

## سیری در نظریه های رفتار رأی دهی

عبدالمطلب عبدالله

عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

### چکیده:

مشارکت در انتخابات و رأی دادن از مهمترین مؤلفه های رفتار سیاسی شهروندان محسوب می شود. در مقاله حاضر خلاصه ای از مهمترین دیدگاه های مربوط به رفتار رأی دهی ارائه می شود. الگوهای نظری مختلف درباره رفتار انتخاباتی در سه رویکرد عمده، رویکرد جامعه شناختی، رویکرد روانی - سیاسی و رویکرد انتخاب عقلایی-اقتصادی خلاصه می شود. سپس بر اساس دیدگاه های تلفیقی مشارکت سیاسی، به مهم ترین عوامل دخیل در رفتار انتخاباتی اشاره شده و یکی از نظریه های جامع مشارکت سیاسی، یعنی "نظریه سطوح مشارکت"، مورد بحث قرار می گیرد. این مقاله در تلاش است مروری بر نظریه های مشارکت انتخاباتی و تحولات اخیر بر رفتار رأی دهندگان داشته باشد.

**کلید واژه:** رفتار رأی دهندگان، مشارکت سیاسی، انتخاب عقلایی.

**مقدمه:**

رأی‌دهی و مشارکت در انتخابات رایج‌ترین نوع مشارکت سیاسی برای اغلب شهروندان در جوامع مردم سالار است. رأی‌دادن موثرترین و عملی‌ترین وسیله برای شهروندان است تا افکار و عقاید خود را در اداره امور عمومی و اجتماعی اعمال نمایند. رأی‌دهی در واقع یک نوع مکانیسم اجتماعی برای جمع‌آوری و تشخیص گزینه‌ها و ارجحیت‌های اجتماعی است. اساسی‌ترین عملکرد مشارکت رأی‌دهی، دادن فرصت برای جانشینی و انتقال پست‌ها و مسئولیت‌ها در جامعه می‌باشد. با توجه به این نکات، مطالعه و تحلیل رفتار رأی‌دهندگان از مباحث مهم در جامعه‌شناسی سیاسی است. این نوع مشارکت همراه با عضویت در احزاب و انجمن‌های سیاسی، کار و فعالیت تبلیغاتی برای نامزدهای انتخاباتی، تماس با مسئولان یا مقامات سیاسی و انواع فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی مثل ارائه سخنرانی‌های انتخاباتی، تلاش برای اقناع شهروندان دیگر به رأی‌دادن به نامزدهای انتخاباتی و غیره از اشکال متعارف (قانونی) مشارکت سیاسی است. (۱)

مشارکت شهروندان در انتخابات در بسیاری از جوامع معیار مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی است. اصولاً تحقق نظام دموکراتیک بدون مشارکت شهروندان مفهومی ندارد. میزان مشارکت یا عدم مشارکت شهروندان در هر کشور یکی از مهم‌ترین معیارهای مشروعیت نظام سیاسی یا تأیید و یا عدم تأیید کارگزاران و مدیران هر جامعه تلقی می‌شود، از این رو برای تمامی کشورها میزان مشارکت در انتخابات و افزایش شمار رأی‌دهندگان با حساسیت پیگیری می‌شود. با این تصور که در جامعه‌ای که شهروندان مشارکت کافی در امور سیاسی ندارند احساس تعهد و دلبستگی چندانی نیز به نظام سیاسی موجود ندارند و به عنوان نیروی حامی و مشروعیت‌بخش این نظام در شرایط بحرانی عمل نخواهند کرد.

مطالعه و بررسی شرایط حاکم بر فضای انتخابات، شرایط افزایش میزان مشارکت در انتخابات و عوامل تشویق شهروندان به رأی‌دهی و سنجش گرایش‌ها و تمایلات سیاسی و اجتماعی و چگونگی تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان از موضوعات مورد مطالعه در جامعه‌شناسی سیاسی است که در حوزه رفتار سیاسی با عنوان رفتار رأی‌دهندگان<sup>۱</sup> و رأی‌شناسی<sup>۲</sup> به صورت تخصصی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. (۲)

**تاریخچه مطالعات رفتار رأی‌دهی**

از نیمه دوم قرن بیستم دانشمندان کوشیده‌اند علل و انگیزه‌های مشارکت سیاسی و

1) - voting behavior

2) - psephology

خصوصاً مشارکت انتخاباتی را مورد بررسی قرار دهند و در این زمینه نظریه های گوناگونی ارائه شده است. این بحث ریشه در تجارب طولانی انتخابات در کشورهای غربی دارد. در ابتدا برخی بر این باور بودند که گروه‌های مختلف اجتماعی رفتاری مشابه از خود در انتخاب‌های متفاوت نشان می‌دهند. به عنوان مثال ساکنان یک منطقه جغرافیایی خاص برای سال‌های طولانی جناحی خاص را برمی‌گزیدند و در انتخابات به آنها رأی می‌دادند. این امر پژوهشگران را بر آن داشت تا عنصر جغرافیا را به عنوان متغیر مستقل در توضیح رفتار رأی دهندگان بشمار آورند. مطالعات پس از جنگ جهانی دوم نشان داد رفتار رأی‌دهندگان فراتر از منطقه جغرافیایی است، بطوریکه رفتار رأی‌دهندگان را به عنوان پدیده‌ای با متغیرهای مختلف فردی، اجتماعی و حتی جغرافیایی می‌توان مورد توجه قرار داد. (۳)

در یک دیدگاه الگوهای نظری مختلف درباره رفتار انتخاباتی در سه رویکرد عمده خلاصه می‌شود: رویکرد جامعه‌شناختی، رویکرد روانی - سیاسی و رویکرد انتخاب عقلایی-اقتصادی.

رویکرد جامعه‌شناسانه، که از سوی پل لازارسفلد و گروه تحقیقاتی دانشگاه کلمبیا (۱۹۴۰) ارائه شد، نشان داد که با مطالعه شرایط اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده می‌توان جهت‌گیری سیاسی و در نتیجه رأی‌دهی آنان را پیش‌بینی کرد. به عبارت دیگر، میان شرایط اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی افراد و رأی‌دهی آنان رابطه مستقیم وجود دارد. لازارسفلد نتیجه می‌گیرد "فرد از نظر سیاسی آنگونه می‌اندیشد که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برد. عوامل اجتماعی تعیین‌کننده گرایش‌های سیاسی افراد است." (۴)

