

## منشأ رفتارهای انتخاباتی ایرانیان

حمید تاجدوزیان \*

دکترزهره پیشگاهی فرد \*\*

### چکیده:

پژوهش حاضر در صدد ارائه تبیین و تحلیلی از رفتار انتخاباتی مردم در ایران است. از این رو با روشی تحلیلی - توصیفی و با بهره گیری از نظریه‌ی تلفیقی مبتنی بر موقعیت‌های پیشینی، شرایط انتخاباتی و ادراک فردی، امکان فهم کیفیت انتخاب رای دهندگان را فراهم می نماید. در فهم فاکتورهای فوق شناخت عوامل تحول و تغییر ساز، شکاف‌های اجتماعی مبتنی بر علائق و منافع و نیز ویژگی‌های جامعه کنونی ایران مد نظر قرار گرفته است. در واقع در جستجوی پاسخ به این سوال که عوامل تاثیرگذار بر رفتار انتخاباتی مردم ایران در دوره پس از انقلاب اسلامی چیست. این نوشتار در صدد است با تبیین جامعه شناسانه به فهمی واقع بینانه از این کنش سیاسی دست یابد. در واقع محیط اجتماعی - اقتصادی و شکاف‌های ساختاری محور و تکیه گاه اصلی این تحلیل هستند که مهمترین عامل جهت دهنده به محتوای رأی مردم نیز محسوب می شوند.

### واژگان کلیدی

رفتار انتخاباتی، خاستگاه رأی، مشارکت سیاسی، انتخابات، شکاف سیاسی، جمهوری

---

\*دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران [Tajdouzian@yahoo.com](mailto:Tajdouzian@yahoo.com)

\*\*استاد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۵/۴

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۰/۷

## مقدمه

مشارکت مردم در فرایندهای سیاسی هر چند به شیوه‌های مختلف در جوامع همواره وجود داشته است. اما مشارکت سیاسی به صورت حضور در انتخابات در قالب رأی دهنده و دخالت در تعیین سرنوشت خود و بدین صورت تصمیمات و تحولات سیاسی اتفاقی جدید در دنیای سیاست است. این شیوه در سیاست در دهه‌های اخیر با همه گیری و گستردگی بیشتری در سراسر جهان مواجه بوده است.

شاید در دنیای امروز معدود کشورهای باشند که به هیچ نوع فرآیند انتخاباتی و کسب رأی مردم دست نزده‌اند. هر چند که شدت، میزان تأثیر گذاری و تفاوت میان ساختارهای حقیقی و حقوقی و یا شیوه‌های آن مختلف و متفاوت است، اما هم اکنون یک واقعیت مهم در اکثر جوامع و کشورهاست. در حقیقت انتخابات و رأی گیری بارزترین وجه مشارکت سیاسی و منبسط ترین صورت آن است که زمینه ساز حضور و دخالت اکثریتی از جمعیت کشور در فرآیندهای سیاسی می گردد. مشارکت سیاسی به ویژه وجه غالب و گسترده آن یعنی انتخابات در نظام‌های سیاسی مختلف واجد میزان تأثیر گذاری‌های مختلفی است. در واقع هر چه مشارکت گسترده و فراگیر و مبتنی بر رقابت و واجد تأثیر گذاری باشد، ارتباط میان مردم و حکومت یا ساخت سیاسی بیشتر شده و تعامل دو جانبه مثبت صورت می گیرد. در این وضعیت مشارکت باعث بهبود وجه کارکردی دولت ها شده و ایجاد اعتماد سیاسی بین حکومت و مردم را سبب می گردد؛ این مسئله پویایی نظام سیاسی و در نتیجه توسعه، امنیت و رفاه اقتصادی شهروندان را به دنبال خواهد داشت.

بنابراین، مشارکت سیاسی به صورت شرکت در انتخابات یکی از بارزترین وجوه کنش سیاسی جوامع است. مشارکت سیاسی به علت تأثیر گذاری عمیق و گسترده در فرآیندهای سیاسی، وضعیت ساخت سیاسی، امنیت، توسعه و رفاه شهروندان بسیار مورد توجه جامعه شناسان و محققان به طور کلی و جامعه شناسی انتخابات به طور خاص قرار گرفته است. رفتار انتخاباتی یا رأی دادن افراد در هر جامعه تحت تأثیر موقعیت‌های پسین و پیشینی مختلف و متعددی صورت می گیرد. در واقع موقعیت‌ها و شرایط به علاوه درک و تحلیل فرد در نهایت منجر به رفتار یا کنشی می گردد که حاصل آن بروندادی به نام رأی به سود شخص، حزب و یا جریان سیاسی-فکری خاص می شود. این که برآیند نهایی انگیزه، ترجیحات و تصمیمات افراد در گزینش و انتخابات و محتوای رأی آنها چیست نتیجه عوامل و انگیزه‌های مختلف و متعددی است.

این مسئله بیش از هر چیز تحت تأثیر ساخت ها و بافت های فرهنگی و اجتماعی نهادها، شکاف های سنی و جنسی خصلت های ملی، وضعیت تاریخی، سطوح توسعه، نظام های سیاسی، نظام انتخاباتی متفاوت در جوامع مختلف، واجد تفاوت ها و تمایزهایی است. این نکته دقت نظر در هر مورد مطالعاتی و توجه به ویژگی های خاص و منحصر آن را می طلبد.

در ایران سابقه برگزاری انتخابات به یکصد سال قبل باز می گردد که طی این مدت با فراز و نشیب ها و شیوه های مختلف همراه بوده است. از انتخابات آزاد تا فرمایشی و سفارشی بودن در دوران استبداد و خفقان و تا انتخابات تحت فضای انقلابی و متکی بر بسیج توده ای و یا انتخابات در شرایط محدود و نظارت شده وضعیت های بوده است که رأی دهندگان ایران تجربه کرده اند. هم اکنون و پس از انقلاب سال ۱۳۵۷، انتخابات در ایران واجد تعدد و تکرار است. انتخابات مجالس خبرگان و مجلس شورای اسلامی، انتخابات ریاست جمهوری و شوراهای شهر و روستا از مهمترین انتخابات در ایران امروز است که بی وقفه برگزار می گردد.<sup>۱</sup> این مسئله اهمیت انتخابات و ضرورت تحلیل علمی آن را از هر نظر به ویژه از نظر تحلیل رفتار انتخاباتی می طلبد. اکنون در این راستا و برای فهم این مهم این سؤال مطرح می گردد که مهمترین عوامل تعیین کننده رفتار انتخاباتی مردم ایران در دوره ی جمهوری اسلامی ایران چه بوده است؟ در پاسخ به این سؤال می توان این فرضیه را مطرح کرد که رفتار انتخاباتی مردم ایران بازتاب موقعیت پیشینی (محیط اجتماعی - اقتصادی) و موقعیت پسینی (شرایط انتخابات) و ادراک رأی دهنده است. بنابراین این پژوهش با رویکردی تحلیلی و توصیفی در سه بخش سازمان می یابد. بخش اول آن به چارچوب نظری تحلیل اختصاص می یابد، بخش دوم آن موقعیت های پیشینی و زمینه ها و بسترهای رأی ساز اجتماعی را تشریح می کند و در تداوم آن شکاف های اجتماعی حاصل تحولات درونی و بیرونی و ویژگی های جامعه برشمرده می شود. و در نهایت در پایان جمع بندی و نتیجه گیری بیان شده است.

