مجلة دراسات دوليّة

اسم المقال: أسس السلوك التصويتي في الولايات المتحدة الامريكية
اسم الكاتب: د. منتصر مجيد حميد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7106
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 22:55 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة دراسات دوليّة جامعة بغداد ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

أسس السلوك التصويتي في الولايات المتحدة الامريكية

د . منتصر مجيد حميد(*)
montaser_72@yahoo.com

ملخص البحث :

يمثل السلوك التصويتي أحد أهم مجريات العملية الديمقراطية ، انتقالاً ، وتحولاً ، وترسيخاً ، لذا فأنه يكتسب أهميةً على الصعيدين النظري والتطبيقي ، وعلى مختلف المستويات انطلاقا من الفرد وصولا الى النظام، بمعنى انه يمثل تجسيراً بين تلك المستويات والأصعدة ، هذا على الصعيد النظري ، أما على الصعيد العملي فأن المعطى التصويتي يمثل حاجة ماسة للعراق والمنطقة في خضم مسار التغيير والانتقال الراهن ، وما يتضمنه من عمليات انتخابية في سياق ذلك ، والملاحظ ان هذا السلوك – نظرياً وعملياً – يمثل مركباً مموهاً ومخاتلاً، ذلك انه وكما أظهرت التجارب والدراسات يعتمد المعطيات الكامنة واللاشعورية بقدر أهم ان لم نقل أكبر في احيان عديدة مما يعتمد المعطيات المنطقية أو العقلانية ، وان كان البعض يعتقد بتكاملية تلك المقاربات ، عليه فأن السلوك التصويتي كما تبين النظريات والنماذج الواردة ، ليس مجرد عملية أجرائية ، كما يبدو للوهلة الاولى ، بمعنى انها ليست مجرد قضية اختيار ، انما هي عملية تمثل سيرورة على كل الأصعدة ، انها عملية تاريخية من تنشأة وثقافة ومجتمع واقتصاد وسياسة .

مقدمة :ان الدارس لهذا الحقل المعرفي يلاحظ اول ما يلاحظ ان السلوك التصويتي للناخب هو مركب متعدد الأبعاد قد يبدو للعديدين مموهاً ومخاتلاً ، ذلك انه يتضمن المعطيات الكامنة واللاشعورية بقدرما،كما يتضمن المعطيات المنطقية و العقلانية بقدر آخر ، بكلمة اخرى العوامل اللاواعية على حساب العوامل الواعية بقدر أو بآخر، وان كان البعض يعتقد بتكاملية تلك

(*)كلية العلوم السياسية /جامعة بغداد.

المقاربات ، وهو عكس التصور الشائع او مايفترض ان يكون — ربما – في الممارسة الديمقراطية لاسيما في المجتمعات المتقدمة التي تمتاز كما يفترض بمستوى جيد من الثقافة السياسية الديمقراطية — ثقافة المشاركة – ، وبالتالي مستوى اعلى من الوعي السياسي، لكن يبدو عن طريق دراسة النظريات الخاصة بهذا الموضوع والتي اخذت منحاً تجريبياً كما هو شأن الدراسات الاجتماعية والسياسية الحديثة لاسيما في الولايات المتحدة الامريكية، يبدوأن السلوك الانتخابي ذا طبيعة مختلفة الى حد واضح ، من هذا المنطلق نشأت فرضية البحث، وجاءت في اطار المدرسة السلوكية التي تعتقد ان السلوك السياسي ومنه السلوك الانتخابي يخضع الى اشتراطات ومؤثرات تنتج استجابات قابلة للقياس على صعيد سلوك الناخب ، واكتشاف وتحديد العوامل المفسرة له ، والتنبؤ بالنتائج المتعلقة به .

بناءا عليه فأن الاشكالية تتمثل في تحديد العوامل الحاكمة او الاكثر تأثيراً في السلوك التصويتي ، وتقدير طبيعة ومقدار المتغيرات والبنى الناظمة لفعل التصويت ، والارتباطات بين تلك العوامل والبنى والمتغيرات .أما المنهجية فهي كما اسلفنا تتمثل في منهج التحليل السلوكي بمتبنياته المذكورة .

أولا : الاطار النظري

يعرف علم الاجتماع الانتخابي او علم اجتماع الانتخابات بأنه "العلم الذي يهتم بدراسة سلوك الناخب والعوامل المفسرة له ".[١]

وقد نشأ هذا الحقل المعرفي مع ظهور المدرسة السلوكية ، ودخولها حقل السياسة ، و الاهتمام بالدراسات التي تعالج السلوك السياسي ، وهو ما أدى الى ظهور علم السلوك الانتخابي ، وهو "علم دراسة الانتخابات وانماط التصويت ، والسلوك الانتخابي ، وكذلك التنبؤ بالنتائج المتعلقة به" .[٢]

١ جان بيار كوت وجان بيار موني ، من أجل علم إجتماع سياسي ، ج١، ترجمة، محمّد هناد، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، ١٩٨٥، ص ١٦١.

