

## انتخابات در آمریکا: انتخابات سال ۲۰۰۴

## بستر سازی

قیاس با دوران زمامداری دموکرات‌ها در کاخ سفید، بیانگر این نکته است که دریافتی متفاوت و تعریفی متمایز از واقعیات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از سوی «رأی‌دهندگان» پدید آمده است. این، فرایندی بسیار طبیعی است زیرا در هر دوره، نامزدها در برابر مسائل و رویدادها «استراتژی کلی»<sup>۱۳</sup> متفاوتی در پیش می‌گیرند. در انتخابات سال ۲۰۰۴ هم این منطبق تاریخی تکرار شد. شهروندان با تکیه بر «ارزشهای ایزاری» (ارزیابی معطوف به روش و شیوه نامزدها) و «ارزشهای غایی» (ارزیابی معطوف به سیاست‌ها)، به استراتژی‌های کلی که باز تاب شخصیت، باورها و وابستگی‌های سازمانی نامزد است و اکنش نشان می‌دهند. این بدان معنا است که «ارزشهای هسته‌ای»<sup>۱۴</sup> (ارزشهای ایزاری و غایی)، جدا از اینکه قضاوت‌هایی را ناآگاهانه و دور از عقیده پایدار یا برخاسته از آگاهی و شناخت کامل از سود و زیان بدانیم، در تحلیل نهایی، نشانگر واقعیات حاکم بر جامعه در مقطع زمانی خاص است. ممکن است گفته شود که «سطح دانش سیاسی، در بسیاری از موارد سخت پایین است»<sup>۱۵</sup>، اما به لحاظ وجود «هزینه‌های غیر قابل انتقالی»<sup>۱۶</sup> که در قالب نتایج گریز ناپذیر انتخابات بر عهده رأی‌دهنده است، چگونگی رأی دادن، بعنوان بازتاب ترجیحات جامعه، بر سرهم باید عقلانی و آگاهانه به نظر آید و انتخابات سال ۲۰۰۴ نیز از این واقعیت دور نبوده است. در این چارچوب است که باید به عوامل و عناصر شکل‌دهنده انتخابات و نتایج آن پرداخت.

## محیط عملیاتی انتخابات

## ریاست جمهوری

با در نظر گرفتن این واقعیت که سیاستمداران «در پی تحقق بخشیدن به آمال و آرمانها نیستند بلکه هدفشان شکل دادن به چارچوب‌های توافقی است که امکان بروز خشونت یا اجبار را کاهش می‌دهد»<sup>۱۷</sup> باید به انتخابات ریاست جمهوری پرداخت. بر پایه چنین دریافتی از دموکراسی است که رأی‌دهنده اعتبار می‌یابد. برای رسیدن به کاخ سفید، از يك سو توجه به اندیشه‌ها و نیازهای رأی‌دهندگان لازم است و از سوی دیگر، خواسته‌های

برخلاف نگرشی که گویای کاهش اعتبار انتخابات ریاست جمهوری<sup>۱</sup> در آمریکا است و بی‌توجه به تمایزات کمی و کیفی انتخابات در این کشور که رویدادهای سال ۲۰۰۴ به آن برجستگی بسیار داد، باید به تحلیل پیروزی دوباره جورج دبلیو بوش پرداخت. با در نظر داشتن انتخابات مخدوشی<sup>۲</sup> که با آراء بسیار نزدیک نامزدها بعنوان نخستین انتخابات در هزاره جدید رقم خورد<sup>۳</sup>، بی‌گمان انتخابات سال ۲۰۰۴ معنای متفاوتی می‌یابد. رأی‌دهندگان شاید بی‌بهره از اطلاعات گسترده و دقیق بوده‌اند، ولی انتخاب دوباره جورج بوش بازتاب این واقعیت است که رأی‌دهندگان بر پایه «شناخت منافع»<sup>۵</sup> خود تصمیم می‌گیرند، این، بدان معنا است که هر چند نامزدهای ریاست جمهوری ممکن است «موضوعات واقعی»<sup>۶</sup> را به بحث نگذارند، اما در پای صندوق‌های رأی این درک وجود دارد که کدامین نامزد بالاترین منافع - خواه مادی و خواه معنوی - را فراهم می‌آورد. از همین رو است که شمار رأی‌دهندگان که خود را مستقل می‌نامند امروزه بیش از هر زمان دیگری است. تا نیمه‌های دهه ۱۹۶۰ شمار مستقل‌ها کمابیش یک چهارم کل رأی‌دهندگان بود و امروز بیش از سی و پنج درصد است. پس بسیاری کسان نه بر پایه وابستگی احساسی به احزاب<sup>۷</sup> بلکه با توجه به چیزی فراتر از آن رأی می‌دهند. بدین سان، جایجایی در میزان پشتیبانی از احزاب قابل فهم می‌شود. رأی‌دهندگان که خود را دموکرات می‌نامیدند و در اواخر دهه ۱۹۶۰ به چهل و پنج درصد رأی‌دهندگان می‌رسیدند، در آغاز هزاره سوم به سی و شش درصد کاهش یافتند.<sup>۸</sup> در این چارچوب است که باید پذیرفت «انتخاب رئیس جمهوری هرگز کار ساده‌ای نبوده است»<sup>۹</sup>. به هر روی سیاست‌را خواه «تخصیص اقتدار گرایانه ارزشها در جامعه»<sup>۱۰</sup> بدانیم یا اینکه «هر کس چگونه، کجا و کی چه چیزی به دست می‌آورد»<sup>۱۱</sup>، سرانجام «گزینش از میان گزینه‌ها»<sup>۱۲</sup> مطرح است. پیروزی دوباره نامزد جمهوریخواه در گرماگریم یک جنگ برونمرزی و اوضاع نابسامان اقتصادی، در

## نکاتی چند درباره انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا

نوشته: دکتر حسین دهشیر  
دانشگاه علامه طباطبائی

نخواهد داشت.»<sup>۲۰</sup> بر سر هم، رأی دهنده سه معیار برای گزینش رئیس جمهوری در دست دارد که یکی یا آمیزه‌ای از این معیارها شالوده رفتار او را به هنگام حضور در پای صندوق رأی می‌سازد:

### نخست، «وابستگی حزبی» (Party loyalty)

تحلیل‌های روانشناسانه درباره چگونگی جهت‌گیری انتخاباتی رأی دهنده که در دهه ۱۹۶۰ رواج یافت و از اعتبار فراوان برخوردار شد، تأکید بسیار بر متغییری به نام «وابستگی حزبی» یا «وفاداری حزبی» داشت.<sup>۲۱</sup> در چارچوب این دیدگاه، اعتقاد بر این است که «نگرش» (attitude) فرد مبنی بر حضور در محل رأی‌گیری، معیار و ملاک رفتار دموکراتیک (رأی دادن) است. این مفهوم نظری که «رهیافت میشیگان» (Michigan Approach) نام گرفته است، در میان متغیرهایی که

آنان مرز کارها و تلاشهایی را که برای پیروزی در انتخابات ضرورت دارد مشخص می‌سازد. این بدان معنا نیست که نامزد، برای پیروز شدن، هر چه را شهروندان می‌خواهند بیان کند، زیرا در این صورت «نمی‌توان به سخنان رئیس جمهوری (نامزد) اطمینان و ایمان داشت».<sup>۱۸</sup> اگر بپذیریم که «سیاست هنر ممکن ساختن است»<sup>۱۹</sup> به دست آوردن اعتماد شهروندان بعنوان پشتوانه برای ممکن ساختن سیاستها و آرمانها، سخت‌مورد نیاز است.

نامزد مقام ریاست جمهوری باید در کنار پایبندی به اصول و باورهای خود، به معیارهایی که بر پایه آن رأی داده می‌شود، توجه کند، زیرا «تعصب و تغییر ناپذیری ابلهانه، ویژگی برجسته آدمهای حقیر است. اگر همواره یک راه پیموده شود، یک روح بزرگ هیچ کاری برای انجام دادن

○ هر چند ویژگیهای اجتماعی رأی دهنده اهمیت دارد، اما در خلأ عمل نمی‌کند بلکه زیر تأثیر مؤلفه‌های روانی رأی دهنده است.

(جدول شماره ۱) وابستگی حزبی به‌دوران: ۲۰۰۰-۱۹۵۲

(به درصد)													
۱۹۷۶	۱۹۷۴	۱۹۷۲	۱۹۷۰	۱۹۶۸	۱۹۶۶	۱۹۶۴	۱۹۶۲	۱۹۶۰	۱۹۵۸	۱۹۵۶	۱۹۵۴	۱۹۵۲	
۱۳	۱۵	۱۲	۱۷	۱۶	۱۷	۲۴	۲۲	۲۰	۲۶	۲۰	۲۲	۲۱	دموکرات پرویاقرص
۲۳	۲۰	۲۰	۲۲	۲۵	۲۷	۲۵	۲۳	۲۵	۲۲	۲۳	۲۳	۲۵	دموکرات ضعیف
۱۶	۱۵	۱۴	۱۶	۱۶	۱۶	۱۴	۱۷	۱۴	۱۷	۱۴	۱۵	۱۴	جمهوریخواه پرویاقرص
۱۰	۹	۱۱	۱۰	۱۱	۱۱	۱۲	۱۳	۱۷	۱۲	۱۶	۱۳	۱۴	جمهوریخواه ضعیف
۲۰۰۰	۱۹۹۸	۱۹۹۶	۱۹۹۴	۱۹۹۲	۱۹۹۰	۱۹۸۸	۱۹۸۶	۱۹۸۴	۱۹۸۲	۱۹۸۰	۱۹۷۸		
۱۵	۱۵	۱۵	۱۲	۱۴	۱۷	۱۴	۱۴	۱۵	۱۶	۱۴	۱۲	۱۲	دموکرات پرویاقرص
۱۴	۱۸	۱۹	۱۹	۱۷	۱۹	۱۶	۲۱	۱۸	۲۴	۲۳	۲۴	۲۴	دموکرات ضعیف
۱۴	۱۸	۱۷	۱۶	۱۶	۱۶	۱۵	۱۷	۱۷	۱۶	۱۶	۱۴	۱۴	جمهوریخواه پرویاقرص
۱۴	۱۱	۱۵	۱۷	۱۲	۱۱	۱۶	۱۲	۱۴	۱۱	۹	۹	۹	جمهوریخواه ضعیف

Source: Raul R. Abramson, John Aldrich, and David W. Rohde. 2003. *Change and Continuity in the 2000 and 2002 Elections*. Washington D. C: CQ Press, p. 174

