



Research Paper

Explaining the Electoral Behavior in Citizens of Isfahan by Emphasizing on Columbia and Michigan Model: A Case Study

*Hamid Dehghani¹

1. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Use your device to scan
and read the article online



Citation: Dehghani H. (2020). [Explaining the Electoral Behavior in Citizens of Isfahan by Emphasizing on Columbia and Michigan Model: A Case Study (Persian)]. *Journal Strategic Studies of Public Policy*, 9(33), 170-191.



Received: 16 Jan 2019

Accepted: 26 Jan 2020

Key words:

Voting behavior, City councils of Isfahan election, Social classes explanation, Party-factional identity

ABSTRACT

Consider a voter who is willing to vote for one candidate among the other two or more nominees. In this sense, the important question that might be raised by researchers is that what is the rationale behind the voters' decision and which candidate is their possible choice. For the sake of understanding the basic tenet of citizens' voting behavior in Isfahan, three main voting models have been evaluated including Columbia School, Michigan Model. According to the present findings, the dominant pattern of citizens' voting behavior in the fifth Election of City Councils of Isfahan was confirmed based on Michigan Model in which the IPP index (The Index of Political Predisposition i.e. social class and urban area of residence) influences voting behavior through an important variable called "Party-factional identity". The present sociological study aimed to investigate the citizens' voting behavior in Isfahan based on a causal-analytic approach. Moreover, the Boolean algebra technique is used in comparative analysis. As the results of Boolean analysis showed, it can be claimed that the citizens who mostly voted for reformists were the residents of the most developed urban areas of Isfahan including 5, 1, 3, 13, 6, 4, and 8 that have the highest levels of education, income and cultural infrastructure.

* Corresponding Author:

Hamid Dehghani, PhD.

Address: Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

E-mail: dehghan_hamid@yahoo.com

مقاله پژوهشی تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی با تأکید بر مدل کلمبیا و میشیگان: یک مطالعه موردی

* حمید دهقانی^۱

۱. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

چیکید

تاریخ دریافت: ۲۶ دی ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش: ۶ بهمن ۱۳۹۸

رای‌دهنده‌ای را تصور کنید که می‌خواهد میان دو یا چند نامزد انتخاباتی به یکی از نامزدها رأی دهد. پرسشی که برای پژوهشگران اهمیت دارد این است که او بر چه اساسی تصمیم می‌گیرد و به کدام یک از نامزدها رأی می‌دهد. برای پاسخ به این پرسش که رفتار رأی‌دهی شهروندان اصفهانی بر چه اساسی شکل می‌گیرد، سه مدل اصلی رأی‌دهی شامل مکتب کلمبیا (مدل طبقاتی)، مدل میشیگان (هویت حزبی) و مدل داونزی (انتخاب عقلانی) مورد بررسی قرار گرفتند. در ایران طبقات اجتماعی معینی با تعریف امروزی وجود ندارد و به همین دلیل احزاب طبقه‌محور نیز شکل نگرفته‌اند، اما پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بر خلاف گذشته، رفتار انتخاباتی شهروندان آهسته‌آهسته رنگ و لعاب طبقاتی گرفته است و میان ترجیحات رأی‌دهی آن‌ها و پایگاه طبقاتی‌شان تا حدودی هارمونی وجود دارد. بررسی حاضر نشان می‌دهد وجه غالب الگوی رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی در پنجمین دور از انتخابات شورای اسلامی شهر با توجه به مدل میشیگان - که در آن شاخص IPP (طبقه اجتماعی و محل سکونت شهری) از طریق متغیر مهمی با عنوان «هویت حزبی-جناحی» بر رفتار انتخاباتی تأثیر می‌گذارد - مورد تأیید واقع شده است. این پژوهش با رویکرد علی-تحلیلی به بررسی جامعه‌شناختی رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی پرداخته است. داده‌های این پژوهش از آمار و اطلاعات وزارت کشور در مورد انتخابات پنجمین دوره شورای شهر اصفهان (۱۳۹۶) گرفته شده است. همچنین از تکنیک جبر بولی در تحلیل تطبیقی استفاده شده است. نتایج تحلیل بولی نشان می‌دهد که رشدیافته‌ترین مناطق شهری اصفهان ۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۸، ۱۳ که بالاترین میزان تحصیلات، درآمد و برخورداری از زیرساخت‌های فرهنگی را دارند، بیشترین رأی خود را به اصلاح‌طلبان داده‌اند (نسبت ۵ به ۱) و هر اندازه به مرکز شهر و پایین شهر که مناطق محروم‌تر هستند حرکت می‌کنیم نسبت رأی اصلاح‌طلبان کاهش یافته است. از مجموع ۱۴۴ محله در ۱۱ منطقه مورد بررسی، ۸۲ محله برخوردار وجود دارد که اکثریت رأی ساکنان این محلات به اصلاح‌طلبان اختصاص یافته است.

کلیدواژه‌ها:

رفتار انتخاباتی،
شورای شهر اصفهان،
تبیین طبقاتی، هویت
حزبی - جناحی

* نویسنده مسئول:

دکتر حمید دهقانی

نشانی: اصفهان، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی.

پست الکترونیکی: deghan_hamid@yahoo.com

مقدمه

نفر نخست رأی‌آوردندگان را تشکیل دادند (استانداری اصفهان، ۱۳۹۶). به طور قطع در هیچ دور از انتخابات شورای شهر اصفهان تا این میزان رأی مردم مبتنی بر جناح‌بندی‌های سیاسی نبود. در این دور از انتخابات، به غیر از دو سه مورد مستقل، تمام ۴۰ رأی اول مردم متعلق به دو جناح اصلی انتخابات بودند.

طبقه اجتماعی در جهت‌دهی انتخابات‌ها نقش مهمی دارد. هنگامی که وضعیت اقتصادی نامناسبی وجود دارد، طبقات پایین اجتماعی نسبت به طبقات دیگر آسیب‌های بیشتری می‌خورند به همین خاطر تمایل آن‌ها به رأی‌دادن به حزب مخالف برای تنبیه حزب حاکم بیشتر می‌شود.

اینگلهارت (۱۹۷۷) نیز بر اساس نظریه سلسله‌مراتب مازلو^۱ عنوان می‌کند که طبقات پایین در سطوح پایین‌تر سلسله‌مراتب یعنی در سطح اقتصادی قرار دارند و این امر باعث می‌شود که عوامل اقتصادی نقش مهم‌تری در تبیین رفتار انتخاباتی آن‌ها داشته باشد. در مقابل، طبقات متوسط و بالا بیشتر دغدغه‌های فرهنگی دارند و به همین دلیل مطالبات فرهنگی بیشتری را دنبال می‌کنند.

پایگاه اجتماعی در ایران به‌ویژه طبقه متوسط بر پایه متغیرهای عمده‌ای قرار دارد که لزوماً با برداشت مارکسیستی و تقلیل آن به متغیر اقتصادی انطباق ندارد (بحرانی، ۱۳۸۹: ۲۷۲). دیدگاه چندبعدی ماکس وبر^۲ نسبت به طبقه اجتماعی با توجه به متغیرهای منزلت و پرستیژ همخوانی بیشتری با واقعیت موجود جامعه ما دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد در اصفهان دو سوم طبقات اجتماعی متوسط و متوسط به بالا هستند (تحلیلی بر میزان برخورداری

رفتار انتخاباتی کنشی اجتماعی است که نمی‌توان آن را بیرون از بافت اجتماعی‌اش در نظر گرفت. رفتار انتخاباتی به عنوان نوعی کنش سیاسی عبارت است از کنشی که مردم در انتخابات و رأی‌دادن انتخاباتی با تأثیرپذیری از عوامل مختلف از خود نشان می‌دهند. از دهه ۷۰ خورشیدی به بعد به جهت رشد اقتصادی، رشد بیشتر شهرنشینی، گسترش آموزش و افزایش سطح سواد، گسترش دستگاه بوروکراسی و توسعه نشر و انتشارات، طبقه متوسط ایرانی نیز فربه‌تر شد (میرترابی و میرعباسی، ۱۳۹۳: ۱۵۷). از این دوره به بعد و با افزایش درآمد و تحصیلات بخشی از جامعه و تقویت طبقه متوسط، عامل طبقاتی نقش مهمی در تعیین رفتار انتخاباتی شهروندان ایفا کرده است.

نتایج پنجمین دور از انتخابات شورای شهر اصفهان نشان می‌دهد که خاستگاه طبقاتی رأی‌دهندگان و توجه آن‌ها به هویت حزبی - جناحی نامزدها بسیار پررنگ بوده است. دو جناح عمده سیاسی کشور در شهر اصفهان حول دو لیست اصلی در این دور از انتخابات با یکدیگر به رقابت پرداختند؛ لیست امید و لیست مجمع اصول‌گرایان، البته لیست‌های دیگری هم از میان آن‌ها شکل گرفت که مهم‌ترین آن لیست نجبا (نبوغ جمعی، باور انقلابی) بود که هریک به ترتیب بیشترین میزان آرای این دور از انتخابات را به خود اختصاص دادند.