## ۱. چارچوب نظری پژوهش

شناخت درست و ارزیابی واقع بینانه از رفتار انتخاباتی بیش از هر چیز نیازمند بهره گیری از چارچوب و مبانی تئوریک است که بتواند واقعیت موجود را باز نمایند. در این زمینه تاکنون تئوری های مختلفی مطرح شده است که هر یک بر بعدی از رفتار انتخاباتی و لحاظ نمودن فاکتورها و عوامل ویژه تأکید داشته و آن را برجسته نموده اند. مهمترین این تئوری های تحلیل رفتار انتخاباتی عبارتند از: ۱. نظریه جامعه شناختی - روانشناختی یا مدل میشیگان، ۲. نظریه جامعه شناختی - جمعیت شناختی یا مدل کلمبیا و ۳. نظریه گزینش عقلانی یا نظریات اثباتی.<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> . علیرضا ازغندی، درآمدی به جامعه شناسی ایران، تهران: نشر قومس، ۱۳۸۵، صص ۱۶۳-۲۰۰.

<sup>۲</sup> - FranklinMark, "voting Behavior" in *Encyclopedia of Democracy*, ed2. Lipset.S.martin, (London: Routledge Press) PP.1352-1353.

۱. رویکرد جامعه‌شناختی یا مدل میثیگان بر این امر تأکید دارد که "عوامل واسطه" نقش برجسته‌تر و تعیین‌کننده‌تری در مقایسه با عوامل اجتماعی در جهت‌گیری رای مردم دارد. وابستگی حزبی، موضوعات مطرح شده و ویژگی‌های نامزدی انتخاباتی نقش واسطه را بازی می‌کنند و بر نگرش شهروندان درباره کیفیت رای دادن اثر می‌گذارند. بر پایه‌ی این مدل رای دهنده در قید ویژگی‌های اجتماعی نیست، بلکه رفتار عقلانی دارد و در برابر تبلیغات، مبارزات انتخاباتی و استراتژی‌های انتخاباتی از خود واکنش نشان می‌دهد. از این منظر این امکان وجود دارد که رای دهنده ترغیب شود که برخلاف جایگاه اقتصادی-اجتماعی خود رای دهد و آن را نادیده بینگارد. این وضعیت به معنای اثرپذیری از عوامل روانی در کنار ارزش‌ها و آگاهی‌های به دست آمده است. با در نظر گرفتن اینکه رای در چارچوب فرایندی «پویا» هویت پیدا می‌کند. مبارزات انتخاباتی اعتبار بسیار می‌یابد. زیرا می‌تواند با بهره‌گیری از تبلیغات، احساسات و جهت‌گیری فکری رای دهندگان را هدایت کنند. برخلاف نظر تحلیلگرانی که معتقدند بر پایه‌ی شاخص‌های حاکم اقتصادی-اجتماعی نتیجه‌ی انتخابات پیش‌بینی شدنی است و اینکه رای دهندگان از مولفه‌های غیر روانشناختی بسیار اثر می‌پذیرند. مبارزات انتخاباتی با قالب دادن به مباحثات و اولویت بخشیدن به موضوعات، نقش تعیین‌کننده در بسیج طرفداران حزبی و مهمتر از آن هویت بخشیدن به جهت‌گیری رای دهندگان مستقل دارد.<sup>۳</sup>

۲. رویکرد جامعه‌شناختی-جمعیت‌شناختی یا مدل کلمبیا، این رویکرد بر این مبنا استوار است که جهت‌گیری رای مردم در انتخابات تابعی است از شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی که فرد رای دهنده در آن قرار دارد. به عبارت دیگر، از این منظر «فرد از نظر سیاسی آن گونه می‌اندیشد که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برد، و عوامل اجتماعی تعیین‌کننده گرایش‌های سیاسی افراد است».<sup>۴</sup> در واقع رای دهنده فارغ از جایگاه اجتماعی خود رفتار نمی‌کند. او در قید طبقه، قومیت، محیط جغرافیایی و موقعیت اقتصادی خود است و به گونه‌ای غریزی یا دترمینیستی<sup>۵</sup> براساس این مولفه‌های اجتماعی است که تصمیم می‌گیرد به چه حزب، گروه، جریان و یا اشخاصی رای بدهد.<sup>۶</sup> بر این اساس می‌توان گفت که از آغاز رای دهنده به چه نامزد انتخاباتی رای خواهد داد. چرا که با تعیین و تشخیص پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد ماهیت و محتوای رای آنها نیز مشخص خواهد شد.

<sup>۳</sup> حسین دهشیار، «نکاتی چند درباره انتخابات ریاست جمهوری آمریکا»، ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، سال نوزدهم شماره ۲۱۴-۲۱۳، خرداد و تیر ۱۳۸۴، صص ۴۷-۴۶.

<sup>۴</sup> حجت‌الله ایوبی، «مشارکت انتخاباتی» در مشارکت سیاسی (مجموعه مقالات)، تهران: نشر سفیر، ۱۳۷۷، ص ۲۱۸.

<sup>۵</sup> deterministic.

<sup>۶</sup> پل اف. لازار سفلد، برنارد برلسون و هاتسل گودت، انتخاب مردم، مردم چگونه در انتخابات ریاست جمهوری تصمیم می‌گیرند، ترجمه‌ی محمدرضا رستمی، تهران: نشر تبلور، ۱۳۸۲، ص ۱۶۵.

