



عباس محمدی اصل

# خاستگاه اجتماعی انتخابات سیاسی

در سیاست پژوهی اجتماعی، متغیرهای مربوط به روابط حزبی عموماً شاخص اجتماعی شرایط سیاسی نظام جامعه هستند



هرچند دیدگاه روانشناسی اجتماعی، پدیده‌های سیاسی و از جمله انتخابات را محصول نگرش‌ها یا ابعاد شخصیتی و منویات فردی اعضای جامعه می‌شمارد یا علوم سیاسی، رفتارهای سیاسی نظیر همه پرسی را در پرتو شرایط اقتصادی - اجتماعی منتج از عملکرد دولت در رابطه با پایگاه‌های اجتماعی و عرصه زیستی گروه‌ها و اقوام و ملل می‌نگرد؛ لیکن جامعه‌شناسی چنین پدیده‌ها و رفتارهایی را ناشی از عضویت و تعاملات گروهی و ساختی و تأثیر شرایط اجتماعی بر کارکردهای متعین قدرت می‌داند و از این زاویه سعی در تبیین الگوهای آن دارد. به این ترتیب در عرصه جامعه‌شناسی می‌توان هم به توصیف رفتار سیاسی مثلاً حضور مردم در صحنه انتخابات پرداخت و هم می‌توان کارکردهای سیاسی جامعه را از روزن مکاتبی چون اثبات‌گرایی و ستیز‌گرایی و ترکیب‌گرایی به تبیین نشست؛ چنانکه در این راستا اثبات‌گرایی از منظر دیدگاه‌های وبری و نووبری به رابطه قدرت و اقتدار و بازار و منزلت و منابع و منافع می‌اندیشد یا ستیز‌گرایی از چشم‌انداز آراء مارکسیستی و نومارکسیستی به نقد مسائلی چون بحران مشروعیت قدرت و اقتدار در عرصه مناسبات زیر ساختی و روساختی جامعه می‌پردازد و نهایتاً دیدگاه‌های ترکیبی مثلاً در اندیشه‌های هابرماس،

و نگرش جمعی و رابطه‌یابی طبقه و پایگاه با دولت و قدرت سیاسی دنبال کرد. در اینجا روابط حزبی مبین گرایش‌ها و رفتارهای سیاسی خاصی در عصر حاضر است که خود در سه قالب میل به انتخابات، حضور

مشروعیت قدرت را از حیث جامعه‌پذیری گفتارهای ارتباطات جمعی محقق می‌یابد. بر این پایه در نگاه جامعه‌شناختی به رفتار سیاسی می‌توان آن را از زاویه روابط حزبی، مشارکت

در صحنه انتخابات و هویت‌یابی حزبی نمودار می‌شود و پرده از نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - سیاسی خاصی بر می‌گردد. به عنوان مثال هویت‌یابی حزبی مبین میزان پیشرفت طرح‌های اقتصادی، ثبات محیط سیاسی و ارزش‌های طبقاتی در رابطه با وضعیت نظام اجتماعی است از سوی دیگر تبیین

## هویت‌یابی حزبی فرد مبین میزان پیشرفت طرح‌های اقتصادی، ثبات محیط سیاسی و ارزش‌های طبقاتی در رابطه با وضعیت نظام اجتماعی است

مشارکت سیاسی در برگزیده ابعاد چون میزان مشارکت در سیاست‌های حزبی، عضویت سازمانی، مشارکت صوری و غیررسمی سیاسی، هواداری سیاسی، حمایت صرف از آرمان‌ها و احساسات حزبی نظیر مردم‌سالاری در جهت اطفاء نیازهای گروهی، امکانات عملکرد حزبی و اقتدارگرایی احزاب است که این ابعاد حاکی از الگوهای هنجاری رفتارهای سیاسی نیز به شمار می‌آیند. بالاخره رابطه‌یابی طبقه و پایگاه با دولت و قدرت و سیاست؛ توجه به مواردی مانند معیاربندی طبقات شغلی و مقولات پایگاهی مرتبط با نگرش‌های سیاسی، بررسی مبانی طبقاتی و قشری دیدگاه‌ها و رفتارهای سیاسی، ستیزه‌جویی طبقاتی علیه سیاست‌های جمعی و مناسبات متحول آتی طبقه و سیاست را ضروری می‌سازد.