لیست امید اصلاح‌طلبان توانست با میانگین ۱۳۷ هزار و ۵۶۵ رأی، بالاترین رأی را بیاورد و همه ۱۳ نفر آن وارد شورای شهر اصفهان شوند. مجمع اصول‌گرایان با میانگین ۵۵ هزار و ۳۰۱ رأی و نجبا با میانگین ۳۶ هزار و ۴۳۶ رأی به ترتیب پس از لیست امید قرار گرفتند و هر سه لیست تقریباً ۴۰

1. Maslow
2. Max Weber

۱. ادبیات موضوع

فرهنگی اجتماعی محلات شهر اصفهان، ۱۳۹۵).

پیشینه نخستین مطالعات انتخاباتی در جهان به هفت دهه پیش بازمی‌گردد؛ زمانی که از سوی دانشگاه میشیگان در سال ۱۹۵۲ بررسی انتخابات‌ها و رفتارهای انتخاباتی پایه‌گذاری شد، سپس مطالعات طولی سوئد از ۱۹۵۶ تا به امروز آغاز شد. نروژ در سال ۱۹۵۷ و بریتانیا و آلمان به دنبال این کشورها مطالعات سراسری خود را در اواخر دهه پنجاه آغاز کردند (دهقانی، ۱۳۹۵: ۱۰۳). اما، مطالعه رفتار انتخاباتی در ایران سابقه طولانی ندارد و به دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی محدود می‌شود.

در دوره اولیه انقلاب، در شرایط انقلابی دهه ۶۰ و شرایط ناشی از انقلاب و جنگ، توجه خاصی به مطالعه در حوزه رفتار رأی‌دهی نشد و تنها از نیمه دوم دهه ۱۳۷۰ و به‌خصوص از دهه ۱۳۸۰ با تشکیل مراکزی چون مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) برخی مطالعات در این حوزه صورت گرفت که بخش قابل توجهی از آن‌ها نیز به دلایل اداری در دسترس پژوهشگران قرار ندارد. مطالعه‌ای که توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) با عنوان «بررسی نگرش و رفتار انتخاباتی مردم تهران» در آستانه انتخابات هفتم مجلس در سال ۱۳۸۲ در شهر تهران با اندازه نمونه ۱۲۹۱ نفر صورت گرفت، یکی از نخستین نمونه‌های چنین پژوهش‌هایی است (خبرگزاری ایسپا، گزارش، ۱۳۸۳: ۱۸۳).

عطارزاده و توسلی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر اصفهان» به تبیین رفتار انتخاباتی مردم در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی پرداخته‌اند و نتیجه گرفته‌اند که نظریه انتخاب عقلانی بیشترین هماهنگی را با رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهان دارد. نظریه

اصلاح‌طلبان نیز در این دور از انتخابات توانستند بیشترین آرای خود را از همین مناطق و پایگاه اجتماعی به دست آورند و به همین دلیل بررسی جامعه‌شناختی و طبقاتی این رفتار اهمیت زیادی دارد. کمبود آمار و اطلاعات، ناتوانی در انجام پیمایش‌های گسترده توسط مراکز علمی و دانشگاهی، و انحصار آمار در نهادهای دولتی، سبب شده تا شناخت عمیقی از رفتار انتخاباتی مردم جامعه خود نداشته باشیم.

از سویی، کارهای انجام‌شده هم بیشتر جنبه ژورنالیستی و یا ایدئولوژیک دارد و همه این دلایل منجر شده که شناخت واقع‌گرایانه‌ای از رفتار انتخاباتی جامعه آن‌چنان که باید، صورت نگرفته باشد. پرسشی که برای پژوهشگران اهمیت دارد این است که افراد بر چه اساسی تصمیم می‌گیرند و سرانجام به کدام‌یک از نامزدها رأی می‌دهند. در پاسخ به چنین پرسشی، مدل‌های مختلف تبیین‌کننده رفتار انتخاباتی افراد معرفی شده‌اند.

هدف این پژوهش پاسخ به همین پرسش محوری است که رأی‌دهندگان اصفهانی در انتخابات شورای شهر ۱۳۹۶ بر چه اساسی تصمیم گرفتند و به چه کسانی رأی دادند؟ چه ترکیب‌هایی از عوامل اجتماعی - اقتصادی موجب این نوع رفتار انتخاباتی شد و از میان این الگوهای علی، کدام‌یک نقش تبیین‌کنندگی بیشتری دارد. همچنین این پرسش مطرح است که پایگاه اجتماعی افراد با توجه به منابعی همچون درآمد، شغل و تحصیلات چه نقشی در انتخاب نامزدها و لیست‌های انتخاباتی جناح‌های مختلف دارد.

پنجمین دوره شورای اسلامی شهر اصفهان و آمارنامه شهر اصفهان گرفته شده و آزمون الگوی نظریه ارائه‌شده نیز بر مبنای داده‌ها، صورت گرفته است. جبر بولی به محقق اجازه می‌دهد با ترکیب‌های مختلفی از عوامل و علت‌های یک نتیجه و پیامد کار کند. تحلیل کیفی و تطبیقی مبتنی بر جبر بولی ماهیت منطقی و غیرآماري (غیراحتمالی، جبرگرایانه) دارد. **رگین (۲۰۰۸)** برای جبر بولی ۱۰ ویژگی بیان کرده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: استفاده از داده‌های دوشقی، استفاده از جدول ارزشی برای نمایش داده‌های خام، که هر سطر آن حاکی از شرط‌های علی چند مورد است. به عبارتی تعداد سطرهای جدول را تعداد شرط‌های علی مشخص می‌کند.

عمل جمع در بولی که معادل «یا» در منطق جدید است. عمل ضرب در بولی به معنای «عمل جمع» در ریاضی است. منطق ترکیبی، به این معناست که غیاب یک شرط علی به اندازه حضورش جایگاه منطقی دارد؛ زیرا فرض بر این است که علل در ترکیب با هم و به صورت یک کل عمل می‌کنند که از این امر به «کل‌گرایی روش‌شناختی» تعبیر می‌شود (**کافی، ۱۳۹۳: ۱۳۶-۱۴۰؛ طالبان، ۱۳۸۸: ۴۶۶**). این رویکرد به محقق اجازه می‌دهد به مطالعه تطبیقی علت‌های یک پدیده در بافت اجتماعی مختلف بپردازد.

در مارس ۱۹۹۹ یعنی زمانی که بیش از ۵۰ سال از مطالعات انتخاباتی در جهان می‌گذشت، دانشگاه هوستون در آمریکا تصمیم به برگزاری کنفرانسی با هدف بررسی پژوهش‌های مذکور می‌گیرد. در این کنفرانس، پژوهشگرانی که مطالعات انتخاباتی در کشورهای بریتانیا، کانادا، ایرلند، هلند و آمریکا داشتند به همراه پژوهشگرانی از «مطالعات انتخابات اروپا» (EES) و پژوهشگرانی از «مطالعات تطبیقی نظام‌های

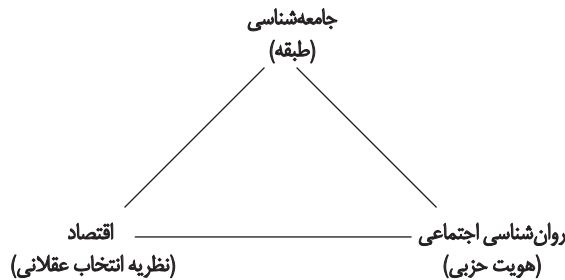
ایدئولوژی مسلط پس از نظریه انتخاب عقلانی جایگاه دوم را دارد، اما نظریه هویت حزبی - جناحی کمترین نزدیکی را با رفتار رأی‌دهندگان داشته است.

یزدخواستی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر دینداری بر گرایش به رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی با تأکید بر نظام مردم‌سالاری دینی» به بررسی تعیین رابطه سطح دین‌داری با رفتار انتخاباتی پرداخته‌اند. روش پژوهش، کتابخانه‌ای و پیمایشی بوده است، جامعه آماری، شهروندان بالای ۱۸ سال مناطق چهارده‌گانه شهر اصفهان بوده است که نمونه‌گیری آن به روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای انجام شده است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که بُعد اعتقادی دینداری بیشترین تأثیر را بر بُعد میزان مشارکت رفتار انتخاباتی دارد. **نجف‌پور و همکاران (۱۳۹۴)** در پژوهش خود به بررسی نقش تلویزیون و مطبوعات در رشد فرهنگ سیاسی‌مشارکتی دانش‌آموزان دبیرستان‌های اصفهان پرداخته‌اند.

روش پژوهش پیمایشی بوده و ۴۱۸ پرسش‌نامه میان دانش‌آموزان پایه دوم و سوم دبیرستانی توزیع و جمع‌آوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تلویزیون بیش از مطبوعات در راستای گسترش آموزه‌های فرهنگ سیاسی‌مشارکتی حرکت کرده است؛ در حالی که آموزه‌های فرهنگ سیاسی که توسط مطبوعات به دانش‌آموزان دبیرستانی منتقل شده، بیشتر تبعی بوده‌اند.

۲. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از تکنیک جبر بولی در تحلیل تطبیقی میان رفتار انتخاباتی مناطق مختلف شهری اصفهان استفاده شده است. داده‌های این پژوهش از آمار و اطلاعات وزارت کشور در مورد انتخابات



تصویر ۱. سه رشته اساسی نظری که در مطالعات انتخاباتی غالب بوده‌اند



تصویر ۲. رابطه علی - معلولی در زمینه اجتماعی

حزبی است در مرکز توجه پروژه دانشگاه میشیگان قرار دارد که در کتاب «رای‌دهنده آمریکایی» کمپل گرد آمده است (نایت و مارش، ۲۰۰۲). دسته چهارم، مسائل مورد توجه در احزاب و کارزارهای انتخاباتی را در نظر گرفته است که از مهم‌ترین پژوهش‌ها در این زمینه مدل داونزی و مدل مسیر است.

