

تحلیل فرانظری رأی: ارائه یک مدل مفهومی

علی یوسفی

چکیده

در نظام‌های مردم‌سالار، انتخابات مهم‌ترین روش برای شناسایی اراده و اعمال حق حاکمیت عمومی است. کنش انتخاباتی یا رأی تابع عوامل متعددی است. این عوامل در مطالعات انتخاباتی در ذیل چهار مدل انتخاب رأی، شامل مدل عقلانی، هنجاری، شناختی و آنتروپی دسته‌بندی و تحلیل می‌شوند. در مدل عقلانی تأکید عمده بر سودمندی رأی، در مدل هنجاری تأکید بر هویت حزبی و فشارهای هنجاری رأی، در مدل شناختی تأکید بر تجارب شناختی رأی‌دهنده و در مدل آنتروپی، تأکید عمده بر شفافیت تبلیغ نامزدهاست. در مقاله حاضر، بر اساس تحلیل فرانظری رأی، همه وجوه محتمل رأی در مدل نظام کنش انتخاباتی تئوریزه و بر اساس آن، چهار خرده‌نظام رأی، شامل رأی اقتصادی، رأی سیاسی، رأی فرهنگی و رأی اخلاقی از هم تفکیک و سپس عناصر اصلی و سازنده هر خرده‌نظام و الزامات ساختاری آن مشخص گردیده است. بر اساس مدل پیشنهادی انتخاب رأی؛ عنصر اصلی و تعیین‌کننده تصمیم به رأی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به ترتیب سودمندی، اثربخشی، بی‌تناقضی معنایی و سازگاری هنجاری رأی است. تعیین‌کنندگی و برجستگی هر یک از چهار نوع رأی مذکور در نظام کنش انتخاباتی، متناسب با الزامات ساختاری مربوط مشخص می‌گردد. در شرایط کمبود منابع رفاهی و نابرابری توزیعی الزام به رأی اقتصادی، در شرایط ضعف کارایی نظام تصمیم‌گیری الزام به رأی سیاسی، در شرایط ناهمگونی فرهنگی سیاسی الزام به رأی فرهنگی و در شرایط همگونی فرهنگی سیاسی جامعه، الزام به رأی اخلاقی در نظام کنش انتخاباتی بیشتر می‌شود. با توجه به روابط متقابل در بین خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی، اصلی‌ترین ملاحظه روش شناختی در استفاده از مدل مذکور، تأکید بر علیت ساختاری و حلقه‌های علی (در مقابل علیت مکانیکی یا یک طرفه) و استفاده از توابع ساختاری در تحلیل داده‌های تجربی مربوط است.

کلید واژه‌ها: انتخاب رأی، مدل عقلانی، مدل هنجاری، مدل شناختی، مدل آنتروپی، فضای کنش انتخاباتی، نظام کنش انتخاباتی

مقدمه

انتخابات در نظام‌های مردم‌سالار از مهم‌ترین مکانیسم‌های نهادی برای اعمال حق حاکمیت عمومی است. از طریق انتخابات دموکراتیک، اراده و خواست جمعی به درون نظام تصمیم‌گیری انعکاس پیدا می‌کند و تصمیم‌گیری‌ها در مسیر اهداف جمعی هدایت می‌شود. به‌علاوه انتخابات بخشی از فرایند جابجایی و تغییر قدرت است و این امکان را فراهم می‌آورد که نیروهای اجتماعی برای تصاحب قدرت در رقابت با یکدیگر قرار بگیرند و بدین ترتیب آرایش قدرت دچار دگرگونی شود. بر این مبنای مطالعه و تحلیل رفتار انتخاباتی از دو جهت دارای اهمیت است: نخست اینکه ترجیحات و انتظارات سیاسی جامعه را بازنمایی می‌کند و با مطالعه آن می‌توان به این انتظارات پی برد. دیگر اینکه میل جامعه را به تغییر و جابجایی در قدرت آشکار می‌کند. اینکه درایم انتخاب رأی شهروندان، کدام معنا و پیام اجتماعی را با خود حمل می‌کند، در وهله اول مستلزم این است که به لحاظ مفهومی بتوانیم انواع رأی را از هم تفکیک کرده و در سطوح مختلف آن‌را تحلیل نماییم. مقاله حاضر درصدد است براساس تحلیل فرآیندی^۱ رفتار انتخاباتی که متکی بر نقد و بررسی نظریات رایج رأی است، مدل مفهومی جامع‌تری را برای تحلیل رأی ارائه دهد که بر حسب آن، هم بتوان انواع رأی را در شرایط مختلف اجتماعی از هم تمیز داد و هم امکان تحلیل رأی در سطوح مختلف ممکن گردد.

پیشینه مطالعات انتخاباتی

از پیشگامان مطالعات انتخاباتی، لازارسفلد و برسلون (۱۹۴۰)، کمبل (۱۹۵۰)، دانز (۱۹۵۷) و لیست (۱۹۸۰) هستند و مرکز تحقیقات پیمایشی دانشگاه میشیگان در امریکا، اولین مؤسسه تحقیقاتی است که از سال ۱۹۴۸ تاکنون مطالعات مختلفی را در زمینه رفتار انتخاباتی به انجام رسانده و منبع مهمی برای تحلیل اطلاعات ثانویه انتخاباتی در جهان محسوب می‌شود. بر اساس یک جستجوی اولیه از مهم‌ترین مطالعات انتخاباتی انجام شده در سال‌های اخیر، می‌توان به مطالعات انجام شده توسط میلز (۱۹۹۴)، زیکرمن (۱۹۹۴)، بولر و همکاران (۱۹۹۴)، فینکل (۱۹۹۱)، جنینگ (۱۹۹۶)، سیرز (۱۹۹۷)، لاو (۱۹۹۷) و جیل (۱۹۹۸) اشاره نمود.^(۱) مطالعات انتخاباتی انجام شده را بر اساس دو معیار عمده می‌توان از هم متمایز نمود: یکی سطح تحلیل و دیگری مدل تصمیم‌گیری انتخاباتی (Kupper, ۱۹۹۷: ۸۵).

۱. meta theoretic

از لحاظ سطح تحلیل، مطالعه انتخاباتی در دو سطح خرد و کلان انجام می‌گیرد. در مطالعه سطح خرد، «رأی‌دهنده» واحد تحلیل قرار می‌گیرد و مطالعه بر روی فرایندهای تصمیم‌گیری شخصی رأی‌دهنده متمرکز می‌شود و انتخاب رأی با تکیه بر خصوصیات شخصی و زمینه‌ای (مثل سن، جنس، قومیت، مذهب، طبقه اجتماعی و...) رأی‌دهنده تحلیل می‌گردد. در مطالعه سطح کلان، «انتخابات» واحد تحلیل قرار می‌گیرد و انتخاب رأی بر مبنای خصوصیات ساختاری رأی (مثل خصوصیات نظام انتخاباتی، فرصت انتخاب رأی، خصوصیات نظام حزبی و ساختار اپوزیسیونی و...) تحلیل می‌گردد. مدل‌های تصمیم‌گیری انتخاباتی نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند: مدل‌های استقرایی یا تجربی و مدل‌های قیاسی یا نظری (همان). مدل‌های استقرایی متکی بر تعمیم‌های تجربی هستند که از مطالعات مختلف انتخاباتی حاصل شده‌اند، اما مدل‌های قیاسی متکی بر مفروضات عقلی و استدلال‌های نظری هستند. به عنوان مثال مدل عقلانی رأی بر این فرض متکی است که رأی‌دهنده یک کششگر عاقل است و بر اساس مفروضات عقلانیت، رفتار رأی‌دهنده را تحلیل می‌کند. به‌طور کلی سابقه مطالعه انتخاب رأی را در ذیل چهار مدل نظری می‌توان طبقه‌بندی نمود:

۱. مدل عقلانی رأی^۱

فرض اساسی مدل مذکور این است که رأی‌دادن یک نوع انتخاب عقلانی است و شهروندان رأی خود را به کسانی می‌دهند که بیش از دیگران برای آنها سودمند باشند (Downs, ۱۹۵۷: ۶۳). در محاسبه سودمندی کاندیدا که مهم‌ترین بخش انتخاب رأی را تشکیل می‌دهد، رأی‌دهنده بهره‌ای را که از رأی به کاندیدای A در زمان t حاصل می‌شود، با بهره‌ای که در صورت انتخاب کاندیدای B نصیب او می‌شود، مقایسه می‌کند و در مجموع رأی خود را به کسی می‌دهد که بهره بیشتری متوجه او سازد. لذا با فرض ثابت بودن سایر شرایط، در صورتی که جمع جبری سودمندی کاندیداها برای رأی‌دهنده صفر باشد (یعنی نفعی متوجه او نسازد)، از شرکت در انتخابات خودداری می‌کند.

البته رأی‌دهنده همواره بر اساس اطلاعاتی (هرچند محدود) که از کاندیداها در اختیار دارد، این ارزیابی را انجام می‌دهد. لاو معتقد است رأی‌دهندگان برای ارزیابی کاندیداها از چهار دسته اطلاعات استفاده می‌کنند:

۱. rational model of voting

اطلاع از هویت حزبی یا گروهی کاندیداها، موضع مسأله‌ای^۱ کاندیدا (یعنی دیدگاه کاندیدا درباره مسائل مهم جامعه)، تایید گروهی کاندیدا (گروه‌ها و احزاب حامی کاندیدا) و ظاهر شخصیتی کاندیدا (Lau, 1997: ۸۵۶). ارزش‌ها و ترجیحات رأی‌دهنده در تعیین اهمیت نسبی مقولات چهارگانه مذکور تأثیر اساسی دارد. در هر حال اطلاعات رأی‌دهنده درباره کاندیدا، آستانه تصمیم او را تغییر داده و او را از حالت بلاتصمیمی خارج و به مرحله تصمیم به رأی وارد می‌نماید. در این معنا، میزان و نحوه کسب اطلاع درباره کاندیداها از جمله عواملی است که در تصمیم به رأی افراد دخالت اساسی دارد. به علاوه این نکته را باید مورد توجه قرارداد که رأی‌دهنده به عنوان یک فرد عاقل، احتمال پیروزی و انتخاب شدن داوطلب مورد نظر خود را نیز مورد ارزیابی قرار می‌دهد؛ زیرا رأی او باید بخشی از فرایند انتخابات باشد، نه صرفاً تجلی ترجیحات شخصی او. در این معنا اگرچه او داوطلب الف را ترجیح می‌دهد، اما اگر داوطلب الف شانس برای انتخاب شدن نداشته باشد، رأی‌دهنده رأی خود را به هدر داده است. براین اساس، اطلاع رأی‌دهنده از این که دیگران چگونه رأی خواهند داد یا تصور این که شمار قابل توجهی از دیگران به یک کاندیدا رأی خواهند داد، در تصمیم به رأی او دخالت قابل توجهی خواهد داشت.

بدین ترتیب بر اساس مدل عقلانی انتخاب رأی، سه متغیر، شامل ارزیابی رأی‌دهنده از سودمندی کاندیدا، میزان اطلاعات و شناخت رأی‌دهنده از کاندیدا و برآورد رأی‌دهنده از شانس انتخاب کاندیدا در انتخاب رأی او دخالت اساسی دارند.

۲. مدل هنجاری رأی^۲

بر اساس این مدل که در ادبیات مطالعات انتخاباتی به «مدل رأی کمبل» یا «مدل میشیگان» معروف است، آگاهی رأی‌دهندگان در مورد سیاست ناچیز و اطلاعاتشان در باره مسائل سیاسی ناقص است و آنها نهایتاً به احزاب و گروه‌هایی رأی می‌دهند که برنامه‌های سیاسی آنها را دوست ندارند و لذا انتخاب رأی آنها کمتر تحت تأثیر آگاهی‌های آنهاست، بلکه بیشتر متأثر از هویت‌های حزبی و گروهی است که ابتدا در خانواده و

۱. issue stand

۲. normative model of voting

از طریق والدین شکل گرفته است. به تعبیر کی (Key, ۱۹۶۶) در پس انتخاب رأی یک «تصمیم دستوری»^۱ نهفته است (Himmelweit, ۱۹۸۳: ۲۴۱). وفاداری‌های حزبی و گروهی همچون آداب زندگی در خانه و محیط اجتماعی آموخته می‌شوند و دو کارکرد عمده دارند: از یک سو، باعث تسهیل انتخاب رأی می‌شوند و از سوی دیگر راهنمای فرد در ارزیابی برنامه‌های سیاسی قرار می‌گیرند. کمبل معتقد است در عین حال که احساس شدید فرد درباره یک مسأله ممکن است تعهد حزبی او را تحت تأثیر قرار دهد، تأثیر تعهد حزبی بر ترجیحات مسأله‌ای فرد بیشتر از تأثیر این گرایش‌ها بر هویت حزبی است (همان). بر اساس مدل مذکور، هویت حزبی یا سیاسی، ترجیحات سیاسی والدین، فشار هنجاری گروه‌های مرجع سیاسی و عادت رأی از مهم‌ترین متغیرهای دخیل در انتخاب رأی فرد به حساب می‌آیند.

۳. مدل شناختی رأی^۲

این مدل بر تأثیر تجارب شناختی فرد و زمینه‌های اجتماعی که این تجارب در آن شکل می‌گیرد، بر تصمیم‌گیری‌های مربوط به رأی تأکید می‌کند و این نکته کلی را مطرح می‌سازد که «گرایش رأی‌دهنده نسبت به مقولات سیاسی، ریشه در جهت‌گیری‌های عمومی او نسبت به خود و جامعه دارد» (Himmelweit, ۱۹۸۳: ۲۴۰). در این معنا تصمیم به رأی افراد همچون دیگر تصمیمات آنها، تحت تأثیر عوامل مختلفی همچون «شرایط شخصی رأی‌دهنده، مسائل جامعه و تمایز برنامه‌های انتخاباتی احزاب و گروه‌های سیاسی» است (همان، ۲۴۱). فرض مدل مذکور این است که رأی‌دهنده موجودی فعال است نه منفعل. این مدل فرایند تصمیم به رأی را شبیه تصمیم به خرید کالا می‌داند و معتقد است انتخابات همانند یک نمایشگاه کالا است و رأی‌دهنده نیز همانند خریدار کالا که در بازار به دنبال مناسب‌ترین کالا (یا کالای کمتر نامناسب) می‌گردد، در زمان انتخابات به دنبال یافتن یک حزب یا گروه مناسب یا کمتر نامناسب می‌گردد^(۲) و تبعاً حزب یا گروهی را انتخاب می‌کند که بین گرایش‌ها و عقاید او با برنامه‌های آن حزب، بیشترین هماهنگی وجود داشته باشد. این فرایند انتخاب می‌تواند با اطلاع یا بدون اطلاع از مواضع احزاب و گروه‌ها، سطحی یا عمیق، باثبات یا بدون ثبات باشد (همان). بر اساس مدل مذکور، دو دسته عوامل دور یا نزدیک به انتخاب رأی را