به این ترتیب در سیاست پژوهی اجتماعی متغیرهای مزبور به روابط حزبی عموماً شاخص اجتماعی شرایط سیاسی نظام جامعه هستند و متغیرهایی معرف مشارکت سیاسی از فرآیند تبدیل دیدگاه‌های نگرشی به رفتارهای سیاسی حکایت می‌کنند و نهایتاً تبیین ابعاد سیاسی طبقات و پایگاه‌های اجتماعی، به نظام جامعه از سطح کلان‌تر می‌نگرد و از این زاویه با آزمون روابط فرضیات مآخوذ از نظریات سیاسی، مشارکت علمی خود را در رشد دانش جامعه‌شناسی سیاسی ملحوظ می‌دارد.

## قلمرو مطالعاتی انتخابات سیاسی

با توجه به این مقدمات مشخص است که مباحث جامعه‌شناسی سیاسی از گستردگی ژرفی برخوردارند.

البته کسب نگرش جامع اجتماعی نسبت به پدیده‌های سیاسی ایجاب می‌کند که هر پدیده مورد تحلیل در این عرصه دریافتی، همبسته با سایر متغیرهای خرد و میانه و کلان نیز پیوند خورد. در این صورت اگر لزوم هر سوی خلیف پدیده‌های سیاسی به سمت شناخت اجتماعی حرکت کنیم؛ لاجرم سایر پدیده‌های اجتماعی - سیاسی را حداقل به وجهی گذرا مرور خواهیم کرد. بر این اساس آنچه در این میان مورد توجه نوشتار حاضر قرار دارد

عبارت از بررسی خاستگاه‌های اجتماعی انتخابات سیاسی است. از این نگره انتخابات سیاسی متضمن

رفتار رای‌دهندگان در عرصه همه‌پرسی برای تعیین عوامل و کارگزاران تصمیم‌گیری‌های سیاسی است. این رفتار در متن مناسبات گروهی رخ می‌دهد و لذا می‌توان گفت انتخابات سیاسی وابسته به خاستگاه‌های اجتماعی چندی است. خاستگاه‌های اجتماعی موثر بر رفتار رای‌دهندگان، البته فارغ از تاریخ و جغرافیا و فرهنگ و اقتصاد و سیاست و حقوق نیز نیست و لذا این رفتار خیر از اتقای عناصر مزبور با ویژگی‌های روانی و شخصیتی اعضای جامعه در فرآیند انتخابات نیز می‌دهد.

در این میان دیدگاه‌های اجتماعی متعددی به تبیین خاستگاه‌های جمعی انتخابات سیاسی روی آورده‌اند.

از مهمترین این دیدگاه‌ها می‌توان به دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، دیدگاه مبادله عقلانی اقتصادی و دیدگاه جامعه‌شناسی اشاره کرد. از این رو در مقاله حاضر می‌کوشیم از سوی دیگر ضمن

رفتار انتخاباتی به اتکای خاستگاه روانی - خانوادگی از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد



هم در سوابق خانوادگی دنبال می‌شود؛ بر این نکته نیز تأکید می‌رود که رفتار انتخاباتی به اتکای خاستگاه روانی - خانوادگی خود از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد و به عبارتی فرد گرایش سیاسی خود را از خانواده ارث می‌برد و با گذر زمان و افزایش سن، این گرایش در او تقویت و تثبیت می‌شود. البته روان‌شناسی اجتماعی در تبیین رفتار انتخاباتی به این نکته هم عطف توجه دارد که هر چند گرایش‌های انتخاباتی عمدتاً در طی زمان ثابتند لیکن همین گرایش‌ها با بروز بحران‌های اقتصادی و سیاسی در معرض دگرگونی نیز قرار می‌گیرند.

