشارکت

سیاسی دارند. در جوامع سنتی، تصمیم‌های فردی تابعی از نظام سلسله‌مراتب جمعی جامعه بوده و هنجارهای اجتماعی جامعه مکانیکی این فهم و روایت را القا می‌کند. به این ترتیب وجود هم‌پشتی در کنش انتخاباتی امری مهمی بوده و بر روی رفتار رأی‌دهی آنها اثرگذار است.

دو. احساس محرومیت نسبی زمینه‌های ($\text{Effect size} = 0.184$ و $\text{sig} = 0.002$) کنش انتخاباتی را تغییر می‌دهد. احساس محرومیت نسبی در ایجاد همبستگی افراد برای شرکت در امور سیاسی نقش مؤثری دارد. نامزدهایی که توان پاسخگویی و اقتناع ذهنی گروه‌های دارای محرومیت نسبی بالایی را دارند، می‌توانند رفتارهای انتخاباتی آنها را ایجاد انتظارات مثبت از پاسخ و حل نیازهای روانی و اجتماعی و عبور از آن موانع موجود جهت‌دهی نمایند.

سه. مصرف رسانه‌های جمعی دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.235$ و $\text{sig} = 0.000$) بر کنش انتخاباتی داشته است. رسانه‌ها اعم از محلی، ملی، دیداری و شنیداری، به واسطه انتقال جمعی پیام در میزان رأی‌دهی و سلاقی انتخاباتی افراد امری مهم بوده و این ابزار در ساختار نظام طایفه‌ای، جریان رفتارهای سیاسی افراد را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

چهار. سرمایه اجتماعی دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.314$ و $\text{sig} = 0.000$) بر کنش انتخاباتی داشته است. وجود سرمایه اجتماعی درون‌گروهی طوایف و گروه‌ها، باعث ایجاد هم‌دلی، هم‌اندیشی و اجماع درباره نحوه رأی‌دهی افراد شده و کنش انتخاباتی مجموعه خود را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

پنج. کنش عاطفی دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.123$ و $\text{sig} = 0.046$) بر کنش انتخاباتی داشته است. رفتارهای ایلی و نظام طایفه‌ای، به دلیل سیطره هنجارها و ارزش‌های جمعی اخلاق‌محور بوده و جریان‌های عاطفی - احساسی در تصمیم و کنش آنها تأثیر دارد، این امر سودگرایی، رفتار تجار مآبانه را کاهش و گروه‌های هدف را تابع الزام‌های کنش جمعی طایفه می‌کند و به این دلیل عاطفی بودن کنش در ساختار طایفه‌ای خود نقش مهمی در رفتار انتخاباتی افراد دارد.

شش. آگاهی سیاسی - اجتماعی دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.263$ و $\text{sig} = 0.000$) بر کنش انتخاباتی داشته است. آگاهی سیاسی - اجتماعی به میزان دانش، اطلاعات و تحلیل و ارزیابی نزدیک به واقعیت فرد از جریان‌های سیاسی دارد. بر این اساس، با

افزایش آگاهی سیاسی - اجتماعی فرد، نحوه کنش انتخاباتی و نوع رأی‌دهی نیز تفاوت خواهد کرد.

هفت. سطح تحصیلات دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.199$ و $\text{sig} = 0.000$) بر کنش انتخاباتی داشته است. میزان تحصیلات، به صورت غیرملموس روی انگیزه، باور و جهان‌بینی افراد نسبت به رفتارهای انتخاباتی تأثیرگذار است و فرد متناسب با میزان دانش خود، درباره کنش انتخاباتی خود نیز ارزیابی به عمل می‌آورد.

هشت. نخبگان جامعه دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.342$ و $\text{sig} = 0.000$) بر کنش انتخاباتی داشته است. در جوامع ایران به دلیل بافت سنتی، اهمیت داشتن الگوهای مرجع و نخبگان جامعه، رفتارهای انتخاباتی مردم نیز تحت تأثیر آنها قرار می‌گیرد. جوامعی با قالب طایفه‌ای - سنتی نیز سطح اثرپذیری در کنش‌های انتخاباتی از این الگو نسبتاً بالاست.