۱. standing decision

۲. cognitive model of voting

می توان از هم تفکیک نمود. از مهم ترین عوامل نزدیک به انتخاب رأی «عادت رأی»، گرایش ها و شناخت ها در مورد مسائل سیاسی (هویت یا ترجیح حزبی) و فشار هنجاری گروه های مرجع سیاسی و از مهم ترین عوامل دور، ترجیحات سیاسی والدین، عوامل زمینه ای^(۳)، ارزش ها، اهداف و دیدگاه های کلی نسبت به جامعه و سایر تأثیرات محیطی^(۴) است.

۴. مدل آنتروپی رأی^۱

چنانچه بر اساس نظریه عقلانی رأی، فرض را بر این بگذاریم که رأی دهندگان، نفع مورد انتظار خود را بر اساس ارزیابی مقایسه ای کاندیداها و برنامه های آنها محاسبه می کنند، ابتدا باید برنامه ها و واکنش های رأی دهندگان را بر اساس درجه اطمینان و عدم اطمینان در تصمیم آنها طبقه بندی کنیم. پیچیدگی، ابهام و عدم اطمینان، از ویژگی های انواع گوناگون انتخاب های سیاسی است. این که مردم با توجه به تنوع و منافع خود، رفتارهای غیرقابل پیش بینی از خود نشان دهند، بدیهی به نظر می رسد و تبعاً چنانچه نامزدهای انتخاباتی برنامه مشخصی نداشته باشند و یا این که بر آوردی از علاقت مردم موجود نباشد، بر دامنه این پیچیدگی افزوده می شود و پیش بینی رفتار رأی دهندگان دشوارتر خواهد شد. پرسش اساسی این است که چرا رأی دهندگان با وجود این همه ابهام و پیچیدگی، رأی می دهند؟ یک فرض اولیه این است که انتخاب رأی دهندگان لزوماً بر اساس آگاهی نیست (Jill, ۱۹۹۸: ۱) و رأی دهندگان دقت کافی برای ارزیابی نامزدها به خرج نمی دهند و حتی برای مهم ترین انتخاب ها نیز وقت زیادی صرف نمی کنند. اگرچه تاکنون تأثیر فقدان آگاهی رأی دهندگان بر انتخاب رأی آنها، به روشنی توضیح داده نشده، لکن بدون تردید، عدم اطمینان و آگاهی رأی دهندگان از نامزدها و برنامه های آنها از مهم ترین مسائل انتخاباتی است. نظریه آنتروپی رأی توضیح می دهد که عدم اطمینان، و بلا تکلیفی رأی دهنده چگونه به اطمینان تبدیل می شود. بر اساس مدل مذکور «رأی دهندگان در میان نامزدهای انتخاباتی به دنبال کسی می گردند که برنامه ها و قابلیت های نظری و عملی وی با انتظارات آنها کمترین فاصله را داشته باشد، این فاصله که رأی دهنده به صورت نیمه ارادی آنرا محاسبه می کند، شعاع دایره ای راتشکیل می دهد که می توان آنرا خط انتظار و امید رأی دهنده نامید. هر چقدر امید رأی دهنده به نامزد

۱. entropy model of voting

انتخاباتی بیشتر شود، شعاع دایره اقبال انتخاب‌شونده بزرگتر می‌شود و احتمال پیروزی او بیشتر می‌گردد» (همان: ۹)

مدل آنتروپی نیز مانند مدل عقلانی فرض را بر این می‌گذارد که رأی‌دهندگان همواره به دنبال نامزدی می‌گردند که فاصله برنامه‌های آنها با منافع و ترجیحاتشان کمترین باشد (همان). در این حالت رأی‌دهنده ابتدا مسائلی را که برایش اهمیت دارد، در نظر می‌گیرد و سپس ارزیابی می‌کند که نامزدهای مورد نظر در چه فاصله‌ای از ترجیحات او قرار می‌گیرند و آیا مسائلی که برای او مهم هستند، برای نامزدها نیز مهم هستند و به این ترتیب، رأی‌دهنده، جایگاه نامزدها را در ارتباط با ترجیحات خودش معین می‌کند و تبعاً به نامزدهایی رأی می‌دهد که کمترین فاصله را با ترجیحات مسأله‌ای^۱ یا دغدغه‌های او داشته باشند (همان: ۴۶). تحقیقات مختلف نیز نشان می‌دهد ترجیحات مسأله‌ای رأی‌دهندگان و درک آنها از توانایی نامزدها در حل این مشکلات، در پیش‌بینی رأی آنها تعیین‌کننده است (همان). تحقیقات انجام شده بر اساس مدل آنتروپی رأی نشان داده است که رأی‌دهندگان از ابهام در برنامه‌های تبلیغی کاندیداها بیزارند و زبان تبلیغی کاندیداها یکی از عوامل مؤثر بر تصمیم به رأی‌دهندگان آنهاست. معنای ضمنی این کشف این است که نامزدهایی شانس انتخاب پیدا می‌کنند که اولاً برنامه‌های خود را روشن و بدون ابهام تبلیغ کنند و ثانیاً برنامه‌های ارائه شده آنها با انتظارات و ترجیحات رأی‌دهندگان همخوانی داشته باشد. بدین ترتیب بر اساس نظریه آنتروپی رأی، ترجیحات مسأله‌ای رأی‌دهنده، درک رأی‌دهنده از ترجیحات مسأله‌ای نامزدهای انتخاباتی و روشنی تبلیغ برنامه نامزدها، از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر انتخاب رأی محسوب می‌شود.

پیشنهاد یک مدل مفهومی برای تحلیل رأی

برحسب مدل‌های انتخاب رأی که پیش از این مورد اشاره قرار گرفتند، این معنا حاصل می‌شود که هر کدام از صاحب‌نظران سعی دارند با تأکید بر وجه خاصی از رفتار انتخاباتی، مدل پیشنهادی خود را برای تحلیل رأی ارائه دهند و این تأکید نیز با کم‌توجهی و یا نادیده گرفتن وجوه دیگر رأی همراه است. آن‌چنان که در مدل عقلانی تأکید عمده بر سودمندی رأی، در مدل هنجاری تأکید بر هویت حزبی و فشارهای هنجاری رأی، در مدل شناختی تأکید بر تجارب شناختی رأی‌دهنده و در مدل آنتروپی، تأکید عمده بر شفافیت تبلیغ

۱. issues preferences

نامزدهاست. بدیهی است چنانچه در یک مفهوم‌سازی جامع همه وجوه محتمل رأی گنجانده شود، مفهوم انتخاب رأی، وضوح بیشتری پیدا می‌کند و فهم عمیق‌تری از این مفهوم حاصل می‌شود. برای این منظور از نظریه کنش داوطلبانه و نظریه نظام‌های اجتماعی (پارسونز، ۱۹۷۶، ۱۹۷۷؛ مونیچ، ۱۹۹۴) می‌توان الهام گرفت و «طرح اجیل»^۱ را به عنوان ابزار تحلیل کنش انتخاباتی یا رأی به خدمت گرفت. برای این منظور، ابتدا عناصر اصلی نظریه کنش داوطلبانه و نظریه نظام اجتماعی به عنوان چهارچوب مرجع تئوریک به اجمال معرفی و سپس بر اساس آن، مدل نظری تحلیل رأی پیشنهاد می‌گردد.