«قیف علیت» (Funnel of causality)<sup>۲۲</sup> را می‌سازد، به وابستگی حزبی پیش از دیگر متغیرها اعتبار می‌دهد.<sup>۲۳</sup> این برداشت از چگونگی رفتار رأی‌دهنده، امروز نیز همچنان معتبر است. منظور از وفاداری حزبی، «گرایش احساسی فرد به یک عینیت جمعی (حزب) در محیط خود است.»<sup>۲۴</sup> وفاداری حزبی بر نگرش اثر می‌گذارد و نگرش هم سرانجام، شکل‌دهنده رأی است. اگر فرد خود را به حزبی وابسته نداند و از هر گونه بستگی و وفاداری رها باشد، رأی‌دهنده مستقل نام می‌گیرد؛ در صورتی که اگر کسی به علت نداشتن علاقه، نتواند در قلمرو سیاست نشان دهد که به چه حزبی وابسته است، ناگزیر باید فردی «غیرسیاسی» (apolitical) معرفی شود.<sup>۲۵</sup> همچون وفاداریهای دیگری که در طول زندگی فرد پدید می‌آید، شکل‌گیری وفاداری حزبی نیز از دوران کودکی، در بستر محیطی که فرد در آن به سر می‌برد آغاز می‌شود. چنین است که شاهد گونه‌ای ثابت حزبی در آمریکا از جهت گرایش افراد به دموکرات‌ها و جمهوریخواهان هستیم.<sup>۲۶</sup>

در چند دهه گذشته، دگرگونی درصد رأی‌دهندگانی که خود را وابسته به یکی از دو حزب معرفی می‌کنند، به اندازه‌ای بوده که انتظار آن می‌رفته است. در انتخابات سال ۲۰۰۴ نیز ثابت حزبی و شمار کسانی که خود را وفادار حزبی اعلام می‌کردند، کیفیت تاریخی خود را حفظ کرد. از ۱۹۷۲ تا ۱۹۸۲، شمار کسانی که خود را جمهوریخواه می‌نامیدند هیچگاه از ۳۷ درصد فراتر نرفت؛ اما در دهه ۱۹۸۰، به علت کارنامه هشت ساله رونالد ریگان، این رقم به ۴۰ درصد هم رسید. در سالهای آغازین هزاره سوم که شاهد ریاست جمهوری جورج دبلیو بوش است، شمار وفاداران به حزب جمهوریخواه به مرز ۴۳ درصد رسیده است. این افزایش را باید برآیند گرایش چشمگیر رأی‌دهندگان سفیدپوست در ایالت‌های جنوبی به حزب جمهوریخواه، به علت سیاست‌های حزب دموکرات در رابطه با موضوع «رنگ پوست» دانست. (جدول شماره ۱).

در کنار این مسئله، باید این نکته حساس را نیز در نظر گرفت که از دهه هشتاد به این سو، ترکیب

جمعیتی وفاداران حزبی دستخوش دگرگونی ژرف شده است<sup>۲۷</sup> و بر پایه همین تحول ترکیبی، مبارزات انتخاباتی سمت و سو یافته است؛ زیرا پایگاه اجتماعی حزب در کنار پایگاه جغرافیایی آن به گونه چشمگیر جایه‌جا شده است. به دنبال ناآرامیهای اجتماعی و سیاسی در دهه ۱۹۶۰، دیدگاههای نو محافظه کارانه در حزب جمهوریخواه استواری ارزشی و هنجاری یافت و با در نظر گرفتن اینکه افراد معتقد به این دیدگاهها، دارای ویژگیهای طبقه متوسط و متوسط به پایین هستند، هویت حزب نیز دگرگون شد «محافظه کاران خون آبی» (Blue Blood Conservatives). ساکن ایالت‌های شمال شرقی و صاحبان سرمایه صنعتی و تجاری - که نخبگان حزبی به شمار می‌آیند، جای خود را به «محافظه کاران خون قرمز» - ساکن جنوب و غرب میانه و دست‌اندرکاران تجارتهای متوسط - دادند. آنچه جورج دبلیو بوش را از پدرش جورج هربرت واکر بوش متمایز می‌کند، چگونگی محافظه کار بودن و پایگاه جغرافیایی آن است. جورج دبلیو بوش، نماد ایالت‌های جنوبی و غربی آمریکا و ارزشهای حاکم بر آنها و نگرش‌های اقتصادی و وضع اقتصادی اهالی این مناطق است؛ جورج هربرت واکر بوش نماد از بافتن حزب متکی بر نخبگان شرقی، و جورج دبلیو بوش نماد سربر آوردن حزب متکی بر نخبگان جنوبی و غرب میانه است. جورج هربرت واکر بوش در انتخابات سال ۱۹۹۲ با به دست آوردن سی و هفت درصد آراء (کمترین رای که یک نامزد جمهوریخواه به دست آورده بود) بزرگترین شکست را از پایان جنگ‌های داخلی آمریکا تا آن زمان، نصیب حزب جمهوریخواه کرد. جورج دبلیو بوش که در انتخابات سال ۲۰۰۰ با نزدیکترین فاصله از رقیب در طول تاریخ آمریکا به پیروزی رسیده بود، در سال ۲۰۰۴ با بیشترین آراء برای یک رئیس‌جمهوری، برای دومین بار وارد کاخ سفید شد.

او در سال ۲۰۰۰ با ۴۷/۹ درصد آراء به کاخ سفید راه یافت در حالی که رقیب او، آل‌گور، با ۴۸/۴ درصد آراء از رسیدن به کاخ سفید باز ماند. در سال ۲۰۰۴ جورج دبلیو بوش با ۵۹۴۵۹۷۶۵

○ شهروندان با تکیه بر «ارزشهای ابزاری» (ارزیابی معطوف به روش و شیوه نامزدها) و «ارزشهای غایی» (ارزیابی معطوف به سیاست‌ها)، به استراتژی کلی که بازتاب شخصیت، باورها و وابستگی‌های سازمانی نامزد است و اکثراً نشان می‌دهند. این بدان معناست که «ارزشهای هسته‌ای» (ارزشهای ابزاری و غایی)، جدا از اینکه قضاوت نهایی را ناآگاهانه و دور از عقیده پایدار یا برخاسته از آگاهی و شناخت کامل از سود و زیان بدانیم، در تحلیل نهایی، نشانگر واقعیات حاکم بر جامعه در مقطع زمانی خاص است.



رأی یا ۵۱ درصد آراء که بالاترین رقم رأی برای يك رئيس جمهور است به پیروزی رسید در حالی که رقیب او، جان فوربز کری با ۴۸ درصد رأی یا ۵۵۹۴۹۴۰۷ رأی یا ۴۸ درصد آراء شکست را پذیرا شد؛ سی و یک ایالت، نماینده محافظه کاران را پسندیدند و نوزده ایالت و نیز منطقه پایتخت (واشینگتن دی سی) سناتور اهل ماساچوست را شایسته حضور در کاخ سفید یافتند. در مقام مقایسه با انتخابات سال ۲۰۰۰، جورج دبلیو بوش در انتخابات سال ۲۰۰۴ در ۴۸ ایالت افزایش رأی داشت. بیشتر ایالت‌هایی که جورج دبلیو بوش در آنها به پیروزی رسیده، ایالت‌های جنوبی و غربی است که جولانگاه صاحبان کسب و کار متوسط، رأی دهندگان با گرایش‌های مذهبی و وابستگی‌های ملی نیرومندتر است. مناطقی که در آنها حزب دموکرات دست بالا را داشته، ایالت‌های شمال شرقی و شمال غربی است که محل تمرکز صاحبان بزرگ سرمایه، رأی دهندگان لیبرال و افراد با نگاه تردیدآمیز به هویت ملی آمریکا است.

جورج دبلیو بوش که در سال ۲۰۰۰ به ۲۷۰ رأی کالج انتخاباتی دست یافته بود در انتخابات سال ۲۰۰۴ در حالی که رقیب او ۲۵۲ رأی به دست آورده بود، با کسب ۲۸۶ رأی نشان داد که جایجایی جغرافیایی، جمعیتی و اقتصادی چشمگیری در حیات انتخاباتی آمریکا رخ نموده است. دگرگون شدن وابستگی‌ها و وفاداری‌های حزبی، بازتاب این واقعیت است. در صد وابستگی و تعلق حزبی که برآمده از ماهیت نهادینه ساختار قدرت و ارزشهای سیاسی است، چندان تغییر نکرده است<sup>۲۸</sup> اما ویژگی‌های جغرافیایی، ارزشی، اقتصادی و شغلی آن سخت دگرگون شده است. این دگرگونی تا اندازه زیادی روشن می‌سازد که چرا محافظه کاران سنتی یعنی محافظه کاران ایالات شرقی یکسره کنترل حزب جمهوریخواه را از دست داده‌اند و محافظه کاران جنوبی دستور کار مبارزات در سطح ریاست جمهوری و ایالتی را هویت می‌بخشند. در دوران معاصر، میانگین پشتیبانی از رؤسای جمهوریخواه ۴۹ درصد و میانگین پشتیبانی از رؤسای جمهور از حزب دموکرات ۴۶/۸ درصد بوده است.

تحلیل رأی در چارچوب يك تحلیل روانشناسانه، تأکید اصلی را بر تصور و نگرش رأی‌دهنده در شکل دادن به رأی قرار می‌دهد. بی‌گمان، یکی از مؤلفه‌های این نگرش، تصویری است که از احزاب وجود دارد. این تصور است که وابستگی حزبی را پدید می‌آورد. روشن است که نگرش مثبت به حزب جمهوریخواه بر پایه ماهیت ارزشی آن، در مقایسه با منفی‌ترین نگرش در سال ۱۹۶۴، اثری چشمگیر در پیروزی جورج دبلیو بوش داشته است. با وجود شرایط مناسب برای پیروزی دموکرات‌ها در انتخابات سال ۲۰۰۰، یعنی وضع اقتصادی مطلوب و درگیر نبودن کشور در جنگ، ال‌گور نامزد دموکرات‌ها نتوانست آرای لازم از کالج انتخاباتی را به دست آورد و این، تا اندازه زیادی باید به حساب افزایش نگرش مثبت به حزب جمهوریخواه و به سخن دیگر اهمیت وابستگی حزبی گذاشته شود. نگرش حزبی، بر رفتار رأی‌دهنده اثر می‌گذارد.<sup>۲۹</sup> دیگر شاخص تعیین‌کننده رأی، نگرش به نامزدهای ریاست جمهوری است.<sup>۳۰</sup> تأکید بر این است که به جای معیار قرار دادن اولویت‌های حزب، توجه باید به نامزدها و رهبران معطوف شود، زیرا آنان هستند که تا اندازه زیادی نتایج را رقم می‌زنند.<sup>۳۱</sup>

فرآیندی که در دهه ۱۹۸۰ در ساختار انتخاباتی آمریکا آغاز شد، امروز به شکوفایی رسیده و انتخابات بویژه انتخابات ریاست جمهوری به گونه‌ای چشمگیر «نامزد محور» شده است.<sup>۳۲</sup> به سخن دیگر، دوران نقش‌آفرینی انتخاب‌کنندگان در کنوانسیون، یعنی گروهی «بازیچه دست‌رؤسای حزب، بی‌سواد و چشم‌به‌راه برخورداری از غنای پیروزی»<sup>۳۳</sup> به سر رسیده است. امروز، انتخابات ریاست جمهوری سخت متأثر از ویژگی‌های فردی نامزدها است و این بدان معناست که ماهیت فسادآلود سیاست در آمریکا که ساخته و پرداخته رهبران حزبی و برآیند بده‌بستانهای سیاسی بوده، به گذشته پیوسته و «سیاست‌های باشگاهی»<sup>۳۴</sup> در سطح انتخابات ریاست جمهوری منسوخ گشته است. امروز معیار اصلی، توانمندی و لیاقت

○ ممکن است گفته شود که «سطح دانش سیاسی، در بسیاری از موارد سخت پایین است»، اما به لحاظ وجود «هزینه‌های غیرقابل انتقالی» که در قالب نتایج گریزناپذیر انتخابات بر عهده رأی‌دهنده است، چگونگی رأی دادن، بعنوان بازتاب ترجیحات جامعه، بر سرهم باید عقلانی و آگاهانه به نظر آید.