نایت و مارش (۲۰۰۲) با توجه به متغیرهای پیش‌گفته، چهار سنت نظری را در بررسی انتخابات روان‌شناسی، اقتصاد و ارتباطات سیاسی. **کورتیس (۲۰۰۲)** نیز با توجه به همین متغیرها، سه رشته اساسی را که به لحاظ نظری مسلط بر بررسی‌های انتخاباتی بوده‌اند، در سه ضلع شامل روان‌شناسی اجتماعی (هویت حزبی)، اقتصاد (نظریه انتخاب عقلانی) و جامعه‌شناسی (طبقه) دسته‌بندی می‌کند (تصویر شماره ۱).

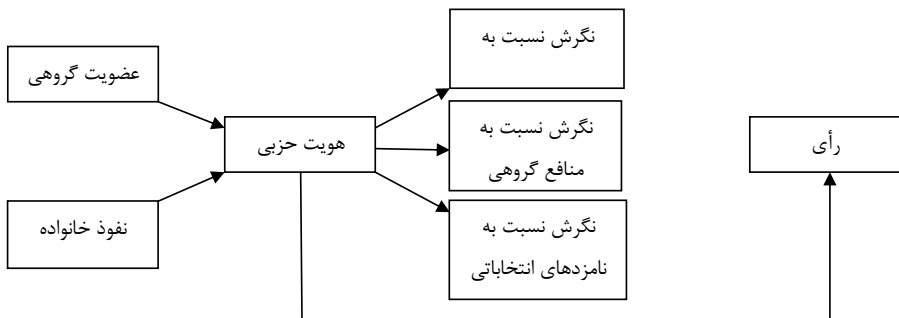
انتخاباتی «(CSES) حضور یافتند. به نظر می‌رسد در آن زمان با توجه به گذشت پنج دهه از عمر مطالعات انتخاباتی‌های سراسری زمان آن فرارسیده بود که به ارزیابی میراث چنین مطالعاتی پرداخته شود (کورتیس، ۲۰۰۲: ۲). در این مطالعات متغیرهای مختلفی مورد بررسی قرار گرفته‌اند که **نایت و مارش (۲۰۰۲)** آن‌ها را به صورت **جدول شماره ۱** می‌آورند.

همان‌گونه که **جدول شماره ۱** نشان می‌دهد، متغیرهای تأثیر گذار بر رفتار انتخاباتی در کشورهای اروپایی و آمریکا به ۹ دسته کلی تقسیم شده‌اند. متغیرهای جمعیت‌شناختی و وابستگی گروهی، بیشتر مبتنی بر رویکرد جامعه‌شناختی‌اند و بر همین اساس در پی تحلیل رفتار انتخاباتی بوده‌اند. کتاب «انتخاب مردم» لازارسفلد^۳ با توجه به همین رویکرد جامعه‌شناختی و متغیرهای دو دسته نخست نگاشته شده است. متغیرهای دسته دیگر که شامل وابستگی

3. Lazarsfeld

جدول ۱. متغیرهای مورد استفاده در مطالعات انتخابات‌های سراسری کشورهای مختلف، نایت و مارش (۲۰۰۲)

متغیرها	شاخص‌ها
۱	متغیرهای جمعیت شناختی
۲	وابستگی‌های گروهی
۱-۲	بررسی محیط محلی (همسایگی)
۲-۲	بررسی محیط شخصی
۳-۲	وابستگی حزبی
۳	مصرف رسانه ای و ارزیابی دانش و اطلاعات سیاسی، فعالیت‌ها و علاقمندی به کارزارهای انتخاباتی
۴	اهمیت (برجستگی) مسائل
۵	نگرش‌های سیاسی
۶	ارزش‌های سیاسی
۷	عملکرد دولت
۸	چهره‌های حزبی
۹	رأی دهی



تصویر ۳. مدل روان‌شناسی اجتماعی میشیگان، هاروپ و میلر (۱۹۸۷)

۱-۲. متغیرهای جمعیت‌شناختی

در بررسی هر پدیده‌ای، متغیرهای جمعیت‌شناختی جایگاه ویژه و ثابتی دارد. برای تحلیل رفتار انتخاباتی نیز چنین متغیرهایی اهمیت زیادی دارند. سن، یکی از متغیرهای پایه‌ای جمعیت‌شناختی است که نشان می‌دهد افراد سنین مختلف، رفتار انتخاباتی متفاوتی از یکدیگر نشان می‌دهند.

برخی از پژوهشگران رابطه میان سن و رأی‌دادن را خطی می‌بینند؛ یعنی معتقدند با افزایش سن احتمال رأی‌دادن افراد هم افزایش می‌یابد. برخی دیگر، برای نسبت میان سن و رأی‌دادن رابطه یو (U) شکل در نظر می‌گیرند. احتمال رأی‌دهی در سنین جوانی، پایین، سپس در سنین میانی افزایش می‌یابد و باز در سنین سالمندی کاهش می‌یابد (لیپست، ۱۹۵۹: ۱۸۷).

علت پایین بودن میزان مشارکت جوانان این است که چون پیش‌تر رأی نداده‌اند، رأی‌دادن به عنوان عادت‌واره در آن‌ها شکل نگرفته است. همچنین، جوانان هنوز به اندازه کافی در نظام اجتماعی جامعه آمیخته نشده‌اند (ایوانز، ۲۰۰۴: ۱۵۳). در حالی

که برای پایین بودن میزان مشارکت جوانان دلایل اجتماعی و انگیزشی وجود دارد، برای سالمندان دلایل فیزیکی عنوان می‌شود. سالمندان، به دلیل ناتوانی جسمی برای رفتن به مراکز رأی‌دهی مشارکت کمتری دارند.

۲-۲. زمینه اجتماعی

زمینه و بافت اجتماعی در تبیین نگرش و رفتار افراد عامل مهمی است. زمانی که تصمیم گرفته می‌شود تا «زمینه C» را به تصویر اضافه کنیم آن‌گاه، به‌سادگی نمی‌توان به دنبال رابطه علی - معلولی A منجر به B می‌شود، بود؛ بلکه باید تغییرات رابطه میان A و B را با توجه به زمینه C در نظر گرفت (کورتیس (۲۰۰۲) (تصویر شماره ۲).

رفتار انتخاباتی کنشی اجتماعی است که نمی‌توان آن را بیرون از بافت اجتماعی‌اش در نظر گرفت. اینگلهارت در کتاب خود با نام «انقلاب خاموش» (۱۹۷۷) با معرفی مفهوم سلسله‌مراتب مازلو می‌گوید که نسل رأی‌دهندگان که متعلق به اواخر دهه ۱۹۶۰ هستند، با توجه به زمینه اجتماعی متمایزی

نحوه اجتماعی شدن سیاسی به نامزد مورد نظر خود رأی می‌دهد (مکتب، کلمبیا). ۲. رأی‌دهنده به کسی رأی می‌دهد که به لحاظ ایدئولوژی و حزبی به او نزدیک باشد. این پاسخ از سوی پژوهشگران دانشگاه میشیگان مطرح شده است و بر اساس پژوهش‌های آن‌ها «هویت حزبی» مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان است. ۳. دسته دیگر از پژوهشگران که فرد شاخص آن‌ها **آنتونی داونز (۱۹۵۷)** است معتقدند که رأی‌دهندگان مایل‌اند که به نامزدی رأی دهند که سیاست‌های او بیش از دیگر نامزدها به آن‌ها نزدیک‌تر و برای آن‌ها سودآورتر باشد. از این نقطه نظر «فاصله» نامزد انتخاباتی با رأی‌دهنده اهمیت دارد.

چنین دیدگاهی ریشه در نظریه انتخاب عقلانی دارد که می‌گوید فرد رأی‌دهنده به کسی رأی می‌دهد که سیاست‌های او بیشترین سودمندی را برای او به همراه می‌آورد (ایوانز، ۲۰۰۴: ۹۸). «برجستگی مسئله» در این میان برای رأی‌دهندگان اهمیت دارد. به این معنا که برخی مسائل برای رأی‌دهندگان از مسائل دیگر مهم‌تر است و همین عامل چگونگی رأی‌دادن آن‌ها را مشخص می‌کند (ایوانز، ۲۰۰۴: ۹۵). داونز برای این منظور از مدل فضایی استفاده می‌کند و می‌گوید در چنین مدلی، موقعیت فرد رأی‌دهنده نقش اساسی در انتخاب او دارد. مدل داونز به مدل همجواری یا مدل داونزی معروف شده است.

۲-۳-۲. مکتب کلمبیا

لازارسفلد در دهه ۱۹۴۰ و اوایل دهه ۱۹۵۰ با بررسی جامعه‌پذیری سیاسی و گروه‌های جمعیت‌شناختی به تأثیرات چنین عواملی بر الگوی فکری رأی‌دهندگان پرداخته است.