فضای کنش انتخاباتی

بر اساس نظریه کنش، کنش‌ها در واقعیت امر از پیش‌بینی‌ناپذیری کامل تا پیش‌بینی‌پذیری کامل در نوسانند. به علاوه علل کنش نیز از حداکثر پیچیدگی (علل چندگانه با وابستگی‌های متقابل) تا حداکثر سادگی (یک علت واحد) و پیامدهای کنش از حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری یا حداقل پیش‌بینی‌پذیری (تعداد نامعین پیامد) تا حداقل پیش‌بینی‌ناپذیری یا حداکثر پیش‌بینی‌پذیری (فقط یک پیامد محتمل) در نوسان است. بر این مبنا سیستم هماهنگی می‌توان ساخت که محور عمودی آن، پیچیدگی علل کنش و محور افقی آن پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدهای کنش را نشان دهد. در چهار حد^۲ این سیستم هماهنگی، چهار نقطه وجود دارد که تعیین‌کننده چهار حوزه‌ای است که وقایع در آن نظم پیدا می‌کند:

۱. حداکثر پیچیدگی علل و حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدها

۲. حداکثر پیچیدگی علل و حداقل پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدها

۳. حداقل پیچیدگی علل و حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدها

۴. حداقل پیچیدگی علل و حداقل پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدها (Munch، ۱۹۹۳: ۱۹-۱۱۸).

در مورد کنش انسانی، رابطه علت و پیامد را می‌توان بر حسب رابطه‌ای که بین عناصر نمادی و تعریف‌کننده کنش (به عنوان علل) و اشکال کنش (به عنوان پیامد) وجود دارد، مشخص نمود. بر این مبنا،

۱. AGIL scheme

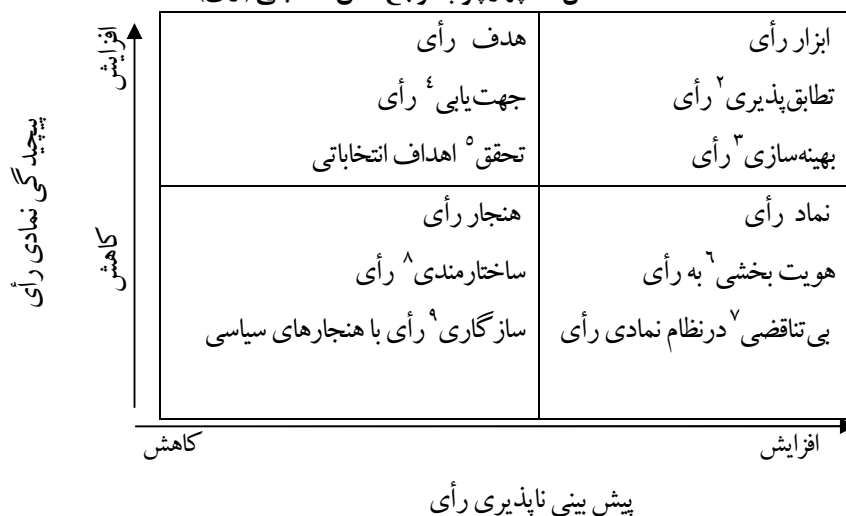
۲. extremes

فضای کنش^۱ انتخاباتی را می توان توسط چهار نقطه حدی ترسیم و در هر نقطه، حوزه کنش مربوط را تعریف نمود. این چهار نقطه حدی عبارتند از:

۱. حداکثر پیچیدگی نمادی رأی و حداکثر پیش بینی ناپذیری رأی
۲. حداکثر پیچیدگی نمادی رأی و حداقل پیش بینی ناپذیری رأی
۳. حداقل پیچیدگی نمادی رأی و حداکثر پیش بینی ناپذیری رأی
۴. حداقل پیچیدگی نمادی رأی و حداقل پیش بینی ناپذیری رأی

به لحاظ نظری، براساس عواملی که کنش انتخاباتی را در چهار حوزه مذکور هدایت می کنند، چهار چوب مرجع کنش انتخاباتی را می توان مطابق شکل ۱ ترسیم نمود. در شکل مذکور، عناصر اصلی رأی در هر یک از فضاها چهارگانه کنش انتخاباتی معرفی شده است. برحسب این عوامل، میزان پیچیدگی نمادی و پیش بینی پذیری کنش انتخاباتی در هر فضا تعیین می گردد.

شکل ۱- چهارچوب مرجع کنش انتخاباتی (رأی)



۱. action space ۲. adaptivity

۵. principle of realization

۸. principle of consistency

۳. directedness

۶. identifying

۹. principle of conformity

۴. principle of optimization

۷. structuredness

۱. جنبه ابزاری رأی، تغییر پذیری و تطابق رأی را با شرایط پیرامونی افزایش می‌دهد و امکان می‌دهد که حداکثر پیچیدگی نمادی رأی با حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری آن با یکدیگر ترکیب شود. در فضای تطابقی، اصل تنظیم‌کننده رأی، انتخاب بهینه است.
۲. جنبه غایی رأی، رأی را به سمت اهداف معینی سوق می‌دهد و لذا پیش‌بینی‌ناپذیری رأی - علی‌رغم برداشت‌های (معانی) مختلف از رأی - را کاهش می‌دهد. در فضای دستیابی (جهت‌یابی)، اصل تنظیم‌کننده رأی، تحقق و پیشینه‌سازی اهداف انتخاباتی است.
۳. جنبه نمادی رأی، به انتخاب فرد معنا و هویت می‌بخشد. جهان نمادی و معنایی رأی از طریق انتزاع^۱ ساده می‌گردد، لکن پیش‌بینی‌ناپذیری رأی در آن بالا باقی می‌ماند. در فضای هویت‌بخشی، اصل تنظیم‌کننده رأی، بی‌تناقضی در چهارچوب مرجع نمادی و عقیدتی رأی است.
۴. جنبه هنجاری رأی، رفتار انتخاباتی را با الگوهای نظم سیاسی (قانونی) در جامعه سازگار می‌سازد. در این حالت، معانی نمادی رأی از لحاظ هنجاری ساده می‌گردد و همزمان، رفتارهای انتخاباتی که با هنجارهای رایج سیاسی سازگاری دارند، به روشنی معین می‌گردند. در فضای هنجاری رأی، رفتارهای انتخاباتی ساختارمند می‌شوند و اصل تنظیم‌کننده رفتار رأی در فضای مذکور، سازگاری رفتار رأی با هنجارهای سیاسی است.