○ نامزد مقام ریاست جمهوری باید در کنار پابندی به اصول و باورهای خود، به معیارهایی که بر پایه آن رأی داده می شود، توجه کند، زیرا «تعصب و تغییر ناپذیری ابلهانه، ویژگی برجسته آدمهای حقیر است. اگر همواره یک راه پیموده شود، یک روح بزرگ هیچ کاری برای انجام دادن نخواهد داشت.»

نامزدها است. این تحول کیفی که در دوران پس از جنگ آغاز شده بود، به دنبال شرایط بحرانی در انتخابات سال ۱۹۶۸، در بستر دگرگونی قوانین انتخاباتی و اصلاحات انتخاباتی پررنگ تر شد.<sup>۳۵</sup> فعالان حزبی، طرفداران حزبی، و شهروندان دلمشغول به کیفیت حیات سیاسی، به دنبال اصلاحات گسترده در اواخر دهه شصت و دهه هفتاد، نقش بیشتری در جریان انتخاب رئیس جمهوری به دست آوردند. کنوانسیونهای حزبی که بسیاری کسان آنها را «گردهم آیی های شرارت آمیز»<sup>۳۶</sup> می نامیدند به خاطر هاپیوسته و فضای مساعد برای مشورت و تبادل افکار و اطلاعات<sup>۳۷</sup> که امکان پا گرفتن انتخابات «نامزد محور» را می دهد فراهم شده است. حضور گسترده تر شهروندان در فرایند انتخابات، به معنای نقش کمتر رهبران حزبی و افزایش تأثیر ویژگی های فردی و شخصیت نامزد در شکل گیری رأی است. در کنوانسیون حزب جمهوریخواه در سال ۱۸۵۶ سه هزار تن شرکت داشتند در حالی که این رقم در انتخابات سال ۲۰۰۰ در فیلادلفیا به بیست و دو هزار و سیصد و پنجاه نفر رسید.<sup>۳۸</sup> افزایش نقش شهروندان عادی در فرایند گزینش نامزدهای حزبی و غیر حزبی برای مقام ریاست جمهوری که در انتخابات سال ۱۹۹۴ با قدرت نمایی راس پرو که نزدیک به بیست درصد آرا را به دست آورد به خوبی نمود یافت، «انتخابات نامزد محور» را به یک واقعیت انکار ناپذیر در زندگی سیاسی آمریکا تبدیل کرده است. نامزدهای ریاست جمهوری، در فضای متفاوتی که پس از اصلاحات حزبی و انتخاباتی چند دهه گذشته پدید آمده است، ناگزیرند اطلاعات بیشتری درباره برنامه های خود در اختیار رأی دهندگان بگذارند تا رأی آنها را به دست آورند و از سوی دیگر به وعده هایی که در جریان انتخابات داده اند پایبند باشند<sup>۳۹</sup> زیرا پیروزی دوباره آنان تنها در گرو رضایت رأی دهندگان است. ضرورت تکیه کردن بر شهروندان عادی برای به دست آوردن رأی و زدودن نقش رهبران حزبی در جهت دادن به نتیجه انتخابات، نامزدها را ناگزیر ساخته است سیاستهای خود را هر چه بیشتر با منافع کلی رأی دهندگان

هماهنگ سازند و به وعده های انتخاباتی خود پایبندی نشان دهند.<sup>۴۰</sup> فرایند «نامزد محور»، به علت ضرورت پاسخگویی بیشتر، اتکای بیشتر به منابع مالی غیر متمرکز و نیاز مبرم تر به یک استراتژی که فضای جغرافیایی گسترده تری از کشور را پوشش دهد و نیز اعتبار یافتن رأی شهروندان در ایالت های کوچک تر در چارچوب کالج انتخاباتی، نامزدهای مقام ریاست جمهوری را وادار می دارد که خود را متمایز از رقیب و نزدیکتر به شهروندان نشان دهند و مانند کلینتون و آل گور در سال ۱۹۹۲ مدعی شوند که «متفاوت هستند» (This Ticket is Different)<sup>۴۱</sup> برای نخستین بار در واپسین سالهای دهه ۱۹۵۰ بود که اعتبار نامزدها و اهمیت شخصیت آنان در شکل بخشیدن به نگرش رأی دهندگان، به گونه علمی و تحلیلی مطرح و گفته شد که نگرش رأی دهنده، نه تنها از وابستگی حزبی بلکه از شخصیت نامزد نیز اثر می پذیرد.<sup>۴۲</sup> رأی دهنده به ارزیابی نامزد می پردازد و بر پایه این ارزیابی است که به رأی خود هویت می بخشد. ارزیابی رأی دهنده از یک نامزد بر سه معیار استوار است:

#### الف - دماسنج احساسی (Feeling Thermometer)

برای دریافتن اینکه یک رأی دهنده چگونه به ارزیابی نامزد می پردازد، توجه به احساسات او نسبت به نامزد لازم است. اگر از صفر تا صد را دو سر طیف احساسات در نظر بگیریم، هر چه به عدد صد نزدیکتر شویم، با احساس گرم تر رأی دهنده نسبت به نامزد و در نتیجه ارزیابی مثبت او، و هر چه به صفر نزدیکتر شویم با احساس سرد تر رأی دهنده و در نتیجه ارزیابی منفی او از نامزد روبه رو خواهیم بود.<sup>۴۳</sup> نزدیکی احساسی رأی دهنده به نامزد، سخت بر ارزیابی نهایی او اثر می گذارد و از همین رو دماسنج احساسی در نشان دادن جهت رأی اهمیت بسیار دارد. (جدول شماره ۲)

#### ب - برداشت رأی دهنده از شخصیت نامزد

بی گمان در جامعه ای که اندیشه های لیبرال حاکم است، ارزیابی های فردی، دور از خواسته

بمب‌های چندمگاتنی را بر سر خانواده‌های درخواب بغداد فروریخته است؟»<sup>۴۴</sup> این افراد به همه تشکیلات مخالف حزب جمهوریخواه کمک کردند. برای نمونه، «فهرست امیلی» (EMILY's List) که از نامزدهای طرفدار سقط جنین پشتیبانی می‌کند، از کمک‌های مادی و معنوی هنگفت هواداران جان کری در جامعه اقتصادی و هنری آمریکا برخوردار شد. در کنار این گروه‌ها، تشکیلات کارگری بیش از ۱۹۲ میلیون دلار به جان کری کمک کردند و برای پیروزی او دست به تلاش‌های گسترده زدند؛ اما با همه تبلیغاتی که گروه‌های گوناگون در جوامع هنری، ادبی و اقتصادی بر ضد سیاست‌ها و شخصیت جورج دبلیو بوش به راه انداختند، پیروزی چشمگیر او نشان داد که رأی‌دهندگان آمریکایی «حکومت‌داری کارآمد»، «رهبری اخلاقی» و «گیرایی فردی»<sup>۴۵</sup> را ویژگی‌های مطلوب برای یک رئیس‌جمهوری می‌دانند. در پیوند با این مؤلفه‌ها بود که رفتار رأی‌دهندگان در فاصله دو انتخابات دگرگون شد.

از سال ۱۸۲۸ که مجلس نمایندگان آمریکا از نقش خود در گزینش رئیس‌جمهوری دست کشید و «نظام اکثریت نسبی» پا گرفت، تا سال ۲۰۰۴، آمریکا شاهد برگزاری ۴۵ انتخابات ریاست جمهوری بوده است که در سه مورد یعنی در انتخابات سالهای ۱۸۷۶، ۱۸۸۸ و ۲۰۰۰ نامزدی که شمار کمتری از شهروندان به او رأی داده بودند ولی اکثریت آرا در کالج انتخاباتی را به دست آورده

تشگله‌ها (احزاب، گروه‌های ذینفوذ، ...) اعتبار بیشتری می‌یابد. در انتخابات سال ۲۰۰۴، جامعه سینمایی در هالیوود و جامعه موسیقی دانان (در اینجا منظور بیشتر کسانی است که به عنوان هنرپیشه و موسیقی‌دان به اظهار نظر سیاسی درباره نامزدها پرداخته‌اند) به گونه چشمگیر و گسترده از نامزد حزب دموکرات، جان کری، پشتیبانی کردند و پیروزی دوباره جمهوریخواهان را برای آمریکاییان یک فاجعه دانستند. تشکیلاتی با عنوان «۵۲۷» در برگیرنده گروه‌هایی چون «حرکت به پیش»، «آمریکاییان گردهم آیند» و «صندوق مالی رسانه‌ای» به وجود آمد که بیش از دوست و نود و دو میلیون دلار برای دموکراتها در انتخابات هزینه کرد. تشکیلات ۵۲۷ که ثروتمندان مشهوری چون جورج سورس، هنرپیشه‌هایی مانند لئوناردو دی کاپریو و خوانندگان هم‌چون «بروس اسپرینگستین» در آن حضور داشتند، دست به تلاش‌های گسترده برای جهت دادن به آرای انتخاباتی زد. در جامعه‌ای چون آمریکا که ستارگان و هنرمندان بعنوان نماد مطرح هستند، این انتظار وجود دارد که نگرش آنان نیز از وزن و اعتبار برخوردار باشد.

مریل استریپ، هنرپیشه زن معروف آمریکایی، حتی تا آنجا پیش رفت که باورهای مذهبی جورج دبلیو بوش را نیز به سخره گرفت: «حضرت مسیح، که رئیس‌جمهور ما او را نجات دهنده خود می‌داند، به دست خود کدامین یک از

### (جدول شماره ۲) داماسج احساسی رأی دهنده

۱۰۰ درجه	احساس خیلی گرم نسبت به نامزد
۸۵ درجه	احساس به راستی گرم نسبت به نامزد
۷۰ درجه	احساس کمابیش گرم نسبت به نامزد
۶۰ درجه	احساس تا اندازه‌ای گرم نسبت به نامزد
۵۰ درجه	نبود احساس نسبت به نامزد
۴۰ درجه	احساس خیلی سرد نسبت به نامزد
۳۰ درجه	احساس به راستی سرد نسبت به نامزد
۱۵ درجه	احساس کمابیش سرد نسبت به نامزد
۰ درجه	احساس خیلی سرد نسبت به نامزد

مأخذ: منبع جدول شماره ۱، ص ۱۲۳

○ آنچه جورج دبلیو بوش را از پدرش جورج هربرت واکر بوش متمایز می‌کند، چگونگی محافظه کار بودن و پایگاه جغرافیایی آن است. جورج دبلیو بوش، نماد ایالت‌های جنوبی و غربی آمریکا و ارزش‌های حاکم بر آنها و نگرش‌های اقتصادی و وضع اقتصادی اهالی این مناطق است؛ جورج هربرت واکر بوش نماد از پا افتادن حزب متگی بر نخبگان شرقی، و جورج دبلیو بوش نماد سربرآوردن حزب متگی بر نخبگان جنوبی و غرب میانه است.