۳. رویکرد انتخاباتی عقلانی بر این فرض استوار است که انسان موجودی محاسبه گر و پیشینه سنج است. از این منظر که اساس اقتصاد محور دارد انسان موجود اقتصادی تلقی می شود. رأی در واقع در راستای دستیابی به بیشترین منفعت شکل می گیرد. رابرت دال<sup>۷</sup>، استاد علم سیاست، با کاربرد مفهوم ارزشیابی بر آن است که عناصر تعیین کننده جهت گیری آرا پنج اصل عمده است. الف. هرگاه پیش روی انسان راه های بیشماری باشد، تصمیمات او همیشه به سمتی معطوف خواهد بود که فکر می کند بهتر است؛ ب. تصمیمات همیشه مبتنی بر اصلی هستند که انسان فکر می کند باید نتیجه‌ی راه انتخاباتی‌اش باشد. یعنی پیش بینی های او بر تصمیماتش تأثیر گذار باشد؛ ج. تصمیمات همیشه به ارزش هایی که برای نتایج متصور است بستگی دارد؛ د. در شرایط غیر منطقی، تصمیمات فرد به حدس و تخمین بستگی پیدا می کند؛ ه. در موقعیت غیر قطعی، تمایل به ریسک عاملی است که در تصمیم فرد اثر شدید می گذارد.<sup>۸</sup> بدین ترتیب، در این رویکرد افراد فارغ از تعلقات حزبی و اجتماعی - اقتصادی و به صورت مستقل و براساس منافع و هزینه - فایده‌ی آن برای رای دادن به یک نامزد انتخاباتی تصمیم می گیرند.

این تئوری ها اگر چه هر یک بخشی از واقعیت رفتار انتخاباتی مردم را باز می نمایند و قادر به بدست دادن تحلیل هایی از کنش های سیاسی مردم هستند، اما در عین حال با برخی کاستی‌ها نیز مواجه هستند. هر یک از تئوری های گفته شده با تأکید بر بعدی از رفتار انتخاباتی مردم، ابعاد دیگر آن را نادیده می گیرند و یا بسیار کم رنگ نشان می دهند. این مسئله باعث می شود که واقعیت موجود به درستی و دقیق نشان داده نشود و فاکتورهای عمده ای از آن نادیده گرفته شود. از سویی دیگر این تئوری ها به اقتضای شرایط و عینیت های جوامع غربی که منشاء طرح آنهاست شکل گرفته اند؛ بنابراین، زمانی که در جامعه ای با ویژگی های خاص سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مواجه هستیم، به وضوح کاستی های بیشتری از آنها عیان می گردد و به درستی قادر به امکان فهم واقع بینانه ای از این رویداد نیستند.

بنابراین، این پژوهش درصدد است برای فهم رفتار انتخاباتی رأی دهندگان در ایران مدلی را مطرح نماید که در پرتو آن بتوان با جامعیت بیشتری تحلیل جهت گیری رأی دهندگان را صورت داد. از این رو، تمهید نظری این پژوهش با بهره گیری تلفیقی از نظریه های موجود چشم انداز تئوریک را مطرح می نماید که تنوع و کثرت خاستگاهی رأی دهندگان ایرانی را به نمایش بگذارد.

این تمهید نظری بر آن است که در چرایی و چگونگی جهت گیری آرای انتخاباتی همزمان سه فاکتور یا عامل عمده نقش ایفا می کنند. این عوامل یا فاکتورهای تعیین کننده ضمن پیوستگی و تعامل متقابل، زمان پرورده و زمینه پرورده هستند و بر این اساس از تعمیم آنها جز با لحاظ نمودن شرایط زمانی و مکانی خاص باید سرباز زد، بنابر این سه دسته از عوامل یا فاکتورها هستند که عناصر سازنده محوری این رویکرد

<sup>7</sup>. Robert Dahl

<sup>۸</sup> - علی ربیعی، جامعه شناختی تحولات ارزشی، تهران: فرهنگ و اندیشه، ۱۳۸۰، صص ۴۵-۴۴.

شمرده می‌شوند. ۱. شرایط و موقعیت های پیشینی؛ ۲. شرایط و موقعیت های پسینی ۳. عنصر ادراک فردی (عقلانی و ایدئولوژیک)

۱. موقعیت های پیشینی؛ موقعیت پیشینی دلالت بر نگاه جامعه شناسانه به علل و عوامل جهت گیری رای مردم دارد، اما در عین حال در تلفیق با رویکردهای دیگر از دام نگاه دترمینیستی و جبرگرایانه و ایستا می‌گریزد. موقعیت های پیشین دلالت بر داشته های انتسابی و اکتسابی فرد در محیط اجتماعی اقتصادی آن دارد. این دسته از عوامل مقدمات و یا محذورات رفتاری و هنجاری را برای افراد ایجاد می‌نمایند. وضعیت اقتصادی، جایگاه اجتماعی، سن، جنس، مذهب، قومیت و نژاد و تعلقات حزبی، جغرافیا، ساخت اجتماعی و سیاسی گونه ای از فاکتورهای تعیین کننده در رفتار انتخاباتی هستند.<sup>۹</sup> کیفیت تأثیر گذاری این عوامل را با توجه به منافع و علائق مشترکی که تمرکز منفعتی، ارزشی و هنجاری حول محور شکاف های اجتماعی شکل می‌گیرد را می‌توان فهمید.

بنابراین، در تحلیل نهایی این سه اصل محوری مطرح است. الف. فاکتورهای پیش گفته، عامل تعیین کننده و موثری در انگیزه ها، انگیزش و جهت گیری های نگرشی و منفعتی هستند.<sup>۱۰</sup> ب. علایق و و منافع گوناگون درون جامعه ضمن ایجاد و تکوین گروه بندی های اجتماعی بر جهت گیری سیاسی آنها نیز موثر هستند.<sup>۱۱</sup> ج. عوامل تغییر و تحول ساز درونی و بیرونی و تکثر صورتبندی های اجتماعی پویایی آنها را باعث می‌شود.<sup>۱۲</sup> بنابراین، در یک جامعه علائق و منافع گوناگونی وجود دارد که حول آنها صورتبندی های اجتماعی شکل می‌گیرند. این صورتبندی های اجتماعی به علت وجود و وقوع عوامل تغییر ساز دارای پویایی هستند.

۲. موقعیت های پسینی، این وضعیت یا موقعیت دلالت بر کلیه عواملی و شرایطی دارد که در جریان فعالیت های انتخاباتی شکل می‌گیرد و یا مطرح می‌شود. موقعیت های پسینی را در واقع می‌توان با عنوان «اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات» تلقی کرد.<sup>۱۳</sup> این موقعیت شامل شعارها و برنامه و ویژگی های نامزدهای انتخاباتی، تبلیغات و شگردهای تبلیغاتی،<sup>۱۴</sup> تعداد گزینه‌های مطرح (تعداد کاندیداها و تنوع آنها) و

<sup>۹</sup> دیوید ای. پترو چالرزاف، اندی پین، اعتراض سیاسی و تغییر اجتماعی، ترجمه محمد رضا سعید آبادی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰، ص ۳۹۰.