٢ منصور عبد الرحمان بن عسكر: يتحدث عن علم السلوك الإنتخابي، جريدة الرياض، السعودية، ٢٠٠٤/١١/٣٠.
http://www.alriyadh.com/Contents/30-11-2004/Mainpage/LOCAL1_ 25493.php

ووفقا لنظرية الديمقراطية ، فأن الانتخابات تنجز مهمتين أساسيتين هما: اختيار صناع القرار أولاً، والذين من المفترض أن يساعدوا في تأطير وهيكلة السياسات العامةثانياً ، وفي اطار المهمة الاولى – موضوع بحثنا – نشأت عدد من النظريات التي تعالج موضوع السلوك التصويتي للناخبين ، الا ان الاتجاهات الاساسية تنحصر في ثلاث مقاربات نظرية تفسر السلوكات الانتخابية – التصويتية ، سنتناولها بالعرض والتحليل .

ثانياً : **النموذج السوسيولوجي** : وهو الانموذج الاول الذي ظهر في هذا المجال ، ويقوم على تحليل السلوك التصويتي عن طريق اعتماد الانتماءات والولاءات الاجتماعية المتمثلة بالمتغيرات السوسيوديمغرافية ، والسسيو أقتصادية ، والسسيو ثقافية ، وربطها بسلوك الناخب ، لتفسير ذلك السلوك ، بأعتبارالتصويت الانتخابي وفقا لهذا الأنموذج هو سلوك يرتبط بمتغيرات وأطر وعوامل سوسيولوجية ، وينقسم هذا النموذج الى قسمين :

أ. **النموذج المكرو– سوسيولوجي / كولومبيا:** ظهر هذا النموذج في الاربعينيات من القرن الماضي ، وقد تم تطويره بواسطة بول .ف. لزارسفلد (Paul F. Lazarsfeld) وزملائه في كتاب "خيار الشعب : كيف يصنع الناخب قراره في الحملة الانتخابية الرئاسية "، الذي نشر في النصف الاول من ذلك العقد، اعقبتها دراسة ثانية لفريق لزارسفلد أجريت عام ١٩٤٨بعنوان "دراسة تكوين الرأي في الحملة الانتخابية الرئاسية " ، تركت هاتين الدراستين آثار عميقة على العمل اللاحق في هذا المجال ، تم تصميم دراستي لزارسفلد وزملائه بعناية لقياس التغيرات في نوايا التصويت الفردية على مدار الحملة الرئاسية ، واعتمدت الجذور الفكرية لتلك الدراسات على بحوث السوق خصوصا تحليلات تأثير الدعاية على سلوك المستهلك في فترة الحرب، استنادا الى طبيعة اهتمامات وتصميم تلك الدراستين ، فقد وجدت ان خيارات الناخبين استندت بقوة الى "الولاءات ل الماركة التجارية – النوع/الفئة " والتي تعود جذورها الى عدد من العوامل الاجتماعية، وتعززها التفاعل المباشرمع المعارف المتماثلين.(١)

[1]Rossi, Peter H. "Four Landmarks in Voting Research." In Eugene Burdick and Arthur J. Brodbeck, eds., American Voting Behavior. Glencoe, IL: The Free Press, 1959. pp.15-16.

أن الفرضية المركزية في كتاب لزارسفلد وزملائه (١٩٤٤) كانت ان فعل التصويت هو فعل شخصي ، ويتأثر هذا الفعل بشكل أساسي بشخصية الناخب ، وبتعرضه لوسائل الإعلام ، وقد تعارضت النتائج التي توصل اليها مع الأطروحة الرئيسية للدراسة التي عكست الاهتمامات السابقة لبول لزارسفلد في دراسة الآليات النفسية التي تشارك في عمليات الاختيار ، وفي تأثير الدعاية ، والإعلان ، ووسائل الإعلام ، على سلوك المستهلك ، فقد توصل البحث الى أن تأثير وسائل الإعلام في قرار الانتخابات كان في الحد الأدنى ، وأن التأثير الحاسم كان للفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الناخبون . وقد اعتمد البحث اولا على تصنيف مؤيدي الحزبين في امريكا ، حيث تم تقسيمهم الى ثلاثة انواع ، وهم الناخبون الذين اتخذوا خيارهم التصويتي قبل بدء الحملة الانتخابية ، والناخبون الذين اتخذوا خيارهم التصويتي اثناء المؤتمرات الحزبية ، والناخبون الذين لم يتخذوا خيارهم التصويتي الا في مرحلة متأخرة من الحملة الانتخابية [١] .