رأی‌دهی مبتنی بر گروه اجتماعی، با ارائه الگوی جامعه‌شناختی مطالعه رفتار رأی‌دهندگان را آسان می‌کند. رأی‌دهندگان بجای اینکه سعی کنند از همه موضوعاتی که در تبلیغات انتخاباتی مطرح می‌شود آگاه شوند، بر حزبی (یا احزابی) تمرکز می‌کنند که بطور تاریخی از گروه اجتماعی آنها حمایت کرده است. رأی‌دهنده‌ای که متعلق به یک گروه اجتماعی خاص است می‌تواند بر مبنای اصول کلی نظیر، تأیید حزب یا احزاب مورد نظر، اتحادیه‌های کارگری، انجمن‌های تجاری، گروه‌های مذهبی و نظایر اینها دست به انتخاب بزند. این اصول راهنما، یک راه میان‌بر برای انتخاب عقلانی رأی‌دهندگان است. برای مثال، یک کارگر به حزبی که حمایت بسیار زیادی از کارگران می‌کند رأی می‌دهد، در واقع انتخابی انجام می‌دهد که در اکثر موارد منطقاً منافع صنفی‌اش را نمایندگی می‌کند. در این دیدگاه، پایگاه گروهی هر حزب به این معنا نیز بود که رأی‌دهندگان از گرایش‌های حزبی برخوردار بوده و در انتخابات مختلف گرایش‌های پایدار باقی می‌ماند و فرایند تصمیم‌را برای رأی‌دهنده تسهیل می‌کند.

به نظر می‌رسید در اروپا مدل جامعه شناسانه، تأثیر قوی‌تری بر انتخابات مختلف داشته است، و این موضوع ارزش مدل جامعه شناسانه را بیشتر تقویت می‌کرد. بنظر می‌رسید که طبقه اجتماعی تأثیر قاعده‌مندی بر انتخاب رأی دهندگان اعمال می‌کرد، به‌طوریکه بخش بسیار زیادی از طبقه متوسط از احزاب محافظه کار حمایت می‌کردند و بخش بسیار زیادی از طبقه کارگر نیز از احزاب چپ. در ملت‌های دارای فرقه‌های مذهبی مختلف یا ضدیت قوی با کلیسا، ثابت شد که مذهب در مقایسه با طبقه اجتماعی حتی تأثیر قوی‌تری بر انتخاب رأی دهندگان دارد. منطقه، قومیت، و تفاوت‌های شهر و روستا دیگر عوامل بالقوه تأثیر گذار بر رفتار رأی دهی بودند. به‌طور خلاصه در تحلیل‌های جامعه شناسانه به انگیزه‌های فردی کمتر توجه می‌شود و تلاش می‌شود تا استمرار و ثبات گرایش‌های سیاسی مناطق مختلف با استفاده از عواملی فراتر از فرد توضیح داده شود.

در رویکرد روانی - سیاسی، رأی دادن قبل از آنکه پدیده‌ای اجتماعی باشد، تابع تلقی افراد از موضوعات مهم سیاسی در جامعه است. پژوهشگران دانشگاه میشیگان (۱۹۴۸) با مطالعه انتخابات مختلف ریاست جمهوری در آمریکا به این نتیجه رسیدند که تصمیم رأی دهندگان بیشتر تابع عوامل روانی است. وابستگی به احزاب و به دنبال آن نوع رأی دادن، در بسیاری موارد، نوعی پیوند و علاقه عاطفی و احساسی است که اغلب از سوی خانواده، و محیط به فرد القا می‌شود. لذا رأی دادن پدیده‌ای ناخودآگاه و تا حد زیادی موروثی است. این‌گونه تبیین‌ها بیشتر تأکید را بر محرک‌های روانی و انگیزشی معطوف داشته‌اند و معتقدند که فرد در مشارکت، بیشتر تحت تأثیر انگیزه‌هایی مانند مطلوبیت خواهی، اثر بخشی، انجام وظیفه و انگیزه‌های اقتصادی قرار دارد. اگر بخواهیم متغیرهای مربوط به دیدگاه روانشناسی را در یک مدل بینیم بهترین مدل نمونه رابرت دال در کتاب انسان سیاسی است. مدل او مبتنی بر رویکرد روانشناسی رفتار گرایانه است. او احتمال افزایش شرکت در سیاست را مورد توجه قرار می‌دهد و معتقد است که احتمال افزایش شرکت افراد در سیاست به عواملی مانند پاداش یا مزایای حاصله از آن، که هومنز در قضیه موفقیت بر آن تأکید کرده است، بستگی دارد. این نظریه در سطح خرد جامعه‌شناسی که با روان‌شناسی قرابت دارد مطرح است.

نظرات رابرت دال را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

- اگر مردم در ارزشیابی خود متوجه شوند پاداشی که از مشارکت سیاسی و اجتماعی به دست می‌آید از پاداش دیگر فعالیت‌ها ناچیزتر است یقیناً خود را در این امور درگیر نخواهند ساخت.

- هر گاه شخصی بین شقوق پیش روی خویش تفاوت‌های بارز احساس نکند و به آنها اهمیت ندهد احتمالاً کمتر به مشارکت در سیاست و امور اجتماعی خواهد پرداخت.

- هر گاه فرد تصور کند که فعالیت او در صحنه سیاست بی تأثیر است و نمی تواند منشأ تغییر باشد، هرگز در آن وارد نمی شود.
- هر گاه مردم معتقد باشند که بدون مداخله آنان نتایج اقدامات سیاسی رضایت آنان را تأمین می کند احتمال مشارکت آنها در سیاست کمتر خواهد شد.
- هر گاه فرد خود را به علت محدودیت آگاهی و دانش لازم فاقد کارایی سیاسی جهت دخالت در سیاست تصور کند، ترجیح می دهد کمتر در آن مشارکت داشته باشد.
- به موازات افزایش مشکلات ورود به عالم سیاست، احتمال مشارکت در آن کاهش خواهد یافت. (۵)

از مهمترین نظریه ها برای تبیین رفتار رأی دهی مردم رویکرد انتخاب عقلانه<sup>۱</sup> است که از سوی طیفی از نظریه پردازان ارائه شده است. (۶) در این دیدگاه تلاش می شود تا نشان داده شود که افراد چگونه شرایط سیاسی جامعه خود را درک کرده و برای مشارکت و نوع رأی دادن خویش به احزاب یا افراد دلیل می آورند. شهروندان در جریان مبارزات انتخاباتی به ارزیابی دولت و عملکردهای آن می پردازند و ادعاها و برنامه های افراد یا احزاب مخالف را با آن مقایسه کنند و سپس دست به گزینش از میان گزینه های موجود می زنند. این فرض که انسان ها در مورد سیاست عقلانه تفکر می کنند در برخی نظریات زیر سؤال قرار گرفته است. گراهام والاس رفتار رأی دهندگان را بیشتر عاطفی و متعصبانه و متأثر از تبلیغات و جاذبه های نمادین می داند. والتر لیپمن نیز در کتاب (افکار عمومی) فرضیه های مربوط به عقلانی عمل کردن رأی دهندگان را رد می کند و معتقد است بیشتر مردم روابط عمومی را به شکل گفتار، کردار یا پندار قالبی تصور می کنند.