<sup>۱۰</sup> - موریس دو ورژه، بایسته های جامعه شناختی سیاسی، ترجمه ابوالفضل قاضی شریعت پناهی، چاپ دوم، تهران: نشر دادگستر، ۱۳۷۸، ص ۱۱۶-۱۱۵.

<sup>۱۱</sup> - حسین بشیریه، جامعه شناسی سیاسی، نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی، چاپ هشتم، تهران، نشرنی، ۱۳۸۰، ص ۱۰۸-۱۰۷.

<sup>۱۲</sup> - چالمرز جانسون، تحول انقلابی، ترجمه‌ی حمید الیاسی، تهران: انتشارات امیر کبیر، ۱۳۶۳، صص ۷۶-۷۴.

<sup>۱۳</sup> - غلامعباس دارابی، "مشارکت انتخاباتی (مطالعه موردی ایران)"، گزارش مرکز پژوهش های مجلس، شماره ۸۲۹۷، فروردین ماه ۱۳۸۶، صص ۵-

قابل دسترسی، جدیت و یا بی اهمیت و فرمایشی و نمایشی بودن انتخابات و سوابق نامزدهای انتخاباتی (از نظر کارآمدی و یا ناکارآمدی) بر شمرد.

در واقع در حین برگزاری انتخابات رویدادهای مختلفی ممکن است که به وقوع بپیوندند که با توجه به ماهیت و اهمیت آن رویداد، جهت گیری آراء مردم را به سمت نامزدی خاص سوق داده و یا باعث گردد که سمت گیری آراء انتخاباتی مردم از حمایت نامزدی دیگر برداشته شود. وقوع بحران های اجتماعی و اقتصادی از جمله رویدادهای هستند که تأثیر تعیین کننده ای بر جهت گیری آراء رای دهندگان دارند.<sup>۱۵</sup>

۲. عنصر ادراک فردی، ادراک فردی بر این اصل استوار است که افراد در انجام رفتارها و کنش های خود ملاحظات مربوط به هزینه- فایده را لحاظ می نمایند. در اینجا فرد با توجه به جمیع شرایط براساس منفعت آنی و آتی تصمیم می گیرد. این عنصر این گزاره را موجه می سازد که اشخاص گاه فراتر از تعلقات اجتماعی- اقتصادی خود مبادرت به تصمیم در خصوص حمایت از یک کاندیدای انتخاباتی می نماید.<sup>۱۶</sup> عنصر ادراک فردی تنها تابع منافع آنی و آتی فرد نیست، بلکه از آنجایی که تأکید بر فراغت رای دهنده از محیط اجتماعی- اقتصادی و اوضاع و احوال حاکم است نگرش ایدئولوژیک نیز همان حکم را جاری می نماید. به عبارت دیگر، اذهان ایدئولوژیک به هر دلیل که شکل گرفته باشند، بدون ملاحظات طبقاتی و اجتماعی، به سود نامزدی انتخاباتی رای خواهند داد که همسویی ایدئولوژیک داشته باشد و یا چنین تلقی شود.<sup>۱۷</sup>

بدین ترتیب، چارچوب رویکردی تلفیقی با تأکید بر سه عنصر محوری در یک تحلیل رفتار انتخاباتی، امکانی را به دست می دهد که با بهره گیری از آن می توان رفتار انتخاباتی را در جامعه ای همانند جامعه ایران تحلیل نمود.

## ۲. جامعه ایران؛ وضعیت و نیروهای اجتماعی

همچنان که متذکر شدیم، یکی از عوامل تأثیر گذار بر رفتار انتخاباتی مردم، کیفیت بافت جامعه است، بافت جامعه در برگیرندهی موقعیت های اجتماعی- اقتصاد، جنسیت، سن، قومیت، ساخت سیاسی، و ساختار اجتماعی جامعه (جامعه مدنی یا توده ای) و غیره است. این تمایزات موجب منافع و علایق مختلفی می گردد که صورتبندی اجتماعی جامعه را شکل می دهند. نقطه قابل تشخیص این منافع و علایق، شکاف های اجتماعی است که تمایزات ارزش- منفعتی گروه های اجتماعی را مشخص می نماید. این شکاف ها و صورتبندی اجتماعی تحت تأثیر عوامل مختلف تاریخی، ساختار جمعیتی، میزان نوسازی، شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی و ساختار اجتماعی و سیاسی و غیره پدید می آیند و شکل می گیرند. بنابراین، قبل از

<sup>۱۵</sup> - حجت الله ایوبی، همان، ص ۲۲۰.

<sup>۱۶</sup> - حجت الله ایوبی، همان، ص ۲۲۷-۲۲۸.

<sup>۱۷</sup> - رجوع شود به:

شناخت شکاف های اجتماعی ضروری است که این عوامل معرفی گردند. مهمترین این عوامل در ایران امروز موارد ذیل می باشد.

## ۲-۱. صورتبندی نیروهای اجتماعی و عوامل موثر بر آن

جامعه پدیده ای ایستا و همگن نیست، بلکه در بستر آن نیروها و علائق مختلف اجتماعی شکل می گیرد. این نیروها و گروه های اجتماعی و علائق و سلائیق آنها به صورت تصادفی پیدا نمی شود، بلکه مبتنی بر علائق گوناگونی است که در درون ساخت جامعه هستند. چنین علائقی مصدر و منشاء شکل گیری نیروها. گروه های اجتماعی است که شکاف های عمده هر جامعه حول آنها سامان می یابند. این گروه بندی های اجتماعی و تنوع خواست ها، علائق، ایده ها و باعث ایجاد نگرش ها و مطالبات سیاسی می گردد که بیانگر نوع صورتبندی هر جامعه و گوناگونی آن است.<sup>۱۸</sup>

۲-۱-۱. عوامل تاریخی، این عوامل که شکاف های دیرپای اجتماعی، همانند شکاف های فرهنگی، قومی، زبانی و مذهبی را پدید آورده اند، ناشی از تصادفات تاریخی و چگونگی تشکیل و تکوین یک کشور از نظر تاریخ هستند.<sup>۱۹</sup> سابقه تاریخی چند هزار ساله تشکیل حکومت ها در سرزمین ایران، استقرار امپراتوری های مختلف که دربرگیرنده اقوام و مذاهب مختلف می شد، تسلط اقوام بیگانه بر این سرزمین، قرار گرفتن آن بر سر چهار راه حوادث تاریخی و گستره ی مرزهای ایران باعث شده است که اقوام، مذاهب و فرهنگ های مختلف در این سرزمین استقرار یابند. وجود اقوام مختلف ایرانی، کرد، آذری، بلوچ، سیستانی، عرب، فارس، گیلک، مازندرانی و ترکمن و مذاهب، شیعه، سنی، زردشتی، ارمنی، آشوری، کلدانی، یهودی، و نیز بسیاری از فرق در ایران گویای شکاف های مختلف قومی، زبانی، مذهبی است. این شکاف ها ممکن است در اثر برخی تحولات سیاسی داخلی و بین المللی فعال بوده و یا همچنان غیر فعال باشند.