از والدینشان، اجتماعی شدند. والدین آن‌ها متعلق به دوران رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ و در معرض ایدئولوژی‌هایی همچون کمونیسم و فاشیسم و جنگ جهانی دوم بودند. در حالی که فرزندان آن‌ها به دور از رکود اقتصادی، در دوران شکوفایی اقتصادی به دنیا آمدند و دغدغه‌های پسمادی گرایانه مانند محیط زیست، فمینیسم، برابری جنسیتی و غیره داشتند، دغدغه‌هایی که احزاب سنتی توجهی به آن‌ها نداشتند (ایوانز، ۲۰۰۴: ۷۹).

به دلیل وجود چنین بافت اجتماعی جدیدی است که نگرش‌های نسل جدیدتر متفاوت از نسل‌های پیشین می‌شود و در نتیجه رفتار انتخاباتی متفاوت‌تری را نیز نشان می‌دهد. در آمریکا نیز با توجه به همین تغییرات و بر اساس دیدگاه‌های نظری و داده‌های عینی کتاب‌هایی همچون «رأی‌دهنده آمریکایی تغییر یافته» نگاشته شد که مدعی بودند بروز مسائل جدید و سیاست اعتراضی در سرتاسر دهه ۱۹۶۰ نسلی را به لحاظ سیاسی برای مبارزه در برابر آرایش سیاسی احزاب سنتی بسیج کرد (ایوانز، ۲۰۰۴: ۸۴).

۲-۳-۳. چگونه رأی‌دهندگان تصمیم می‌گیرند

۲-۳-۱. مدل‌های رفتار انتخاباتی

رأی‌دهنده‌ای را تصور کنید که می‌خواهد میان دو یا چند نامزد انتخاباتی به یکی از نامزدها رأی دهد. پرسشی که برای پژوهشگران اهمیت دارد این است که او بر چه اساسی تصمیم می‌گیرد و به کدامیک از نامزدها رأی می‌دهد. پژوهشگران (مریل و گرافمن، ۲۰۰۳؛ به نقل از دهقانی، ۱۳۹۵: ۱۶۶) بر اساس بررسی‌های انجام‌شده چنین پاسخ می‌دهند: ۱. رأی‌دهنده با توجه به طبقه اجتماعی، خانواده و

رفتار انتخاباتی تأثیر می‌گذارد. مدل روان‌شناختی - اجتماعی میشیگان در مورد تحلیل رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان نشان می‌دهد که «هویت حزبی» در تصمیم‌گیری افراد اهمیت زیادی دارد. چنین هویت حزبی‌ای، تحت تأثیر اجتماعی‌شدن سیاسی و از طریق نهادهایی همچون خانواده و گروه‌هایی که فرد در آن عضویت دارد شکل می‌گیرد (تصویر شماره ۳).

هاروپ و میلر (۱۹۸۷) (به نقل از ایوانز، ۲۰۰۴: ۳۴) نیز برای فهم بهتر مدل میشیگان عوامل مداخله‌کننده میان هویت حزبی و رأی‌دهی افراد را به سه مقوله تقسیم کردند: نگرش نسبت به نامزدهای انتخاباتی، نگرش نسبت به سیاست‌ها و نگرش نسبت به گروه‌های ذی‌نفع. نگرش نسبت به نامزدهای انتخاباتی تا حدودی خوداکتشافی و فردی است و افراد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی نامزدهای انتخاباتی ممکن است که به سمت او جلب و یا دفع شوند. مانند بیل کلینتون و تونی بلر^۴ که به دلیل ویژگی‌های فردی به عنوان سیاست‌مدار توانستند آرای کسانی که دارای هویت حزبی متمایزی از آن‌ها بودند را به دست آورند.

«نگرش نسبت به سیاست‌ها» معطوف به برنامه‌ها و مانیفست احزاب سیاسی است؛ برای نمونه ممکن است که یک رأی‌دهنده لیبرال به دلیل تغییر در اولویت‌بندی حزب لیبرال در مورد کاهش بودجه سلامت و افزودن به بودجه آموزش در مورد رأی‌دادن به حزب لیبرال تغییر نظر دهد. «نگرش نسبت به گروه‌های ذی‌نفع» مرتبط با عضویت فرد در گروه‌های ذی‌نفعی همچون اتحادیه‌های کارگری و غیره است. برای نمونه اگر سیاست‌های دولت وقت با منافع گروهی که فرد در آن عضویت دارد

لازارسفلد در کتاب «انتخاب مردم» بر اساس مطالعه پانل به بررسی ترجیحات متغیر و الگوی رأی‌دهی افراد پرداخته و شاخصی را به نام IPP بر پایه طبقه اجتماعی، مذهب، و سکونت شهری - روستایی به دست می‌آورد. شاخص IPP امکان پیش‌بینی رفتار انتخاباتی مردم را می‌دهد. برای نمونه در انتخابات دهه ۱۹۹۰ آفریقاییان آمریکایی‌تبار، مهاجران آمریکای لاتین و یهودیان به دموکرات‌ها و پروتستان‌ها، به‌ویژه بنیادگرایان پروتستان و ایالت‌های جنوبی به جمهوری‌خواهان رأی دادند (اوسکام و شوتز، ۲۰۰۵: ۱۴). چنین الگوی رأی‌دهی در انتخابات ۲۰۰۸ آمریکا نیز مشاهده شد.

لازارسفلد به عنوان یک جامعه‌شناس نشان می‌دهد که چگونه روابط بین‌فردی و خانواده نقش مهمی در الگوی رأی‌دهی افراد دارند. او در تغییر نیت الگوی رأی‌دهی فرد و نقش خانواده بر آن از ماه ژوئن (سه ماه پیش از زمان انتخابات) تا آگوست (زمان انتخابات) به بررسی طولی می‌پردازد. پژوهش او نشان می‌دهد که در مواردی که اعضای خانواده با رأی‌دهنده بر سر یک کاندیدا موافق بودند، ۸۰ تا ۹۰ درصد افراد رأی‌دهنده در انتخابات ماه آگوست بر نظر نخستین خود (که در ماه ژوئن اعلام کرده بودند) پایبند ماندند و در مواردی که خانواده با رأی‌دهنده مخالف بود، نزدیک به نیمی از رأی‌دهندگان هنگام رأی نظرشان تغییر کرده است (اوسکام و شوتز، ۲۰۰۵: ۳۱۹).

۲-۳-۳. مدل میشیگان

پس از لازارسفلد اندیشمندانی همچون کمپل، روند پژوهش روی عوامل مؤثر بر الگوی رأی‌دهی را ادامه دادند. آن‌ها پی بردند که شاخص IPP از طریق متغیر مهمی با عنوان «هویت حزبی» بر

4. Bill Clinton & Tony Blair

بالاترین میزان آرای اصلاح‌طلبان به تفکیک صندوق بوده است. پس از منطقه ۵، مناطق ۱، ۳، ۴، ۶، ۸ و ۱۳ به ترتیب بیشترین میزان رأی به اصلاح‌طلبان را داشته‌اند. نزدیک به ۵۰ هزار رأی اصلاح‌طلبان به عبارتی یک‌سوم آرای آن‌ها در این دور از انتخابات شورای شهر به مناطق آن سوی آب، یعنی مناطق ۵، ۶ و ۱۳ اختصاص دارد و دوسوم دیگر آرا به مناطقی غیر از مناطق ۵، ۶ و ۱۳ اختصاص دارد که از این دوسوم، بیش از یک‌سوم آن در نقاطی مشخص متمرکز شده‌اند و نزدیک به یک‌سوم دیگر آن بصورت پراکنده در این مناطق صورت گرفته است.

به عبارتی دیگر، بالغ بر ۶۰ هزار رأی اصلاح‌طلبان (بیش از یک‌سوم) در نقاط متمرکزی در این سوی آب (شمال زاینده‌رود) یعنی منطقه ۱، ۳، ۴، شرق و جنوب منطقه ۸، جنوب و جنوب شرق منطقه ۱۲ و غرب منطقه ۱۰ قرار گرفته است و نزدیک به یک‌سوم دیگر آرای اصلاح‌طلبان در همین مناطق به صورت پراکنده بوده است (استانداری اصفهان، ۱۳۹۶). بنابراین آرایش انتخاباتی دو جناح اصلی را می‌توان حول نقاط متحدالمرکز در گوشه‌گوشه شهر مشاهده کرد.

به نسبت درصد جمعیت همچنان غلبه آرای اصلاح‌طلبان در آن سوی رودخانه (مناطق ۶، ۵ و ۱۳) است، اما با توجه به شمار بیشتر جمعیت در مناطق دیگر شهر به نظر می‌رسد این تقسیم‌بندی سنتی که آرای اصلاح‌طلبان در آن سوی رودخانه است و آرای اصول‌گرایان در سمت دیگر زاینده‌رود قرار دارد، دیگر همچون گذشته محلی از اعراب ندارد. همان‌طور که گفته شد بیش از دوسوم آرای اصلاح‌طلبان در مناطق این سوی زاینده‌رود (مناطق غیر از ۶، ۵ و ۱۳) به دست آمده و پراکنش جغرافیایی آرای اصلاح‌طلبان نشان می‌دهد که آرایش پایگاه رأی دو جناح اصلی انتخابات تغییرات

همخوانی نیابد، احتمال تغییر نظر فرد نسبت به حزب و نامزد دیگر افزایش می‌یابد.

