

خاستگاه قومیتی داوطلبان و تأثیر آن بر رفتار رأی دهندگان در دهمین دوره انتخابات

مجلس شورای اسلامی (مطالعه موردی، شهر قزوین)

معصومه شیشه گرها^۱ - دکتر مالک ذوالقدر^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۵ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۹

چکیده :

در این پژوهش که تحت عنوان "خاستگاه قومیتی داوطلبان و تأثیر آن بر رفتار رأی دهندگان در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی (مطالعه موردی، شهر قزوین)" به نگارش درآمده است، خاستگاه قومیتی داوطلبان از حیث قومیت و تعلق بومی بررسی شده است. از سوی دیگر نگرش مردم نسبت به کاندیداهای قومی و بومی نیز مورد نیز مورد سنجش قرار گرفته است. در این پژوهش که به صورت پیمایشی انجام شده حجم نمونه ۱۵۰ نفر از شهروندان بالای ۲۰ سال ساکن در ۱۳ شهر حوزه انتخابیه قزوین، البرز، و آبیگ بوده‌اند. در بررسی خاستگاه قومیتی و بومی و داوطلبان با روش بررسی اسنادی و کتابخانه‌ای و همچنین جمع آوری اطلاعات از طریق مطلعین سیاسی استفاده شده است. برای جمع آوری و بخش نگرش شهروندان نیز از ابزار پرسشنامه و مصاحبه حضوری استفاده کرده‌ایم.

براساس نتایج بررسی‌ها کلیه داوطلبان ۳ اصل را در انتخاب خود مورد توجه قرار داده‌اند که این اصول به ترتیب اولویت عبارتند از: (۱) بهره مندی از خاستگاه قومیتی (۲) بهره مندی از خاستگاه بومی بودن و جغرافیای تولد یا زیست و (۳) بهره مندی از حمایت‌های معتمدین و ذی نفوذان قومی- بومی و سیاسی

واژگان کلیدی: انتخابات، الگوی رأی دهی، قومیت، دهمین دوره انتخابات مجلس قزوین

^۱ - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، علوم سیاسی، دانشده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، قزوین، ایران

mshishegarha@yahoo.com

^۲ - استاد و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، زنجان، ایران
malek_zolghader@yahoo.com

مقدمه:

انتخابات یکی از مهمترین شاخصه نظام‌های دموکراتیک و مردم سالار است که این امر را در سطوح مختلف برگزار می‌کنند. مشارکت در انتخابات، یکی از انواع مشارکت سیاسی است که در جامعه شناسی جایگاه ویژه‌ای دارد.

در این راستا، تحلیل کنش انتخاباتی به عنوان یکی از ویژگی‌های جامعه شناسی سیاسی مورد بررسی و مطالعه صاحب نظران قرار گرفته است.

از نیمه دوم قرن بیستم کوشش دانشمندان در خصوص بررسی رفتار سیاسی شهروندان بویژه در مشارکت انتخاباتی آغاز شد و در این رابطه، به تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان از یک سو و نحوه ساماندهی و مدیریت نگرش جامعه برای کسب آراء آنها برای پیروزی در انتخابات به عنوان دو امر تأثیرگذار در حوزه جامعه شناسی سیاسی در فضای انتخاباتی و هنگام رأی دادن مورد مطالعه آنها قرار گرفت. در این خصوص رفتار رأی دهی شهروندان را در رابطه با عوامل سیاسی، فرهنگی، مذهبی، سنی، خانوادگی و اقتصادی مورد مطالعه و بررسی قرار دادند.

اساسی‌ترین عملکرد مشارکت رأی دهی، دادن فرصت برای جانشینی و انتقال پست‌ها و مسئولیت‌ها در جامعه می‌باشد. مطالعه رفتار رأی دهندگان در فضای مشارکت انتخاباتی تحت عنوان یک کنش سیاسی در کشورهای مردم سالار، مورد توجه و بررسی بسیاری از اندیشمندان قرار گرفته است. در این امر مطالعات فراوانی صورت گرفته و بررسی‌ها و تحقیقات گسترده‌ای انجام شده است.

در جمهوری اسلامی ایران نیز با شکل‌گیری مردم سالاری دینی، شاهد برگزاری انتخابات متعدد مردمی و تجربه مناسب در این زمینه بوده‌ایم، و با گذشت بیش از سه دهه با برگزاری انتخابات‌هایی در سطوح ریاست‌جمهوری (ملی)، مجلس شورای اسلامی (منطقه‌ای)، و شوراهای شهر و روستا (محلی)، باعث بروز رفتارهای متفاوتی در صحنه‌های انتخاباتی شده است. که تأثیر متغیرهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، و سیاسی را می‌توان در این انتخابات‌ها را می‌توان در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی مورد بررسی قرار داد.

انتخابات مجلس شورای اسلامی به عنوان یکی از مهم‌ترین سطوح انتخابات در کشور مطرح است که در این پژوهش با عنوان "خاستگاه قومیتی داوطلبان و تأثیر آن بر رفتار رأی دهندگان در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی (مطالعه موردی، شهرقزوین)" کنش انتخاباتی شهروندان جامعه مورد مطالعه، مورد بررسی قرار می‌گیرد و با بررسی ویژگی‌های داوطلبان تأثیر متغیر قومیت در رفتار رأی دهی شهروندان، فرآیند مشارکت انتخاباتی رأی دهندگان جامعه مورد نظر، کنکاش و با شیوه میدانی تجزیه و تحلیل شد.

بیان مساله:

دموکراسی واژه‌ای است برگرفته از واژه‌های یونانی دمو^۱ به معنی مردم و کراسیا^۲ به معنی قدرت (یا، حکومت، حاکمیت) و شیوه‌ای برای اداره جامعه و احترام به رأی اکثریت و آزادی‌های فردی و مدنی و... از ویژگی‌های بارز آن می‌باشد.