۲-۱-۲. ساختار جمعیتی، ساختار جمعیتی کشور بواسطه سن و جنس که هر یک ویژگی های مختص به خود را در کنش های سیاسی دارد، تاثیر بارز در صورتبندی و شکاف های اجتماعی دارند، به ویژه چگونگی هرم سنی جمعیت از اهمیت فزاینده ای برخوردار است. این اهمیت ناشی از این است که جمعیت پیر به نظم موجود وفادارترند و لذا گرایش های محافظه کارانه دارند، اما جمعیت جوان به دنبال دگرگونی، نوجوئی و کنش های احساسی و ساختار شکنانه تمایل دارد.<sup>۲۰</sup> بنابراین، چگونگی ترکیب جمعیت در کشور عامل مهمی است در جهت گیری رفتار انتخاباتی آن.

<sup>۱۸</sup>. حسین بشیریه، همان، ص ۹۹.

<sup>۱۹</sup>. همان، ص ۱۰۲.

<sup>۲۰</sup>- موریس دو ورژه، همان، ص ۶۱-۶۰.



بررسی هرم سنی کشور نشان می دهد که ایران بنابر آمار سرشماری سال ۱۳۸۵، با تقریباً ۶۱/۲ درصد جمعیت زیر ۳۰ سال یکی از جوان ترین جمعیت ها را در میان کشورهای جهان دارد.<sup>۲۱</sup> از این منظر شکاف های نسلی با ارزش ها و علقه های خاص خود و شکاف های جنسی مرد و زن شکل می گیرد.

۳-۱-۲. **نوسازی یا مدرنیزاسیون** نوسازی (مدرنیزاسیون) بخش های مختلف اقتصادی جامعه به معنی تخصصی کردن فعالیت های اقتصادی، نقش های حرفه ای (شغلی) و رشد بازارها؛ اجتماعی به معنای شهرگرایی، تحرک، انعطاف پذیری و گسترش آموزش سیاسی به معنای گسترش دموکراسی، حقوق شهروندی، حق مالکیت مردم و تضعیف نخبگان سنتی و فرهنگی به معنی رشد تفکیک بین فرهنگ های مختلف و نظام های ارزشی، عرفی شدن<sup>۲۲</sup> و ظهور روشنفکران و گروه های مرجع جدید<sup>۲۳</sup>، عامل اساسی دیگری در پیدایش شکاف های اجتماعی و تکثر و تنوع منافع و علایق گروه های اجتماعی در جامعه است. در واقع نوسازی باعث خلق گفتمان های مختلف ارزش های نوین، رهیافت های جدید، شکل گیری هویت های نو و تکوین شکاف های نوین سیاسی- اجتماعی می شود. مدرنیزاسیون صورتبندی مجدد ساختار سیاسی را موجب شده، به باز توزیع منافع و ارزش ها و شکل گیری گروه بندی های جدید و حافظان وضع موجود از یک طرف و مخالفان آن از سویی دیگر می انجامد و آرایش تقابلی نیروهای سنتی (محافظه کاران) و نیروهای مدرن را باعث می شود.<sup>۲۴</sup>

۴-۱-۲. **نابرابری های اقتصادی و اجتماعی**، نابرابری های اقتصادی و اجتماعی یکی از عوامل دیر پا در تکوین صورتبندی های اجتماعی است. نابرابری چه از نظر اقتصادی و یا اجتماعی عبارت است از: تمایز بین افراد از لحاظ برخورداری از درآمد مالی، حقوق، مزایا، فرصت ها، پاداش و امتیازاتی که ارزش معیار در آن جامعه تلقی می شوند. این نابرابری ممکن است آشکار و یا پنهان باشد.<sup>۲۵</sup> نابرابری های اجتماعی و اقتصادی همواره در جوامع بشری وجود داشته است. بدین خاطر این عامل پدیده ی نو ظهوری در ایجاد شکاف های اجتماعی نمی باشد، هر چند که هم اکنون از جمله بارزترین و ملموس ترین شکاف های اجتماعی مبتنی بر تفاوت های درآمدی و جایگاه اجتماعی افراد است.

نابرابری های اقتصادی و به تبع آن نابرابری های اجتماعی از آنجا حائز اهمیت هستند که ممکن است سبب ایجاد نابرابری های دیگر همانند نابرابری های سیاسی و فرهنگی شوند. در این صورت این نابرابری ها متراکم شده و منجر به ایجاد شکاف های متراکم اجتماعی می شوند که پتانسیل قطبی شدن شدید جامعه را به

<sup>۲۱</sup>- الهام فتحی، هفته نامه برنامه، سال نهم، شماره ۴۰۴، ۱۳۸۹، صص ۳-۵.

<sup>۲۲</sup> - Secularization

<sup>۲۳</sup>- ریچارد پیت و الین هارت ویک، نظریه های توسعه، ترجمه مصطفی ازکیا، رضا صفری شالی و اسماعیل رحمانپور، تهران: نشر لویه، ۱۳۸۴، ص

۱۱۵.

<sup>۲۴</sup>- علی کریمی، مله، همان، ص ۳۰۳.

<sup>۲۵</sup>- ادورادج. گرب، نابرابری اجتماعی، ترجمه محمد سیاه پوش و احمد رضا غروی زاد، تهران: نشر معاصر، ۱۳۷۷، صص ۹-۱۰.