۳-۴. آرایش انتخاباتی جناح‌های سیاسی و رفتار رأی‌دهندگان اصفهانی

همان‌طور که گفته شد دو جناح عمده سیاسی کشور در شهر اصفهان نیز حول دو لیست اصلی در این دور از انتخابات (۱۳۹۶) با یکدیگر به رقابت پرداختند؛ لیست امید و لیست مجمع اصول‌گرایان. لیست امید اصلاح‌طلبان توانست با میانگین ۱۳۷ هزار و ۵۶۵ رأی، در برابر مجمع اصول‌گرایان با میانگین ۵۵ هزار و ۳۰۱ رأی بیشتری بیاورد و همه ۱۳ نفر آن وارد شورای شهر اصفهان شوند. این نتایج نشان داد که بیش از هر زمان دیگری رأی مردم مبتنی بر شناخت و انتخاب جناح‌بندی‌های سیاسی کشور بود.

رشدیافته‌ترین مناطق شهری اصفهان ۵، مناطق ۳، ۱ و ۶ هستند. تقریباً به جز چند محله (دنارت، ردان، همت‌آباد، تخت فولاد و فیزیدان) تمام محله‌های واقع در این مناطق جزء مناطق متوسط به بالا به شمار می‌آیند. بیشترین تمرکز زیرساخت‌های فرهنگی و اقتصادی شهر در کنار منطقه تاریخی (۱) و ۳) در مناطق ۵ و ۶ قرار گرفته است (دهقانی، ۱۳۹۶: ۱۱). اصلاح‌طلبان در این مناطق بالاترین آرای خود را کسب کردند.

میانگین آرای اصلاح‌طلبان در منطقه ۵ بالغ بر ۳۰ هزار رأی بوده است. سر لیست اصلاح‌طلبان در صندوق‌های واقع در خیابان‌های هزارجریب و مرداویج هریک به ترتیب با ۸۹۴ و ۸۸۵ رأی

۵. با توجه به شاخص تحصیلات، درآمد و وجود زیرساخت‌های فرهنگی

بلوار بعثت آرایشان پایین است. منطقه ۱۰ را نیز می‌توان به دو بخش شرق و غرب و جنوب غرب تقسیم کرد. در محلات جنوب غربی آن مانند محله‌های پروین، سروستان، دشتستان و عسکریه که محله‌های برخوردار هستند، آرای اصلاح‌طلبان ۵ برابر محله‌های کمتر برخوردار آن مانند ۲۴ متری و هفتون است (استانداری اصفهان، ۱۳۹۶).

در مجموع و با توجه به میانگین آرای هر دو جناح می‌توان گفت که آرای اصلاح‌طلبان نسبت به اصولگرایان در مناطق برخوردار بالای شهر نسبت به مناطق محروم شهر پنج به یک است. اما این نسبت در مناطق محروم پایین شهر کاملاً متفاوت است. در منطقه ۱۴ که بیشترین تعداد محله‌های کمتر برخوردار در آنجا هستند، به رغم تراکم جمعیتی بالا، اصلاح‌طلبان پایین‌ترین آرا را داشته‌اند.

در محله‌های دارک، ارزنان، عمان سامانی، باطون و حصه که محروم‌ترین نقاط اصفهان به‌شمار می‌آیند، مجموع میانگین آرای اصلاح‌طلبان به‌سختی به هزار رأی می‌رسد. در برخی از حوزه‌های اخذ رأی‌گیری آرای اصلاح‌طلبان صفر است. همچنین، مکان اخذ رأی هم تفاوت معناداری در میزان آرای دو جناح اصلی انتخابات دارد. با بررسی آرای اخذشده به تفکیک صندوق و به تفکیک مکان‌هایی مانند مساجد و مدارس، نتایج نشان می‌دهد در غالب موارد در مدارس میزان آرای اصلاح‌طلبان تا حدودی بالاتر از رقبای آن‌هاست. تقریباً تمام خیابان‌های تازه‌تأسیس و شهرک‌های نوساز حتی واقع در محله‌های محروم نیز اکثر آرای خود را به اصلاح‌طلبان داده‌اند.

به نظر می‌رسد میزان درآمد، تحصیلات و برخورداری از زیرساخت‌های فرهنگی از عمده‌ترین دلایل رأی شهروندان اصفهانی به اصلاح‌طلبان

عمده‌ای داشته است. فربه‌تر شدن طبقات متوسط شهری در مناطق ۱، ۳، ۴، ۷، ۸، ۱۰، ۱۲ با تقویت آرای اصلاح‌طلبان همراه بوده است.

دوسوم محلات این مناطق محله‌های برخوردار هستند که آرای خود را به اصلاح‌طلبان داده‌اند. بالغ بر یک میلیون و ۷۰۰ هزار نفر جمعیت اصفهان در این مناطق (شمال‌زاینده‌رود) ساکن هستند که از میان آن‌ها نزدیک به یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر آن‌ها پای صندوق‌های رأی رفته‌اند، از این تعداد بالغ بر ۱۰۰ هزار رأی اصلاح‌طلبان (دوسوم مجموع آرای آن‌ها) متعلق به این مناطق بوده است.

همچنین به نظر می‌رسد برای فهم بهتر پایگاه طبقاتی آرای دو جناح اصلی سیاسی، بررسی مناطق ۱۰، ۸ و ۱۲ کمک‌کننده باشد. منطقه ۸ را می‌توان به دو بخش سنتی و مدرن تقسیم کرد. در حالی که در مناطق سنتی آن همچون کوجان و بهرام‌آباد که غالباً طبقات کمتر برخوردار در آن‌ها ساکن هستند مجموع میانگین آرای اصلاح‌طلبان نزدیک به هزار رأی است. در محله خانه اصفهان و محله‌های جدید نزدیک به آن، که محل سکونت طبقات برخوردار شهری هستند، بالغ بر ۵ هزار رأی به اصلاح‌طلبان اختصاص یافته است. در منطقه ۱۲ نیز این تفکیک پایگاه طبقاتی به‌وضوح مشاهده می‌شود، در حالی که در ملک‌شهر اصلاح‌طلبان ۵ هزار رأی داشته‌اند در مناطق محروم و آسیب‌خیز آن همچون محله عرب‌ها و ناصرخسرو به رغم تراکم جمعیت بالا تنها ۱۸۰ رأی داشته‌اند.

در منطقه ۷ که آن را نیز می‌توان به دو بخش شمال و جنوب اتوبان چمران تقسیم‌بندی کرد، در بخش شمالی آن یعنی برازنده، آرای اصلاح‌طلبان بالاست و در بخش جنوبی آن یعنی مولوی و

جدول ۲. جدول ارزش مناطق شهر اصفهان از نقطه نظر عوامل جامعه‌شناختی در رأی به اصلاح‌طلبان به ترتیب بالاترین میزان آرا

مناطق اصفهان	درآمد بالا (A)	تحصیلات بالا (B)	وجود زیرساخت‌های فرهنگی (C)	جوایی جمعیت (D)	رأی به اصلاح‌طلبان (Y)	فراوانی محله‌های برخوردار
منطقه ۵	۱	۱	۱	۰	۱	۱۲ از ۱۲
منطقه ۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱۱ از ۱۱
منطقه ۳	۱	۱	۱	۰	۱	۱۲ از ۱۴
منطقه ۱۳	۱	۱	۰	۱	۱	۹ از ۷
منطقه ۶	۱	۱	۱	۰	۱	۱۳ از ۹
منطقه ۴	۱	۱	۱	۰	۱	۱۷ از ۱۱
منطقه ۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱۷ از ۹
منطقه ۱۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱۷ از ۷
منطقه ۱۲	۰	۰	۰	۱	۰	۱۰ از ۳
منطقه ۷	۰	۰	۰	۱	۰	۱۲ از ۳
منطقه ۱۴	۰	۰	۰	۱	۰	۱۲ از ۰

پانزده‌گانه شهر اصفهان به خود اختصاص داده است (نورایی و ستاری، ۱۳۹۶: ۵۱). منطقه ۱۴ با ۱۶ درصد تحصیلات عالی پایین‌ترین میزان تحصیلات عالی را در میان مناطق پانزده‌گانه دارد.

منطقه ۷ با ۳۲ درصد میزان تحصیلات عالی، منطقه ۱۰ با ۳۰ درصد تحصیلات عالی و منطقه ۱۲ با ۳۰ درصد تحصیلات عالی، میزان تحصیلات عالی پایین‌تر از حد متوسط مناطق پانزده‌گانه شهر اصفهان را دارند (شناسنامه فرهنگی - اجتماعی شهر اصفهان به نقل از دهقانی، ۱۳۹۶: ۱۳). میزان تحصیلات، درآمد و وجود یا نبود زیرساخت‌های فرهنگی در مناطق شهری نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار انتخاباتی شهروندان این مناطق داشته است.

است. بالاترین میزان تحصیلات، به‌ویژه تحصیلات دانشگاهی با نزدیک به ۵۲ درصد در میان مناطق پانزده‌گانه شهر اصفهان به منطقه ۵ اختصاص دارد. منطقه ۶ با ۴۴ درصد، منطقه ۱ با ۴۳ درصد، منطقه ۳ با ۴۰ درصد، منطقه ۴ با ۴۰ درصد، منطقه ۱۳ با ۴۰ درصد، منطقه ۸ با ۳۴ درصد به ترتیب بالاترین تحصیلات را در شهر اصفهان دارند.