از قرون پانزدهم و شانزدهم تمایل به مشارکت گسترده مردمی همراه با افزایش آگاهی سیاسی و بکارگیری بیشتر نیروهای اجتماعی در سیاست، آغاز شد و در عصر روشنگری و انقلاب صنعتی در قرون هیجدهم و نوزدهم به اوج خود رسید.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی سال ۵۷ و استقرار نظام جمهوری اسلامی ایران، اداره امور کشور به اتکاء آراء عمومی اداره می‌شود، از طریق انتخابات، انتخاب رئیس جمهور، نمایندگان مجلس خبرگان رهبری، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، و اعضای شوراهای شهر و روستا که با رأی مردم انتخاب می‌شوند.

انتخابات را می‌توان آئینه تجلی حضور و مشارکت مردم در تعیین سرنوشت خویش نامید. که در آن، فرهنگ، تعالی و رشد خود را به نمایش می‌گذارند و ابزاری که به وسیله آن می‌توان اراده شهروندان را در انتخاب متصدیان امور کشور مداخله داد. رأی دهی و مشارکت در انتخابات رایج‌ترین نوع مشارکت سیاسی برای شهروندان در جوامع مردم‌سالار است. (مطالعه و تحلیل رفتار رأی دهندگان نیز از مباحث مهم در جامعه شناسی سیاسی است). به لحاظ سطح برگزاری، می‌توان

1 - demos

2 - cratia یا krato

انتخابات در ایران را به ملی و محلی تقسیم نمود. به عنوان نمونه، انتخابات ریاست جمهوری، ملی است و انتخابات مجلس شورای اسلامی استانی، شهرستانی، و (محلی و منطقه‌ای) محسوب می‌شود. با توجه به اینکه انتخابات در کشور، به حوزه‌های انتخابی تقسیم می‌شود انتخابات جنبه قومیتی به خود می‌گیرد. استان قزوین نیز از اقوام و طوایف گوناگونی تشکیل شده است و با توجه به اینکه در مناطق مختلف زندگی می‌کنند، به دنبال کسب منافع خود می‌باشند. از این جهت هر کدام از طوایف در هر یک از انتخاباتی که جنبه محلی پیدا می‌کند یک یا چند کاندیدا معرفی می‌کنند. شهرهای مبتنی بر نظام طایفه‌ای اگر چه وارد مرحله شهرنشینی شده‌اند اما بسیاری عناصر سنتی مثل طایفه‌گری در این شهرها نقش اصلی را داشته و همین تفکر معمولاً همراه مهاجرانی که به شهر مهاجرت کرده‌اند، وارد شهرها شده است. جمعیت مردم این شهرها را قومیت‌های مختلف تشکیل می‌دهد که به زبان‌های متنوعی تکلم می‌کنند و مبنای رأی دادن آنها هم قومی شده است؛ یعنی برای اینکه یک قومیت در انتخابات پیروز شود، مردم باید ایده آل نگری یا اصلح بودن را کنار بگذارند و در مقابل به قومیت‌گرایی بیندیشند و به کاندیدای مورد نظر که وابستگی قومی دارد، رأی بدهند. در اینگونه شهرها وقتی که از امر سیاسی صحبت می‌شود به اهمیت خویشاوندی به عنوان منبع و عامل تولید قدرت و در مراحل بعدی به توزیع قدرت پی می‌بریم، افراد در فضای شهری مفاهیم "خود و دیگری" را در قالب تیره‌ها، طایفه‌ها و عشیره‌هایشان تعریف و با آن زندگی می‌کنند.

براساس مطالعات انجام گرفته عوامل مختلفی در شیوه رأی دهی شهروندان تأثیر دارد و مهمترین عواملی که تعیین کننده فرهنگ سیاسی در یک جامعه محسوب می‌شود شرایط تاریخی، خصوصیات جغرافیایی، ساختار اجتماعی- اقتصادی و آداب، رسوم و سنت‌ها، و ارتباطات اجتماعی آن جوامع می‌باشد. مساله اصلی در این تحقیق این است که رأی دهندگان در الگوی رأی دهی تا چه میزان از خاستگاه قومیتی داوطلبان تأثیر پذیرفته‌اند؟

مبانی نظری:

یکی از ویژگی‌های مسایل سیاسی و اجتماعی چند وجهی بودن آنها می‌باشد. بطوریکه

در بررسی آنها صرفاً نمی‌توان با یک رویکرد نسبت به تبیین و تحلیل آنها اقدام نمود. خاصه اگر در تبیین آنها بخواهیم رفتار افراد را نیز مورد توجه قرار دهیم. حال با توجه به تنوع قومیتی جامعه مورد مطالعه و چند وجهی بودن پدیده انتخابات از نظریات مختلف جامعه‌شناختی، اقتصادی و روانشناختی بهره برده‌ایم.

نظریه جامعه‌شناختی سیاسی

از زمانی که پایه‌های قدرت سیاسی در حوزه جوامع استقرار یافته است، مشارکت و به عبارت بهتر، مداخله مردم در تصمیم‌گیری‌های سیاسی تحت عنوان مشارکت سیاسی، به عنوان یک متغیر مهم در روند پویایی جوامع مورد توجه و تامل قرار گرفته است. جامعه‌شناسی سیاسی نیز، با استفاده از رویکردهای طرح شده در این رشته، در پی تشخیص بسترهای اجتماعی مشارکت ساز و تبیین و تفسیر چگونگی مشارکت سیاسی، بخصوص در قالب رفتار انتخاباتی در جوامع مختلف برآمده است. البته همان طور که گفته شد، تحلیل‌ها به طور عمده حول محور انتخابات و ارزیابی آن شکل گرفته است. (دارابی، ۱۳۸۸: ۴۵)

در نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی و صاحب‌نظران این رشته بویژه در نظریه کارکردگرایی مستقیماً به رفتار انتخاباتی و تحلیل انتخابات از منظر کارکردهای آشکار و پنهان آن و تأثیر کارکردهای انتخابات بر رفتار انتخاباتی اشاره شده است. به طوریکه می‌توان رویکرد کارکردگرایانه را با عنوان یکی از پایه‌های نظری تحلیل رفتار انتخاباتی قلمداد نمود. (Randall, Collins. 1985)