دو رویکرد دیگر در چارچوب دیدگاه انتخاب عقلانه وجود دارد که می کوشند به این سؤال پاسخ دهند که چرا مردم رأی می دهند یا از رأی دادن خودداری می کنند، و چرا افراد یک حزب یا کاندیدا را بر حزب یا کاندیدای دیگر ترجیح می دهند. رویکرد اول، رویکرد نئوکلاسیک انتخاب عامه<sup>۲</sup> است که مهمترین سخنگوی آن آنتونی داونز است و نظریه پردازان دیگری چون جیمز بوکنن، گوردون تولاک، ویلیام ریکر، پتر اردشاک، و دنیس مولر نیز تقریرهای گوناگون آن را ارائه داده اند. در این رویکرد فرض می شود که انگیزه افراد برای شرکت در انتخابات و رأی دادن اساساً برپایه منافع اقتصادی آنها شکل می گیرد. آنها انتظار دارند از سیاست های دولت منتفع شوند و در مجموع کاندیداها یا احزابی را برمیگزینند که منافع مطلوب مشخصی را برایشان تأمین کنند. (۷)

1) rational choice

2) - public choice

در رویکرد انتخاب عامه سه فرض مرتبط باهم درباره رفتار رأی‌دهی به چشم می‌خورد: تبیین پدیده‌های اجتماعی برپایه تصمیم و رفتار فردی (موضع فردگرایی روش شناختی).

عقلانیت افراد در تصمیم‌گیری‌های سیاسی. تمایل رأی‌دهندگان به این که فایده خود را به حداکثر رسانند، به گونه‌ای که منافعی از هزینه‌هایی که می‌پردازند بیشتر باشد. به علاوه، افراد عاقلی که مطابق رویکرد مذکور هنگام رأی دادن دست به گزینش می‌زنند به قول آنتونی داونز واجد خصوصیات زیر هستند: همواره هنگام روبه‌رو شدن با مجموعه‌ای از شقوق مختلف می‌توانند تصمیم‌گیری کنند.

می‌توانند شقوق مذکور را به ترتیب ارجحیت طبقه‌بندی کنند. ترجیحات آنان به طور منطقی باهم سازگار است. گزینه‌های آنان همواره از آن چه بالاترین ارجحیت را نزد آنان دارد شروع می‌شود. همواره هنگام روبه‌رو شدن با همان گزینه‌ها همان تصمیم را اتخاذ می‌کنند. (۸)

رویکرد نظری دیگر در چارچوب دیدگاه انتخاب عاقلانه برای تبیین رفتار رأی‌دهی شهروندان رویکرد ساختارگرا است که از برخی مفاهیم جامعه‌شناختی مثل ارزش‌ها، هنجارها، و ساختارها برای تبیین گزینشی که نهایتاً از سوی کنشگران صورت می‌گیرد استفاده می‌کند. این رویکرد را در تحلیل‌های جرج هومنز، مایکل هکتر، و دانیل لیتل می‌یابیم و براین فرض استوار است که ارزش‌ها و هنجارهای موجود در محیط اجتماعی فرد و ساختارهای اجتماعی-سیاسی بر مقاصد رأی‌دهی تأثیر می‌گذارند. افراد به جای آن که صرفاً به دنبال منافع شخصی یا خصوصی خود باشند مسائل کلی‌تر و منافع افراد یا گروه‌های دیگر را نیز در نظر می‌گیرند. تصمیم‌های آنها اگرچه در نهایت به طور فردی اتخاذ می‌شود اما آنها ملاحظات دیگری سواً منافع شخصی خود را نیز به طور عقلایی مدنظر قرار می‌دهند. لذا، با وجود آن که افراد در پردازش اطلاعات سیاسی و ارزیابی شقوق ادراک شده نقشی فعال دارند، اما تصمیم‌های آنها را نمی‌توان مستقل از شرایط محیطی آنها دانست. انواع فرصت‌ها یا محدودیت‌های ساختاری از نوع ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و غیره بر تصمیم‌های شخصی آنها اثر می‌گذارد. (۹)

نظریه انتخاب عامه، به رغم مزایایی که به عنوان یک نظریه جامع، منسجم و عاری از تناقض منطقی دارد، اغلب در تعارض با شواهد تجربی به دست آمده درباره رفتار مشارکتی مردم قرار می‌گیرد. مردم الزاماً برپایه نفع شخصی خود و ملاحظات حسابگرانه و سودجویانه

دست به گزینش سیاسی نمی‌زنند. به علاوه، فردگرایی روش شناختی مدافعان این نظریه چشم خود را بر اهمیت تصمیمات جمعی یا تأثیر گروه‌ها و مجموعه‌هایی که فرد در آن قرار دارد می‌بندد. از دید منتقدان، انواع نهادهای اجتماعی-سیاسی و گروه‌های اجتماعی براراده فرد اثرمی‌گذارند و فرد را در تصمیم‌گیری معطوف به فواید عمومی مترتب بر نتیجه عمل سیاسی او می‌کنند که الزاماً ربطی به منافع فردی وی ندارند. نظریه پردازان این دیدگاه نئوکلاسیک عقلانیت ابزاری رأی دهندگان را نیز مبالغه می‌کنند. نمی‌توان انتظار داشت که همه رأی دهندگان در رأی خود به یک فرد یا حزب از روی حسابگری محض و سنجیدن عقلایی همه جوانب کار عمل کنند. اهداف افراد در هنگام بررسی گزینه‌های پیش رو غالباً مبهم، بی‌ثبات، و ذهن‌گرایانه است. بسیاری از مردم اولویت‌های مشخصی برای تصمیم‌گیری سیاسی خود ندارند. اطلاعات موردنیاز برای ارزیابی پیامدهای احتمالی گزینه‌های مختلف اغلب کافی، دقیق، قابل‌اتکاء یا در دسترس نیست. حتی می‌توان گفت افرادی که دست به گزینش سیاسی می‌زنند ممکن است از مهارت‌های ادراکی یا توانایی فکری لازم برای پیش‌بینی هزینه‌ها و منافع گزینشی که می‌کنند برخوردار نباشند. بنابراین، عجیب نیست که تحت شرایط خاصی ممکن است رأی دهندگان تصمیمات غیرعقلایی و احساسی بگیرند یا کلاً این تصمیمات را برپایه ملاحظاتی سوای عقلانیت حسابگرانه صرف مثل رسم و عادت، توصیه دیگران، دنباله روی از چهره‌های تأثیرگذار، فشار گروهی و غیره اتخاذ کنند. (۱۰)