نظام کنش انتخاباتی

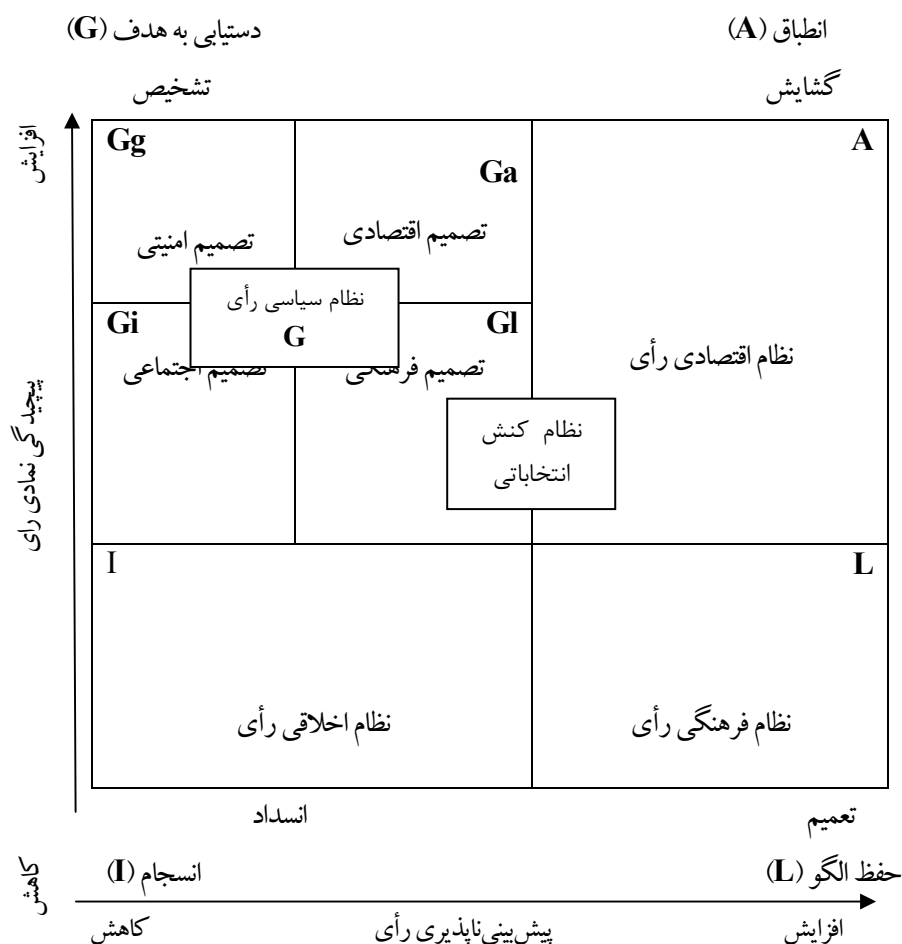
چنانچه برای یافتن خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی و محیط‌های مربوط که با حوزه‌های کنش در فضای کنش مطابق است، تقسیم‌بندی چهارگانه‌ای قائل شویم، می‌توانیم نظریه کنش انتخاباتی را به سطح مفاهیم تئوریکی نظام‌های کنش بسط دهیم. در اینجا نیز خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی، توسط کارکردهای خاص، ساختارها و فرایندهای معین و همچنین رسانه تعمیم‌یافته‌ای^۲ (واسطه یا عنصر مورد مبادله) که این فرایندها را کنترل می‌کند، مشخص می‌گردند. رسانه تعمیم یافته در هر سطحی از تحلیل کنش انتخاباتی، متکی به اصول ارزشی و معیارهای هماهنگی معینی است.

۱. abstraction

۲. generalized media

بر حسب مقاصد تحلیلی، کنش انتخاباتی را به عنوان یک نظام کنش، در سطوح مختلفی از انتزاع می توان تحلیل نمود و در هر لایه متناسب با فضای کنش، نظام های فرعی آن را مشخص نمود. در یک سطح از انتزاع، نظام کنش انتخاباتی را می توان نظام تعامل اجتماعی رأی دهنده - کاندیدا و حکومت تلقی نمود که برای حفظ انسجام و ثبات سیاسی (I) جامعه انجام می گیرد و توسط نوعی دلبستگی عاطفی بین این سه کنترل می شود. در این صورت نظام کنش انتخاباتی را متناسب با چهار حوزه موجود در فضای کنش می توان به خرده نظام اقتصادی رأی (Ia)، خرده نظام سیاسی رأی (Ig)، خرده نظام فرهنگی رأی (II) و خرده نظام اجتماعی رأی (Ii) تقسیم نمود، خرده نظام هایی که بر روی یکدیگر نفوذ متقابل دارند و بر حسب ساختار تعامل رأی دهنده - کاندیدا و حکومت و مطابق با رسانه تعمیم یافته ای که این تعاملات را کنترل می کند، از یکدیگر قابل تفکیک هستند. لکن چنانچه رأی را صرفاً به عنوان نظام تعامل سیاسی بین رأی دهنده - کاندیدا و حکومت برای دستیابی به اهداف جمعی یا رسیدن به یک تصمیم جمعی (G) تلقی کنیم، در این صورت رأی یک نوع کنش سیاسی است که توسط قدرت کنترل می شود. در این حالت، اصل ارزشی و راهنمای کنش انتخاباتی، تحقق هدف یا اثربخشی انتخاب (رأی) خواهد بود که بر حسب توانایی تصمیم گیری کاندیدا محقق می شود. در واقع رأی دهنده در تعامل با کاندیدا و انتخاب او، اختیار یا قدرت تصمیم گیری خود را به کاندیدا منتقل می کند و در مقابل از او توقع دارد از این قدرت برای دستیابی به اهداف جمعی استفاده کند و لذا توانایی تصمیم گیری کاندیدا، رأی را اثربخش می کند و شرط تحقق آن این است که تصمیمات اتخاذ شده، مورد پذیرش و پیروی رأی دهندگان نیز قرار بگیرد. با این تعریف، رأی را می توان به عنوان نظام کنش سیاسی (G) تحلیل نمود؛ در این صورت متناسب با چهار حوزه موجود در فضای کنش، چهار خرده نظام سیاسی رأی شامل خرده نظام تصمیم گیری اقتصادی (Ga)، خرده نظام تصمیم گیری امنیتی (Gg)، خرده نظام تصمیم گیری فرهنگی (Gi) و خرده نظام تصمیم گیری اجتماعی (Gj) را می توان از هم تفکیک کرد (شکل ۲). این چهار خرده نظام بر حسب هدف جمعی و نوع قدرتی که رابطه رأی دهنده - کاندیدا و حکومت را کنترل می کند، از یکدیگر قابل تفکیک هستند.