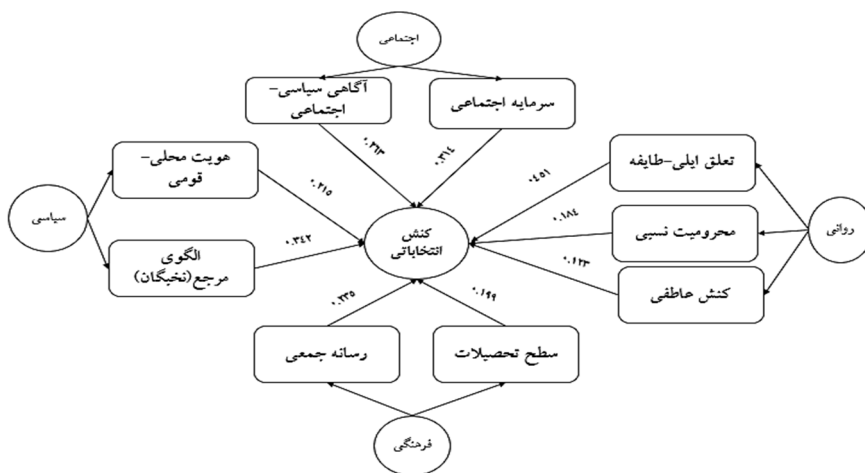
نه. هویت قومی - محلی دارای تأثیر معنی‌داری ($\text{Effect size} = 0.215$ و $\text{sig} = 0.003$) بر کنش انتخاباتی داشته است. انسان‌ها با داشتن هویت تعریف می‌شوند و شناسانه افراد هویت آنهاست. با گذار از یک جامعه سنتی به مدرن یا از یک انسان سنتی به انسان مدرن، همچنان علقه و باورهای گذشته فرد (ایل، طایفه، قوم) نقش مهمی را بازی می‌کنند. به این دلیل هر چه شدت هویت قومی - ایلی فرد بیشتر باشد، به همان میزان کنش انتخاباتی فرد تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

طایفه مشخص‌ترین و مهم‌ترین رده در سلسله‌مراتب ایلی و ساختار اجتماعی و سیاسی جامعه ایران را تشکیل می‌دهد که از چندین تیره تشکیل می‌شود. طوایف در سلسله‌مراتب سازمان اجتماعی عشایر ایران، بین ایل و تیره قرار می‌گیرند. ساختار نظام طایفه‌ای در دوران مشروطه در حوزه مشارکت سیاسی، اولین نقش سیاسی خود را در تاریخ ثبت کرده و در زمان پهلوی، کنش سیاسی آنها مورد غفلت واقع شد. تحولات جامعه و رخداد انقلاب اسلامی، باعث اهمیت یافتن مشارکت جامعه (روستایی، عشایری و شهری) به گونه برابر در مشارکت سیاسی گردید. وزن رأی بدون طبقه، محل تولد، نوع شغل و مذهب شده و همین مسئله فضای بازی سیاسی طایفه، ایل، قوم و ملت را در

جامعه ایرانی بعد به مطالبه‌گری مهم در سیاست کلان جامعه تبدیل نموده است. باورهای طایفه‌ای به دلایل زیستی - فرهنگی، نقش عمده‌ای در بازی‌های اجتماعی داشته و هدف گروه معمولاً تابعی از هنجارهای ایلی - طایفه‌ای است و این امر کنش عقلانی طوایف را درباره شرایط حساس سیاسی و اجتماعی تعیین می‌کند. در این میان، انتخابات در ایران (مجلس و ریاست جمهوری) به دلیل تنوع قومی و وجود ساختار ایلی - قومی، از این مسئله تأثیر می‌پذیرد. پژوهش فعلی با استفاده از فراتحلیل (پیمایش مطالعات صورت گرفته طی ۱۸ سال از ۱۳۸۰ الی ۱۳۹۸) در پی پاسخ به این سؤال بود که مؤلفه‌های مهم و اثرگذار ساختار طایفه‌ای بر کنش انتخاباتی در ایران پسانقلابی چه بوده است. با توجه به یافته‌های تجربی، مدل نهایی حاصل از پژوهش به شرح زیر پیشنهاد می‌شود که در آن مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار از ناحیه ساخت طایفه‌ای جامعه تبیین شده‌اند:

شکل شماره (۳). مؤلفه‌ای تأثیرگذار ساخت طایفه یا جامعه بر کنش انتخاباتی در ایران



یادداشت‌ها

1. Gemeinschaft
2. Gesellschaft

کتابنامه

- اختیاری اقدم، جواد و زارع شاه‌آبادی، اکبر (۱۳۹۷). «سرمایه فرهنگی و قانون‌گرایی مرتبط با گرایش به طایفه‌گرایی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر پارس‌آباد». تهران: دومین کنفرانس سالانه پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی.
- استونز، راب (۱۳۸۹). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*، (مهرداد میردامادی، مترجم). تهران: نشر مرکز. اسلامی، سعید و صائبی، غلامرضا (۱۳۹۴). «بررسی رفتار انتخاباتی زنان در ایران (مطالعه موردی: زنان شهر رشت در انتخابات ریاست جمهوری ایران دوره دهم و یازدهم)»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. (۳)، ۴۹۹-۲۷۷.
- اکبری، حسین و فخاری، روح‌الله (۱۳۹۶). «نقش قومیت در رفتار انتخاباتی اجتماعات چند قومیتی (مورد مطالعه: شهرستان بجنورد)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*. (۲)، ۹۰-۷۱.
- اکبری، لادن (۱۳۸۷). «بررسی عوامل مؤثر بر وابستگی‌های عشیره‌ای در رفتار انتخاباتی مردم در شهرستان کرمانشاه». (کارشناسی ارشد)، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، ایران.
- الهیاری، فریدون؛ فروغی ابری، اصغر و عبدالهی نوروزی، عزت‌الله (۱۳۹۱). «بررسی تحلیل جامعه‌شناسی تاریخی ساختار قدرت سیاسی، اجتماعی در ایل بختیاری، تحقیقات تاریخی»، *فصلنامه گنجینه اسناد*. ۲۲(۲)، ۵۰-۲۴.
- امیراحمدی، هوشنگ (۱۳۸۷). *جامعه سیاسی، جامعه مدنی و توسعه ملی*، (علی‌رضا طیب، مترجم). تهران: نقش نگار.
- امینی، سلام (۱۳۹۸). «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان مشارکت سیاسی مردم استان ایلام در مجلس شورای اسلامی (با تأکید بر پنج دوره اخیر سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۹۴)». (رساله دکتری تخصصی)، رشته جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی، واحد دانشگاه آزاد تهران مرکز، تهران، ایران.
- بصیری، محمدعلی و شادی‌وند، داریوش (۱۳۸۰). «تعیین رابطه بین فرهنگ عشیره‌ای و رفتار سیاسی رأی‌دهندگان دهلران»، *مجله راهبرد*. ۸(۷)، ۱۰۰-۹۱.
- بصیری، محمدعلی و شادی‌وند، داریوش (۱۳۹۰). «رفتار انتخاباتی در جوامع مبتنی بر فرهنگ عشیره‌ای (مطالعه موردی حوزه انتخابیه دهلران)»، *مجله راهبرد*. ۴(۷۸)، ۷۸-۹۱.

- پولادوند، اعظم (۱۳۹۵). «تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم شهرستان خرم‌آباد مطالعه موردی انتخابات مجلس شورای اسلامی دوره دهم». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، مجتمع دانشگاهی ولیعصر، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، تهران، ایران.
- تاپر، ریچارد (۱۳۷۷). *تاریخ سیاسی اجتماعی شاهسون‌های مغان*، (حسن اسدی، مترجم)، تهران: نشر اختران.
- تامپسن، کنت (۱۳۸۸). *نظریه دورکیم درباره هم‌بستگی اجتماعی*، (مهناز مسمی پرست، مترجم). تهران: نشر نی.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۲). *مشارکت اجتماعی در شرایط آنومیک جامعه*. تهران: دانشگاه تهران: مؤسسه انتشارات.
- جعفریان، رسول (۱۳۸۰). *تاریخ تحولات دولت و خلافت*. قم: مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی.
- جعفری‌نژاد، مسعود؛ بابانسیب، حیدر و ربیعی، شهریار (۱۳۹۱). «تحلیل رفتار انتخاباتی (مورد مطالعه: ریاست جمهوری، حوزه هریس)»، *فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی*. ۳(۷)، ۲۰۸-۱۵۹.
- جوج، مرتضی و گله‌دار، مجید (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی شهروندان شهر تهران)»، *مطالعات انتخاباتی*. ۲(۴)، ۱۹-۷.
- حیدری، نصرت‌اله (۱۳۹۶). «نقش عوامل اجتماعی و اقتصادی بر رفتار انتخاباتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی: حوزه انتخابیه ایلام»، *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی*، دانشگاه آزاد اسلامی. ۱۳(۳۸)، ۱۹۵-۲۰۸.
- رسولی قهرودی، مهدی و دیگران (۱۳۹۸). «تأثیر تبلیغات سیاسی منفی بر رفتار رأی‌دهی و مشارکت انتخاباتی»، *نشریه علمی دانش سیاسی*. ۱۵(۲)، ۴۶۴-۴۴۳.
- رضایی امینلویی، حسین (۱۳۸۸). «بررسی رابطه هویت‌های جمعی با نگرش به مشارکت سیاسی در شهر قم». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
- رضایی، حسین (۱۳۹۲). «نظریه‌های مشارکت سیاسی با رویکرد انتخاباتی»، *فصلنامه مطالعات انتخاباتی*. (۵ و ۶)، ۴۱-۷.
- رومینا، ابراهیم و صادقی، وحید (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر طایفه‌گرایی بر الگوی رأی‌دهی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)»، *فصلنامه ژئوپلیتیک*. ۱۱(۳)، ۱۱۶-۸۴.
- زرقانی، هادی و رضوی‌نژاد، مرتضی (۱۳۹۵). «بررسی و تحلیل الگوی فضایی پراکنش آراء در