آن دسته از نظریه پردازان که از دیدگاه انتخاب عاقلانه ساختارگرا حمایت می‌کنند درکی پیچیده‌تر از رفتار رأی‌دهی مردم دارند و صرفاً محاسبات عقلایی سود و زیان مادی شخصی را عامل اصلی در تصمیم‌گیری عقلایی در هنگام انتخابات نمی‌دانند. آنان رفتار رأی‌دهی را حاصل تعامل پیچیده‌ای میان اهداف، وسایل، و نتایج در نظر می‌گیرند. به زعم آنها، رفتار سیاسی مردم در جریان مذاکره، فرموله شدن، و اجرای ارزش‌های مشترک تحقق می‌یابد. افراد، علاوه بر منافع مادی، طالب ارزش‌های گروهی برای خود و جامعه خود نیز هستند. ابزاری که برای تحقق این اهداف مورد استفاده قرار می‌گیرند عبارتند از بحث و مذاکره، آموزش، و شرکت در فرآیند انتخاباتی. در این فرایند مردم می‌آموزند تا با دیگران چگونه همکاری و رقابت کنند. (۱۱)

هنگامی که رأی‌دهنده دست به داوری درباره گزینه‌های سیاسی موجود می‌زند، ناچار است اطلاعات مربوط به شش عامل سیاسی کلیدی را در ذهن خود پردازش کند: گروه‌های اجتماعی، احزاب سیاسی، ایدئولوژی، مسائل مربوط به سیاست‌گذاری، و کاندیداها. (۱۲) رأی‌دهنده باید به پیامدهای انتخاب شدن حزب (کاندیدای) مورد علاقه خود بیاندیشد و آن



را با احزاب (افراد) رقیب مقایسه کند. تاچه حد می‌توان انتظار نتایج مفیدی را برای خود، یا برای گروه‌های اجتماعی خاص یا کل جامعه داشت؟ تبلیغاتی که در زمان مبارزه انتخاباتی صورت می‌گیرد تطابق میان منافع فردی، گروهی، و حزبی را برجسته می‌کند. فعالان حزبی ایدئولوژی‌هایی را ترویج می‌کنند که معمولاً بر ترجیحات ارزش رأی دهندگان درباره آزادی، برابری، و عدالت اجتماعی تأثیر می‌گذارد. ارتباطات حزب با رأی دهندگان بالقوه برای تأثیرگذاری بر درک آنان از نتایج سیاست‌های پیشنهادی حزب و کیفیت‌های کاندیداهای آن صورت می‌گیرد. بدیهی است که شخصیت و سوابق سیاسی کاندیداها نیز از جمله مواردی است که از سوی رأی دهندگان ارزیابی می‌شود.

به رغم انتقاداتی که به نظریه انتخاب عاقلانه وارد می‌شود اینگلهارت مدعی است که انتخاب عاقلانه از محتمل‌ترین ابزار موجود برای تحلیل نوسانات کوتاه مدت سیاسی با فرض ثبات عوامل فرهنگی، نهادی است. اما این عوامل نه از لحاظ مقطعی - ملی و نه در طول زمان ثابت نیستند (۱۳).

باید توجه داشت که این نظریه همچنان دیدگاهی مطرح در بررسی رفتار رأی‌دهندگان است. برخی معتقد هستند، بحث در مورد انتخاب عاقلانه از طریق رأی دادن با یک تناقض اساسی همراه می‌شود؛ اینکه تصمیمات سیاسی پیچیده هستند، چگونه رأی دهندگان کاندیداها یا احزابی را برای نمایندگی منافع‌شان انتخاب می‌کنند که از نظر عقلایی مورد تأیید باشد؟ سوال پیچیده‌تر به این موضوع برمی‌گردد که چگونه رأی دهندگان بصورت جمعی می‌توانند انتخاب درستی، نه فقط برای خودشان که برای اجتماع یا ملتشان نیز انجام دهند؟ بخش عظم ادبیات موجود در مورد رفتار رأی‌دهی تلاش نموده است که هم عواملی را که مردم در انتخاب‌هایشان در انتخابات مختلف مد نظر قرار می‌دهند توضیح دهد و هم این موضوع را که چگونه این انتخاب‌ها یک مبنای منطقی برای سیاست‌گذاری عمومی در یک دموکراسی فراهم می‌کنند. (۱۴)

### زوال عوامل سنتی تأثیرگذار بر الگوی رأی‌دهی:

تحول اجتماعی در دموکراسی‌های پیشرفته، ساختار گزینش انتخاباتی و عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهندگان را تغییر داده است. برای مثال، اهمیت و نقش جایگاه طبقاتی که از منسجم‌ترین الگوها در رفتار رأی‌دهی ملت‌ها در دهه‌های پس از جنگ جهانی دوم بود دچار خدشه و فروپاشی شده است. رأی‌دهی طبقاتی تقریباً همه نظام‌های حزبی دموکرات باسابقه در حال کاهش است. افزایش درآمد طبقه کارگر، تفاوت‌های موجود در شرایط زندگی طبقات مختلف را کاهش داده و اهمیت منازعه سیاسی مبتنی بر طبقه را کمرنگ



کرده است. رشد بخش خدمات و اشتغال در حکومت ساختار نیروهای کار را بیشتر تغییر داده و جوامع پسا صنعتی جدیدی ایجاد کرده است. این تحول با تغییرات دیگری در ساختار اجتماعی همزمان است: برای مثال، جوامع مدرن به نیروی کار باتحصیلات بیشتری نیازمندند و دسترسی به آموزش به گونه ای چشمگیر افزایش یافته، تغییر الگوهای اشتغال تحریک جغرافیایی و شهرنشینی بیشتری را نیز به همراه آورده و شیوه های زندگی بازتر و سیال تری در کلان شهرها برای بسیاری از شهروندان فراهم آورده است. (۱۵)

یکی از پیامدهای این روندها افزایش مهارت ها و منابع سیاسی رأی دهندگان معاصر است. گسترش رسانه های جمعی باعث انفجار اطلاعاتی شده است. رأی دهندگان معاصر در یک محیط اطلاعاتی کاملاً اشباع شده زندگی می کنند. این تغییر در محیط اطلاعاتی زحمت رأی دهندگان را برای آگاه ماندن در عرصه سیاست کاهش و دسترسی بالقوه شان به طیف وسیعی از اطلاعات را افزایش می دهد. توسعه رسانه های جمعی نحوه عمل در عرصه سیاست را نیز متحول نموده و تأکید بیشتری بر شخصیت کاندیداها، نحوه تبلیغات تلویزیونی و مبارزات رسانه ای است.

منافع و ارزشهای سیاسی رأی دهندگان معاصر نیز تغییر کرده و موضوعات جدیدی در دستور کار سیاسی قرار گرفته است: نگرانی در مورد حفاظت از محیط زیست، حقوق بشر، نقش زنان و موضوعات مربوطه به شیوه های زندگی گوناگون. این موضوعات غالباً شکاف های سیاسی و اجتماعی را که به طور تاریخی رقابت حزبی را شکل می دادند، قطع کرده اند؛ برای مثال، گروه های اجتماعی که به طور سنتی در موضوعات اقتصادی محافظه کار بودند ممکن است در مورد موضوعات فرهنگی جدید و مسائل مربوط به شیوه زندگی مواضع متفاوتی اتخاذ کنند. این تغییرات باعث می شود که الگوهای باثبات و عادت گونه تمایل به احزاب کمتر در تعیین رفتار رأی دهی افراد نقش داشته باشند (۱۶).