بود، به کاخ سفید راه یافت. در انتخابات سال ۲۰۰۰، ال گور نزدیک به پانصد هزار رأی بیشتر به دست آورده بود، ولی با داشتن ۲۶۶ رأی کالج انتخاباتی در برابر ۲۷۱ رأی کالج انتخاباتی که جورج دبلیو بوش به دست آورده بود، مبارزه را واگذار کرد. در سال ۲۰۰۰ جورج دبلیو بوش ۵۰ میلیون و پانصد هزار رأی و ال گور ۵۱ میلیون رأی به دست آورده بودند. در سال ۲۰۰۴، شرکت کنندگان در

انتخابات، بر اساس تجربه چهار ساله، با دادن نزدیک به ۴ میلیون رأی بیشتر به نامزد جمهوریخواهان که ۲۸۶ رأی کالج انتخاباتی را به دست آورده بود، در مقام خود ابقاء کردند. این بدان معناست که از دید رأی دهندگان، مثلث حکومت داری کارآمد، رهبری اخلاقی و گیرایی فردی در مورد جورج بوش بر سرهم مثبت ارزیابی شده است. بدین سان، ساکن کاخ سفید توانست نزدیک به ۶۰ میلیون رأی دهنده را به سوی خود جذب کند که بالاترین رقم در تاریخ انتخابات آمریکا است.

### مثلث ارزیابی رئیس جمهوری

گیرایی فردی رهبری اخلاقی حکومت داری کارآمد در انتخابات سال ۲۰۰۰، نزدیک به ۱۰۰ میلیون واجد شرایط رأی دادن از حضور در پای صندوقهای رأی خودداری کردند در حالی که این شمار در سال ۲۰۰۴ به حدود ۸۰ میلیون کاهش یافت و بیش از ۱۱۵ میلیون تن نظر خود را

○ جورج دبلیو بوش که در انتخابات سال ۲۰۰۰ با نزدیکترین فاصله از رقیب در طول تاریخ آمریکا به پیروزی رسیده بود، در سال ۲۰۰۴ با بیشترین آراء برای یک رئیس جمهوری، برای دومین بار وارد کاخ سفید شد.

### (جدول شماره ۳) - شمار شرکت کنندگان در انتخابات ریاست جمهوری، ۲۰۰۰-۱۹۳۲

سال	واجدان شرایط به میلیون	شمار آرای ثبت شده به میلیون	درصد آرای داده شده با توجه به کل واجدان شرایط
۱۹۳۲	۷۵/۸	۳۹/۷	۵۲/۴
۱۹۳۶	۸۰/۲	۴۵/۶	۵۶
۱۹۴۰	۸۴/۷	۴۹/۹	۵۸/۹
۱۹۴۴	۸۵/۷	۴۸	۵۶
۱۹۴۸	۹۵/۶	۴۸/۸	۵۱/۱
۱۹۵۲	۹۹/۹	۶۱/۶	۶۱/۱
۱۹۵۶	۱۰۴/۵	۶۲	۵۹/۳
۱۹۶۰	۱۰۹/۷	۶۸/۸	۶۲/۸
۱۹۶۴	۱۱۴/۱	۷۰/۶	۶۱/۹
۱۹۶۸	۱۲۰/۳	۷۳/۲	۶۰/۹
۱۹۷۲	۱۴۰/۸	۷۷/۶	۵۵/۱
۱۹۷۶	۱۵۲/۳	۸۱/۶	۵۳/۶
۱۹۸۰	۱۶۴/۶	۸۶/۵	۵۲/۶
۱۹۸۴	۱۷۴/۵	۹۲/۷	۵۳/۱
۱۹۸۸	۱۸۲/۸	۹۱/۶	۵۰/۱
۱۹۹۲	۱۸۹	۱۰۴/۴	۵۵/۲
۱۹۹۶	۱۹۶/۵	۹۶/۴۶	۴۹/۱
۲۰۰۰	۲۰۵/۸	۱۰۵/۴	۵۱/۲

Sources: www. Federal Election Commission. gov and www. Census. gov

کاسته است.<sup>۴۹</sup> در این چارچوب است که تصور رأی دهنده از «اثر بخشی» نامزد مقام ریاست جمهوری جهت گیری رأی را مشخص می‌سازد.<sup>۵۰</sup>

### پ- موضوعات

بی‌گمان رأی دهندگان ترجیحاتی در زمینه سیاست دارند که بر جهت گیری‌ها و ارزیابی‌های سیاسی آنان اثر می‌گذارد.<sup>۵۱</sup> بیشتر رأی دهندگان در برخورد با موضوعات مطرح یا «روحیه لیبرال» دارند یا به «محافظة کاری» گرایش نشان می‌دهند.<sup>۵۲</sup> شهروندان آمریکایی در انتخابات ریاست جمهوری و کنگره که در نخستین سالهای هزاره سوم میلادی برگزار شد، آشکارا محافظه کاری خود را به نمایش گذاشتند.

در انتخابات سالهای ۲۰۰۰ و ۲۰۰۴، نامزد محافظه کاران به کاخ سفید راه یافت و کنگره همچنان زیر نفوذ محافظه کاران باقی ماند؛ وضعی که از بحران اقتصادی ۱۹۲۹ تاکنون بی‌سابقه بوده است. (جدول شماره ۴) در بحث «موضوعات»، هم

به رأی دهنده باید توجه داشت، هم به نامزدها. گروهی نگاه مثبت به رأی دهندگان دارند و آنان را بهره‌مند از عقلانیت و میانرو در زمینه رأی دادن<sup>۵۳</sup> و از همین رو خواهان قدرت سیاسی برای اثر گذاری بیشتر می‌دانند.<sup>۵۴</sup> در برابر، نظریه دیگری بویژه از اوایل دهه شصت اعتبار بسیار یافته است مبنی بر اینکه رأی دهندگان اشرافی بر مباحث ندارند<sup>۵۵</sup> و فاقد آگاهی همه‌جانبه و «ترجیحات مشخص» (fixed preferences)<sup>۵۶</sup> در زمینه موضوعات مطرح شده هستند. این بدان معناست که «محدودسازی موضوعی» (issue constraint)<sup>۵۷</sup> که مورد نظر دارندگان نگرش مثبت به رأی دهنده است، و جاهت و اعتبار ندارد. جدا از اینکه کدام دیدگاه را بپذیریم، باید پذیرفت که شهروند به هنگام رأی دادن به داوری می‌پردازد. در این باره که رأی دهنده چگونه داوری می‌کند، دو نظریه وجود دارد. نظریه «رأی پریایه کار کرد گذشته» (retrospective voting)، داوری رأی دهنده را بر خاسته از ارزیابی او از سیاستهای شکل گرفته می‌داند. از این دیدگاه، رأی دهنده

### ○ فرایندی که در دهه

۱۹۸۰ در ساختار انتخاباتی آمریکا آغاز شد، امروز به شکوفایی رسیده و انتخابات بویژه انتخابات ریاست جمهوری به گونه‌ای چشمگیر «نامزد محور» شده است. به سخن دیگر، دوران نقش آفرینی انتخاب کنندگان در کنوانسیون، یعنی گروهی «بازیچه دست رؤسای حزب، بی‌سواد و چشم به راه بر خورداری از غنایم پیروزی» به سر رسیده است. امروز، انتخابات ریاست جمهوری سخت متأثر از ویژگیهای فردی نامزدها است و این بدان معناست که ماهیت فسادآلود سیاست در آمریکا که ساخته و پرداخته رهبران حزبی و برآیند بده‌بستانهای سیاسی بوده، به گذشته پیوسته و «سیاستهای باشگاهی» در سطح انتخابات ریاست جمهوری منسوخ گشته است.

### (جدول شماره ۴) - پیروزیهای دو حزب در انتخابات ریاست جمهوری، مجلس نمایندگان و سنا ۲۰۰۵-۱۹۳۳

تاریخ	ریاست جمهوری	کنگره
۱۹۳۳-۱۹۴۶	دموکرات	دموکرات
۱۹۴۷-۱۹۴۸	دموکرات	جمهوریخواه
۱۹۴۹-۱۹۵۲	دموکرات	دموکرات
۱۹۵۳-۱۹۵۴	جمهوریخواه	جمهوریخواه
۱۹۵۵-۱۹۶۰	جمهوریخواه	دموکرات
۱۹۶۱-۱۹۶۸	دموکرات	دموکرات
۱۹۶۹-۱۹۷۶	جمهوریخواه	دموکرات
۱۹۷۷-۱۹۸۰	دموکرات	دموکرات
۱۹۸۱-۱۹۸۶	جمهوریخواه	سنا-جمهوریخواه مجلس-دموکرات
۱۹۸۷-۱۹۹۲	جمهوریخواه	دموکرات
۱۹۹۳-۱۹۹۴	دموکرات	دموکرات
۱۹۹۵-۲۰۰۰	دموکرات	جمهوریخواه
(از ۲۰ ژانویه تا ۶ آگوست) ۲۰۰۱	جمهوریخواه	جمهوریخواه
(از ۷ آگوست ۲۰۰۱ تا نوامبر ۲۰۰۲-۲۰۰۱)	جمهوریخواه	سنا-دموکرات
۲۰۰۳-۲۰۰۵	جمهوریخواه	جمهوریخواه



«خردورز، پاداش دهنده و تنبیه کننده است».<sup>۵۸</sup> در این چارچوب، این باور حاکم است که شهروند جدا از میزان آگاهی و خردورزی اش «گفته‌ها و وعده‌های احزاب را زیر نظر دارد»<sup>۵۹</sup> و بر پایه کارکرد آنها به نتیجه گیری می‌پردازد؛ و نامزدها با توجه به همین نکته است که می‌کوشند رفتارها و کارکردهای رقیب را به رأی دهندگان یادآوری کنند.