همراه خواهند داشت. مسئله نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی در ایران همواره از مسائل مورد توجه کشور بوده است، با این حال بررسی ضریب جینی به عنوان شاخصی اقتصادی که نشانگر نابرابری‌های اقتصادی است، نشان از تفاوت محسوس نابرابری‌های اقتصادی است.<sup>۲۶</sup>

۵-۱-۲. **ساخت جامعه، ساخت جامعه ناظر به توده‌ای بودن (فقدان یا ضعف و تزلزل نهادها و ارزش‌های همبسته سنتی و عدم شکل‌گیری نهادها و ارزش‌مدرن و یا ضعف آنها) و مدنی بودن (وجود نهادها و ارزش‌های مردمی پاسدار همبستگی و تامین منافع و حل منازعه)، عاملی موثر در جهت دهی به محتوای رای مردم است.** در شرایط جامعه توده‌ای الگوی رفتار انتخاباتی مردم تحت تاثیر بسیج توده‌ای و ایدئولوژیک قرار می‌گیرد و از الگوی جامعه‌ی توده‌ای پیروی می‌کند، که مهمترین علل آن عبارتند از: ۱. تضعیف یا فقدان همبستگی‌های اجتماعی، ۲. تضعیف یا فقدان ساختار اجتماعی و تمایزات طبقاتی؛ ۳. تضعیف یا فقدان تشکلهای متنوع و مستقل صنفی، سیاسی و... که افراد همسو و هم‌رای را به یکدیگر پیوند دهد؛ ۴. تضعیف پیوند افراد با نهادها و سنت‌های اجتماعی؛ ۵. تجزیه جامعه به افرادی منفرد، و مجزا در عین حال که از حیث افکار، ارزش‌ها، آرزوها، احساسات و انتظارات هم‌شکل و یک دست هستند؛ ۶. احساس سرگشتگی، بی‌جایگاهی و انزوا میان افراد جامعه؛ ۷. تزلزل و بی‌ثباتی عقاید و افکار؛ و غلبه احساسات بر حیطه رفتارهای اجتماعی و سیاسی افراد؛ ۸. دسترسی مستقیم و بی‌واسطه نخبگان و رهبران سیاسی به توده‌های مردم.<sup>۲۷</sup>

در ایران امروز، اگر چه نمی‌توان آن را یکسره جامعه‌ای توده‌ای دانست، اما نباید از تمرکز منابع قدرت در دست حکومت، فقدان سنت‌های قوی و دیرپا در زمینه تکوین نهادهای مدنی، سیاست‌زدگی در فضای عمومی جامعه و میل به بسیج ایدئولوژیک و غیره به مثابه‌ی متغیرهایی که مانع از تحکیم نهادهای مدنی هستند، غافل بود.<sup>۲۸</sup>

۶-۱-۲. **ساخت نظام سیاسی، ساخت نظام سیاسی ناظر بر کیفیت توازن قوا، تمرکز قدرت سیاسی و اقتصادی در دستان حکومت، باز یا بسته بودن نظام سیاسی (دموکراتیک یا غیر دموکراتیک بودن حکومت) و کیفیت نظام انتخاباتی آن است.** این عوامل اگر چه هر یک بر جای خود دارای واجد اهمیت هستند. اما اگر در مجموع منجر به فقدان اثرگذاری رای مردم و نمایشی و فرمایشی بودن آن و عدم مشارکت و رقابت واقعی گردد، باعث ایجاد شکاف یا تضاد دولت-ملت و غلبه رویکرد انفعالی-اعتراضی بر مردم می‌گردد.<sup>۲۹</sup> در این شرایط حکومت‌ها با نادیده گرفتن خواست‌ها و مطالبات مردم، توزیع آمرانه ارزش‌های سیاسی و

<sup>۲۶</sup>- رجوع کنید به: مهدی تقوی و همکاران، ۲۵ سال اقتصاد ایران، تهران: دانشکده علوم اقتصادی، ۱۳۸۵، صص ۳۶-۲۰.

<sup>۲۷</sup>- ابوالفضل دلاوری، «طرحی برای مطالعه زمینه‌ها و علل اجتماعی وقوع انقلاب اسلامی»، فصلنامه راهبرد، شماره ۹، ۱۳۷۵، ص ۵۱.

<sup>۲۸</sup>- علی کریمی، مله، همان، ص ۳۰۹.

<sup>۲۹</sup>- حجت‌الله ایوبی، «رقابت و ثبات سیاسی»، رقابت‌ها و چالش‌های سیاسی در ایران امروز (مجموعه مقالات)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰، ص ۱۳۳.

اقتصادی را به صلاحدید و اختیار خود وبدون نظارت انجام می دهند، گاهاً با بهره گیری از ایدئولوژی و القای ترس کاذب یا واقعی در جامعه، عاملی دیگری با گزینش های پیش روی مردم یا منافع و مضار آنها و در نتیجه در موقعیت ها پیشینی و پسینی آنها می افزایند.

## ۲-۲. شکاف های اجتماعی و ویژگی های جامعه ایران

شکاف های اجتماعی و ویژگی های جامعه ایران در واقع عینیت کنونی جامعه را نشان می دهد. این واقعیت بافت اجتماعی، متأثر از عوامل گفته شده حول منافع و علائق مختلف منجر به شکل گیری شکاف های اجتماعی و صورتبندی خاص اجتماعی آن شده است.

در واقع شکاف های اجتماعی، به معیارها و مرزهایی دلالت دارند که گروه های اجتماعی را از یکدیگر جدا می سازد و یا در تقابل با یکدیگر قرار می دهد؛ به عبارت دیگر شکاف های اجتماعی بیانگر خطوط تمایز و تعارضی هستند که بر سر هنجارها و ایستارهای اجتماعی، سویه ها و کارکردهای اجتماعی - فرهنگی گروه های مختلف فعال را رویاروی هم قرار می دهند. به بیان دیگر، شکاف های اجتماعی خطوط رقابت و مناظره بر سر هنجارها، باورها، ارزش ها، منزلت، منافع، اقتدار و... اجتماعی هستند.<sup>۳۰</sup>

بنابراین، متأثر از شرایط گفته شده، در یک نگاه کلی می توان شکاف های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... را در قالب های زیر به تصویر کشید:

۱. شکاف میان سنت و مدرن
۲. شکاف میان فقیر و غنی (شهری روستایی، بالا شهری پایین شهری)
۳. شکاف میان مرکز و پیرامون (از نظر میزان توسعه)
۴. شکاف های قومیتی و زبانی
۵. شکاف دولت و ملت
۶. شکاف میان خرده فرهنگ ها و فرهنگ مسلط
۷. شکاف میان مردم سالاری و اقتدار گرایی
۸. شکاف میان جامعه مدنی و جامعه توده ای
۹. شکاف میان گفتمان اصلاحی و گفتمان انقلابی
۱۰. شکاف میان نسل جوان و نسل گذشته
۱۱. شکاف میان مردان و زنان

<sup>۳۰</sup> - محمد رضا تاجیک، شکاف یا گسست نسلی در ایران امروز؛ تحلیل ها، تخمین ها و تدبیرها، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص

۱۲. شکاف میان دین و سیاست<sup>۳۱</sup> این شکاف ها عمده ترین شکاف‌های موجود در جامعه کنونی ایران هستند.