### گزینش انتخاباتی در زمان معاصر

نتایج مطالعات اخیر بر رفتار رأی دهندگان نشان می دهد، دیگر نباید به رفتار رأی دهی افراد از منظر یک مدل واحد (نظیر یک مدل جامعه شناختی یا روان شناختی) فکر کنیم، بلکه رفتار رأی دهی در عصر حاضر به زیربخش های متفاوتی تقسیم شده و تحت تأثیر عوامل چندگانه ای قرار دارد. از این رو گروه های مختلف رأی دهندگان ممکن است تصمیمات شان را بر مبنای معیارهای متفاوتی اتخاذ کنند. برای مثال گرچه اهمیت عوامل جامعه شناختی بطور کلی کاهش یافته است اما این عوامل همچنان برای بخش های کوچکی از جمعیت که به شدت جذب شبکه های اجتماعی سنتی هستند به عنوان خطوط راهنمای قدرتمندی عمل

می‌کنند. به عنوان مثال یک کشاورز ناحیه شمال مرکزی آمریکا که هر یکشنبه در کلیسای محلی حضور می‌یابد ممکن است قویاً به حزب جمهوری خواه متعهد باقی بماند، همانطور که یک کارگر صنعتی فرانسه که در پاریس زندگی می‌کند ممکن است همچنان از حزب کمونیست حمایت کند. برای افرادی که در چنین محیط اجتماعی قرار دارند الگوهای اجتماعی همچنان قدرتمند و در رفتار رأی‌دهی بسیار مؤثرند. (۱۷)

اما امروزه بسیاری از افراد تصمیمات‌شان را بر مبنای موضوعات یا نوع نگاه‌شان به کاندیداها اتخاذ می‌کنند. تحقیقات انتخاباتی نشان می‌دهند، زوال رأی‌دهی مبتنی بر گروه اجتماعی در طی زمان با افزایش رأی‌دهی "موضوع محور" همراه بوده است. رأی‌دهی "موضوع محور" در بر دارنده موضوعاتی است که بتواند بر تصمیمات رأی‌دهندگان تأثیر بگذارد. اینها موضوعاتی هستند که مردم را به موافق و مخالف تقسیم می‌کنند که به موضوعات «شکاف زا» معروف هستند. مسائلی مانند: ملی کردن صنایع، افزایش یا کاهش هزینه‌ها در یک حوزه سیاستگذاری، یا اجازه سقط جنین. موضوعی که بتواند بر تصمیمات رأی‌دهندگان تأثیر بگذارد، باید در مبارزه انتخاباتی و برای رأی‌دهندگان برجسته و مهم باشد و احزاب مواضع متفاوتی در مورد آن داشته باشند. شکل دیگر رأی‌دهی موضوع محور در بردارنده موضوعات «عملکردی» است. موضوعات عملکردی معمولاً مورد حمایت مردم است و بنابر این ارزیابی‌های رأی‌دهندگان بر عملکرد حکومت (یا مخالفان حکومت) در دستیابی به این اهداف مطلوب متمرکز می‌شود. برای مثال، کدام حزب می‌تواند به بهترین وجهی یک اقتصاد سالم ایجاد کند، جرم را کاهش دهد یا صلح را برای ملت تأمین کند؟ چنین ارزیابی‌های عملکردی معیارهایی هستند که بسیاری از رأی‌دهندگان از آنها استفاده می‌کنند. محققان انتخابات تمرکز قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد اقتصادی به عنوان معیار انتخاب رأی‌دهندگان نموده‌اند. هرچند بر سر این موضوع نیز اختلاف دارند که آیا رأی‌دهندگان قضاوت‌هایشان را بر مبنای عملکرد اقتصادی گذشته صورت می‌دهند یا بر مبنای انتظارات احتمالی از عملکرد آینده اقتصاد. در هر حال، قضاوت در مورد عملکرد حزب و کاندیدا در زمینه ابعاد خاصی از سیاستگذاری‌ها تعیین‌کننده انتخاب رأی‌دهنده هستند (۱۸).

اخیراً بعضی از پژوهشگران یک رویکرد بسیار متفاوت را در مورد ارزیابی مردم از کاندیداها مطرح کرده‌اند. این رویکرد معتقد است که ارزیابی کاندیداها لزوماً ظاهری، احساسی یا کاملاً کوتاه مدت نیست. رأی‌دهندگان ممکن است بر "ویژگی‌های شخصی کاندیدا" تمرکز کنند تا اطلاعات مهمی در مورد آن دسته از ویژگی‌های کاندیدا به دست آورند که به آنها در ارزیابی چگونگی عملکرد آن کاندیدا در آینده کمک می‌کند. ویژگی‌هایی نظیر: درستی، قابل اعتماد بودن و کفایت. اگر یک کاندیدا برای انجام وعده‌هایش به

شدت بی‌کفایت است و یا آنقدر بی‌صداقت است که نمی‌توان به وعده‌هایش اعتماد کرد، پس برای یک رأی دهنده کاملاً معقول خواهد بود که او را، صرف نظر از تعلق‌اش به این یا آن حزب، رد کند. ذهنیت و تصورات مردم از کاندیداهای نقش‌مهمی در انتخابات خصوصاً در آمریکا ایفا می‌کند. چراکه نظام انتخاباتی و احزاب ضعیف این امکان را برای کاندیداهای فراهم می‌آورند که خودشان به عامل محوری انتخاب رأی‌دهندگان تبدیل شوند. در اکثر نظام‌های پارلمانی تصور مردم از کاندیداهای در بستر جذابیت کلی حزب سیاسی شکل می‌گیرد و چندان به صورت مستقل مطرح نیست. در بسیاری از کشورها در برگه رأی اصولاً کاندیداهای منفرد وجود ندارند، بلکه لیست احزاب وجود دارد. با این وجود شواهد فزاینده‌ای در این مورد موجود است که اهمیت تصور مردم از کاندیداهای در بسیاری نظام‌های پارلمانی رو به رشد می‌باشد (۱۹).