- انتخابات یازدهم ریاست جمهوری ایران»، فصلنامه ژئوپولیتیک. ۱۲(۲)، ۱۰۴-۷۳.
- سجادی قیداری، حمدالله؛ پورطاهری، مهدی، صادقی، وحید و حسینی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۵). «تحلیل رابطه طایفه‌گرایی اجتماعات محلی با توسعه سیاسی در شرایط انتخاباتی (مطالعه موردی: شهرستان ممسنی)»، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. سال چهاردهم، ۱۱(۲۶)، ۳۸-۲۳.
- سعیدی، عباس (۱۳۹۰). *مبانی جغرافیای روستایی*. تهران: انتشارات سمت.
- سیدمن، استوین (۱۳۸۸). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، (هادی جلیلی، مترجم). تهران: نشر نی.
- شجاعی، حسن (۱۳۹۵). «بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر مشارکت سیاسی زنان (مورد مطالعه: زنان شهر اهواز)». (رساله کارشناسی ارشد دولتی)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، خوزستان، ایران.
- شریفی، عبدالرسول (۱۳۸۹). «بررسی موانع اجتماعی و فرهنگی کنش انتخاباتی دموکراتیک (نمونه موردی شهر نورآباد ممسنی)». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد دولتی)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
- شهبازی، عبدالله (۱۳۶۶). *ایل ناشناخته؛ پژوهشی در کوه‌نشینان سرخی فارس*. تهران: نشر نی.
- صفری، عبدالرحیم (۱۳۸۹). «بررسی رابطه میان وابستگی ایلی و طایفه‌ای و تأثیر آن بر رفتار انتخاباتی (مطالعه موردی: شهرستان باغملک)». (رساله کارشناسی ارشد)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
- سیدمرادی، عبدالله (۱۳۸۷). «بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۲-۱۳۵۸)». (پایان‌نامه ارشد)، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
- عادلی، علیرضا (۱۳۹۲). *نزاع، علل، پیامدها و راهکارها*. شیراز: انتشارات نوید شیراز.
- عنبری، موسی و قلیزاده میرزایی، حامد (۱۳۹۶). «مطالعه رابطه هویت‌گرایی محلی با کنش‌های انتخاباتی: بررسی انتخابات مجلس شورای اسلامی در لرستان»، فصلنامه توسعه محلی (روستایی - شهری). ۹(۲)، ۲۸۲-۲۶۱.
- غفاری هشتجین، زاهد و دیگران (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان سیاسی و فنی دانشگاه تهران»، نشریه علمی دانش سیاسی. ۶(۲)، ۲۰۷-۲۴۰.
- قاسمی، حسنعلی (۱۳۹۵). «بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهرستان دره شهر: با تأکید بر مطالعه نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی». (رساله کارشناسی ارشد دولتی)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