شکل ۲- نمودار نظام کنش انتخاباتی



بر اساس مدل مذکور، نظام رأی یا کنش انتخاباتی در چهارچوب نظام تعامل رأی دهنده - کاندیدا به چهار خرده‌نظام تعاملی، شامل نظام تعامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی (اخلاقی) تقسیم می‌شود. وجه غالب تعامل رأی دهنده - کاندیدا، عنصر بسیط و اصل تنظیم کننده رأی در هر فضا و همچنین کارکرد اصلی هریک از خرده‌نظام‌های رأی به شرح ذیل مشخص می‌گردد:

۱. نظام اقتصادی رأی (A)

نظام اقتصادی رأی متکی به رابطه مبادله‌ای رأی‌دهنده - کاندیداست. عنصر بسیط رأی اقتصادی، «سود» و اصل تنظیم‌کننده آن، «بهینگی» انتخاب است. شرط تحقق انتخاب بهینه، «سودمندی» رأی یا اطمینان رأی‌دهنده از حصول فایده اقتصادی رأی است. بنابراین چنانچه رأی‌دهنده به این نتیجه برسد که با این رأی، نفع اقتصادی (به عنوان یک هدف جمعی) ایجاد می‌شود، در انتخابات شرکت می‌کند و در بین کاندیداها به فردی رأی می‌دهد که از هوش و تدبیر مناسب‌تری برای شناسایی منابع و تسهیلات اقتصادی و توزیع آن در جامعه برخوردار باشد. نظام اقتصادی رأی با ترکیب کردن حداکثر پیچیدگی نمادی و حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری رأی، باعث گشایش قلمرو رأی و افزایش تطابق کنش انتخاباتی با شرایط جدید می‌شود. براین اساس، ارزیابی فایده اقتصادی رأی، انتظار فایده اقتصادی رأی و شانس انتخاب کاندیدا از مهم‌ترین متغیرهای رأی اقتصادی هستند. در شرایطی که تقاضاهای اقتصادی و رفاهی و نارضایتی از توزیع منابع در جامعه بالا باشد، رأی اقتصادی یا تطابقی، تعیین‌کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا می‌کند.

۲. نظام سیاسی رأی (G)

نظام سیاسی رأی مبتنی بر رابطه اقتداری رأی‌دهنده - کاندیداست. عنصر بسیط رأی سیاسی، قدرت است و اصل تنظیم‌کننده آن «تحقق» اهداف انتخاباتی یا اثربخشی رأی است. شرط تحقق اهداف نیز توانایی کاندیدا در تصمیم‌گیری و بسیج‌کنندگی منابع از یک سو و پذیرش و پیروی از تصمیم توسط رأی‌دهنده از سوی دیگر است. بنابراین چنانچه رأی‌دهنده به این نتیجه برسد که با این انتخاب، اهداف یا تصمیم جمعی تحقق پیدا می‌کند، در انتخابات شرکت می‌کند و تبعاً به کاندیدایی رأی می‌دهد که به تشخیص او برای تحقق اهداف جمعی، از توانایی بیشتری برای تصمیم‌گیری و بسیج منابع جامعه برخوردار باشد. نظام سیاسی رأی با ترکیب کردن حداکثر پیچیدگی نمادی و حداقل پیش‌بینی‌ناپذیری کنش انتخاباتی، کنش انتخاباتی را جهت‌دار و قلمرو (حوزه توجه) رأی را برای رأی‌دهنده مشخص می‌گرداند. نظام سیاسی رأی را متناسب با فضای کنش سیاسی می‌توان به چهار خرده‌نظام قدرتی یا تصمیم‌گیری تقسیم نمود:

خرده‌نظام تصمیم‌گیری اقتصادی (Ga)، خرده‌نظام تصمیم‌گیری امنیتی (Gg)، خرده‌نظام تصمیم‌گیری فرهنگی (Gi) و خرده‌نظام تصمیم‌گیری اجتماعی (Gi) (شکل ۲). این چهار خرده‌نظام بر حسب نوع هدف جمعی و کارکردی که برای تحقق اهداف دارند، از یکدیگر قابل تفکیک هستند.

اهمیت و اولویت اهداف انتخاباتی برای رأی‌دهنده و ارزیابی او از توانایی کاندیدها در تعقیب اهداف جمعی (توانایی تصمیم‌گیری و بسیج منابع) از مهم‌ترین متغیرهای رأی سیاسی به حساب می‌آیند. در شرایط اجتماعی که تقاضا برای امنیت بالاست و حکومت با ضعف کارایی و بی‌اعتمادی سیاسی (عقیده به ناتوانی و ناکارآمدی متصدیان و نهادهای تصمیم‌گیری) روبروست، رأی سیاسی یا دستیابی، تعیین‌کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا می‌کند.

۳. نظام فرهنگی رأی (L)

نظام فرهنگی رأی بر گفتمان رأی‌دهنده - کاندیدا مبتنی است. عنصریسیط این گفتمان، اندیشه، معنا و استدلال است. اصل تنظیم‌کننده رأی فرهنگی «بی‌تناقضی در نظام ارزشی و عقیدتی رأی و شرط تحقق آن صادقانه بودن گفتمان رأی‌دهنده - کاندیداست. بنابر این چنانچه رأی‌دهنده، رأی را حامل یک معنا و عقیده مهم (نه معانی متضاد) برای خود بداند در انتخابات شرکت می‌کند و تبعاً به کاندیدایی رأی می‌دهد که گفتارش صادقانه و با ارزش‌های بنیادین او همسو باشد. نظام فرهنگی رأی با ترکیب کردن حداقل پیچیدگی نمادی و حداکثر پیش‌بینی‌ناپذیری کنش انتخاباتی، جنبه‌های نمادین و معنایی رأی را حفظ و به کنش انتخاباتی عمومیت بیشتری می‌دهد.

پنداشت رأی (درک رأی‌دهنده از ارزش نمادین رأی)، استدلال رأی (تعهدات ارزشی رأی‌دهنده) و نفوذ کاندیدا بر رأی‌دهنده (میزان مجاب‌شدگی رأی‌دهنده) از مهم‌ترین متغیرهای رأی فرهنگی محسوب می‌شوند. در شرایط اجتماعی که تقاضای آزادی در جامعه بالاست و ساختار سیاسی فرهنگی جامعه با تکثر و تنوع روبروست، رأی فرهنگی یا الگویی، تعیین‌کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا می‌کند.

۴. نظام اخلاقی رأی (I)

نظام اخلاقی رأی بر روابط عاطفی رأی دهنده - کاندیدا متکی است. عنصر بسیط رأی اخلاقی، تعهد سیاسی و اصل تنظیم کننده آن، «سازگاری» رأی با هنجارهای رایج سیاسی جامعه است. شرط تحقق رأی اخلاقی، توافق نظر رأی دهنده و کاندیدا بر روی ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی جامعه است. بنابراین چنانچه رأی دهنده نسبت به نظام سیاسی و هنجارهای آن متعهد باشد، در انتخابات شرکت می‌کند و به کاندیدایی رأی می‌دهد که با او وابستگی عاطفی و توافق نظر بیشتری داشته باشد. نظام اخلاقی رأی با ترکیب کردن حداقل پیچیدگی نمادی و حداقل پیش‌بینی ناپذیری رأی، قلمرو کنش انتخاباتی را محدود می‌کند و سبب انسجام آن می‌شود. به علاوه با ورود عاطفه اجتماعی به درون کنش انتخاباتی، رأی خصلت مسئولانه پیدا می‌کند و این خصلت نیز از منظر کارکردی که برای نظام سیاسی دارد، معادل همبستگی^۱ است

تعهد سیاسی و احساس وظیفه مدنی رأی دهنده، وابستگی عاطفی (وابستگی صنفی، سازمانی، انجمنی و خانوادگی/قومی) رأی دهنده به کاندیدا، عادت رأی و فشار هنجاری رأی از مهم‌ترین متغیرهای رأی اخلاقی یا انسجامی هستند. در شرایطی که تقاضای مشارکت در جامعه بالاست و ساختار سیاسی فرهنگی جامعه میل به تجانس دارد، رأی اخلاقی تعیین‌کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا می‌کند.