### دیدگاه اقتصادی

از دیدگاه مبادله اقتصادی، پدیده انتخابات سیاسی مبتنی بر الگوهای عقلانی رفتاری است. از این نگره فرده زندانی شرایط و عوامل محیطی و روانی نبوده؛ بلکه عمل انتخاب سیاسی او تابع آزادی اراده و اختیار و استقلال انسانی است. به همین لحاظ نیز علیرغم کلیه فشارهای تبلیغاتی، رای‌دهندگان می‌توانند استقلال خود را از خواست احزاب حفظ کرده و به اتکای تفکر و اندیشه آگاهانه، به تصمیم‌گیری انتخاباتی سیاسی دست بزنند. لذا رای‌دهندگان غالباً به طرح‌ها و عقاید و برنامه‌های نامزدها و احزاب توجه می‌کنند و از این میان به شکلی معقول، برنامه‌های کسانی را بر می‌گزینند که بیشترین منافع را برای آنان در برداشته باشد. لذا رای‌دهنده امروزین در تصمیم‌گیری انتخاباتی خویش، هرچه بیشتر به استقلال رای می‌گراید و تصمیماتش مبتنی بر راهبردهای متخذه از سوی او در خصوص گزینش برنامه‌هایی است که در دوران انتخابات مطرح می‌شود (Lancelot, A., 1996: 56). البته این دیدگاه می‌پذیرد که الگوهای عقلانی در نتیجه حدوث عصر پسا صنعتی، تعمیم

تبیین خاستگاه‌های اجتماعی بروز پدیده و فرایند انتخابات سیاسی به مدد این دیدگاه‌ها جمع‌بندی مختصر و جامعی از آنها را به منظور ارائه نوعی رهیافت جامعه‌شناختی نسبت به پدیده‌های سیاسی نیز ارائه کنیم.

### دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی

از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، رفتار انتخاباتی پدیده‌ای گروهی است که از نوعی عمل سیاسی حکایت می‌کند که این عمل سیاسی نیز تابع طرز تلقی افراد از موضوعات مهم سیاسی جامعه است. از این زاویه، رابطه و تعلق خاطر عاطفی رای‌دهندگان با نامزدها یا رهبران احزاب سیاسی است که نقشی تعیین‌کننده در انتخابات بر جای می‌گذارد. مهمترین متغیر تبیین‌کننده رای سیاسی افراد از این نگره در بستگی حزبی رای‌دهنده از ابراز رفتار انتخاباتی، عبارت از بیان و نمایش علاقه خود به حزب مورد علاقه‌اش و نیز پیروز گردانیدن نامزدهای آن است.

در این نگرش در مجموع "رای‌دهنده... به همبستگی و پیوند حزبی خود رای می‌دهد" (Campbell, A. and et al., 1960: 126) و بر این مبناء گرایش و تعلق درونی خود را به منصفه ظهور می‌رساند. این بستگی عاطفی ریشه در دوران کودکی

### از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، رفتار انتخاباتی پدیده‌ای گروهی است که از نوعی عمل سیاسی حکایت می‌کند

و نوجوانی افراد در زندگی خانوادگی دارد و سپس در محیط شغلی و اجتماعی به تثبیت می‌گراید. به دیگر سخن وابستگی به احزاب از این منظر بازتاب پیوند و علاقه عاطفی و احساسی است که غالباً از سوی خانواده و محیط به فرد القاء می‌شود و بنابراین رای فردی نیز در این گستره جز پدیده‌ای موروثی و ناخودآگاه چیز دیگری نمی‌نماید. علاوه بر آنکه در این عرصه وابستگی حزبی عامل تعیین رفتار ثابت انتخاباتی در طول زمان تلقی شده و ریشه این رفتار

فراگیر آموزش و پرورش، نفی نابرابری نژادی و جنسیتی در انتخابات و کاهش تعلقات طبقاتی و ایندولوژیکی در عصر نوین رو به تکامل نهاده است. لیکن در مجموع بر این رای می‌رود که رفتار انتخاباتی مبتنی بر محاسبه عقلانی سود و زیان ارائه رفتاری خاص در حیطه همه‌پرسی است.