- قشمی میمند، عباس (۱۳۹۱). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی قومی، اعتماد بر رفتار انتخاباتی». (رساله کارشناسی ارشد)، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- قلیش لی، احمد (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهندگان با تأکید بر دو عامل تبلیغات و ویژگی‌های شخصی - قومی (مورد بررسی کاندیداهای انتخابات مجلس هشتم در استان گلستان)». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران.
- کاویانی‌راد، مراد (۱۳۹۲). *جغرافیای انتخابات با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری*. تهران: انتشارات خوارزمی.
- کاویانی‌راد، مراد و ویسی، هادی (۱۳۸۷). «بررسی تأثیر همسایگی بر انتخابات ایران، مطالعه موردی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران»، فصلنامه ژئوپولوتیک. ۴(۳)، ۱-۲۰.
- کرایپ، یان (۱۳۸۲). *نظریه‌های اجتماعی کلاسیک*، (شهناز مسمی‌پرست، مترجم). تهران: انتشارات آگه.
- کرایپ، یان (۱۳۸۵). *نظریه اجتماعی مدرن: از پارسونز تا هابرماس*، (عباس مخبر، مترجم). تهران: انتشارات آگه.
- کوزر، لوئیز (۱۳۷۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
- کومار، کریشان (۱۳۸۵). *مدرنیزاسیون و صنعتی شدن*، (منصور انصاری، مترجم، در کتاب جامعه‌سنی و جامعه مدرن ویراسته مالکوم واترز)، تهران: انتشارات نقش جهان.
- گایل، چالرز؛ لاری اشترن و مونتی پالمر (۱۳۹۱). *نگرشی جدید به علم سیاست*، (منوچهر شعجعی، مترجم). تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی هویت در ایران*. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- گادیکانست، ویلیام بی (۱۳۸۳). *پیوندها تفاوت‌ها؛ راهنمای ارتباط کارآمد بین گروهی*، (علی کریم (مله) و مسعود هاشمی، مترجم)، تهران: مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایران.
- لاو، الکس (۱۳۹۵). *مفاهیم بنیادی نظریه اجتماعی کلاسیک*، (فرهنگ ارشاد، مترجم). تهران: نشر آگه.
- ماناگن، جان و جاست، پیتر (۱۳۸۹). *انسان‌شناسی اجتماعی و فرهنگی*، (احمدرضا ارتقاء، مترجم). تهران: نشر ماهی.
- محممدی انایی، حسن (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر رفتار انتخاباتی مردم شهرستان رابر». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ دانشگاه یزد، دانشکده علوم

انسانی و اجتماعی، یزد، ایران.

محمدی‌فر، نجات؛ یوسفی، محمد؛ سوری، حسین و محمدی، منصور (۱۳۹۱). «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر رفتار انتخاباتی (کرمانشاه)»، فصلنامه دانش سیاسی و بین‌الملل. ۲۵(۲)، ۱۳۶-۱۱۵.

محمدی، منصور (۱۳۸۹). «تجزیه و تحلیل جامعه‌شناختی رفتار انتخاباتی با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری نهم و دهم (مورد مطالعه شهر کرمانشاه)». (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

مسعودنیا، حسین و مهدی‌پور، آسیه (۱۳۸۸). «فرهنگ سیاسی قبیله‌ای و مشارکت سیاسی در استان ایلام»، فصلنامه رهیافت‌های سیاسی بین‌المللی. ۱۰(۴)، ۸۹-۶۱.

مور، ویلبرت (۱۳۸۶). تغییر اجتماعی، (پرویز صالحی، مترجم). تهران: سمت.

مونچ، ریچارد (۱۳۸۵). تمایز، عقلانی شدن، ادغام، تولد جامعه مدرن، (منصور انصاری، مترجم، در کتاب جامعه سنتی و جامعه مدرن ویراسته مالکوم واترز). تهران: انتشارات نقش جهان. نصیری، حسام؛ کاظمی‌پور، شهلا و کفاشی، مجید (۱۳۹۸). «تبیین جامعه‌شناختی رابطه بین انواع مشارکت سیاسی با طبقات اجتماعی در شهر مهاباد»، فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه. ۸(۱)، ۲۱۸-۱۹۱.

نوابخش، مهرداد (۱۳۸۲). مبانی نظریه در جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات پردیس دانش.

نیازی، محسن و عشایری، طاها (۱۳۹۴). نزاع دسته‌جمعی در جوامع عشایری ایران. تهران: سخنوران.

نیکفر، جاسب و اکبری، سارا (۱۳۹۴). «بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان شهر نورآباد در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی»، مدیریت شهری. ۵(۴۰)، ۳۵۲-۳۲۹.

هاشمی، سیدضیاء؛ فولادیان، مجید و فاطمی امین، زینب (۱۳۸۸). «بررسی عوامل اجتماعی و روانی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم شهر تهران»، پژوهشنامه علوم سیاسی. ۱(۵)، ۲۲۶-۱۹۹. یتس، دانیل و فردپلاگ (۱۳۸۵). انسان‌شناسی فرهنگی، (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.

یوسفی رامندی، رسول (۱۳۹۷). «الگوی رفتار رأی‌دهی مردم در انتخابات جمهوری اسلامی ایران، مبتنی بر رویکرد بازاریابی سیاسی»، نشریه علمی دانش سیاسی. ۱۴(۲)، ۹۵-۶۳.

Norris, Lawrence-Leduce, G. Niemt, pippa (1996). *Comparing democracies sage publication. newdelhi.*