در انتخابات ۱۹۹۶، بیل کلینتون رقیب محافظه کار خود با دال را به کار کرد کنگره گره زد؛ در انتخابات سال ۲۰۰۰، جورج دبلیو بوش رقیب دموکرات خود ال گور را دخیل در سیاستهای هشت ساله بیل کلینتون معرفی کرد؛ همچنین در انتخابات سال ۲۰۰۴، بارها بر مخالفت رقیب خود جان کری با سرکوبی عراق پس از حمله به کویت در ۱۹۹۱ انگشت گذاشت و آثار نشانه تاتوانی او در راهبری آمریکا در صحنه جهانی دانست. پس رفتارها و کارکردهای گذشته تعیین کننده می‌شود<sup>۶۰</sup> و قول و فعل نامزدها به میدان داوری می‌آید.<sup>۶۱</sup>

مدل دیگری که داوری رأی دهنده بر پایه آن می‌تواند شکل بگیرد «رأی معطوف به آینده» (prospective voting) است. در این چارچوب، رأی دهنده بر پایه دریافت‌های کنونی خود به پیش بینی کارکرد نامزدها در همه حوزه‌ها می‌پردازد.<sup>۶۲</sup> از دید بسیاری کسان، موضع گیری نامزدها در زمینه سیاستها (policy position) و موضوعاتی که بدان می‌پردازند<sup>۶۳</sup> چندان تعیین کننده نیست، زیرا رأی دهنده فقط «عقلانیت مبتنی بر اطلاعات محدود» دارد<sup>۶۴</sup> و در سایه کمبود آگاهی، سخت از «رهبری نخبگان» اثر می‌پذیرد.<sup>۶۵</sup> از همین رو است که اینان رأی دهندگان «مردمان دربند» (captive public) می‌خوانند.<sup>۶۶</sup> اما در تجزیه و تحلیل انتخابات<sup>۶۷</sup> باید به چیزهایی پرداخت که روی کفه‌های «ترازوی موضوعی» قرار می‌گیرد. برخی موضوعات «ساده» اند، چندان نیاز به ارزیابی ندارند، و بیشتر بر پایه غریزه درباره آنها داوری می‌شود. موضوعاتی چون مسائل محیط زیست، حقوق اساسی انسان، رفاه حیوانات و... از این دسته‌اند. دسته‌ای دیگر را که موضوعات «سخت» خوانده می‌شوند باید

ارزیابی کرد و داوری درباره آنها نیازمند داشتن اطلاعات است. مسائل در زمینه چگونگی تخصیص و توزیع منابع در جامعه و... در این گروه جای می‌گیرند. نکته درخور توجه این است که بیشتر رأی دهندگان به موضوعات «ساده» که نیازمند «پاسخ‌های نمادین» است نظر دارند و شمار کسانی که به موضوعات «سخت» می‌پردازند اندک است. بدین سان رأی دهندگان در ترازوی موضوعی قرار می‌گیرند، و البته بیشتر در کفه‌ای که دربرگیرنده موضوعات ساده است. با درک این واقعیت انکارناپذیر است که هر یک از نامزدها «استراتژی کلی» ویژه‌ای برمی‌گزینند و در برابر هر موضوع رویکردی متمایز دارد<sup>۶۸</sup> و شمارهایش را سمت و سو می‌دهد.

جان اف. کندی در انتخابات ۱۹۶۰ بر رویارویی موشکی با اتحاد جماهیر شوروی انگشت گذاشت؛ باری گلدواتر در ۱۹۶۴ از تفاوت پژواک و انتخاب سخن گفت؛ رونالد ریگان در ۱۹۸۰ به مقایسه وضع اقتصادی آمریکا با چهار سال پیش از آن پرداخت؛ هربرت واکر بوش در ۱۹۸۸ ایدئولوژی رقیب را محور مبارزه انتخاباتی خود قرار داد؛ بیل کلینتون در ۱۹۹۲ کوشید نشان دهد که دموکراتی متفاوت است؛ جورج دبلیو بوش در سال ۲۰۰۰ آموزش و بیمه‌های اجتماعی تأکید کرد و در ۲۰۰۴ مبارزه با تروریسم را بعنوان موضوع محوری برگزید. بر پایه این واقعیات است که نظر سنجی و بررسی افکار عمومی در قلمرو انتخابات ارزش بسیار می‌یابد.<sup>۶۹</sup> درباره موضوعات و سیاستها، شهروندان در سطح کلی و رأی دهندگان به شکل خاص نظرها و عقایدی دارند. در مورد برخی موضوعات، اجماعی کلی در جامعه وجود دارد که بیشتر مربوط به جهت گیریهای عمومی کشور است و در اینجا است که از آسان گیری و رواداری سخن به میان می‌آید. آمارسیدن به اجماع بر سر برخی موضوعات امکان پذیر نیست و شهروندان بر پایه ویژگی‌های اجتماعی و خصلت‌های روانی شان درباره آنها موضع گیری می‌کنند و چنین است که تفاوت‌های ارزشی رخ می‌نماید و نظرهای دستوری و ارشادی پامی گیرد.<sup>۷۰</sup>

○ فرایند «نامزد محور»،  
به علت ضرورت  
پاسخگویی بیشتر، اتکای  
بیشتر به منابع مالی  
غیر متمرکز و نیاز مبرم‌تر به  
یک استراتژی که فضای  
جغرافیایی گسترده‌تری از  
کشور را پوشش دهد و نیز  
اعتبار یافتن رأی شهروندان  
در ایالت‌های کوچک‌تر در  
چارچوب کالج انتخاباتی،  
نامزدهای مقام ریاست  
جمهوری را وادار می‌دارد که  
خود را متمایز از رقیب و  
نزدیکتر به شهروندان نشان  
دهند.

اجتماعی» خود، به رأی خویش جهت می‌دهد. این، در واقع بیانگر حضور انفعالی شهروند در میدان انتخابات است. کار سیاسی که همان رأی دادن است، باز تاب جایگاه، وضع و ویژگیهای فرد در اجتماعی است که در آن زندگی می‌کند. این «تفسیری جامعه‌شناسانه» از چگونگی رفتار شهروند در قلمرو سیاست به‌شمار می‌آید. برپایه این ویژگی‌های اجتماعی می‌توان گفت که رأی دهنده از آغاز راه به چه سویی حرکت خواهد کرد و به چه نامزدی رأی خواهد داد. ماهیت زندگی اجتماعی، تعیین‌کننده ماهیت ذهن سیاسی رأی‌دهنده است. پس او منفعلانه با تبلیغات و ویژگیهای شخصیتی متفاوت نامزدها برخورد خواهد داشت. رأی او از پیش مشخص شده است، زیرا ویژگیهای اجتماعی فرد که برای مدتی نه‌چندان کوتاه ثابت است، به رأی جهت می‌دهد و شهروند را به سوی نامزدی می‌راند که با او همسویی اجتماعی دارد. مذهب، محل زندگی، طبقه اجتماعی، کیفیت خانواده، وابستگی قومی و... در شمار عواملی است که به رأی شهروند سمت و سوی می‌دهد.

رأی دهنده، برکنار از جایگاه اجتماعی خود رفتار نمی‌کند؛ او در بند طبقه، قومیت، زیستگاه و وضع اقتصادی خود است و به گونه‌ی غریزی برپایه این مولفه‌های اجتماعی است که رأی می‌دهد. این تفسیر جامعه‌شناسانه تا پیش از جنگ جهانی دوم اعتبار بسیار داشت و در تحلیلها درباره‌ی انتخابات ریاست جمهوری به کار گرفته می‌شد.<sup>۷۲</sup> در چارچوب تحلیل‌های اجتماعی-اقتصادی بود که گفته می‌شد چرا شهروندان به نامزدی گرایش می‌یابند و به او رأی می‌دهند؛<sup>۷۳</sup> با توجه به گسل‌های اجتماعی بود که دگرگونی‌های اثبات سیاسی ارزیابی می‌شد.<sup>۷۴</sup> تفسیر جامعه‌شناسانه برپایه داده‌های برآمده از شناخت ویژگی‌های اجتماعی رأی‌دهندگان، یک چارچوب تحلیلی ساده و قابل درک برای پیش‌بینی نتیجه انتخابات فراهم می‌کند. این مدل که از سوی تحلیل‌گران انتخاباتی در دانشگاه کلمبیا مطرح شده، سخت «ایستا» (static) و تک‌بعدی است. نمودار ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی رأی‌دهندگان در

بنابراین در تصویری کلی از فضای انتخاباتی در آمریکا این باور شکل می‌گیرد که رأی‌دهندگان دارای اولویتهای موضوعی هستند و برپایه آنها به نتیجه‌گیری می‌پردازند و نامزدهای ریاست جمهوری هم با دریافتن این نکته به تنظیم برنامه‌های انتخاباتی خود و جلب نظر شهروندان می‌پردازند. نامزدها در این چارچوب تنها در صورتی موفق می‌شود که بتوانند «اتلافی از اقلیت‌ها» پدید آورند؛<sup>۷۵</sup> یعنی گروههای گوناگون با اندیشه‌ها و جهت‌گیری‌های موضوعی متفاوت را گرد آورند و بدین‌سان راه پیروزی را هموار سازند. برپایه این ائتلاف از نظر موضوعی است که نتایج سیاست‌گذاری در دوران زمامداری دموکراتها و جمهوریخواهان از هم متمایز می‌شود. جهت‌گیری موضوعی رؤسای جمهوری، که مبتنی بر نگرش موضوعی رأی‌دهندگانی است که آنان را به قدرت رسانده‌اند، به سیاستهایی ویژه می‌انجامد. جدا از اینکه مدل سیاست‌گذاری در آمریکا از پایین به بالا است (مدل دموکراتیک) یا از بالا به پایین (مدل اقتدارگرایانه)، (نمودار شماره ۱)، نتایج متمایز سیاست‌گذارها نشان دهنده تأثیر موضوعات در آرای شهروندان و بازتاب آن در تصمیمات رؤسای جمهوری است.

## الگوهای انتخاباتی

شناخت درست و ارزیابی فراگیر انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا باید در چارچوبی چندبعدی صورت پذیرد و بی‌گمان انتخابات سال ۲۰۰۴ هم از این قاعده مستثنی نیست.

برای روشن ساختن این مسئله که رأی شهروندان بر چه پایه‌هایی شکل می‌گیرد، سه دیدگاه تحلیلی وجود دارد که به منظور دور شدن از تحلیل تک‌بعدی و هرچه بهتر شناخته شدن انتخابات سال ۲۰۰۴، هر سه دیدگاه به گونه‌ی ترکیبی به کار گرفته می‌شود.

«مدل کلمبیا»:

این مدل رفتار رأی‌دهنده را در قالب یک کنش اجتماعی تعریف می‌کند. رأی دادن، کاری است اجتماعی؛ رأی دهنده برپایه «ویژگی‌های

○ با همه تبلیغاتی که گروههای گوناگون در جوامع هنری، ادبی و اقتصادی بر ضد سیاستها و شخصیت جورج دبلیو بوش به راه انداختند، پیروزی چشمگیر او نشان داد که رأی‌دهندگان آمریکایی «حکومت داری کارآمد»، «رهبری اخلاقی» و «گیرایی فردی» را ویژگیهای مطلوب برای یک رئیس‌جمهوری می‌دانند. در پیوند با این مؤلفه‌ها بود که رفتار رأی‌دهندگان در فاصله دو انتخابات دگرگون شد.