به بیان روشن‌تر این دیدگاه صحنه سیاست را به بازاری اقتصادی تشبیه کرده که در آن به جای اینکه نوع و میزان رای، انعکاس‌دهنده افکار عمومی باشد؛ صرفاً تابعی از میزان منافع عرضه شده توسط احزاب و نامزدهای سیاسی به شکل مادی یا نمادین است. از دیگر سو نیروی احزاب سیاسی نیز وابسته به حضور هواداران و اعضای گروه‌های وابسته حزبی است. در این میان سرمایه احزاب شامل چهره تاریخی و سوابق عملی و نقش سیاسی آنها و اعتمادپذیری افکار عمومی است؛ کالای احزاب متضمن طرح‌ها و برنامه‌ها و راهبردهای عملیاتی آنان است و رای‌دهنده نیز مشتری است که حق انتخاب دارد و در صورت احساس غبن از انتخاب هم می‌تواند معامله سیاسی خود را فسخ کند زیرا عملاً در صورت عدم مطلوبیت منتخبین برای تأمین منافعش، او دیگر در دوره بعدی به آنها رای نخواهد داد.

از دیدگاه جامعه‌شناسی، رفتار انتخابات سیاسی، ریشه در متغیرهای اجتماعی چندی دارد، چرا که از این منظر ویژگی‌های اجتماعی تعیین‌کننده ویژگی‌های سیاسی افراد است (Lazarsfeld, p. 194, et al. 1944, 23). متغیرهای اجتماعی مهم بر رفتار انتخاباتی سیاسی نیز از این نگرش عبارتند از: سن، جنس، محیط خانوادگی، گروه همسالان، طبقه نژاد و قومیت و

## برای مردم کم حوصله و کم طاقت ایران صبر و حوصله برای تحقق فرآیندهای مدت‌دار ناخوشایند جلوه می‌کند

ملیت‌تبعیت و شرایط تاریخی و فرهنگی و جمعیتی و اکولوژیک جامعه، در واقع مطالعه این متغیرها در قالب ساخت‌های اجتماعی است که از دید جامعه‌شناسی معرف انگیزه‌های روانی و انگیزش‌های اجتماعی رای دهندگان در جهت‌گیری‌های سیاسی شان و از جمله بروز رفتار انتخاباتی است. لذا تأکید عمده در این نگرش به آمیختن گرایش‌های درونی با الگوهای عقلانی رفتار در قالب تعلقات و مناسبات گروهی و اجتماعی در کلیه سطوح خرد، میانه و کلان جامعه است.

از نظرگاه جامعه‌شناسی، متغیرهای سن، جنس، خانواده، طبقه، مذهب، ملیت، محل تولد و سکونت و بافت ساکنان محله زیستی در قالب شرایط تاریخی و جغرافیایی (فرهنگی و اکولوژیکی) روابط چهره به چهره رای دهندگان اعم از همسایگان و همکاران و همشهریان را به گونه‌ای سامان می‌دهد که آنان ارزش‌های سیاسی و گرایش‌های حزبی خاصی را ترجیح می‌دهند. مثلاً افزایش سن غالباً با رشد روحیه محافظه‌کاری و تمایل به احزاب دست راستی همراه است و زنان نیز به لحاظ تأثیرپذیری ضعیف‌تر از افکار تند انقلابی و نیز تعلقات مذهبی قوی‌تر به همین احزاب تمایل نشان می‌دهند. متغیر خانواده نیز نشان می‌دهد که چگونه گرایش سیاسی والدین به فرزندان منتقل شده و البته تغییر این گرایش‌ها تا چه حد تابع افزایش تحرک طبقاتی و اجتماعی خواهد بود. در این بین متغیر طبقه یکی از

تعیین‌کننده‌ترین عوامل موثر بر رفتار انتخاباتی است؛ تا جایی که ادعا شده اساس نظام حزبی و از جمله رفتار انتخاباتی... مبتنی بر شکاف طبقاتی است و تمام مسائل دیگر حاشیه‌ای هستند (pulzer, p. 1967: 98). به عنوان مثال طبقات متوسط بالا و پایین بالا عمدتاً به احزاب محافظه‌کار متمایلند؛ در حالی که طبقات متوسط پایین و پایین‌ترین به احزاب تندرو و انقلابی رای می‌دهند. این در حالی است که واسطه‌هایی نظیر نوع کار و گرایش روانی حاصل از ایفای نقش در این مشاغل بر گرایش‌های انتخاباتی طبقات مختلف جامعه موثر می‌افتند؛ چنانکه طبقات پایین بالا که در صنایع و شرکت‌ها و کارخانه‌های بزرگ مشغول به کارند؛ عمدتاً از زندگی و موضوع اجتماعی خود راضی بوده و به سنن سیاسی احترام می‌گذارند از