### مدل‌های تلفیقی برای مشارکت رای‌دهی:

با توجه به تعدد عوامل دخیل در مشارکت رای‌دهی و تفاوت‌های موجود در رفتار رأی‌دهندگان در بسیاری از کشورها برخی از نظریه‌پردازان و جامعه‌شناسان را برآن داشته است تا برای تسهیل در فهم رفتار رأی‌دهندگان، الگوها و مدل‌های تلفیقی برای مشارکت و رای‌دهی پیشنهاد دهند که به چند نمونه از آنها اشاره می‌شود:

### مدل مایر و پاسکال:

از جمله این مدل‌ها، مدلی است که دو دانشمند فرانسوی به نام‌های نونامیر و پرینو پاسکال ارائه داده‌اند. این مدل براساس نگرش سیستمی پرداخته شده است. از دیدگاه این دو محقق رای‌دهنده زندانی شرایط اجتماعی و محیطی خود نیست. رای هر فرد در نتیجه فرایندی است که مقتضیات زمان و ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی و محیطی بخشی از آن محسوب می‌شود. از این دیدگاه فرایند جامعه‌پذیری اختصاص به دوران کودکی ندارد و در هر دوره از زندگی از سر گرفته می‌شود. هر فرد در جامعه متعلق به گروه‌های مختلف سیاسی و فرهنگی است که مجموعه از تأثرات فرد از این گروه‌ها گرایش سیاسی وی را شکل می‌دهد. به نظر این نویسندگان رفتار رأی‌دهی متأثر از موقعیت‌های عینی همچون: سن، جنس، درآمد، وطن، خاستگاه اجتماعی و محل تولد به علاوه موقعیت‌های پیشین موقعیت که یا ذهنی است مثل هویت مذهبی، آگاهی اجتماعی و ارزش‌های سیاسی و یا سیاسی است مانند راست و چپ و ترجیح احزاب مختلف مجموعاً در غالب تقاضا (درون داد سیستم) ظاهر می‌شوند، می‌باشد. علاوه بر این رأی‌دهندگان در درون نظامی قرار

دارند که استراتژی‌های انتخاباتی مانند اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات مثل تبلیغات، نظام انتخاباتی، وضعیت نامزد و حزب بر آن و همچنین مسایل زمانی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و منطقه‌ای و بین‌المللی بر آن تأثیر دارد. برون داد این سیستم که به صورت رفتار رأی دهندگان تجلی پیدا می‌کند از عوامل یاد شده تأثیر پذیرفته است. نتیجه اینکه در روندی عقلانی، گرایش‌ها و ظرفیت‌های بالقوه رأی دهندگان با توجه به شرایط خاص انتخابات به فعلیت می‌رسد. رأی دهی نتیجه محاسبات عقلانی رأی دهنده و شرایط انتخابات و شرایط اجتماعی و فرهنگی و محیطی است (۲۰).  
 نمودار ۲-۲ مدل فراگیر مایر و پاسکال



## مدل ویلیام میلر:

یکی دیگر از مدل‌های یاد شده درباره رفتار رأی دهندگان مدل ویلیام میلر است. این مدل مشتمل است بر شش عنصر اصلی است که از این قرار می‌باشد:

الف) بافت اجتماعی (مدل جامعه شناختی) که مشتمل است بر طبقه، جنس، سن، مذهب، منطقه جغرافیایی و عواملی مانند مسخه‌های اجتماعی و نگرش‌های سیاسی خانواده، همسایگان، همکاران و دوستان رأی دهندگان.

ب) تعلق خاطر حزبی: این مورد مفهومی اساسی است در بیشتر مدل‌های متعارف مربوط به رفتار رأی دهندگان است. تعلق خاطر حزبی به مفهوم احساس وابستگی یا تعلق خاطر رأی دهنده به یکی از احزاب سیاسی است یا به معنای میزانی که رأی دهنده حامی یک حزب است نه ناظر بی‌اعتنا در رقابت‌های میان احزاب. تعلق خاطر حزبی دو جنبه متمایز دارد: جهت‌گیری نسبت به احزاب و میزان حمایت و دل‌بستگی که رأی دهندگان به احزاب دارند. ترجیحات رأی دهندگان در انتخابات صرفاً حاکی از جهت‌گیری نسبت به احزاب است در حالی که مفهوم تعلق خاطر حزبی از این جهت اهمیت دارد که ما را به میزان طرفداری رأی دهندگان از احزاب توجه می‌دهد.

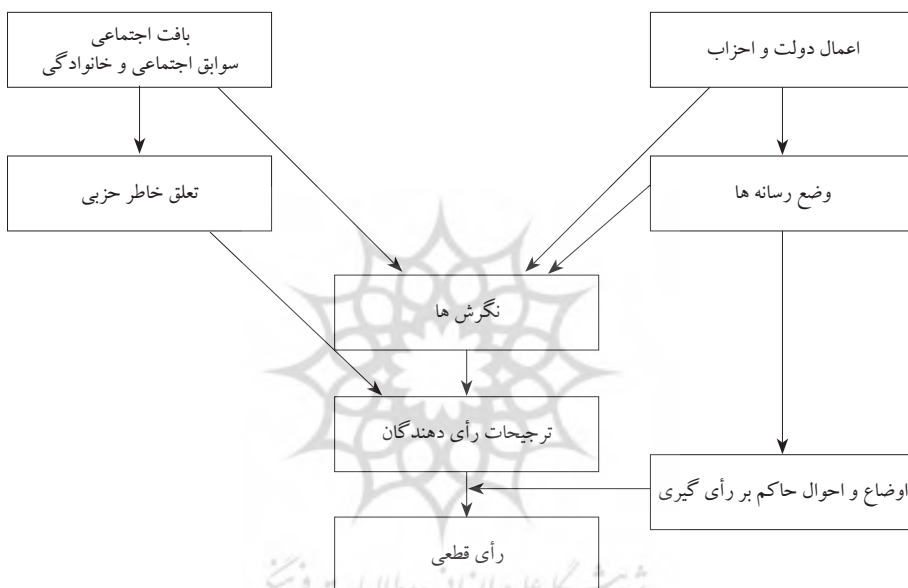
ج) نگرش‌ها: مفهوم نگرش در این مدل مفهوم موسعی است و مشتمل است بر نگرش نسبت به موضوعات خاص، عملکرد، شخصیت داوطلب انتخاباتی، ارزش‌ها و ایدئولوژی. به عنوان مثال: موضوع سیاست‌های دفاعی، عملکرد دولت در حل مشکلات اقتصادی، شخصیت کاریزماتیک رهبر یا رییس‌جمهور، ارزش‌های مساوات‌طلبی و ایدئولوژی سوسیالیستی.

د) اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات: که شامل ارزیابی رأی دهنده از غایت و هدف از انتخابات و تعداد گزینه‌های دلخواه قابل دسترس است. اگر رأی دهنده احساس کند که انتخابات بی‌اهمیت یا فرمایشی و نمایشی است احتمال این که آن را سرسری بگیرد یا در آن شرکت نکند زیاد است. اگر تعداد داوطلبان محدود باشد بالطبع انتخاب‌های رأی دهندگان محدود است همچنین اگر داوطلبان دلخواه وجود نداشته باشند محدودیت بیشتری برای رأی دهندگان بوجود خواهد آمد.