جامعه‌شناسی سیاسی به عنوان علمی که به تعبیر گیدنز چشم‌اندازی مشخص و بسیار روشن‌گر درباره رفتار انسانی ارائه می‌کند، رویکردهای مختلفی را شامل می‌شود که به مرور زمان و از زمان تولد رشته جامعه‌شناسی بدین سو اصلاح و تکمیل شده است. (گیدنز، ۲۹۶: ۱۳۷۳)

جدول الگوی جامعه شناختی سیاسی تحلیل رفتار انتخاباتی

ردیف	الگو	عنوان نظریه	تشریح نظریه	نتیجه نظریه
۱	جامعه‌شناسی سیاسی	کارکردگرایی (تالکوت، پارسونز، رابرت مرتون)	رفتار انتخاباتی یک رفتار سیاسی متأثر از ساختار اجتماعی (خانواده، طبقه اجتماعی) و سیاسی (فرهنگ سیاسی) جامعه می‌باشد.	هدف از مشارکت سیاسی در قالب رفتار انتخاباتی، حفظ و بقای نظام سیاسی است
۲	جامعه‌شناسی سیاسی	مبادله (هوفر، پیتره لا، امرسون)	سودی که فرد انتظار دارد از روابط در مبادله بدست می‌آورد، انگیزه او برای مبادله است در واقع انسان از یک سو می‌خواهد منفعتی را بدست آورد و از سوی دیگر می‌خواهد بدست آوردن این منفعت با کمترین هزینه صورت گیرد. الگوهای ترغیب و سابقه پاداشها و خسارتها در تعاملات و تبدلات رفتاری است که مردم را و می‌دارد تا آنچه را که باید بکنند، انجام دهند.	رفتار انتخاباتی در این دیدگاه به دیدگاه فایده‌گر نیز معروف است به صورت مبادلاتی دیده می‌شود که بین عاملانی است که برای گرفتن منافع از یکدیگر هزینه‌هایی را متحمل شده‌اند و نسبت هزینه و سود را محاسبه می‌کنند.

نظریه اقتصاد سیاسی

تحلیل رفتار انتخاباتی مبتنی بر عوامل اقتصادی در دهه ۶۰ میلادی آغاز شد. در این برهه اندیشمندان تمایل شدیدی به تبیین پدیده‌های اجتماعی و سیاسی و ... با الگوهای عقلانی و اقتصادی از خود نشان داده‌اند و تحلیل رفتار رأی دهندگان نیز مستثنی از این امر نبود. لذا تئورسین‌های الگوهای اقتصادی با انتقاد از الگوهای جامعه شناختی و روانی در تحلیل آراء مردم اعتقاد داشتند که انسان زندانی محیط و شرایط اجتماعی یا احساسات درونی خویش نیست که تئوری‌های جامعه شناختی و روانی او اسیر جبر محیطی در نظر بگیرند، چرا که در این صورت باید گفت فقط عوامل خارج از اراده انسانند که در تصمیم‌گیری او دخیل هستند و در واقع فرد، زندانی عوامی بیرونی است، کی^۱ از جمله متفکران پیشتاز در حمله به نظریات جامعه شناختی و روانی در دفاع از الگوی اقتصادی تحلیل آراء انتخاباتی بوده است. (مظفری، ۱۳۸۲: ۱۲۹) تجربه تاریخی نیز شواهد فراوانی از اهمیت اقتصاد در تصمیمات جمعی مردم در انتخابات به دست می‌دهد. سیاست‌های نادرست هربرت هور که موجب

¹ - key

تشدید بحران اقتصادی امریکا در اوایل دهه ۱۹۳۰ شد به قیمت باخت او در انتخابات ریاست جمهوری تمام شد. (نقیب زاده، ۱۳۸۵)

نظریه روان شناسی سیاسی

به اعتقاد روان شناسان عوامل روانی در شکل گیری رفتارهای اجتماعی و سیاسی مردم اهمیت به سزایی دارد و روابط عاطفی و احساسی که بین نامزدها و رأی دهندگان وجود دارد نقش اساسی را بازی می کند. در ذیل به مهم ترین دیدگاه های روانشناختی در تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان پرداخته می شود.

نظریه روانی سیاسی تحلیل رفتار انتخاباتی مکتب شیکاگو

یکی از برجسته ترین تحلیل های رفتار انتخاباتی در حوزه روان شناسی سیاسی، تحلیل رفتار انتخابات مکتب مطالعاتی شیکاگو است. (دارابی، ۱۳۸۸) از دید این مکتب ویژگی های رأی دهنده، گروهی که بدان تعلق دارد، ویژگی هایی که فرد به افراد و گروه های سیاسی حاضر در میدان سیاست منسوب می کند و انباشته ای از تجربه گذشته فرد در میدان سیاسی تعیین کننده رفتار رأی دهی است. به این ترتیب، تجربه شرکت در انتخابات قبلی و احساسی که از نتیجه این مشارکت ها حاصل شده است، به علاوه ارزیابی نگرشی که درباره نظام سیاسی و عملکرد آن و نخبگان آن دارند، رفتار رأی دهی را تعیین می بخشد. (بشیری، ۱۳۷۶: ۲۰-۸) به طور خلاصه، براساس این دیدگاه تجربه شرکت در انتخابات قبلی و احساسی که از نتیجه این مشارکت ها حاصل شده است، در کنار ارزیابی نگرشی که درباره نظام سیاسی و عملکرد آن و نخبگان آن وجود دارد، رفتار رأی دهی را تعیین می کند. (دارابی، ۱۳۸۸: ۷۰)

یافته های تحقیق (توصیف جمعیت نمونه)

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخ گویان برحسب دیدار با بستگان با توجه به داده های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ از کل ۱۵۰ نفر پاسخ گویان ۱۴ نفر (۹.۳ درصد) اعلام کرده اند که در طول یک سال یک بار با