منطقه ۳ با ۴۰ درصد تحصیلات عالی و ۱۲ محله از ۱۴ محله آن محله‌های برخوردار به شمار می‌آیند. این منطقه بیشترین تعداد مراکز فرهنگی، امامزاده و مساجد مناطق پانزده‌گانه شهر اصفهان را دارد. منطقه ۳ با ۱۵ امامزاده، ۲۳ کانون فرهنگی، نزدیک به ۳۰۰ مسجد، ۱۵ کتابخانه و سالن مطالعه، ۱۱ مرکز فرهنگی و آموزشی بیشترین زیرساخت‌های فرهنگی، مذهبی و آموزشی را در میان مناطق

۳. یافته‌های پژوهش

مناطق نابرخوردار به حساب می‌آیند.

سالمندترین مناطق شهری اصفهان به ترتیب عبارت‌اند از: ۱، ۳، ۶ و ۵، و جوان‌ترین مناطق شهری اصفهان عبارت‌اند از: ۱۴، ۱۱، ۱۲ و ۱۵. منطقه ۱ اصفهان با میانگین سنی ۳۶ سال و منطقه ۱۴ با میانگین سنی ۲۷ سال پیرترین و جوان‌ترین مناطق شهری اصفهان هستند (آمارنامه شهر اصفهان، ۱۳۹۵). داده‌های مربوط به شروط علی (درآمد و تحصیلات بالا، جوان‌بودن جمعیت، برخورداری از زیرساخت‌های فرهنگی) و پیامد (رأی به اصلاح‌طلبان) به تفکیک مناطق در جدول شماره ۲ آورده شده است.

از مجموع ۱۴۴ محله در ۱۱ منطقه، ۸۴ محله برخوردار داریم که اکثریت رأی ساکنان این محلات به اصلاح‌طلبان اختصاص یافته است. منطقه ۵ همه ۱۲ محله آن و منطقه ۱ همه ۱۱ محله آن، محله‌های برخوردار به شمار می‌آیند و بیشترین رأی آن‌ها نیز به اصلاح‌طلبان اختصاص یافته است. منطقه ۳ از ۱۴ محله، ۱۲ محله آن برخوردار است که سومین منطقه به شمار می‌آید که بیشترین آرا را به اصلاح‌طلبان داده است. به همین ترتیب مناطق دیگر با توجه به تعداد محله‌های برخوردار آرای خود را به صندوق ریخته‌اند، مناطق ۱۰، ۱۲، ۷ و ۱۴ بیشترین محلات محروم را دارند و بر همین اساس کمترین آرا به اصلاح‌طلبان اختصاص یافته است.

هدف از ساختن جدول ارزش (جدول شماره ۱) مشخص کردن پیوندهای میان ترکیب‌های شروط علی با پیامدی معین است. در این جدول، هر سطر جدول اختصاص به یک مورد ندارد، بلکه هر سطر حاکی از ترکیبی منحصر به فرد و به طور منطقی ممکن از شروط علی است. از این رو تعداد سطرهای

در جبر بولی هر متغیر به صورت دوازده‌گانه «وجود / عدم یا حضور / غیاب» مدنظر قرار می‌گیرد؛ بنابراین در تحلیل بولی داده‌های اجتماعی، کلیه متغیرها اعم از مستقل و وابسته، باید تبدیل به متغیرهای دوشقی (کد صفر و یک) شوند. در این مطالعه نیز متغیرهای تحقیق بر مبنای میانه داده‌های ۱۱ منطقه اصفهان دوشقی شدند؛ به نحوی که مقادیر بالای میانه، کد یک و ارزش میانه و پایین‌تر، کد صفر گرفتند. در جدول شماره ۲، مناطقی از میان مناطق پانزده‌گانه انتخاب شده‌اند که به ترتیب بیشترین آرا و کمترین آرای اصلاح‌طلبان در آنجا بوده است.

مناطق بومی اصفهان شامل مناطق ۲، ۹، ۱۱ و ۱۵ به دلیل آنکه رفتار انتخاباتی آن‌ها مبتنی بر رأی به لیست‌ها نبوده و در واقع به افرادی از لیست‌های مختلف رأی داده‌اند که زادگاهشان در منطقه موردنظر بوده، در اینجا مورد بررسی قرار نگرفتند. جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان اصفهانی تحت تأثیر متغیرهای درآمد، تحصیلات بالا و برخورداری از زیرساخت‌های فرهنگی (طبقه اجتماعی متوسط و متوسط به بالا) روی داده است. میانگین تحصیلات مناطق پانزده‌گانه شهر اصفهان ۳۴ درصد است (بالاتر از این میزان کد ۱ و پایین‌تر از آن کد صفر گرفته است).

متغیر زیرساخت‌های فرهنگی شامل تعداد مراکز فرهنگی، علمی، تجاری، نهادهای خدماتی و دولتی بر اساس پژوهش (نورایی و ستاری، ۱۳۹۶) و به ترتیب برخورداری مناطق، عبارتند از: مناطق ۵، ۱، ۳ و ۶ که بالاترین میزان زیرساخت‌های فرهنگی را در اصفهان دارند و سپس مناطق ۸ و ۴ تا حدودی از زیرساخت‌های بالایی برخوردار هستند و دیگر

صورت که چنان که دو عبارت بولی فقط در یک شرط علی با یکدیگر متفاوت باشند و هر دو یک نتیجه را موجب شوند در آن صورت می توان آن شرط علی را حذف کرد و عبارت ساده تری ساخت (رگین، ۲۰۰۸: ۹۳)؛ زیرا حضور و یا غیاب آن در نتیجه بی تأثیر است؛ بنابراین ترکیب های چهار جمله ای را می توان به ترکیب های سه جمله ای و سپس دو جمله ای تقلیل داد، مانند:

ترکیب ABCd با ABcd می شود: ABd

ترکیب ABCD با ABCd می شود: ABC

ترکیب ABcd با ABCD می شود: AB

در نتیجه، فرمول رای به اصلاح طلبان به صورت فرمول شماره ۲ می شود:

$Y = ABd + ABC + AB = AB(d+C)$ رأی به

اصلاح طلبان

این معادله دلالت بر آن دارد که سه ترکیب یا الگوی علی هم ارز به عنوان شرط کافی برای شکل گیری مناطقی که به اصلاح طلبان رأی داده اند، وجود داشته است که با فاکتور گیری نهایی مشخص می شود که درآمد و تحصیلات بالا (طبقه اجتماعی بالاتر) در منطقه، شرط لازم و زیرساخت های فرهنگی شرط کافی برای ایجاد مناطقی است که رأی آن ها به سمت اصلاح طلبان گرایش دارد.

۴. بحث و نتیجه گیری

مدل میشیگان که از سوی اندیشمندان همچون کمپل، مطرح شده و معتقد است که شاخص IPP (طبقه اجتماعی و محل سکونت شهری) از طریق متغیر مهمی با عنوان «هویت حزبی» بر رفتار انتخاباتی تأثیر می گذارد، در این پژوهش مورد تأیید واقع شده

جدول ارزش برای هر تعداد از موردها بر اساس فرمول n^2 (n=تعداد شروط علی) محاسبه می شود. بررسی کلیه ترکیب های منطقی ممکن از شروط علی، امکان ساخت شرایط طرح آزمایشی را میسر می سازد (جایی که فقط یک شرط علی امکان تغییر می یابد) و به همین دلیل می تواند تحلیل کاملی از تأثیر شروط علی ارائه دهد (کافی، ۱۳۹۳: ۱۴۰). ترکیب شرط های علی در جبر بولی را با علامت ضرب (×) نشان می دهند.

در رویکرد مورد محور فرض بر این است که یک معلول، ترکیب خاصی از شرط های علی است؛ مثلاً اگر یک معادله به شکل $Y = AB + CDE$ داشته باشیم، بدین معناست که معلول (Y) یا بر اثر ترکیب شرط های A و B (AB) یا بر اثر ترکیب E و D و C (EDC) به وجود آمده است. در معادله نویسی نیز حضور هر شرط علی را با حروف بزرگ انگلیسی و غیاب آن را با حروف کوچک نشان می دهند (کافی، ۱۳۹۳: ۱۳۶-۱۳۹). با توجه به شروط علی جدول شماره ۱ (درآمد، تحصیلات، برخورداری از زیرساخت های فرهنگی و میانگین سنی) و پیامد (رأی به اصلاح طلبان) و بر اساس ترکیب هایی از شروط، معادله بولی رأی به اصلاح طلبان، به شکل فرمول شماره ۱ است:

$$Y = ABCd + Abcd + ABCD$$

همان طور که در جدول شماره ۱ می بینیم از میان ۱۱ منطقه شهر اصفهان ۷ منطقه به اصلاح طلبان رأی داده اند که از میان این ۷ منطقه مناطق ۳، ۶، ۱۰، ۵ و ۴ شروط علی (درآمد، تحصیلات و وجود زیرساخت های فرهنگی) یکسانی دارند؛ بنابراین، ۷ عبارت شکل گرفته از ۷ منطقه به دلیل مشترک بودن به سه عبارت بالا کاهش می یابد. همچنین، در اینجا از قاعده کمینه سازی بولی استفاده می شود؛ به این

و منسجمی برخوردار بوده است. به طوری که رشد یافته‌ترین مناطق و محله‌های شهری اصفهان شامل مناطق ۴، ۶، ۱۳، ۳، ۱، ۵ و ۸ که بالاترین پایگاه اجتماعی - اقتصادی را دارند، بیشترین رأی را به اصلاح‌طلبان داده‌اند و هر اندازه به مرکز شهر و پایین شهر که مناطق کمتر رشد یافته هستند حرکت می‌کنیم، آرای رقبای اصلاح‌طلبان بیشتر شده است. نسبت آرای اصلاح‌طلبان به رقبای محله‌هایی که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر دارند، نسبت ۵ به ۱ است و این نسبت با حرکت به سمت مناطق پایین شهر و کمتر برخوردار کاهش می‌یابد.