دهنده اهمیت دارد، اما در خلأ عمل نمی کند بلکه زیر تأثیر مؤلفه های روانی رأی دهنده است. وابستگی حزبی<sup>۷۸</sup>، موضوعات مطرح<sup>۷۹</sup> و ویژگی های نامزد<sup>۸۰</sup> نقش واسطه را بازی می کنند و بر نگرش شهروند درباره چگونگی رأی دادن اثر می گذارند. بر پایه مدل «میشیگان»، رأی دهنده در بند ویژگی های اجتماعی نیست بلکه رفتار عقلانی دارد<sup>۸۱</sup> و در برابر تبلیغات، مبارزات انتخاباتی و استراتژی های انتخاباتی واکنش نشان می دهد. پس این امکان وجود دارد که رأی دهنده ترغیب شود<sup>۸۲</sup> که برخلاف جایگاه اقتصادی - اجتماعی خود رأی دهد و آنرا نادیده انگارد؛ و این به معنای اثرپذیری از عوامل روانی در کنار ارزش ها و آگاهی های به دست آمده است.<sup>۸۳</sup> با در نظر گرفتن اینکه رأی در چارچوب فرایندی «پویا» هویت پیدا می کند، مبارزات انتخاباتی اعتبار بسیار می یابد<sup>۸۴</sup>، زیرا می تواند با بهره گیری از تبلیغات،

سال ۲۰۰۴ هر چند نشان می دهد که گروه های اجتماعی چگونه رأی داده اند، اما روشن نمی سازد که چرا بدین گونه رأی داده اند. (جدول شماره ۵) «مدل میشیگان»:

پس از جنگ جهانی دوم، با توجه به ناتوانی دست اندر کاران تفسیر جامعه شناسانه از پیش بینی نتایج انتخابات سال ۱۹۴۸ و تحلیل های نادرستی که در این زمینه شد، این نگرش بدید آمد که ضرورت دارد به تحلیل خطی از رفتار رأی دهندگان پایان داده شود<sup>۷۵</sup> و این باور پا گرفت که «عوامل واسطه» نقش تعیین کننده و برجسته تری در قیاس با عوامل اجتماعی در جهت دادن به رأی دارد<sup>۷۶</sup> و لازم است به بینش رأی دهنده هم توجه شود. «تفسیر روانشناسانه - اجتماعی» به عواملی که مؤلفه های اجتماعی را تعدیل یا تشدید می کند، می پردازد.<sup>۷۷</sup> هر چند ویژگی های اجتماعی رأی

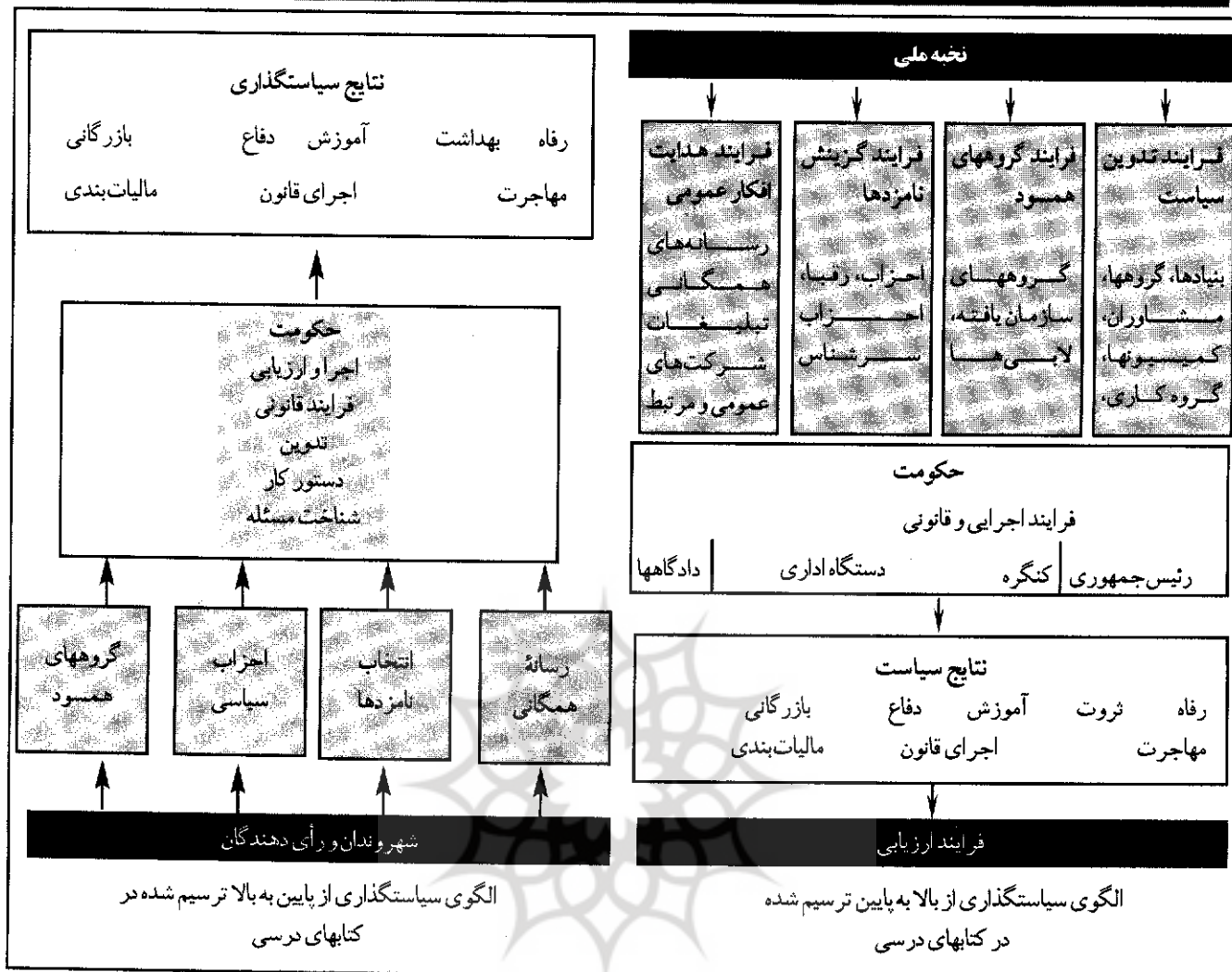
○ شهروند جدا از میزان آگاهی و خردورزی اش «گفته ها و وعده های احزاب رازیر نظر دارد» و بر پایه کارکرد آنها به نتیجه گیری می پردازد؛ و نامسزدها با توجه به همین نکته است که می کوشند رفتارها و کارکردهای رقیب را به رأی دهندگان یادآوری کنند.

(جدول شماره ۵) - انتخابات سال ۲۰۰۴: رأی دهندگان به نامزدها با توجه به شاخص های اقتصادی - اجتماعی (به درصد)

وضعیت ازدواج		درآمد						مردان					زنان											
مردان مجرد	مردان متأهل	زنان مجرد	زنان متأهل	خانواده همراه	کمتر از ۱۵۰۰۰ دلار در سال	۱۵ تا ۳۰ هزار دلار	۳۰ تا ۵۰ هزار دلار	۵۰ تا ۷۵ هزار دلار	۷۵ تا ۱۰۰ هزار دلار	۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار دلار	۱۵۰ تا ۲۰۰ هزار دلار	بالاتر از ۲۰۰ هزار دلار	مردان مجرد	مردان متأهل	زنان مجرد	زنان متأهل	خانواده همراه	کمتر از ۱۵۰۰۰ دلار در سال	۱۵ تا ۳۰ هزار دلار	۳۰ تا ۵۰ هزار دلار	۵۰ تا ۷۵ هزار دلار	۷۵ تا ۱۰۰ هزار دلار	۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار دلار	بالاتر از ۲۰۰ هزار دلار
۴۰	۵۹	۳۵	۵۷	۵۹	۳۶	۴۲	۴۹	۵۶	۵۵	۵۷	۶۳	۶۳	۴۰	۵۹	۳۵	۵۷	۵۹	۳۶	۴۲	۴۹	۵۶	۵۵	۵۷	۶۳
۵۸	۴۰	۶۴	۴۲	۴۰	۶۳	۵۷	۵۰	۴۳	۴۵	۴۲	۳۵	۳۵	۵۸	۴۰	۶۴	۴۲	۴۰	۶۳	۵۷	۵۰	۴۳	۴۵	۴۲	۳۵

حضور در مراسم مذهبی		مذهب		نژاد		محل سکونت		بیش از یکبار در هفته					یکبار در ماه												
بیش از یکبار در هفته	یکبار در ماه	چندبار در سال	هرگز	پروتستان	کاتولیک	یهودی	سفید	سیاه	اسیانیایی	شهر	حومه شهر	روستا	بیش از یکبار در هفته	یکبار در ماه	چندبار در سال	هرگز	پروتستان	کاتولیک	یهودی	سفید	سیاه	اسیانیایی	شهر	حومه شهر	روستا
۶۴	۵۸	۴۵	۳۶	۵۹	۵۲	۲۵	۵۸	۱۱	۴۴	۴۵	۵۲	۵۷	۶۴	۵۸	۴۵	۳۶	۵۹	۵۲	۲۵	۵۸	۱۱	۴۴	۴۵	۵۲	۵۷
۳۵	۴۱	۵۴	۶۲	۴۸	۴۷	۷۴	۴۱	۸۸	۵۳	۵۴	۴۷	۴۲	۳۵	۴۱	۵۴	۶۲	۴۸	۴۷	۷۴	۴۱	۸۸	۵۳	۵۴	۴۷	۴۲

سن		تحصیلات		جنس		منطقه جغرافیایی		بیش از یکبار در هفته					یکبار در ماه												
بیش از یکبار در هفته	یکبار در ماه	چندبار در سال	هرگز	پروتستان	کاتولیک	یهودی	سفید	سیاه	اسیانیایی	شهر	حومه شهر	روستا	بیش از یکبار در هفته	یکبار در ماه	چندبار در سال	هرگز	پروتستان	کاتولیک	یهودی	سفید	سیاه	اسیانیایی	شهر	حومه شهر	روستا
۶۴	۵۸	۴۵	۳۶	۵۹	۵۲	۲۵	۵۸	۱۱	۴۴	۴۵	۵۲	۵۷	۶۴	۵۸	۴۵	۳۶	۵۹	۵۲	۲۵	۵۸	۱۱	۴۴	۴۵	۵۲	۵۷
۳۵	۴۱	۵۴	۶۲	۴۸	۴۷	۷۴	۴۱	۸۸	۵۳	۵۴	۴۷	۴۲	۳۵	۴۱	۵۴	۶۲	۴۸	۴۷	۷۴	۴۱	۸۸	۵۳	۵۴	۴۷	۴۲