بستگان خود دیدار می‌کنند. ۱۹ نفر (۱۲.۷ درصد) عنوان کرده‌اند که در طول سال دو بار و ۷ نفر (۴.۷ درصد) از پاسخ دهندگان نیز بیان کرده‌اند که در سال سه بار بستگان خود را می‌بینند. بیشترین فراوانی متعلق به ۱۱۰ نفر (۷۳.۳ درصد) از پاسخ گویان است که عنوان کرده‌اند در طول یک سال چهار بار و یا بیشتر با بستگان خود دیدار می‌کنند.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ گویان بر حسب دیدار با بستگان

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	یک بار	۱۴	۹.۳
۲	دو بار	۱۹	۱۲.۷
۳	سه بار	۷	۴.۷
۴	چهار بار و بیشتر	۱۱۰	۷۳.۳
جمع		۱۵۰	۱۰۰

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخگویان بر حسب تبعیت از فردی از بستگان
 با توجه به داده‌های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ تمامی پاسخ‌دهندگان در خصوص اینکه در میان بستگانشان فردی وجود دارد که سایرین از وی تبعیت می‌کنند ۱۰۰ نفر (۶۶.۷ درصد) پاسخ مثبت داده‌اند و ۵۰ نفر (۳۳.۳ درصد) نیز اعلام کرده‌اند که چنین فردی در میان بستگانشان وجود ندارد.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ گویان بر حسب تبعیت از فردی از بستگان

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	بله	۱۰۰	۶۶.۷
۲	خیر	۵۰	۳۳.۳
جمع		۱۵۰	۱۰۰

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخ گویان بر حسب افراد مورد مشورت
 با توجه به داده‌های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ از کل پاسخ دهندگان در خصوص اینکه مورد مشورتشان به ترتیب اولویت چه کسانی هستند ۳۲ نفر (۲۱.۳ درصد) اعلام کرده‌اند که با برادر و خواهر خود مشورت می‌کنند. بیشترین افراد در

بین پاسخ دهندگان یعنی ۵۶ نفر (۳۷.۳ درصد) نیز عنوان کرده‌اند که مشورت با پدر و مادرشان در اولویت قرار دارد. ۱ نفر (۰.۷ درصد) پاسخ داده است که افراد مورد مشورتش عمو و یا دایی است و ۱ نفر (۰.۷ درصد) نیز پاسخ داده است که مشورت با عمه و یا خاله‌اش را در اولویت قرار می‌دهد. همچنین ۱۳ نفر (۸.۷ درصد) مورد مشورت خود را دوستانشان اعلام کرده‌اند و در خصوص مشورت با سایر بستگان نیز هیچکس پاسخ مثبت نداده است.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ گویان برحسب افراد مورد مشورت

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	برادر/خواهر	۳۲	۲۱.۳
۲	پدر/مادر	۵۶	۳۷.۳
۳	پدربزرگ/مادربزرگ	۴۷	۳۱.۳
۴	عمو/دایی	۱	۰.۷
۵	عمه/خاله	۱	۰.۷
۶	دوستان	۱۳	۸.۷
۷	سایر بستگان	۰	۰
	جمع	۱۵۰	۱۰۰

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخ گویان برحسب بحث و تبادل نظر با بستگان در انتخابات

با توجه به داده‌های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ از مجموع ۱۵۰ نفر پاسخ دهندگان در خصوص تبادل نظر با بستگان در رابطه با انتخابات ۱۱۹ نفر (۷۹.۳ درصد) جواب مثبت داده‌اند و ۳۱ نفر (۲۰.۷ درصد) نیز بیان کرده‌اند که در انتخابات با بستگان تبادل نظر نداشته‌اند.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ گویان برحسب بحث و تبادل نظر با بستگان در انتخابات

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	بله	۱۱۹	۷۹.۳
۲	خیر	۳۱	۲۰.۷
	جمع	۱۵۰	۱۰۰

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخ‌گویان برحسب ترجیح دادن اقوام، بستگان، و هم‌زبانان بر افراد دیگر در بین کاندیداها

با توجه به داده‌های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ در خصوص ترجیح دادن کاندیدا یا کاندیداهایی از بستگان خود در مقایسه با دیگر کاندیداها ۱۳۱ نفر (۸۷.۳ درصد) پاسخ داده‌اند که در انتخابات کاندیداهایی را که از بین بستگان، اقوام، و هم‌زبانان شان می‌باشند را بر دیگر کاندیداها ترجیح می‌دهند و تنها ۱۹ نفر (۱۲.۷) اعلام کرده‌اند که این کار را انجام نمی‌دهند.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ‌گویان برحسب ترجیح دادن اقوام، بستگان، و هم‌زبانان بر افراد

دیگر در بین کاندیداها

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	بله	۱۳۱	۸۷.۳
۲	خیر	۱۹	۱۲.۷
جمع		۱۵۰	۱۰۰

بررسی توزیع فراوانی و درصدی موقعیت پاسخ‌گویان برحسب تأثیرگذار بودن نماینده هم‌زبانان در رفع مشکلات

با توجه به داده‌های بدست آمده از جمعیت نمونه آماری مورد بررسی در این تحقیق؛ از بین

۱۵۰ نفر از پاسخ‌دهندگان در خصوص اینکه وجود نماینده‌ای از بین هم‌زبانان در رفع مشکلات آنها موثر خواهد بود پاسخ منفی داده‌اند. ۴ نفر (۲.۷ درصد) پاسخ داده‌اند که خیلی کم تأثیر دارد. ۹ نفر (۶ درصد) بیان کرده‌اند که تأثیرگذاری نماینده‌ای از بین هم‌زبانان در رفع مشکلات آنها کم است. ۱ نفر این تأثیر را متوسط اعلام کرده است. ۱۵ نفر (۱۰ درصد) عقیده داشتند که این تأثیرگذاری زیاد است. ولی ۱۱۴ نفر (۷۶ درصد) اعلام کرده‌اند که وجود هم‌زبانان آنها در بین نمایندگان مجلس شورای اسلامی در رفع مشکلاتشان خیلی زیاد موثر است. با بررسی بر پاسخ‌های داده شده مشاهده می‌شود که اکثریت پاسخ‌گویان

معتقدند که اگر کاندیدایی از هم زبانان آنها به کرسی نمایندگی مجلس شورای اسلامی را از آن خود کند در حل مشکلات هم زبانان خود خیلی زیاد موثر خواهد بود.