هر یک از چهار خرده‌نظام کنش انتخاباتی، از لحاظ کارکرد، نظام ویژه به حساب می‌آیند و نیازمند ساختارها و فرایندهایی هستند که کارکرد مربوط را تأمین کند، لکن هیچ‌یک از این خرده‌نظام‌ها، خودکفا نیستند و وابسته به انجام کارکردهای مکمل از ناحیه دیگر خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی هستند. هر خرده‌نظام کنش انتخاباتی، برای دیگر خرده‌نظام‌ها، محیط بیرونی به حساب می‌آید و شرط ضروری برای شکل‌گیری و پویایی هر یک از خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی این است که هم در بین اجزای درونی آنها و هم بین آنها و محیط پیرامونی آنها (یعنی سایر خرده‌نظام‌های رأی)، نفوذ متقابل وجود داشته باشد. به عنوان مثال، پویایی نظام سیاسی کنش انتخاباتی (G) از یک سو تابع تغییر در ابعاد درونی این نظام است $(G = f(G_a, G_g, G_l, G_i))$ و از سوی دیگر تابع تغییر در سه خرده‌نظام دیگر کنش انتخاباتی (A, I, L)

۱. solidarity

است $(dG/dt = f((G), (A, I, L)))$. همین معنا در مورد پویایی سایر خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی نیز صادق است (Fararo, ۱۹۸۹).

با این حال باید توجه داشت تفکیک فضاها و خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی به چهار فضای فرعی به شرح پیش گفته صرفاً جنبه تحلیلی داشته و در واقعیت رأی، این فضاها کاملاً در هم تنیده و تفکیک ناپذیرند و در هر رأیی کم و بیش حضور دارند. وجه غالب رأی در هر زمان برحسب میزان اهمیت و تعیین کنندگی خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی معین می‌شود. بر این اساس، آثار غلبه خرده‌نظام رأی بر نظام کنش انتخاباتی را به شرح ذیل می‌توان گمان سازی نمود:

الف- اگر خرده‌نظام اقتصادی (فضای تطابقی) رأی، تعیین کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا کند، سبب پویایی دیگر خرده‌نظام‌های رأی خواهد شد و جنبه‌های غایی، هنجاری و نمادی رأی تحت تأثیر جنبه ابزاری (منفعتی) آن قرار خواهد گرفت.

ب- اگر خرده‌نظام سیاسی (فضای دستیابی) رأی، تعیین کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا کند، بر دیگر خرده‌نظام‌های رأی، اثر انتخابی و الزام آور خواهد داشت و جنبه‌های ابزاری، هنجاری و نمادی رأی تحت تأثیر جنبه غایی آن (اهداف و مواضع حامیان قدرت) قرار خواهد گرفت.

ج- اگر خرده‌نظام اخلاقی (فضای انسجامی) رأی، تعیین کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا کند، بر دیگر خرده‌نظام‌های رأی، اثر محدود کننده خواهد داشت و جنبه‌های ابزاری، غایی و نمادی رأی تحت کنترل جنبه هنجاری آن قرار خواهد گرفت.

د- اگر خرده‌نظام فرهنگی (فضای الگویی) رأی، تعیین کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا کند، بر سایر خرده‌نظام‌های رأی اثر تعمیمی می‌گذارد و باعث می‌شود جنبه‌های ابزاری، غایی و هنجاری رأی تحت تأثیر جنبه نمادین آن، بر مبنای ارزش‌های عام، باز تعریف شوند و از عمومیت بیشتری برخوردار گردند.

تعیین کنندگی هر یک از خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی و آثار چهارگانه آن (اثرات پویاکننده، محدود کننده، الزام کننده و تعمیم‌دهنده)، خود ناشی از شرایط و الزامات ساختاری رأی (عوامل ساختاری محدود کننده یا ترغیب کننده رأی) است. چنانچه پیش از این اشاره گردید، چهار نوع الزام ساختاری را که به غلبه خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی منجر می‌شود، می‌توان به شرح ذیل از هم تفکیک نمود:

۱. الزامات رأی اقتصادی: در شرایطی که تقاضای اجتماعی برای رفاه بالاست و جامعه با کمبود منابع رفاهی و مشکل توزیع منابع، به ویژه ثروت روبروست، الزام به رأی اقتصادی در جامعه افزایش پیدا می کند.
 ۲. الزامات رأی سیاسی: در شرایطی که تقاضا برای امنیت در جامعه بالاست و نظام تصمیم گیری با ضعف کارایی (ضعف شاخص های عملکرد حکومت در ابعاد مختلف) روبروست، الزام به رأی سیاسی در جامعه تشدید می شود.
 ۳. الزامات رأی فرهنگی: در شرایطی که تقاضا برای آزادی در جامعه بالاست و ساختار سیاسی و فرهنگی جامعه با تکثر و تنوع روبروست، الزام به رأی فرهنگی در جامعه افزایش پیدا می کند.
 ۴. الزامات رأی اخلاقی: در شرایطی که تقاضا برای مشارکت در جامعه بالاست و ساختار سیاسی و فرهنگی جامعه، میل به تجانس و همگنی دارد، رأی اخلاقی تعیین کنندگی بیشتری در نظام کنش انتخاباتی پیدا می کند.
- براساس مطالب پیش گفته در خصوص مدل پیشنهادی تحلیل رأی، مشخصات عمده چهار نوع رأی یا کنش انتخاباتی را می توان به شرح مندرج در شکل ۳ خلاصه نمود:

بحث و نتیجه گیری

کنش انتخاباتی یا رأی تابع عوامل متعددی است. این عوامل در ادبیات مطالعات انتخاباتی در ذیل چهار مدل، شامل مدل عقلانی، هنجاری، شناختی و آنتروپی رأی دسته‌بندی و تحلیل می‌شوند. در مدل عقلانی رأی، تأکید عمده بر سودمندی، در مدل هنجاری، تأکید بر هویت حزبی و فشارهای هنجاری رأی، در مدل شناختی، تأکید بر تجارب شناختی رأی‌دهنده و در مدل آنتروپی رأی، تأکید عمده بر شفافیت تبلیغ نامزدهاست. بر اساس نقد و بررسی مدل‌های مذکور و در چهارچوب منطقی نظریه عام کنش و طرح اجیل (AGIL) پارسونز، مدل نظری جامع‌تری برای تحلیل رأی پیشنهاد گردید. در مدل مذکور که می‌توان آن را مدل نظام کنش انتخاباتی نامید، همه وجوه محتمل رأی گنجانده شده و براساس آن، چهار خرده‌نظام رأی شامل رأی اقتصادی، رأی سیاسی، رأی فرهنگی و رأی اخلاقی از هم تفکیک و سپس عناصر اصلی و سازنده هر خرده‌نظام و الزامات ساختاری آن مشخص گردیده است. براساس مدل پیشنهادی عنصر اصلی و تعیین‌کننده تصمیم به رأی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به ترتیب سودمندی، اثربخشی، بی‌تناقضی معنایی و سازگاری هنجاری رأی است. برجستگی و تعیین‌کنندگی هر یک از چهار نوع رأی مذکور در نظام کنش انتخاباتی، برحسب الزامات ساختاری مربوط، مشخص می‌گردد. در شرایط کمبود منابع رفاهی و نابرابری توزیعی، الزام به رأی اقتصادی، در شرایط ضعف کارایی نظام تصمیم‌گیری، الزام به رأی سیاسی، در شرایط تکثر فرهنگی سیاسی الزام به رأی فرهنگی و در شرایط همگونی فرهنگی سیاسی جامعه، الزام به رأی اخلاقی در نظام کنش انتخاباتی بیشتر می‌شود.

مدل پیش گفته که با استنتاجات نظری نگارنده آمیخته شده، خصلت فرانظری دارد و مدل‌های مختلف رأی را در دل خود جای می‌دهد. انتظار این است که مدل مذکور فراتر از مدل‌های عقلانی، هنجاری، شناختی و آنتروپی رأی قرار بگیرد، یعنی ضمن این که عناصر مهم مفهومی آنها را در برمی‌گیرد، محدودیت‌های آنها را در بر نداشته باشد. اگرچه باید پذیرفت که انتخاب هر چهارچوب تئوریک، خود با محدودیت‌هایی روبروست. نکته اساسی در انتخاب چهارچوب این است که بر اساس ملاک‌های عقلانی، به دیدگاه رقیب برتری داشته باشد. نگارنده معتقد است مدل پیشنهادی رأی (مدل نظام کنش انتخاباتی) به‌طور همزمان از سه ویژگی «چند

بعدی» «چند سطحی» و «فرایندی»، برخوردار است و این امر مدل مذکور را در موقعیت برتری نسبت به مدل‌های رایج رأی قرار می‌دهد. براساس مدل مذکور، ابعاد مختلف رأی از یکدیگر قابل تفکیک بوده و امکان تحلیل رأی در سطوح مختلف نظام کنش انتخاباتی امکان‌پذیر می‌گردد. به‌علاوه بر اساس آن، فرایندهای رأی و دینامیزم نظام کنش انتخاباتی را می‌توان تشخیص داد. این درحالی است که در مدل‌های عقلانی، هنجاری، شناختی و آنتروپی رأی، این سه ویژگی به‌طور همزمان فراهم نیست. گمان می‌رود استفاده از این مدل در مطالعات انتخاباتی، نسبت به سایر مدل‌ها فهم عمیق‌تر و مطمئن‌تری را فراهم آورد. برای مطالعه تجربی رأی براساس مدل پیشنهادی، علاوه بر ملاحظات مفهومی پیش‌گفته، اقتضائات روش‌شناختی آن را نیز بایست منظور نمود. با توجه به روابط متقابل در بین خرده‌نظام‌های کنش انتخاباتی، اصلی‌ترین ملاحظه روش‌شناختی مدل مذکور، تأکید بر علیت ساختاری و حلقه‌های علی (در مقابل علیت مکانیکی یا یک طرفه) است. در این حالت استفاده از توابع ساختاری در تحلیل داده‌های تجربی مربوط، در اولویت قرار می‌گیرد.

یادداشت‌ها

۱. اگرچه امروزه در خیلی از کشورها به‌ویژه در اروپا و آمریکا، تجارب تحقیقی مهمی در مطالعه رفتار انتخاباتی شکل گرفته لکن در ایران با بیش از دو دهه تجربه انتخابات ملی، کمتر مطالعه جامعی در باره رفتار انتخاباتی ایرانیان انجام گرفته و نتایج محدود مطالعات ملی انجام شده نیز انتشار عام نیافته است.
۲. به همین جهت نویسنده نام دیگر این مدل را «مدل مصرف‌کننده» (consumer model) نهاده است.
۳. از جمله متغیرهای زمینه‌ای، زمینه اجتماعی و تحصیلی والدین، سن، جنس، تحصیل، تحرک درون و بین نسلی افراد است.
۴. از جمله این تأثیرات محیطی، همسایگی، دوستان، وضعیت شغلی، همسر، وسایل ارتباط جمعی و جو عمومی جامعه است.

فهرست منابع

- Bowler, Sahun and o thers (۱۹۹۴): "Electoral systems, party competition and strength of partisan attachment", *Journal of politic*, vol. ۵۶. no. ۴.
- Downs, Antony (۱۹۵۷): *An economic theory of democracy*.

- Fararo, Thomas.(۱۹۸۹): *The meaning of general theoretical Sociology*, Cambridge University Press.
- Finkel, Steven E. and Oppkarl D(۱۹۹۱): "Party identification and participation in collective political action" *Journal of politics*, vol.۵۳. no.۲.
- Himmelweit Hild T(۱۹۸۳): "political socialization". *International social science journal*,vol.۹۶, No.۲..
- Jill Jeff (۱۹۹۸): *Entropy,uncertainty and vote choice* (web site)
- Jennings, M. Kent (۱۹۹۷): "political participation in the Chinese countryside", *American political science review*, vol. ۹۱, no. ۲.
- Lau, R. Richard and David Redlavsk (۱۹۹۷): "Voting correctly", *American political science review*, vol. ۹۱, no. ۳.
- Lazarsfeld, Paul F (۱۹۶۹): *The people's choice*, Columbia university press.
- Kupper, Addam and Kupper, Jessica (۱۹۹۷): *The social science encyclopedia*.
- Mills, Colin (۱۹۹۴): "Who dominates whom?: social class,conjugal households and political identification", *American sociological review*, Nov: ۶۳۹-۶۶۳.
- Munch Richard (۱۹۹۳): "Parsonian theory today: In search of a new synthesis", in *the Social theory today*,edited by A .Giddens and J .Turner,Cambridge :Polity Press, pp.۱۱۶-۱۵۵.
- Parsons, Talcott (۱۹۷۶): *Toward a general theory of action*. Massachusetts; Harvard University Press.
- Parsons, Talcott (۱۹۷۷): *Social systems and the evolution of action theory*, New York, The Free press.
- Sears David o.J (۱۹۹۷): "politics matters: political events as catalysts for preadult socialization"; *American political science review*, vol. ۹۱, no. ۱.
- Zuckerman Alan (۱۹۹۴): "A structural theory of vote choice: social and political networks and electoral flows in Britain and the United States", *Journal of politics*, vol.۵۶, no.۴.

مشخصات مؤلف

علی یوسفی دارای درجه دکتری جامعه‌شناسی از دانشگاه تربیت مدرس و استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد است. علایق پژوهشی او در زمینه جامعه‌شناسی سیاسی به‌ویژه جامعه‌شناسی گروه‌های قومی، جنبش و تغییرات اجتماعی است.

آدرس: گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد

Email: yousofi@ferdowsi.um.ac.ir