احساسات و جهت گیری فکری رأی دهندگان را هدایت کند.<sup>۸۵</sup> نشست سراسری حزب که هر چهار سال برگزار می شود تا نامزد حزب را که در عمل مشخص است، به گونه رسمی تأیید کند، برای این است که رقابت پس از نشست افزایش یابد.<sup>۸۶</sup> مبارزات انتخاباتی شکل می گیرد تا در واقع نامزد را به رأی دهندگان معرفی کنند یا به تعبیری او را به رأی دهندگان «بفرروشند».<sup>۸۷</sup> برخلاف نظر تحلیل گرانی که معتقدند بر پایه شاخص های حاکم اقتصادی - اجتماعی نتیجه انتخابات پیش بینی شدنی است<sup>۸۸</sup> و اینکه رأی دهندگان از مؤلفه های غیرروانشناختی بسیار اثر می پذیرند،<sup>۸۹</sup> مبارزات انتخاباتی با قالب دادن به مباحثات و اولویت بخشیدن به موضوعات، نقشی کارساز در بسیج

طرفداران حزبی و مهمتر از آن هویت بخشیدن به جهت گیری رأی دهندگان مستقل دارد. شیوه های مبارزه انتخاباتی برای تسخیر روح و دل رأی دهندگان، به گونه چشمگیر فضای انتخابات را دگرگون ساخته و سبب اعتبار یافتن روشهای نامزد محور و برجسته تر شدن نقش نظر سنجی گشته است.<sup>۹۰</sup> امروز در پهنه انتخابات شاهد شکل گیری پدیده ای هستیم که «مبارزه انتخاباتی همیشگی» نام گرفته است.<sup>۹۱</sup>

در انتخابات سال ۲۰۰۴، مدیر برنامه های انتخاباتی جورج بوش، بر پایه تفسیر روانشناسانه - اجتماعی، به گردآوری اطلاعات درباره کیفیت اقلام مصرفی رأی دهندگان در ایالت های کلیدی پرداخت. گروه انتخاباتی، مانند بنگاه های اقتصادی، يك «الگوی مصرف کننده» (consumer)



model) تهیه کرد. برپایه این الگو، برای نمونه، مشخص شد که خودرورای دهندگان چیست یا آنان چه سرگرمی‌هایی دارند. مهم نیست که آنان کجا زندگی می‌کنند یا از چه طبقه‌ای هستند؛ مهم این است که چگونه زندگی می‌کنند: کیفیت زندگی بازتاب کیفیت‌های روانی رای دهندگان و بیش از آنها است. برپایه الگوی یادشده این امکان پدید می‌آید که تبلیغات و مبارزه انتخاباتی به گونه‌ای باشد که با ویژگی‌های روانی رای دهندگان همخوان شود یا آنها را تغییر دهد.

### الگوی گزینش عقلانی:

در کنار جامعه‌شناسانی که مدل کلمبیا را دلخواه می‌یابند و تحلیلگرانی سیاسی که مدل میشیگان را کارآمد تصویر می‌کنند، تحلیلگرانی هستند که بر اولویت «سودمندی» انگشت می‌گذارند. از این دیدگاه، رای دهنده بازیگری اقتصادی در میدان سیاست و در پی بیشینه کردن منافع خود است. رای در واقع در راستای دستیابی به بیشترین منفعت شکل می‌گیرد. پس شهروند هنگامی رای می‌دهد که از دید او در این کار سودی نهفته باشد؛ از همین رو به نامزدی رای می‌دهد که در «فضای سیاست‌ها» (Policy space) به او نزدیکتر است.<sup>۹۲</sup>

هرچند رای می‌تواند بر پایه منافع شخصی شکل گیرد، ولی این احتمال هم هست که رای دهنده سلامت اقتصادی جامعه را برتر شمارد و بر این باشد که تنها در چارچوب یک اقتصاد ملی پویا است که وضع اقتصادی او بهبود می‌یابد. پس برپایه منطق اقتصادی، رای می‌تواند بر آینه ارزیابی «وضع مالی رای دهنده» (voter's pocketbook) باشد یا برپایه «وضع کلی اقتصادی جامعه» شکل گیرد. (sociotropic voting)<sup>۹۳</sup>

در این الگو، چیزی که تصمیم‌گیری رای دهنده را آسان می‌کند، چگونگی کارکرد نامزد است.

بی‌گمان هر یک از سه الگو بخشی از محیط انتخاباتی را روشن می‌سازد. رای دهنده در همان حال که از پیشینه اجتماعی و وابستگی‌های احساسی خود اثر می‌پذیرد، نگرشی منفعت طلبانه

به انتخابات دارد. با در نظر گرفتن این عوامل، گویانکه قدرت اثرگذاری‌شان متفاوت است، در تحلیل انتخابات ۲۰۰۴ آمیزه‌ای از سه الگوی یادشده به کار گرفته می‌شود تا بهترین توصیف و گویاترین تحلیل به دست آید. تئوری دموکراتیک در واقع چیزی نیست جز اینکه شهروند در چارچوب سه الگو (ویژگی‌های اجتماعی-رفتاری عقلانی-بیشش) رای می‌دهد. رای دهنده برای گزینه‌های گوناگون، اولویت‌هایی قائل است؛ در زمینه موضوعات در سطح کلی، قدرت شناخت دارد هرچند ممکن است به خوبی نتواند آنرا نشان دهد؛ و به نتیجه انتخابات در چارچوب گرایش‌ها، دل‌بستگی‌ها و اولویت‌های خود می‌اندیشد. در تحلیل نهایی، شهروند با در نظر گرفتن محدودیت‌های انسانی و ساختاری، «درست» رای می‌دهد.<sup>۹۴</sup>

دنباله دارد

### منابع:

1. Ginsberg, Benjamin and Martin Shefter, 1990. *Politics by other Means: The Declining importance of Election in America*. New York: Basic Books
2. Mayer, G. William, ed. 2000. *In Pursuit of the White House 2000: How we choose our Presidential Nominees*. New York: Chatham House
3. Douglas, Kellner, 2001. *Grand Theft 2000: Media Spectacle and a Stolen Election*. New York: Chatham House
4. Ceaser, W. James and Andrew E. Busch, 2001. *The perfect Tie: The True story of the 2000 Presidential Election*. Lanham, Md.: Rowman and Little Field
5. Lau, R. Richard, and David P. Redlawsk, "Voting Correctly", *American Political Science Review*, Vol. 91, No. 3, September 1997, p. 585
6. Patterson, Thomas, 2002, *The Vanishing Voter: Public involvement in an Age of Uncertainty*. New York: Knopf
7. Pomper, M. Gerald, ed. *The Election of 2000*. New York: Chatham House/Seven Bridges Press, 2001, pp. 93-108
8. Goldstein, Kenneth and Mark Jones, 2002. "Party identification and the Electorate at the start of the Twenty - First Century" in Sandy

○ در تصویری کلی از فضای انتخاباتی در آمریکا این باور شکل می‌گیرد که رای دهندگان دارای اولویت‌های موضوعی هستند و برپایه آنها به نتیجه‌گیری می‌پردازند و نامزدهای ریاست جمهوری هم با دریافتن این نکته به تنظیم برنامه‌های انتخاباتی خود و جلب نظر شهروندان می‌پردازند. نامزدها در این چارچوب تنها در صورتی موفق می‌شوند که بتوانند «اتلافی از اقلیت‌ها» پدید آورند؛ یعنی گروه‌های گوناگون با اندیشه‌ها و جهت‌گیری‌های موضوعی متفاوت را گرد آورند و بدین سان راه پیروزی را هموار سازند.

## ○ با در نظر داشتن

انتخابات مخدوشی که با آراء بسیار نزدیک نامزدها بعنوان نخستین انتخابات در هزاره جدید رقم خورد، بی گمان انتخابات سال ۲۰۰۴ معنای متفاوتی می یابد. رأی دهندگان شاید بی بهره از اطلاعات گسترده و دقیق بوده اند، ولی انتخاب دوباره جورج بوش بازتاب این واقعیت است که رأی دهندگان بر پایه «شناخت منافع» خود تصمیم می گیرند.

- tenberg. "Measuring Party Identification: Independent or no Partisan Preferences?" *American Journal of Political Science*, Vol. 27, Feb 1983, pp. 106-121
26. Jennings, M. Kent. and Gregory B. Markus, "Partisan Orientation over the long haul; Results From the Three Wave Political Socialization Panel Studies", *American Political Science Review*, Vol. 78, Dec. 1984, pp. 1000-1018
27. Ornstein, Norman and Thomas Mann, ed. 2000. *The Permanent Campaign and its Future*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and Brookings Institute
28. Tenpas, Kathryn D., "Institutionalized Politics: The White House Office of Political Affairs", *Presidential Studies Quarterly*, Vol. 26, Spring 1996, pp. 511-22
29. Green, Donald, Bradley Palmquist and Eric Schicker, 2002. *Partisan Hearts and Minds*. New Haven: Yale University press
30. Campbell, James E. 2000. *The American Campaign: U.S. Presidential Campaigns and the National Vote*. College Station: Texas A and M University Press
31. Brace, Paul and Barbara Hinckley, 1992. *Follow the Leader*. New York: Basic Books
32. Wattenberg, Martin p. 1991. *The Rise of Candidate center Politics: Presidential Elections of the 1980s*. Cambridge: Harvard University Press.
33. David, Paul T. et al. 1964. *The Politics of National Party Conventions*. New York: Vintage Books, p. 245
34. Wilson, James Q. 1962. *The Amateur Democrat: Club Politics in Three Cities*. Chicago: University of Chicago Press, p.3
35. Shafer, Bryon E. 1988. *Bifurcated Politics: Evolution and Reform in the National Party Convention*. New York: Russell Sage
36. Bryce, James. 1891. *The American Commonwealth*. Chicago: Charles H. sergel, p.216
37. Bessette, Joseph M. 1994. *The Mild Voice of Reason: Deliberative Democracy and American National Government*. Chicago: University of Chicago press, p. 46
38. Sautter, R. Craig, 2000. *Philadelphia Presidential Conventions*. Highland Park: ILL.: December Press
39. Pomper, Gerald M. and Susan S. Lederman. 1980. *Elections in America: control and influence in Democratic Politics*, and ed. New York: Longman, pp. 129-53
- Maisel, ed. *The Parties Respond*. 4th ed. Boulder, Colo.: Westview
9. Buell, H. Emmett, Jr. and William G. Mayer, eds. 2004, *Enduring Controversies in Presidential Nominating Politics*, Pittsburgh, PA.: University of Pittsburgh Press, p.1
10. Easton, David, 1965. *A System Analysis of Political Life*, New York: John Wiley and Sons
11. Lasswell, D. Harold, 1958. *Politics: Who Gets What, When, How*, New York: Meridian Press
12. Dahl, Robert A., 1957. "Decision Making in Democracy: The Supreme Court as a National Policy Maker", *Journal of Public Law*, Vol. 6, p. 279
13. Aldrich, John H. and Thomas Weko, 2000. "The Presidency and the Election Campaign: Framing the Choice in 1996", in Michael Nelson, 6th ed. *The Presidency and the Political System*. Washington, D.C.: CQ Press
14. Rokeach, M. 1973. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press
15. Delli Caprini, Michael X., and Scott Keter 1996, *What Americans Know about Politics and why it Matters*. New Haven: Yale University Press, p. 269
16. Downs, Anthony, 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row
17. Smith, T.V. 1936. *The Promise of American Politics*. Chicago: University of Chicago Press, p. 248
18. Bennett, William J. 1998. *The Death of outrage; Bill Clinton and the Assault on American Ideals*. New York: Free Press, p. 42
19. Pfiffner, James P. 2004. *The Character Factor: How We Judge America's Presidents*. College Station: Texas A and M University Press, p. XIII
20. Emerson, Ralph Waldo. 1993. *Self-Reliance and other Essays*. New York: Dover Publishing, p. 24
21. Campbell, Angus, et al. 1960. *The American Voter*. New York: Wiley
22. Miller, Warren E. and J. Merritt Shanks. 1996. *The New American Voter*. Cambridge Harvard University Press, pp. 117-183
23. Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press
24. Campbell, *The American Voter*, p. 121
25. Miller, Arthur H., and Martin P. Wat-