جدول توزیع فراوانی و درصدی پاسخ‌گویان برحسب تأثیرگذار بودن نماینده هم زبان در رفع مشکلات

ردیف	شاخص	فراوانی	درصد
۱	اصلا	۷	۴.۷
۲	خیلی کم	۴	۲.۷
۳	کم	۹	۶
۴	متوسط	۱	۰.۷
۵	زیاد	۱۵	۱۰
۶	خیلی زیاد	۱۱۴	۷۶
جمع		۱۵۰	۱۰۰

بررسی و آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول

به نظر می‌رسد بین شهرهای کوچک و بزرگ و وجود شخصی تأثیرگذار در اقوام و بستگان رابطه وجود دارد. یعنی مردم در شهرهای کوچک به جهت وابستگی عمیق قومیتی همچنان از نظام سلسله مراتبی و ریش سفیدی تبعیت می‌کنند. در سوالی که از پاسخ‌گویان پرسیده شد، که آیا در میان بستگان شما شخصی وجود دارد که سایر افراد از او تبعیت کنند؛ در پاسخ به این سوال از بین ۷۵ نفر ساکنین شهرهای بزرگ ۳۹ نفر (۵۲ درصد) پاسخ مثبت داده و ۳۶ نفر (۴۸ درصد) نیز پاسخ منفی داده‌اند. این در حالی است که در بین ۷۵ نفر از ساکنین شهرهای کوچک ۶۱ نفر (۸۱.۳ درصد) پاسخ مثبت و ۱۴ نفر (۱۸.۷ درصد) نیز پاسخ منفی داده‌اند. با توجه به نتیجه به دست آمده از آزمون کای اسکور نشان می‌دهد که رابطه بین این دو متغیر با ۹۵ درصد صحت و ۵ درصد احتمال خطا مورد تایید قرار می‌گیرد. یعنی رابطه مشاهده شده بین این دو متغیر معنی‌دار است و عامل شانس و تصادف عامل پراکندگی پاسخ‌گویان نمی‌باشد.

جدول بررسی رابطه بین شهرهای بزرگ و کوچک و وجود افراد تأثیرگذار در میان بستگان

جمع		خیر		بله		وجود افراد تأثیرگذار در بین بستگان نوع شهر
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۷۵	۴۸	۳۶	۵۲	۳۹	بزرگ
۱۰۰	۷۵	۱۸.۷	۱۴	۸۱.۳	۶۱	کوچک
۱۰۰	۱۵۰	۳۳.۳	۵۰	۶۶.۷	۱۰۰	جمع

$$X^2=14.52 - df:1 - sig: .000 - v.c.:311$$

فرضیه دوم

به نظر می‌رسد بین شهرهای بزرگ و کوچک و بحث و تبادل نظر در خصوص انتخابات رابطه وجود دارد. در سوالی از پاسخ‌گویان پرسیده شده است که در مدت زمان برگزاری انتخابات در میان بستگان شما در درون خانواده در خصوص انتخابات بحث و تبادل نظر صورت گرفته است.

با توجه به نتایج به دست آمده در بین ۷۵ نفر پاسخ‌گوی ساکن در شهرهای دارای بیش از ۵۰ هزار نفر جمعیت ۵۳ نفر (۷۰.۷ درصد) به این سؤال پاسخ مثبت و ۲۲ نفر (۲۹.۳ درصد) نیز پاسخ منفی داده‌اند. این در حالی است که از ۷۵ نفر پاسخ‌گوی ساکن در شهرهای کوچک ۶۶ نفر (۸۸ درصد) به این سؤال پاسخ مثبت و ۹ نفر (۱۲ درصد) نیز پاسخ منفی داده‌اند.

همچنین نتایج بدست آمده از آزمون کای اسکوئر ۶.۸۷ درجه آزادی ۱ و سطح معنی داری $sig=.000$ نشان دهنده وجود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر می‌باشد. پس می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد احتمال خطا گفت که توزیع پراکندگی پاسخ‌های مشاهده شده بین دو متغیر فوق معنی‌دار است و رابطه مشاهده ناشی از عامل شانس نمی‌باشد. همچنین ضریب همبستگی کرامرز بدست آمده $v.c.=.214$ نشان دهنده همبستگی ضعیف بین این دو متغیر می‌باشد. با توجه به تفاوت در میزان جمعیت دو دسته از شهرها نتایج بدست آمده در خصوص دو متغیر نوع شهر بحث و تبادل نظر در درون خانواده تفاوت چندانی مشاهده

نمی‌شود و خانواده در هر دو دسته از شهرها کانون طرح مباحث انتخابات می‌باشد که یکی از دلایل آن اهمیت عامل قومیت می‌باشد.

جدول بررسی رابطه بین شهرها و تبادل نظر انتخاباتی

جمع		خیر		بله		بحث و تبادل نظر نوع شهر
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۷۵	۲۹.۳	۲۲	۷۰.۷	۵۳	بزرگ
۱۰۰	۷۵	۱۲	۹	۸۸	۶۶	کوچک
۱۰۰	۷۵	۲۰.۷	۳۱	۷۹.۳	۱۱۹	جمع

$$X^2=6.87 - df=1 - sig:0009 - v.c=.214$$

فرضیه سوم

به نظر می‌رسد بین نوع شهر (شهرهای بزرگ و کوچک) و ترجیح داوطلب هم قومیتی رابطه وجود دارد. در سوالی که از پاسخ‌گویان پرسیده شده است چنانچه فردی از هم قومیتی یا بستگان شما کاندیدا شود به او رأی می‌دهید؟