ه) وضع رسانه‌ها: رسانه‌ها شامل همه اخبار، تفاسیر و آگهی‌هایی است که از طریق مجاری و سایل ارتباط جمعی و نه از طریق گفتارهای رودررو به رأی دهنده می‌رسد. مؤثرترین وسیله ارتباط جمعی تلویزیون است و شمار اندکی از رأی دهندگان اطلاعات خود را از مطبوعات روشنفکری کسب می‌کنند.

و) اعمال احزاب و دولت حاکم: احزاب و جناح‌های حاکم بیشترین سلطه و نفوذ را بر

رسانه‌های جمعی دارند. البته این گروه‌ها فعال‌مآی‌شاء نیستند و رسانه‌ها حق انتخاب دارند و تا اندازه‌ای اخبار صحیح پخش می‌کنند لیکن نباید از نقش منحصر به فرد دولت غافل شد. احزاب یا جناح‌های حاکم "یکی و مساوی با بقیه" نیستند احزاب مخالف حداکثر، انتقاد و افشاگری می‌کنند در حالی که دولت عمل می‌کند. مخالفین سیاست‌ها را نقد یا پیشنهاد می‌کنند اما دولت سیاستها را اجرا می‌کند. از این رو اعمال بسیار زیاد و بسیار مهم از جانب دولت است تا دیگر احزاب و جناح‌ها (۲۱).



### مدل پیمانوریس در سطح‌بندی مشارکت سیاسی و رفتار رأی‌دهی

با بررسی نظرات و مدل‌های مختلف در تبیین مشارکت سیاسی، یکی از معتبرترین الگوها برای تبیین مشارکت سیاسی، و مشارکت رأی‌دهی به طور اخص، الگوی پیمانوریس (۲۰۰۲) در سطح‌بندی نظرات مطرح شده است، که در رفتار رأی‌دهی نیز می‌تواند مبنا قرار گیرد. ویژگی این الگو در واقع به دلیل جامع بودن آن است. در این الگو از سه دسته نظریات کلان، متوسط و خرد در تبیین مشارکت سیاسی نام برده می‌شود.

در سطح کلان دو مجموعه از نظریات مطرح گردیده است. گروه اول از نظریات کلان بر این امر تأکید می‌کند که ساختار دولت در یک جامعه، تعیین‌کننده نوع و سطح مشارکت شهروندان است. منظور از ساختار دولت به طور عام: ساختارهای قانون اساسی، نظام حزبی، قوانین و نظام انتخاباتی و نظایر آن است که در سطح کلان در یک جامعه بر مشارکت تأثیر

می‌گذارد و می‌تواند تبیین‌کننده‌ی تفاوت‌ها بین جوامع مختلف باشد. دسته‌دیگر از نظریات کلان بر این نکته پافشاری می‌کند که فرایند مدرنیزاسیون باعث تغییر جنبه‌های مختلف حیات جوامع گشته و در عرصه سیاست سبک جدیدی از سیاست مبتنی بر مشارکت را به همراه آورده است. برخی از این تحولات عبارتند از: ارتقای سطح زندگی، رشد بخش خدمات، افزایش سطح سواد و فرصتهای آموزشی، تغییر مناسبات اقتصادی از سنتی (کشاورزی و دامداری) به مدرن (صنعتی) و گسترش طبقه متوسط، تخصصی شدن حرفه‌های مختلف، افزایش دسترسی به رسانه‌های جمعی دیداری، شنیداری و مکتوب، رشد دیوان‌سالاری، تغییر خانواده‌های گسترده به خانواده‌های هسته‌ای و افزایش ورود زنان به بازار کار. بروز این تحولات در سطح فردی را می‌توان در تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد، از جمله در حوزه سیاست مشاهده نمود.

در سطح میانی، نظریات مختلفی ارائه گردیده است که از آن تحت عناوینی چون نظریات سازمانی یا نظریات عوامل یا کارگزاران بسیج یاد می‌شود. این اعتقاد وجود دارد که در تبیین مشارکت سیاسی شهروندان باید توجه بیشتری به نقش عوامل بسیج اجتماعی و سیاسی و شبکه‌های اجتماعی در فعال‌سازی و بسیج شهروندان مبذول داشت. مهم‌ترین عوامل و کارگزاران بسیج عبارتند از احزاب سیاسی، اتحادیه‌های کارگری و صنفی، کلیساها و مراکز مذهبی، انجمن‌های داوطلبانه و رسانه‌های خبری. بر اساس این نظریات، تفاوت‌هایی که در نوع و سطح مشارکت سیاسی در کشورهای دارای نظام‌های دموکراتیک مشابه دیده می‌شود، بر اساس میزان نقش آفرینی کارگزاران بسیج اجتماعی و سیاسی قابل تبیین است. در سطح خرد، نظریات متنوعی ارائه گردیده است که می‌توان این نظریات را در سه گروه تحت عناوین «نظریه‌ی منابع»، «نظریه‌ی انگیزش» و «نظریه‌ی ویژگی‌های جمعیت شناختی» دسته‌بندی کرد.

در نظریه‌ی منابع این عقیده مطرح است که افراد برخوردار از منابع بیشتر سطوح بالاتری از مشارکت را از خود نشان می‌دهند. این منابع ممکن است مادی یا معنوی باشد، اما هرچه میزان منابع در اختیار افراد افزایش یابد، امکان مشارکت آنان نیز افزایش پیدا می‌کند. از مهم‌ترین منابع تأثیرگذار بر مشارکت می‌توان به تحصیلات، درآمد، زمان آزاد و ارتباطات و مهارت‌های سازمانی اشاره کرد.

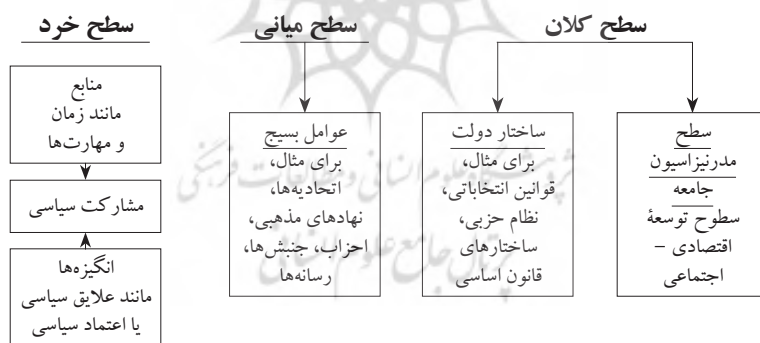
در نظریه‌ی انگیزش اعتقاد بر این است که هر چند وجود منابع باعث تسهیل مشارکت شهروندان می‌شود، اما در صورتی که شهروندان از انگیزه‌ی لازم برای مشارکت برخوردار نباشند، به این کار مبادرت نمی‌ورزند. عوامل انگیزش متفاوت است و ممکن است دامنه‌ی آن از انگیزه‌های مادی تا انگیزه‌های ارزشی و نگرشی را دربرگیرد. صاحب نظران به طیف



متنوعی از انگیزه‌های غیر مادی اشاره کرده‌اند که مهم‌ترین موارد آن عبارتند از: علاقه به سیاست، احساس اثربخشی، احساس وظیفه (مدنی، ملی یا دینی)، اعتماد سیاسی و ارزش‌های سیاسی افراد. اگر فرد به سیاست علاقه وافری داشته باشد یا احساس کند که می‌تواند با رأی دادن یا مشارکت در سیاست، تاثیرگذار باشد یا این کار را وظیفه‌ی مدنی یا دینی خود بداند و همچنین اگر به ارزش‌های موافق نظام حاکم یا ارزش‌های ترویج‌کننده‌ی اصل مشارکت اعتقاد داشته باشد، احتمال مشارکت وی افزایش می‌یابد.