طرفی طبقات پایین پایین که در صنایع و شرکت‌ها و کارخانه‌های کوچک شاغلند از زندگی و وضع اجتماعی خویش بیشتر اظهار نارضایتی می‌کنند و این روحیه را در رفتار انتخاباتی خود در حیطه انتخاب احزاب تندرو و انقلابی به خوبی ظاهر می‌سازند. بالاخره اضافه بر این موارد و غیر از خاستگاه طبقاتی، عوامل مهم دیگری چون فرهنگ سیاسی، و محیط خانوادگی و بیش از همه موضوعات مطروحه توسط احزاب نیز از عوامل تعیین‌کننده رای افرادند (Franklin, M.N.: 1988: 106). مثلاً به عنوان نمونه اگر نقشه بوم‌شناسی شهر بر حسب تقسیم ثروت و قدرت و امکانات راه دو منطقه شمال و جنوب تقسیم کنیم؛ غالباً آراء محافظه‌کار به شمال و آراء انقلابی به جنوب شهر تعلق دارد. در اینجا البته شایان توجه است که همچنانکه به حق اشاره شده تقسیم‌بندی شمال و جنوب عمدتاً به شکاف میان طبقات (بالا و متوسط) کارگر مربوط می‌شود (crews, 1989: 196). لیکن شایان توجه است که تغییر ساختار اجتماعی نظام انتخاباتی و تحول گروه‌بندی‌های طبقاتی بواسطه افزایش سطح سواد و رفاه و تبلیغات رسانه‌های جمعی و بروز تردید نسبت به کارائی‌های متنوع احزاب در رابطه با مقتضیات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نیز بر ترجیح ارزشی و گرایشی در انتخابات سیاسی می‌افزاید و راهبردهای انتخاباتی معینی را برای فرد به ارمغان می‌آورد. این راهبردها هم رفتارهای

انتخاباتی اعم از عدم حضور، در انتخابات حضور و ارائه رای سفید و یا حضور مفید در صحنه انتخابات را به دنبال دارد.

### نتیجه‌گیری

در مجموع می‌توان گفت اگر دیدگاه‌های روان‌شناسی اجتماعی، مبادله عقلانی اقتصادی و جامعه‌شناسی را در حیطه تبیین پدیده انتخابات سیاسی مکمل هم بیانگریم؛ در این صورت خواهیم توانست رفتار انتخاباتی سیاسی را تابع انگیزه‌های عقلانی و ارادی درونی و انگیزه‌های مشروط جبری بیرونی بدانیم، از این نگرش ترکیبی، انتخابات سیاسی فرایندی است که از مقتضیات زمان و مکان و ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی و سیاسی و فرهنگی رنگ می‌گیرد و به نوبه خود بر این شرایط از حیث گزینش راهبردهای عملی در عرصه انتخابات سیاسی تأثیر می‌نهد. بدینسان پدیده انتخابات سیاسی از فرایند جامعه‌پذیری سیاسی در تمام ادوار زیست جمعی آدمی و نیز تعلقات و عملکردهای سیاسی او در رابطه با نظام‌های اقتصادی و حقوقی و سیاسی و فرهنگی پرده بر می‌دارد در نتیجه آمیختن گرایش‌های سیاسی با جو انتخاباتی؛ سطوح خرد، میانه و کلان رفتارهای سیاسی جامعه را در عرصه نظام اجتماعی به رخ می‌کشد.

\*\*\*

### منابع:

- campbell, Angus: conver, Phili: PMiller: warren and stokes, Donald: 1960 the American voter :newyork: wiley and sons, inc.
- Crewe, I: 1989: The Electorate: paritasm Dealignment years on: in Berrington, H.(ed), change in British politics: west European politics, 6 oct.
- Franklin, M.N.: 1985: the Decline of class voting in Britain: changes in the basis of electoral choice: clarendon press: oxford: university press.
- Habert, Philip and lancelot, Alain: 1996: L, emergence d, un nouvel electeur: in Habert ph.: le nouvel electeur: paris: vincii.
- Lazarsfeld, paul Berelson: Bernard: Gaudet, Hazel: 1994: The peoples choice: Columbia: Columbia university press.
- pulzer, p.: 1967: political representation and Elections in Britain: London: Allen and unwin.