از مجموع ۷۵ نفر پاسخگوی ساکن در شهرهای بزرگ دارای بیش از ۵۰ هزار نفر جمعیت ۵۸ نفر (۷۷.۳ درصد) گفته‌اند کاندیدای هم قومیتی را بر سایر داوطلبان ترجیح می‌دهند و ۱۷ نفر (۲۲.۷ درصد) نیز به این سوال پاسخ منفی داده‌اند. این در حالی است که از مجموع ۷۵ نفر جمعیت نمونه ساکن در شهرهای کوچک دارای کمتر از ۵۰ هزار نفر جمعیت ۷۳ نفر (۹۳.۳ درصد) به این سوال پاسخ مثبت و ۲ نفر (۲.۷ درصد) نیز پاسخ منفی داده‌اند. نتیجه بدست آمده از آزمون کای اسکوئر وجود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر مورد تایید قرار گرفته است. همچنین $sig=.000$ بدست آمده معنی داری رابطه بین دو متغیر را تایید می‌کند. پس با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد احتمال خطا می‌توان گفت رابطه مشاهده شده از پاسخ بین دو متغیر فوق ناشی از عامل شانس و تصادف نمی‌باشد. همچنین ضریب همبستگی کرامرز بدست آمده $v.c=.301$ نشانگر وجود همبستگی مثبت و نسبتاً قابل قبول بین دو متغیر می‌باشد. نتایج فوق نشان می‌دهد که اگر چه ساکنین شهرهای بزرگ به نسبت ساکنین این دو شهر زیاد نیست و هر دو دسته نگرش تقریباً

یکسانی به موضوع دارند. اگر چه این امر (تعصب قومیتی) در شهرهای کوچک شدیدتر از شهرهای بزرگ می‌باشد.

جدول بررسی رابطه بین شهرهای بزرگ و کوچک و ترجیح داوطلب هم قومیتی

جمع		خبر		بله		ترجیح کاندیدا
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	نوع شهر
۱۰۰	۷۵	۲۲.۷	۱۷	۷۷.۳	۵۸	بزرگ
۱۰۰	۷۵	۲.۷	۲	۹۷.۳	۷۳	کوچک
۱۰۰	۷۵	۱۲.۷	۱۹	۸۷.۳	۱۳۱	جمع

$$Y^2=13.56 - df=1 - sig=.000 - v.c.=.301$$

فرضیه چهارم

به نظر می‌رسد بین نوع شهر (کوچک و بزرگ) و تأثیرگذاری کاندیدای هم قومیت رابطه وجود دارد. در سوالی از پاسخ‌گویان در قالب طیف لیکرت خواسته شده شدت عقیده خود را نسبت به این موضوع که نماینده هم قومیت تا چه حد می‌تواند در رفع مشکلات شما تأثیرگذار باشد. در مجموع از ۷۵ نفر جمعیت نمونه پاسخگوی ساکن در شهرهای بیش از ۵۰ هزار نفر جمعیت ۱۹ نفر (۲۳.۳ درصد) نماینده مجلس شورای اسلامی هم قومیت را در رفع مشکلاتشان خیلی کم و ۵۶ نفر (۷۴.۷ درصد) نیز خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. این در حالی است که از ۷۵ نفر جمعیت نمونه پاسخگوی ساکن در شهرهای کوچک دارای کمتر از ۵۰ هزار نفر جمعیت ۲ نفر (۲.۷ درصد) نماینده هم قومیت را در رفع مشکلاتشان خیلی کم و ۷۳ نفر (۹۷.۳ درصد) وجود نماینده مجلس هم قومیت را در رفع مشکلاتشان خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. نتیجه بدست آمده از آزمون کامی اسکور نشان می‌دهد که رابطه مشاهده شده بین دو متغیر فوق دارای معنی است و سطح معنی داری بدست آمده $sig=.000$ نیز وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر را تایید می‌کند. پس با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد احتمال خطا می‌توان گفت رابطه بین دو متغیر فوق معنی دار است و عامل شانس و تصادف در رابطه مشاهده شده تأثیری ندارد. نتایج بدست آمده از ضریب همبستگی کرامرز $v.c.=.327$ نیز وجود همبستگی مثبت و نسبتاً قابل قبول بین دو متغیر را نشان می‌دهد.

جدول بررسی رابطه بین نوع شهرها و تأثیرگذاری کاندیدای هم قومیت

جمع		خیلی زیاد		خیلی کم		تأثیر نماینده هم قومیت
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	نوع شهر
۱۰۰	۷۵	۷۴.۷	۵۶	۲۵.۳	۱۹	بزرگ
۱۰۰	۷۵	۹۷.۳	۷۳	۲۰.۷	۲	کوچک
۱۰۰	۷۵	۸۶	۱۲۹	۱۴	۲۱	جمع

$$X^2 = 16.00 - df = 1 - sig = .000 - v.c = .337$$

نتیجه گیری:

طبق نظریه جامعه شناختی سیاسی سودی که فرد انتظار دارد از روابط در مبادله بدست آورد، انگیزه او برای مبادله است در واقع انسان از یک سو می‌خواهد منفعتی را بدست آورد و از سوی دیگر می‌خواهد بدست آوردن این منفعت با کمترین هزینه صورت گیرد. الگوهای ترغیب و سابقه پاداش‌ها و خسارت‌ها در تعاملات و تبادلات رفتاری است که مردم را وا می‌دارد تا آنچه که باید بکنند را انجام دهند. در این دیدگاه رفتار انتخاباتی به دیدگاه فایده‌گر نیز معروف است و به صورت مبادلاتی دیده می‌شود که بین عاملانی است که برای گرفتن منافع از یکدیگر هزینه‌هایی را متحمل شده‌اند و نسبت هزینه و سود را محاسبه می‌کنند. در تشریح این نظریه در رفتار انتخاباتی کاندیدها و رأی دهندگان در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی می‌توان گفت انگیزه و هدف کاندیدها به دست آوردن کرسی نمایندگی کسب موقعیت و پایگاه اجتماعی با اختیارات بیشتر و با کمترین هزینه اجتماعی است و با نگاهی به اسامی و موقعیت قومی کاندیدها می‌توان به این نتیجه دست یافت که از کلیه اقوام اعم از اکراد، ترک زبانان، تات‌ها، فارس زبانان، و طوایف برای کاندیداتوری نمایندگی مجلس شورای اسلامی ثبت نام کرده‌اند. درخصوص رأی دهندگان نیز نتایج تحقیقات بیانگر این است که آنها نیز برای اینکه درخواست هایشان مثلاً اشتغال خود یا فرزندانشان و رسیدن به منفعتی که در سر دارند و یا به دنبال آن هستند را درانتخاب افراد برای رأی دادن در رفتار رأی دهی مد نظر قرار می‌دهند و رسیدن به درخواست هایشان را در انتخاب کاندیدای هم قوم وهم زبان خود می‌دانند. براساس نظریه بازیها، کاندیدا سعی می‌کنند با در نظر گرفتن قواعد بازی