اهمیت این شکاف های اجتماعی زمانی برجسته تر می شود که مشخص گردد، فعال یا غیر فعال هستند. فعال یا غیر فعال بودن شکاف های اجتماعی زمانی مطرح می شود که واجد تاثیرگذاری بر زندگی سیاسی باشند، یعنی آگاهی سیاسی، سازماندهی و عمل سیاسی و اجتماعی بر پایه آنها صورت گیرد.<sup>۳۲</sup> در خصوص فعال بودن این شکاف ها باید متذکر شد که دو وضعیت قابل تصور است، یکی اینکه شکاف‌هایی که اکنون فعال نیستند ممکن است در آینده فعال شوند و دیگر اینکه، شکافی که در گذشته فعال بوده است ممکن است در آینده اثر بخشی خود را از دست دهد.<sup>۳۳</sup>

از نظر صورتبندی، ترکیب و شمار، شکاف های اجتماعی ممکن است یکدیگر را تقویت کنند و یا متراکم شوند. این نوع صورتبندی را صورتبندی «شکاف های متراکم» می خوانند. از طرف دیگر شکاف های اجتماعی ممکن است یکدیگر را تضعیف کنند که در این صورت «شکاف‌های متقاطع» نامیده می شوند. وقتی شکاف‌های اجتماعی متراکم باشند اغلب جامعه دو قطبی می شود و پتانسیل کشمکش اجتماعی افزایش می یابد. بر عکس زمانی که شکاف‌های اجتماعی یکدیگر را قطع می کنند، با توجه به افزایش نقاط مشترک گروه‌بندی‌های اجتماعی، زمینه‌ی منازعه کاهش می یابد. از این رو، با در نظر گرفتن شمار، شیوه ترکیب و فعال و غیر فعال بودن شکاف‌های اجتماعی صورتبندی های مختلفی از شکاف های اجتماعی در جوامع شکل می گیرد. جامعه تک شکافی فعال، جامعه دو شکافی متوازی، جامعه تک شکافی متراکم، جامعه دو شکافی متقاطع و جامعه شکافی متقاطع. برخی در مهمترین صورتبندی‌های ممکن بر اساس شکاف‌های اجتماعی است.<sup>۳۴</sup>

تنوع و تکثر شکاف‌های اجتماعی و فعال یا غیر فعال بودن آنها، زمینه ساز تکوین جریان های سیاسی و فکری، احزاب و گروه های سیاسی می گردد که منافع، خواست ها و ارزشهای آن گروه اجتماعی را نمایندگی می کنند و بر پایه این شکاف های اجتماعی صف بندی‌های سیاسی پدیدار می شود. بنابراین، گروه‌هایی که حول علائق و منافع مشترک تعریف می شوند، انگیزه‌ها و انگیزنده های مشترکی برای حمایت و مشارکت به سود یک فرد و گروه سیاسی دارند.

اکنون در خصوص ویژگی های جامعه کنونی ایران باید گفت که تکثر عوامل زمینه ساز علائق و منافع اجتماعی، و صورتبندی‌های مختلفی و متعددی که به تبع آن حاصل شده است، جامعه را دارای ویژگی ها و

<sup>۳۱</sup> - محمد رضا تاجیک، همان، ص ۱۵.

<sup>۳۲</sup> - حسین بشیریه، «درآمدی بر جامعه شناسی وفاق و اجماع (با تاکید بر مورد ایران)» در، رقابت ها و چالش های سیاسی در ایران امروز، تهران:

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰، صص ۱۶۳-۱۶۲.

<sup>۳۳</sup> - حسین بشیریه، پیشین، صص ۹۹-۱۰۰.

<sup>۳۴</sup> - همان، صص ۱۰۶-۱۰۳.

مختصاتی نموده است که می توان گفت رفتار انتخاباتی مردم درچنین بسترها و محیط اجتماعی اقتصادی چگونه شکل می گیرد. مهمترین ویژگی های جامعه کنونی ایران را به طور خلاصه وار به صورت ذیل می توان مطرح کرد. ۱. رشد فزاینده ی روند تمایز یابی نهادها و نقش شهرها و حتی روستاها در آن؛ ۲. تداوم شکاف میان بخش های سنتی و مدرن جامعه؛ ۳. شکاف نسلی میان بخش میانسال و جوان جامعه، ۴. وجود احساس تبعیض جنسیتی و کوشش زنان برای غلبه بر آن؛ ۵. وجود احساس تبعیض قومیتی در مناطق اهل سنت جامعه و نواحی مرزی کشور (کردستان، بلوچستان و ترکمن صحرا و بخشی از مناطق آذربایجان و خوزستان؛ ۶. رشد فزاینده ی فرد گرایی در میان اقشار متوسط جدید خصوصا در شهرهای بزرگ؛ ۷. بحران هویت در اقشار گوناگون جامعه، مانند بحران های ناشی از تقاطع هویت های قومی / محلی / خانوادگی با هویت ملی / جهانی؛ ناهماهنگی میان هویت دینی / عرفی؛ با تغییرات هویتی به خاطر ابعاد جهانی شدن؛ ۸. در جامعه به ازای هر دو نفر نیروی فعال یک نفر از بخش عمومی و دولتی شاغل هستند. دولت برای تامین هزینه ی این ماشین بزرگ اداری نیازمند پول مالیات از مردم نیست، رانت نفت بخش عمده ی این هزینه را تامین می کند؛ ۹. جامعه ی ایران با بحران سازماندهی و نهادی روبروست. از لحاظ اقتصادی به رغم آماده شدن اغلب زیرساخت های اجتماعی، هنوز سازوکار اقتصاد آزاد، رقابتی و قانونمند نهادینه نشده است. نهاد حکومت بزرگترین نهاد اقتصادی کشور است. نهاد سیاسی هم هنوز در سازوکار دموکراسی با مشکل روبروست. در نهاد دینی هنوز بخش سنتی و مدرن دینی (نواندیشان دینی) با هم تعامل سازنده، روال مند و گفت و گویی ندارند؛ ۱۰. جامعه ایران در معرض چندین پویش و جنبش اجتماعی مانند پویش های دموکراتیک، دانشجویی، زنان، کارمندان محروم، قومی، حاشیه نشینان، محیط زیست و حقوق بشر قرار دارد.<sup>۳۵</sup>

بنابراین، جامعه مکرر و متنوع ایران، با ویژگی منحصر به فرد خود که ناشی از وضعیت گذار، تعدد عوامل درونی و بیرونی تغییر و تحول ساز، پایداری ساخت های پیشامدرن، ساخت حکومت و ایدئولوژی دینی و غیره می باشد، با کثرت شکاف های اجتماعی و به تبع آن علائق و منافع برای پیگیری در فضای سیاسی مواجه است.