بنابراین به نظر می‌رسد، بر خلاف گذشته، رفتار انتخاباتی شهروندان آهسته‌آهسته رنگ و لعاب طبقاتی گرفته است و میان ترجیحات رأی‌دهی آن‌ها و پایگاه طبقاتی‌شان تا حدودی هارمونی وجود دارد. تحلیل طبقاتی برای فهم رفتار انتخاباتی افراد اهمیت زیادی دارد؛ برای نمونه، اهمیت طبقه متوسط در دنیای امروز تا به آن اندازه است که به تعبیر **الکساندر (۲۰۱۰)** حمایت از آن به عنوان نیروی خیر و مقابله و تخریب آن به معنای نیروی شر شناخته می‌شود.

در رقابت‌های سیاسی اگر جریان سیاسی بتواند خود را حامی طبقه متوسط معرفی کند رأی‌دهندگان زیادی را با خود همراه کرده است؛ بنابراین در کشورهای مختلف - اعم از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته - احزاب تلاش می‌کنند که در تبلیغاتشان، خود را حامی طبقه متوسط و رقیب را مخرب و دشمن این طبقه معرفی کنند. در جامعه امروز ما نیز نامزد هر جناحی که موفق شود خود را به عنوان نماینده جمعی طبقه متوسط معرفی کند شانس بالایی در پیروزی انتخابات دارد. آنچه در این میان اهمیت دارد ایجاد هارمونی مشخص میان عامل فرهنگی (ایدئولوژی و هویت حزبی) و عامل

و در مورد تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی از قدرت تبیین‌کنندگی بالایی برخوردار است.

پژوهش حاضر بر خلاف پژوهش عطارزاده و توسلی (۱۳۹۰) که نتیجه گرفته‌اند نظریه انتخاب عقلانی بیشترین هماهنگی را با رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهان دارد و نظریه هویت حزبی - جناحی کمترین نزدیکی را با رفتار رأی‌دهندگان داشته است، نشان می‌دهد که حداقل در پنجمین دور از انتخابات شورای شهر اصفهان، نظریه هویت حزبی و جناحی تأثیرگذار بوده است. شمار بالای آرای دو جناح اصلی اصلاح‌طلب و اصول‌گرا و آرای پایین و ناچیز مستقل‌ها و لیست‌های دیگر انتخاباتی حاکی از این واقعیت است. نتیجه این پژوهش با پژوهش **حاجی‌یوسفی و همکاران (۱۳۹۰)** همخوانی دارد. پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که شناخت پایگاه‌های اجتماعی در ایران در انتخابات نهم ریاست‌جمهوری می‌توانست موجب پیش‌بینی رفتار رأی‌دهندگان باشد. آن‌ها بر این باورند که متغیرهای درآمد، شغل و تحصیلات که تشکیل‌دهنده پایگاه اجتماعی افراد است، نقش مهمی در تبیین رفتار انتخاباتی آن‌ها دارد.

اگرچه در ایران طبقات اجتماعی معینی با تعریف امروزی وجود ندارد و به همین دلیل احزاب طبقه‌محور نیز شکل نگرفته‌اند، مناطق شهری اصفهان را می‌توان با توجه به سه متغیر شغل، درآمد و تحصیلات سه پایگاه اجتماعی - اقتصادی اصلی شامل، پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایین، پایگاه اجتماعی - اقتصادی متوسط و پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالا تقسیم‌بندی کرد.

رفتار انتخاباتی شهروندان دوره پنجم شورای شهر اصفهان نشان می‌دهد که آرای اصلاح‌طلبان و اصول‌گرایان در این دوره از پراکندگی مشخص

طبقاتی (درآمد و شغل) است.

هویت حزبی مطلوب در ایران در شرایطی شکل خواهد گرفت که احزاب نه تنها با توجه به هویت ایدئولوژیکی، بلکه با توجه به هویت طبقاتی مرزهای خود را با یکدیگر مشخص کنند. از سویی، با وجود احزاب طبقه‌محور این امکان وجود دارد که افراد طبقات مختلف اجتماعی از همان آغاز کودکی از طریق جامعه‌پذیری سیاسی با مبانی و برنامه‌های حزبی نماینده طبقات خود آشنا شوند و هویت حزبی معینی در جامعه شکل گیرد. این همان فرایندی است که در کشورهای توسعه‌یافته برای دستیابی به احزاب پایدار و هویت حزبی مشخص روی داده است.

وقتی سخن از ایدئولوژی منسجم است، نباید فقط مقوله فرهنگ موردنظر باشد، بلکه باید داشتن برنامه اقتصادی معین نیز در آن لحاظ شود. در غالب انتخابات‌های اخیر مشاهده می‌شود که اقتصاد نقش تعیین‌کننده‌ای در الگوی رأی‌دهی ایرانیان داشته است. فرهنگ و اقتصاد دو هستی مستقل دارند، اما درهم تنیده‌اند. احزاب سیاسی باید در کنار پایگاه مشخص فرهنگی، پایگاه مشخص طبقاتی خود را نیز بشناسند. نقش فرهنگ در آنجا کلیدی‌تر است که دهلیز ورود به تعیین برنامه اقتصادی هر حزب سیاسی است؛ یعنی اگر حزب سیاسی بخواهد برنامه مشخص اقتصادی داشته باشد لازم است که نخست مرزهای گفتمان سیاسی خود را به عنوان گروهی محافظه‌کار یا تحول‌خواه تعریف و مشخص کند.

همچنین برای تحلیل رفتار انتخاباتی این دور از انتخابات می‌توان از مدل مسیر که از سوی رابینویتز و مک‌دونالد (۱۹۸۹) عنوان شده است، استفاده

کرد. برای این منظور، نخست باید به وضع موجود نگریست. بر اساس مدل مسیر، وضع موجود در آستانه انتخابات در سمت راست پیوستار سیاسی قرار گرفته بود، یعنی جناح راست سال‌ها بود که متصدی قدرت بود، بنابراین رأی‌دهندگان تمایل داشتند به نامزدهای جناح چپ رأی دهند و با این رأی، مسیر حرکت را از راست به چپ تغییر دادند. نمونه تاریخی چنین رفتار انتخاباتی در شورای شهر دوم نیز رخ داد. زمانی که رأی‌دهندگان تمایل یافتند که وضع موجود را پس از یک دوره حضور اصلاح‌طلبان در شورا به سمت راست چرخش دهند. ۱۴ سال بعد، یعنی انتخابات شورای شهر ۱۳۹۶ همین رأی‌دهندگان خواستار آن شدند که پاندول سیاست را از راست، مجدداً به سمت چپ هدایت کنند؛ بنابراین به لیست امید رأی دادند.

همان‌گونه که آشکار است، وضع موجود و چرخش به سمت معکوس، عامل مهمی در فرایند تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان است. در همین راستا، به نظر می‌رسد مفهوم رأی تعدیل‌کننده^۶ در تبیین رفتار انتخاباتی اخیر شهروندان نیز مؤثر باشد. با توجه به این مفهوم، رأی‌دهندگان بر اساس نوع نظام سیاسی و به شیوه‌ای هدفمند در تلاش‌اند قدرت را به صورت عادلانه میان دو جناح اصلی کشور تقسیم کنند. هنگامی که یکی از بازوهای حکومت در دست یک جناح باشد رأی‌دهندگان در پی آن هستند که برای ایجاد تعادل بازوی دیگر حاکمیت را در دست جناح دیگر قرار دهند. بنابراین در این انتخابات تلاش کردند سکان مدیریت شهری را در دست جناح اقلیت قرار دهند. در چنین وضعیتی، رأی‌دهندگان تلاش دارند که مرکز ثقل نظام سیاسی را به سمت مرکز چرخش دهند تا تعادل

6. Compensatory vote

سیاسی لازم تا حدودی میان دو جناح برقرار باشد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی بررسی دقیق‌تر این دیدگاه و آزمون آن، با توجه به داده‌های تجربی بیشتر مورد توجه واقع شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

تمامی اصول اخلاقی در نگارش این مقاله رعایت شده است.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسنده این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع فارسی