بر دیگر رقبا پیروز شوند و با تکیه بر عامل قومیت و یا منطقه جغرافیایی که در آن قرار دارند تصورشان این است که با کسب آراء هم قوم، هم طایفه و یا هم زبانانشان و یا هم محلی‌ها و هم منطقه‌ای‌هایشان آراء آنها را کسب می‌کنند و در این بازی بر سایر رقبا پیروز می‌شوند و گوی سبقت را از آنها می‌ربایند. برای برنده شدن در این بازی بعضا در برخی مناطق به دادن هدایای مادی و یا وعده‌هایی اقدام می‌کنند. رأی دهندگان نیز این احساس را دارند که در این بازی سیاسی با حمایت از کاندیدای هم طایفه‌ای و هم زبانانشان با رعایت قواعد بازی در انتخابات کمک کنند تا در نهایت با پیروزی وی و شکست و طرد سایر کاندیداهای رقیب به خواسته‌های خود برسند. این رسیدن به خواسته‌ها یا قبل از انتخابات با دریافت هدایای مادی و یا وعده‌هایی توسط کاندیداها انجام می‌شود. نتایج تحقیقات در شهرهای بزرگ، متوسط و کوچک نیز بیانگر این امر است. در مجموع با بررسی نظریه و نتایج تحقیق نمی‌توان صددرصد اطمینان داشت که بر طبق این نظریه‌ها رفتار رأی دهی مردم و شهروندان شکل می‌گیرد زیرا امکان دارد مثلا یک کاندیدای طارمی و یا الموتی براساس اینکه آراء هم زبانان و یا هم محلی-های خود را کسب می‌کند به میدان رقابت انتخابات حاضر شود و یا مثلا اگر اصلاح طلب، اصول‌گرا و مستقل نیز باشد این اطمینان را داشته باشد که آراء گروه سیاسی خود را نیز در حوزه انتخابیه کسب می‌کند ولی در پایان انتخابات نتیجه معکوسی را از پیش بینی که داشته است، مشاهده خواهد کرد و این امر ممکن است به خاطر زرنگتر بودن رقیب دیگر او باشد که شیوه‌های حساب شده‌تری را در این قواعد بازی برای پیروز شدن برگزیده است و در مورد رأی دهندگان نیز این امر مصداق دارد با توضیح اینکه مثلا اکراد به کاندیدای هم زبان خود رأی می‌دهند زیرا تصور می‌کنند که خواسته‌های آنان را اجابت خواهد کرد ولی پس از پیروزی وی اوضاع را برخلاف تصور خود می‌بینند و یا در روز رأی گیری با در نظر گرفتن اولویت‌های دیگری از قبیل اینکه مثلا تصور می‌کنند و یا با افراد مورد مشورت خود تبادل نظر می‌کنند و به این نتیجه می‌رسند که رأی دادن به کاندیدایی که هم قومشان نیست ولی از لحاظ سیاسی هم خط آنهاست و یا هم منطقه‌ای آنها می‌باشد نفع بیشتری را برای آنها به دنبال خواهد داشت و در نهایت، در آخرین لحظه‌ها وی را بر کاندیدای هم‌قوم و هم زبانشان ترجیح می‌دهند و اسم آن را در برگه رأی می‌نویسند.

الگوی رأی دهی شهروندان براساس متغیر قومیت و شهر

براساس نتایج تحقیق و نظریه‌های مورد استفاده می‌توان رفتار انتخاباتی در دو دسته شهرهای مورد بررسی را به گونه زیر تبیین نمود. الف) بررسی آراء شهرهای کوچک ساختار شهرهای کوچک از حیث قومیتی کاملاً مشخص است. ساختار قومیتی در شهرهای کوچک نظیر سیردان، معلم کلایه، محمود آباد نمونه، رازمیان، خاکعلی، کوهین، بیدستان، و شریفیه یا تک قومیتی است یا دو قومیتی، بر همین اساس شفافیت آراء در این شهرها کاملاً مشخص است و چنانچه پراکندگی آراء در آنها وجود داشته باشد به دلیل حضور مهاجرین و یا برخی از افرادی است که به خاطر موقعیت شغلی در آن شهرها سکونت دارند. در میان شهرهای کوچک به طور مشخص کاندیداهای خاصی وجود داشتند به عنوان مثال علی فلاح به عنوان کاندیدای شهر سیردان، سیده حمیده زرآبادی کاندیدای شهرهای معلم کلایه و رازمیان، داود محمدی کاندیدای شهرهای محمود آباد نمونه و کوهین، لطف اله سیاه کالی کاندیدای شهرهای معلم کلایه و رازمیان، و فاطمه محمد بیگی کاندیدای شهر سیردان. با توجه به اینکه در حوزه انتخابیه قزوین، البرز، و آبیک هر یک از شهروندان حق دارند ۲ کاندیدا را به عنوان نماینده انتخاب نمایند قطعاً برخی از شهروندان آراء تک رأی را به صندوق می‌اندازند و برخی نیز دو نفر را که مجاز به انتخاب هستند، در برگه‌های رأی می‌نویسند که به همین دلیل قطعاً بیش از ۵۰ درصد آراء قومیتی است. پراکندگی آراء نشان می‌دهد بیش از ۶۰ درصد آراء در شهرهای کوچک صرفاً قومیتی بوده و ۴۰ درصد آراء نیز از طریق ذی نفوذان محلی حاصل شده است. همچنین بخشی از آراء به نمایندگان دوره پیشین مجلس اختصاص داشته که این آراء به جهت شناخت مردم، حمایت عناصر محلی به دست آمده است. ب) بررسی آراء شهرهای بزرگ