عوامل و فاکتورهای پسینی، یا همان اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات و نیز ادراک رای دهندگان از محیط و منافع خود را باید یک مطالعه موردی به کار گرفت. مثلا در جریان برگزاری یک انتخابات و به صورت مقایسه ای در دوره های مختلف، از این رو، در اینجا به تشریح و تبیین محیط اجتماعی - اقتصادی جامعه ایران برای رای دهندگان که نقش محوری و اساسی در تعیین رفتار انتخاباتی مردم دارد بسنده می شود. البته

<sup>۳۵</sup> - حمیدرضا جلائی پور، «ایران؛ جامعه ای پیشا دموکراتیک»، در، انقلاب اسلامی، جامعه و دولت، (مجموعه مقالات)، تدوین، مسعود کوثری، سید



انتخابات و در جمهوری اسلامی ایران هم می توان تنوع خاستگاه های رای را دید و هم فهمید که پایه و اساس چنین تکثری بافت های خاص اجتماعی آن است.

بنابراین، با بهره گیری از چارچوبی تلفیقی از نظریه های مختلف در خصوص سمت گیری آراء انتخاباتی در ایران می توان اشاره داشت که شرایط و وضعیت اجتماعی و اقتصادی جامعه ایران که دلالت بر رویکردی جامعه شناسانه به جهت گیری آراء انتخاباتی دارد مقوله ای تعیین کننده در رفتار انتخاباتی است. در این بستر و زمینه اجتماعی و ادراک فردی از منفعت و ارزش های مطلوب افراد با توجه شربط و اوضاع و احوال حاکم بر انتخابات در هر برهه ای ریزش آراء انتخاباتی به سبب رای برخی از کاندیداها و جریان های سیاسی رقم می خورد. دگرگونی های اقتصادی و اجتماعی، تغییرات در ساختار جمعیتی، افزایش میزان سواد در سطوح مختلف، توسعه و گسترش ارتباطات و رسانه های مختلف نوشتاری، شنیداری و مجازی و توسعه شهرنشینی که در فرآیند تعیین و تشکیل منافع و علائق و جامعه پذیری گروه های مختلف اجتماعی نقش اساسی دارند در بستر و گذر زمان در جابجایی و ثبات آراء انتخاباتی مردم موثر هستند.

## منابع و مأخذ

- ۱- اپتر، دیویدای. چارلزاف، اندی پین، (۱۳۸۰)، *اعتراض سیاسی و تغییر اجتماعی*، ترجمه محمد رضا سعید آبادی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۲- ایوبی، حجت الله، (۱۳۸۰)، «رقابت و ثبات سیاسی»، *رقابت ها و چالش های سیاسی در ایران امروز* (مجموعه مقالات)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۳- -----، (۱۳۷۷)، «مشارکت انتخاباتی» در *مشارکت سیاسی (مجموعه مقالات)*، تهران، نشر سفیر.
- ۴- بشیریه، حسین، (۱۳۸۰)، *جامعه شناسی سیاسی، نقش نیرهای اجتماعی در زندگی سیاسی*، چاپ هشتم، تهران، نشرنی، ۱۳۸۰.
- ۵- -----، (۱۳۸۰)، «درآمدی بر جامعه شناسی وفاق و اجماع (با تاکید بر مورد ایران)» در، *رقابت ها و چالش های سیاسی در ایران امروز*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۶- پیت، ریچارد و الین هارت ویک، (۱۳۸۴)، *نظریه های توسعه، ترجمه مصطفی ازکیا، رضا صفری شالی و اسماعیل رحمانپور*، تهران، نشر لویه.
- ۷- تاجیک، محمدرضا، (۱۳۸۲)، *شکاف یا گسست نسلی در ایران امروز: تحلیل ها، تخمین ها و تدبیرها*، تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- ۸- جانسون، چالمز، (۱۳۶۳)، *تحول انقلابی*، ترجمه ی حمید الیاسی، تهران، انتشارات امیر کبیر.
- ۹- جلائی پور، حمیدرضا، (۱۳۸۳)، «ایران؛ جامعه ای پیشا دموکراتیک»، در، *انقلاب اسلامی، جامعه و دولت*، (مجموعه مقالات)، تدوین، مسعود کوثری، سید محمود حسینی نجاتی، تهران، انتشارات کویر.
- ۱۰- دارابی، غلامعباس، (۱۳۸۶)، «مشارکت انتخاباتی (مطالعه موردی ایران)»، گزارش مرکز پژوهش های مجلس، شماره ۸۲۹۷.
- ۱۱- دلاوری، ابوالفضل، (۱۳۷۵)، «طرحی برای مطالعه زمینه ها و علل اجتماعی وقوع انقلاب اسلامی»، فصلنامه راهبرد، شماره ۹.
- ۱۲- دهشیار، حسین، (۱۳۸۴)، «نکاتی چند درباره انتخابات ریاست جمهوری آمریکا»، *ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، سال نوزدهم شماره ۲۱۴-۲۱۳.
- ۱۳- دو ورژه، موریس، (۱۳۷۸)، *بایسته های جامعه شناختی سیاسی*، ترجمه ابوالفضل قاضی شریعت پناهی، چاپ دوم، تهران، نشر دادگستر.
- ۱۴- ربیعی، علی، (۱۳۸۰)، *جامعه شناختی تحولات ارزشی*، تهران، فرهنگی و اندیشه.
- ۱۵- کریمی، مله، علی، (۱۳۸۰)، «پتانسیل های منازعه و الزام های رقابت سیاسی در ایران»، در *رقابت ها و چالش ها در ایران امروز*، مجموعه مقالات، جلد اول، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۱۶- گرب، ادورادج، (۱۳۷۷)، *نابرابری اجتماعی*، ترجمه محمد سیاه پوش و احمدرضا غروی زاد، تهران، نشر معاصر.
- ۱۷- لازار سفلد، پل اف.، برنارد برلسون و هاتسل گودت، (۱۳۸۲)، *انتخاب مردم، مردم چگونه در انتخابات ریاست جمهوری تصمیم می گیرند*، ترجمه ی محمدرضا رستمی، تهران، نشر تبلور.

1. Heywood, Andrew, (2000) *Politics*, (London: polgrave, 2nd ed)

2. mark Franklin, "voting Behavior" in *Encyclopedia of Democracy*, ed. Lipset.S.Martin, (London: Routledge Press)