- عطارزاده، مجتبی و حسین توسلی. ۱۳۹۰. «تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر اصفهان (پیش از انتخابات نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی)». فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. سال ۲، شماره ۴۲. صص. ۴۵۳-۴۲۱.
- کافی، مجید. ۳۹۳۱. جامعه‌شناسی تاریخی (مفاهیم، نظریه‌ها، نقد و بررسی). قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- میرترابی، سعید، و مهدی میرعباسی. ۱۳۹۳. «نقدی بر تحلیل‌های طبقاتی مبتنی بر رفتار انتخاباتی طبقه متوسط جدید در انتخابات (با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری دوره های هفتم (۱۳۷۶) و نهم (۱۳۸۴)». پژوهش سیاست نظری (پژوهش علوم سیاسی). شماره ۵۱. صص. ۱۹۲-۱۵۷.
- نورانی، همایون، و نیکو ستاری. ۱۳۹۶. «تحلیل میزان رویدادمنداری مناطق ۱۵ گانه کلان شهر اصفهان با تأکید بر زیرساخت‌های رویداد». هنرهای زیبا معماری و شهرسازی. سال ۹، شماره ۷۲. صص. ۴۵-۵۶.
- یزدخواستی، بهجت، علی ربانی خوراسگانی و زهرا سادات کشاورز. ۱۳۹۴. «بررسی تاثیر بر گرایش به رفتار انتخاباتی شهروندان اصفهانی با تأکید بر نظام مردم سالاری دینی». جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۶، شماره ۲. صص. ۴۰-۱۷.
- امارنامه شهر اصفهان. ۱۳۹۵. اصفهان: سازمان فرهنگی تفریحی شهر اصفهان.
- استاندارد اصفهان. ۱۳۹۶. «دفتر انتخابات، آمار و اطلاعات مربوط به انتخابات پنجمین دوره شورای اسلامی شهر اصفهان». [پایگاه اینترنتی]. قابل دسترس در: لینک یافت نشد.
- ایسپا. ۱۳۸۳. «گزارش ۳۸۱: بررسی نگرش و رفتار انتخاباتی مردم تهران». [پایگاه اینترنتی]. قابل دسترس در: لینک یافت نشد.
- بحرانی، محمد حسین. ۱۳۸۸. طبقه متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر (۱۳۸۰-۱۳۲۰) (پژوهشی در گفتمان‌های سیاسی قشرهای میانی ایران). تهران: آگاه.
- تحلیلی بر میزان برخورداری فرهنگی اجتماعی محلات شهر اصفهان. ۱۳۹۵. اصفهان: انتشارات سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان.
- شناسنامه فرهنگی اجتماعی محلات شهر اصفهان. ۱۳۹۴. اصفهان: معاونت فرهنگی اجتماعی شهرداری اصفهان.
- شهرام نیا، امیرمسعود، سارا نجف پور و علی تدین راد. ۱۳۹۴. «تبیین نقش تلویزیون و مطبوعات در رشد فرهنگ سیاسی مشارکتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دبیرستانی شهر اصفهان)». جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۶، شماره ۲. صص. ۱۰۶-۹۱.
- حاجی یوسفی، امیر محمد، مهدی فرازی و راضیه کیوان آرا. ۱۳۹۰. «انتخابات نهم ریاست جمهوری و پایگاه‌های اجتماعی در ایران». پژوهشنامه علوم سیاسی. سال ۷، شماره ۲. صص. ۱۴۹-۱۲۳.
- دهقانی، حمید. ۱۳۹۶. «تیبولوژی مناطق ۱۵ گانه شهری اصفهان با تأکید بر آسیب‌های اجتماعی محله‌های فوق بدخیم». جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۰۳، شماره ۲. صص. ۱۱۷-۱۳۶.
- دهقانی، حمید. ۱۳۹۵. از کارزارهای انتخاباتی تا رفتار انتخاباتی. تهران: جامعه‌شناسان.
- طالبان، محمدرضا. ۱۳۸۸. «درآمدی روش‌شناسانه بر تحلیل بولی فوران از انقلاب ایران». فصلنامه علوم اجتماعی. سال ۵۱، شماره ۲۴ و ۲۴. صص. ۴۲۱-۴۵۳.

References

- Alexander, Jeffrey C. 2010. *The Performance of Politics; Obama's Victory and the Democratic Struggle for Power*. New York: Oxford University Press. <https://books.google.com/books?id=iEXPZb6ln6IC&dq>
- Attarzadeh, Mojtaba, and Hossein Tavasoli. 2011. "The Analysis of Election Behaviour of Isfahan City Citizens (Before the Ninth Round of Islamic Majlis Council) (Persian)." *Political International Researches*. vol. 2. no. 5. pp. 177-193. <https://www.magiran.com/paper/905326?lang=en>
- Bahrani, Mohamad Hossein. 2009. *The Middle Class and Political Developments in Contemporary Iran (1941-2001) (Research in the Political Discourses of the Middle Classes of Iran) (Persian)*. Tehran: Agah. <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/1226288>
- Curtice, John. 2002. "The State of Election Studies: Mid-Life Crisis or New Youth?" *Elections Studies*. vol. 21. no. 2. pp. 161-168. [DOI:10.1016/S0261-3794(01)00015-4]
- Dehghani, Hamid. 2016. *From Election Campaigns to Electoral Behavior (Persian)*. Tehran: Sociologists Publications. <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/3951851>
- Dehghani, Hamid. 2019. "Urban Typology Focusing on the Social Pathologies in Super Wicked Neighborhoods of Fifteen Areas of Isfahan (Persian)." vol. 30. no. 2. pp. 117-135. <https://www.magiran.com/paper/1979633?lang=en>
- Downs, Anthony. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row. <https://books.google.com/books?id=fxoAuAEACAAJ&dq>
- Evans, Jocelyn A J. 2004. *Voters and Voting*. London: Sage. <https://books.google.com/books?id=neyDyX-49kPUC&dq>
- Hajiyousefi, Amir Mohammad, Mahdi Farazi and Raziheh Keivan Ara. 2012. "The 9th Presidential Election and Social Bases in Iran (Persian)." *Journal of Political Science Association*. vol. 7. no. 2. pp. 123-149. <https://www.magiran.com/paper/988185?lang=en>
- Harrop, Martin, and William L Miller. 1987. *Elections and Voters. A Comparative Introduction*. Basingstoke: Macmillan. [DOI:10.1007/978-1-349-18912-0] [PMCID]
- Inglehart, Ronald. 1977. *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among West European Publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt13x18ck>
- Isfahan Cultural and Social Identity Card (Persian). 2015. Isfahan: Isfahan Municipality's Deputy for Social and Cultural Affairs.
- Isfahan's Statistics (Persian). 2016. Isfahan: Cultural and Social Deputy of Isfahan Municipality <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/4502268>
- An analysis of the Level of Cultural and Social Enjoyment of Isfahan's Neighborhoods in 2016. 2016. Isfahan: Isfahan Municipality Cultural and Entertainment Organization Publications <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/4619941>
- ISPA. 2004. "Report 183: Survey on Attitude and Electoral Behavior of People of Tehran (Persian)." [Internet]. Available at: Not Found Link.
- Isfahan Provincial Government. 2017. "The Office of Election, The Statistics and Information of the Fifth Election of City Councils of Isfahan (Persian)." [Internet]. Available at: Not Found Link.
- Kafi, Majid. 2014. *Historical Sociology (Principles, Concepts and Theories) (Persian)*. Qom: Research Institute of Hawzeh and University. <http://opac.nlai.ir/opac-prod/bibliographic/3456924>
- Knight, K, and Michael Marsh. 2002. "Varieties of Election Studies. *Electoral Studies*." vol. 21. no. 2. pp. 169-187. [DOI:10.1016/S0261-3794(01)00016-6]
- Lipset, Seymour Martin. 1959. *Political Man: The Social Bases of Voting*. London: Heinemann.
- Merrill III, Samuel, and Bernard Grofman. 2003. *A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Spatial Models*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mirtorabi, Saeid, and Seyed Mehdi Mirabbasi. 2014. "A Critical Study of Class-Based Analysis about Election Behavior of New Middle Class (Iran's Presidential Elections Seventh (1995) and Ninth (2003) Periods) (Persian)." *Pizhuhish-I Siyasat-I Nazari: Research in Political Science*. no. 15. pp. 157-192. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=246371>
- Najafpour, Sara, Amir Masoud Shahramnia and Ali Tadayon Rad. 2015. "Explaining of TV and Press Role in Participation Political Culture among Students (High School

- Students of Isfahan Case Study) (Persian).” Journal of Applied Society. vol. 26. no. 2. pp. 91-106. http://jas.ui.ac.ir/article_18397.html
- Nooraie, Homayoon, and Nikoo Sattari. 2018. “Analysis of the Amount of Eventful in the 15 Regions of Isfahan Metropolis with Special Reference to Event Infrastructures (Persian).” Honar-ha-ye-Ziba Memari-va-Shahrsazi. vol. 9. no. 72. pp. 45-56. <https://www.magiran.com/paper/1822522?lang=en>
- Oskamp, Stuart, and Wesley P Schultz. 2005. Attitude and Opinion. New York: Psychology Press. <https://www.amazon.com/Attitudes-Opinions-Stuart-Oskamp/dp/0805847693>
- Rabinowitz, George, and Stuart Elaine Macdonald. 1989. “A Directional Theory of Issue Voting”. American Political Science Review. vol. 83. no. 1. pp. 93-121. [DOI:10.2307/1956436]
- Regin, Charles. 2008. “Redesigning Social Inquiry: Fuzzy Sets and Beyond”. Chicago: University of Chicago Press. <https://books.google.com/books?id=-9GL-PAAACAAJ&dq>
- Taleban, Mohamad Reza. 2009. “A Methodological Review of Foran’s Analysis of the Islamic Republic of Iran (Persian).” vol. 15. no. 42-43. pp. 421-453. http://journals.atu.ac.ir/article_5368.html
- Yazdkhašti, Behjat, Ali Rabbani Khorasgani and Zahra Sadat Keshavarz. 2015. “Study of the influence of the Religiosity on the Electoral Behavior of Isfahan Citizens with Emphasis on Religious Democracy (Persian).” Journal of Applied Society. vol. 26. no. 2. pp. 17-40. http://jas.ui.ac.ir/article_18395.html