از مجموع ۵ شهر دارای جمعیت بالای ۴۰ هزار نفر حوزه انتخابیه قزوین، البرز، و آبیک در مجموع ۵ شهر وجود دارند که شهر اقبالیه از شفافیت بیشتر قومیتی برخوردار است و اکثریت ساکنین آن را ترک زبانان تشکیل می‌دهند. در شهر آبیک تات‌ها، ترک‌های مراغه، لر‌ها و اکراد از جمله قومیت‌های مهم هستند. در شهر الوند ترک‌ها، گیلک‌ها و اکراد بیشترین ساکنین را به خود اختصاص داده‌اند و در شهر محمدیه نیز تات‌ها و گیلک‌ها از جمله اقوام مهم هستند.

نتایج حاصل از انتخابات دقیقاً هم سو با نتایج حاصل از تحقیق میدانی از شهروندان است. چرا که شهروندان کاندیدای قومیتی را بر سایر کاندیداها ترجیح می‌دهند. در اینجا نیز مشخص شد شهروندان با ارجحیت کاندیدای هم زبان نسبت به انتخاب کاندیدای مورد نظر، قومیت را در اولویت قرار داده‌اند. در مجموع؛ استان قزوین را می‌توان از حیث درجه بندی توسعه یافتگی در بین ۳۱ استان کشور با توجه به نظر گرفتن شاخص‌های توسعه یافتگی در زمره استان‌های توسعه یافته یا در حال توسعه قلمداد نمود. برخی از شاخص‌ها نظیر نزدیکی به پایتخت، قرار گرفتن در شاهراه مواصلاتی مرکز، شمال و غرب، وجود بیش از ۳۷۰۰ واحد صنعتی و تولیدی کوچک و بزرگ، مهاجر پذیری استان، تنوع و تکثر اقوام و طوایف در آن، وجود بیش از ۵۰ واحد دانشگاهی از جمله دانشگاه بین الملل امام خمینی (ره) و دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین مراکز دانشگاهی با بیش از ۲۸ هزار دانشجو نشانگر توسعه یافتگی استان می‌باشد. از یک سو عدم وجود کلان شهر حتی مرکز استان نیز جمعیتی کمتر از ۴۰۰ هزار نفر دارد. وجود روستا - شهرهای متعدد به طوری که بیش از ۲۰ شهر استان جمعیتی کمتر از ۵۰ هزار نفر دارند، عدم برخورداری از شاخص‌های کیفی در حوزه نیروی انسانی، بهداشت و درمان، توزیع نابرابر امکانات بین شهرهای استان، برابری نرخ بیکاری در استان با استان‌های فاقد مشخصه‌های صنعتی و خدماتی مشابه، عدم برخورداری از طرح‌های توسعه‌ای بلند مدت و میان مدت و... که نشانگر توسعه نیافتگی استان است منجر به این شده است که استان نتواند از ظرفیت‌های بالقوه خود در حوزه توسعه استفاده بهینه ای ببرد.

در حوزه سیاسی نیز وضعیت به همین‌گونه است. عدم برخورداری از احزاب سیاسی فعال، پویا و کارآمد عدم انسجام سازمان‌های مردم نهاد خاصه در حوزه توسعه و رویکرد سنتی بازی قدرت و مدیریت سیاسی در استان منجر به این شده است تا نقش عناصر ذی نفوذ قومی-طایفه‌ای بیش از احزاب و جریانات و گروه‌های سیاسی فعال باشد.

کاندیداتوری بیش از ۹۶ نفر در حوزه انتخابیه قزوین، البرز و آبیگ که عمدتاً با اتکاء به قدرت قومی- طایفه‌ای یا قومی- منطقه‌ای وارد عرصه کارزار انتخابات شده‌اند مهر تاییدی است بر این ادعا.

منابع فارسی:

- احمدی، حمید(۱۳۷۶)، قومیت و قوم‌گرایی در ایران از افسانه تا واقعیت، تهران: نشر نی
- بشیریه، حسین (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی سیاسی، چاپ دوازدهم، تهران: نشر نی
- دارابی، علی (۱۳۸۸)، رفتار انتخاباتی در ایران، تهران: انتشارات سروش
- دیوید اپتر، و چارلز پین (۱۳۸۰)، اعتراض سیاسی و تغییر اجتماعی، ترجمه: محمد رضا سعیدآبادی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات کاربردی
- شهیدی نیا، علی(۱۳۷۹)، عوامل موثر بر رفتار انتخاباتی رأی دهندگان استان کرمانشاه طی دوره اول تا پنجم مجلس شورای اسلامی از دیدگاه کارشناسان
- گیدنز، آنتونی(۱۳۷۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی
- قانلی، نوید (۱۳۸۵)، وضعیت انتخابات در شهرهایی با فرهنگ قومیت‌گرایی
- مقصودی، مجتبی (۱۳۸۲)، تحولات قومی در ایران، علل و زمینه‌ها، تهران: موسسه مطالعات ملی
- مظفری، کوروش (۱۳۸۲)، رویکرد جامعه‌شناسی بر مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی، مجموعه مقالات تحلیل مسایل اجتماعی استان، دفتر امور اجتماعی و انتخابات استانداری قزوین، تک شماره
- نقیب زاده، احمد(۱۳۷۸)، حزب سیاسی و عملکرد آن در جوامع امروز، تهران: نشر دادگستر

منابع انگلیسی:

- Collins, Randall (1985) Three Sociological Traditional, New York University Press