نظریه‌ی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی معتقد است که مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر مشارکت افراد، خصوصیات فردی و جمعیت‌شناختی آنان مانند سن، جنسیت، نژاد، محل زندگی و نظایر آن است. البته گاهی از این نظریه با عنوان «نظریه‌ی ویژگی‌های فردی» نیز یاد می‌شود و در برگیرنده‌ی برخی از متغیرهای دیگر نظیر تحصیلات و درآمد می‌باشد که ما در نظریه‌ی منابع به آنها اشاره کردیم. برای مثال، تحقیقات در دموکراسی‌های غربی نشان داده است که بزرگسالان بیش از جوانان مشارکت سیاسی دارند (به ویژه در اشکال سنتی آن)، مردان بیش از زنان و سفیدپوستان بیش از سیاه‌پوستان در سیاست مشارکت می‌کنند. (۲۲)

### نمودار شماره: الگوی نظری مشارکت سیاسی



### جمع‌بندی و ارائه چارچوب نظری:

صاحب‌نظران سیاسی همواره در مورد این موضوع تأمل کرده‌اند که چه عواملی رأی‌دهندگان را ترغیب می‌کند. تحقیقات در حوزه رفتار رأی‌دهی با توسعه نظر سنجی‌های علمی پیشرفت بسیار عظیم را داشته است. توجه به این نکته ضرورت دارد که عوامل متعددی در مشارکت سیاسی و مشارکت رأی‌دهی دخالت دارند، بطوریکه تاکنون نظریه‌ای که بتواند همه یا اغلب متغیرها و عوامل دخیل در مشارکت را در برداشته باشد مطرح نگردیده است.

رفتار رأی‌دهی پدیده پیچیده‌ای است که به تعداد زیادی متغیرها با وزن‌ها و تأثیرهای متفاوت وابسته است. لذا نمی‌توان مدل ساده‌ای برای تبیین رفتار رأی‌دهی مطرح نمود، اگرچه مدل سطح بندی پیا پیا نوریس از ویژگی خاص برخوردار است، با این وجود ارائه این نظریه‌ها خود به توسعه رویکردهای تلفیقی و دیدگاه‌های چندگانه در این زمینه منجر گردیده است. هر چند در هر یک از مدل‌های تلفیقی که با رفتار مشارکتی و رفتار رأی‌دهی افراد مرتبط است پیش فرض‌های زیر باید مدنظر قرار گیرد.

\* افراد دارای ویژگی‌های اجتماعی متفاوتی چون: منزلت، تعلیم، و تربیت و آموزش، مذهب دارند.

\* تفاوت‌های شخصیتی از نظر توانمندی‌ها و استعدادها موجب می‌گردد که افراد از انگیزشی متفاوت داشته باشند.

\* اینکه پیش شرط‌های اجتماعی و روان‌شناختی تا چه حد بر فعالیت اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد به محیط‌های اجتماعی شامل نهادها و ساختارهای اجتماعی الگوی باورها اعتقادات و ارزش‌های فرهنگی و سیاسی بستگی دارد. لذا رفتار رأی‌دهی در جامعه تابعی از شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تاریخی خود است.

\* تحقیق‌های اخیر نشان می‌دهد برداشت رأی‌دهندگان از اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات که برخی از آن به عنوان "رای تاکتیکی" و "یا رای حمایتی" نام می‌برند، منجر گردیده برای هر انتخاب شرایطی خاص فراهم آورد که الزما مربوط به همان شرایط بوده و الزما قابل تعمیم نباشد.

- پی نوشت‌ها:
- ۱- Robert E. Dowse, Jon A. Hughes, political sociology, Great Britain, 1986, John Wiley & Sons, p293
- ۲- رک: کاووس سید امامی، "مشارکت سیاسی دانشجویان: ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی، پژوهشنامه علوم سیاسی"، شماره ۶، بهار ۱۳۸۶، ص ۶۵
- ۳- حجت‌اله ایوبی، "مشارکت انتخاباتی"، مشارکت سیاسی، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، ۱۳۷۷، ص ۱۶
- 4-- Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel G. - det, The People Choice, Colombia University Press, 1994, p27
- ۵- دال، رابرت، تجزیه و تحلیل سیاست، ترجمه حسین مظفریان، تهران ۱۳۶۴، صص ۱۴۱-۱۳۳
- ۶- کاووس سید امامی، سنجش اشکال و سطوح مشارکت سیاسی، ۱۳۸۴، سازمان ملی جوانان.
- 7- Charles F. Andrain and David E. Apter. 1995. Political protest and Social Change: Analyzing Politics. London: Mc Millan. P. 260.
- 8 - Shaun Best. 2002. Introduction to Politics and Society. London: Sage Publication. P. 260.
- 9- Andrain, C. F. and D. E. Apter (1995). Political Protest and Social Change. London: Macmillan.
- ۱۰- پیشین، ص ۲۶۴.
- ۱۱- پیشین، ص ۲۶۵.
- ۱۲- پیشین، ص ۲۶۶.
- ۱۳- رونالد اینگلهارت، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، انتشارات کویر ۱۳۷۳، ص ۷۱
- 14- International Encyclopedia of Elections, edited by Richard Rose, Macmillan, 2000
- Political activism: New challenges, new opportunities, Pippa Norris 15-
- For the Oxford Handbook of Comparative Politics Edited by Carles Boix and Susan Stokes (Oxford University Press) 2002
- ۱۶- اینگلهارت، پیشین، صص ۱۱۵-۷۳
- 17 - International Encyclopedia of Elections, edited by Richard Rose, Macmillan, 2000
- ۱۸- پیشین
- ۱۹- پیشین
- ۲۰- ایوبی، پیشین، صص ۲۳۳-۲۳۵
- ۲۱- پدram سعید، بررسی رفتار رأی‌دهندگان تهرانی در انتخابات دوره‌های چهارم و پنجم مجلس شورای اسلامی، دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۷۸، ص ۲۲.
- Political activism: New challenges, new opportunities, Pippa Norris 22-