- Cambridge: Cambridge University Press, p. 82
57. Nie, Norman H. and Kristi Anderson, "Mass Belief Systems Revisited: Political Change and Attitude Structure", *Journal of Politics*, Vol. 36, 1974, pp. 541-591
58. Key, V.O. Jr. 1964. *Politics, Parties and Pressure Groups*, 5th ed. New York: Crowell, p. 568
59. Fiorina, Morris P. 1981. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press, p. 83
60. Miller, Arthur H. and Martin p. Wattenberg, "Throwing the Rascals out: Policy and Performance Evaluations of Presidential Candidates, 1952-1980", *American Political Science Review*, Vol. 79, 1985, p. 359
61. Kiewiet, D.R. 1983. *Macroeconomics and Micro Politics: The Electoral Effects of Economic issues*. Chicago: University of Chicago Press
62. Peffley, Mark. 1985. "The Voter as Juror: Atributing Responsibility for Economic Conditions", in Heinz Eulau and Michael S. Lewis-Beck, eds., *Conditions and Electoral outcome*. New York: Agathon Press
63. Chanley, Virginia, Thomas J. Rudolph and Wendy M. Rahn. 2001. "Public Trust in Government in the Reagan Years and Beyond", in John R. Hibbing and Elizabeth Theiss-Morse, eds. *What is it About Government that Americans Dislike?*. Cambridge: Cambridge University Press
64. Popkin, Samuel L. 1991. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: Chicago University Press
65. Brody, Richard A. 1991. *Assessing the President: The Media, Elite Opinion and Public Support*. Stanford, CA: Stanford University Press
66. Ginsberg, Benjamin. 1986. *The Captive Public*. New York: Basic Book
67. Kelley, Stanley, Jr. 1983. *Interpreting Elections*. Princeton, NJ: Princeton University Press
68. Aldrich, John H. and Thomas Weko, 2000, "The Presidency and the Election Campaign: Framing the Choice in 1996", Michael Nelson, ed., *The Presidency and the Political System*, 6th ed. Washington D.C.: Congressional Quarterly Press
69. Geer, John G. 1996. *Tea Leaves to opinion Polls*. New York: Columbia University
40. Fishel, Jeff. 1985. *Presidents and Promises*. Washington D.C.: Congressional Quarterly Press
41. Germond, Jack W. and Jules Witcover, 1993. *Mad as Hell: Revolt at the Ballot Box*. New York: Time-Warner, p. 331
42. Campbell, *The American Voter*
43. Rahn, Wendy M., et al. 1990. "A Social - Cognitue Model of Candidate Appraisal", in John A. Fereohn and James H. Kuklinski, ed. *Formation and Democratic Process*. Urbana: Illinois Press, pp. 136-156
44. *U.S. News and World Report*, Nov. 22, 2004, p.30
45. Pfiffner, James P. 2004. *The Character Factor: How we Judge America's Presidents*. College Station: Texas A and M University Press, p. 169
46. Wolfinger, Raymond E. and Steven J. Rosenstone. 1980. *Who Votes?* New Haven: Yale University Press, pp. 108-109
47. Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collaps and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster, p.265
48. Abramson, Paul R. 1983. *Political Attitude in America: Formation and Change*. San Francisco: W.H. Freeman, p. 65
49. Converse, Philip E. 1966. "The Concept of Normal Vote", in Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller and Donald E. Stokes, ed, *Elections and The Political Order*. New York: Wiley, p.9
50. Stokes, Donald E., "Some Dynamic Elements of Contests for The Presidency", *The American Political Science Review*, Vol. 60, 1966, pp. 19-22
51. Hinich, Melvin J. and Michael C. Munger. 1994 *Ideology and the Theory of Political Choice*. Ann Artur, MI: University or Michigan Press, p.160
52. Stimson, James A. 1999. *Public Opinion in America: Moods, Cycles and Swings*, Boulder, CO: Westview Press
53. Fiorina, Morris P. 1996. *Divided Government*. and ed. Boston: Allyn and Bacon
54. Bowler, Shaun, Todd Dono van and Caroline J. Tolbert. 1998. *Citizens as Legislators*. Columbus: Ohio State University Press
55. Kerbel, Matthew R. 1999. *Remote and Controlled*. and ed. Boulder, CO: Westview Press
56. Eliasoph, Nina, 1998. *Avoiding Politics*.

○ وابستگی حزبی،  
موضوعات مطرح و  
ویژگی های نامزد نقش  
واسط را بازی می کنند و بر  
نگرش شهروند درباره  
چگونگی رأی دادن اثر  
می گذارند. بر پایه مدل  
«میشیگان»، رأی دهنده  
در بند ویژگی های اجتماعی  
نیست بلکه رفتار عقلانی  
دارد و در برابر تبلیغات،  
مبارزات انتخاباتی و  
استراتژی های انتخاباتی  
واکنش نشان می دهد. پس  
این امکان وجود دارد که  
رأی دهنده ترغیب شود که  
بر خلاف جایگاه اقتصادی -  
اجتماعی خود رأی دهد و  
آرنا نادیده انگارد.

○ برخلاف نظر  
تحلیل گرانی که معتقدند  
بر پایه شاخص های حاکم  
اقتصادی-اجتماعی نتیجه  
انتخابات پیش بینی شدنی  
است و اینکه رأی دهندگان  
از مؤلفه های  
غیرروانشناختی بسیار اثر  
می پذیرند، مبارزات  
انتخاباتی با قالب دادن به  
مباحثات و اولویت  
بخشیدن به موضوعات،  
نقشی کارساز در بسیج  
طرفداران حزبی و مهمتر از  
آن هویت بخشیدن به  
جهت گیری رأی دهندگان  
مستقل دارد. شیوه های  
مبارزه انتخاباتی برای  
تسخیر روح و دل  
رأی دهندگان، به گونه  
چشمگیر فضای انتخابات  
رادگرگون ساخته و سبب  
اعتبار یافتن روشهای نامزد  
-محور و برجسته تر شدن  
نقش نظر سنجی گشته  
است.

- Peripheral Routes to Attitude change. New York: Springer - Verlag
83. Alvarez, R. M. and John Brehm. 2002. **Hard Choices, Easy Answers: Values, Information and American Public Opinion.** Princeton, NJ.: Princeton University Press
84. Just, Marion R. et al. 1996. **Crosstalk: Citizens, Candidates and the Media in a Presidential Campaign.** Chicago: University of Chicago Press
85. Patterson, Thomas E. and Robert D. McClure. 1973. **Political Advertising: Voter Reaction to Televised Political Commercials.** Princeton: Citizen's Research Foundation
86. Campbell, James E. Lynna L. Cherry and Kenneth A. Wink, "The Convention Bump", **American Political Quarterly**, Vol. 20, July 1992, pp. 287-307
87. Mc Ginniss, Joe. 1969. **The Selling of the President.** New York: Trident Press
88. Lewis-Beck, Michael S. and Tom W. Rice. 1992. **Forecasting Elections.** Washington D.C.: Congressional Quarterly Press
89. Gleman, Andrew and Gary King. 1992. **Why Do Presidential Election Campaign Polls Vary So much when Vole is so Predictable?.** Cambridge: Littaver Center
90. Ricci, David. 1993. **Transformation of American Politics.** New Haven, CT: Yale University Press
91. Ornstein, Norman J and Thomas E. Mann, ed. 2000. **The Permanent Campaign and Its Future.** Washington, D.C.: AEI and Brookings
92. Friedman, Jeffrey, ed. 1996. **The Rational Choice Controversy: Economic Model of Politics Reconsidered.** New Haven: Yale University Press
93. Kinder, Donald R. and D. Roderick Kiewief, "Sociotropic Politics: The American Case", **British Journal of Political Science**, Vol. 11, 1981, pp. 129-162
94. Lau, Richard R. and David P. Redlawsk, "Voting Correctly", **American Political Science Review**. Vol. 91, sept 1997, p. 585
- Press
70. Flanigan, William H. and Nancy H. Zingale. 2002. **Political Behavior of the American Electorate.** Washington D.C.: Congressional Quarterly, p. 144
71. Mueller, John. 1973. **War, Presidents and Public Opinion.** New York: Wiley
72. Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson and Hazel Gaudet. 1948. **The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign.** 2nd ed. New York: Columbia University Press
73. Riker, William H. 1982. **Liberalism Against Populism: A Confrontation Between the theory of Democracy and the Theory of Social Choice.** Prospect Heights, IL.: Waveland Press
74. Manza, Jeff. and Clem Brooks. 1999. **Social Cleavages and Political Change: Voter Alignment and U.S Policy Coalitions.** Oxford: Oxford University Press
75. Campbell, Angus, et al. 1960. **The American Voter.** New York: Wiley
76. Zaller, John R. 1992. **The Nature and origins of Mass Opinion.** Cambridge: Cambridge University Press
77. Miller, Warren E. and J. Merrill Shanks. 1996. **The New American Voter.** Cambridge: Harvard University Press
78. Fiorina, Morris P., "An Outline for a Model of Party Choice", **American Journal of Political Science**, Vol. 21, August 1977, pp.601-25
79. Luskin, Robert C. John P. Mc Iver and Edward G. Carmines, "Issues and the Transmission of Partisanship", **American Journal of Political Science**, Vol. 33, 1989, p 441
80. Pfiffner, James P. 2004. **The Character Factor: How We Judge America's Presidents** College Station: Texas And M University Press
81. Shepsle, K.A. and M.S. Bonchek. 1997. **Analyzing Politics. Rationality, Behavior and Institutions.** New York: W.W. Norton and Company
82. Petty, R. E. and J. Cacioppo. 1986. **Communication and Persuasion: Central and**