انطلق هذا المنحى من تساؤل رئيسي هو كيف يكون الناخبون نوايا تصويت محددة في سياق الانتخابات؟ ، وقد اعتمد الباحثون على مقابلة عينة من المرشحين ، وتحليل عدد من القضايا السياسية الرئيسية في الانتخابات الامريكية ، وذلك لتحديد كيفية تطوير الناخبين لمواقفهم السياسية على مر الزمن ، وتأثير الحملة الانتخابية على هذه العملية ، وتوصل الباحثون الى أن المتغيرات الاجتماعية – الهيكلية كان لها الاثر الابرز، كالوضع الاجتماعي ك(الطبقة ، الجنس، العمر، التقسيم الديموغرافي"الحضرية أو الريفية" ...الخ) ، والوضع الاقتصادي ك(المستوى المعيشي للناخب، والانتماءات المهنية، مستوى الأجور مثلا)، والعوامل الثقافية ك (الدين ، مستوى التعليم، الاثنية)، قد أثرت بشدة على نية التصويت لمرشحي الحزبين الكبيرين في الولايات المتحدة الامريكية. بناءا عليه فقد انشأ الباحثون مؤشراً للميول/ الاستعدادت السياسية للناخبين ، وهو مؤشر ذا قدرة تنبؤية دقيقة ، فقد أتجه العمال ذوي الياقات الزرقاء والكاثوليك نحو الديمقراطيين ، بينما قام البروتستانت والناخبين من الطبقة المتوسطة في الغالب بدعم الجمهوريين ، وقد كانت هذه الخيارات ثابتة لدى الناخبين قبل اشهر من الانتخابات ، وكان تعامل الناخبين

[1]Lazarsfeld,Paul F/Berelson,Bemard/Gaudet,Hazal,The people's Choice. How The voter Makes up his mind un a presidential Campaign,New York/London:Columbia University press,1968.p. 69

غالبا مع المعلومات والاخبار الحديثة عن المرشحين والاحزاب تعاملا انتقائيا لتعزيز مواقفهم المسبقة بدلا من تحديث او تغيير تلك المواقف[١]، لذا فأن هذه النتائج كانت تخالف المفهوم المثالي للمواطنة الديمقراطية المسؤولة، التي تقتضي التوصل إلى قرارانتخابي أو سياسي على أساس التفكير الرصين.

في سياق ما تقدم كانت النتيجة الرئيسية من دراسة لزارزفلد وزملائه ، أن غالبية الناخبين صوتوا وفقا لميولهم السياسية الأصلية ، فمن بين (٦٠٠) من الاشخاص الذين شملتهم الدراسة، فأن(٤٥) شخصا فقط غيروا مواقفهم في جميع مراحل العملية. أن العلاقة بين السلوك الانتخابي والفئات الاجتماعية التي ينتمون إليها كانت قوية لدرجة أنه كان من الممكن تفسير الخيارات الانتخابية فقط باستخدام العوامل الثلاثة التي تحدد مؤشر الاستعداد/ الميل السياسي المستخدم في البحث وهي: الوضع الاجتماعي – الاقتصادي ، والدين ، ومنطقة/ محل الإقامة، بمعنى ان الخصائص الاجتماعية كانت تحدد التفضيل السياسي . لذا ، وعلى المستوى الاساسي، فأن غالبية الناخبين يمكن بثقة وثبات ان يضعوا انفسهم على متوالية بين اليسار واليمين السياسي، ان هذا التموضع يمثل جزءا كبيرا من التباين في قرارات التصويت اللاحقة، وحتى بالنسبة للناخبين المترددين ، فمن المفترض ان لا تكون لديهم مواقف سياسية بالمستوى المرتفع الذي لدى الناخبين غير المترددين، الا ان تلك المواقف تبقى بمستوى اعلى اذا ما قورنت بالمواقف في المجالات الاخرى "غير السياسية "والتي لا تكون شائعة بنفس القدر في وسائل الاعلام والاحاديث اليومية على مدى الحياة ، وخصوصا ، خلال فترة الاعداد للانتخابات.[٢]

أعتقد الباحثون ضمناً أن المتغيرات الاجتماعية – الهيكلية يمكن اعتبارها مؤشرات للعضوية في بيئة اجتماعية متجانسة في الغالب ، تتألف من الأصدقاء والعائلة والجيران والزملاء الذين لديهم وجهات نظر سياسية متماثلة، ومن ثم فأن هذه الشبكة من التفاعلات قادرة على احتواء واستعادة الآراء الفردية المترددة عن طريق الضغط الاجتماعي ، وفي هذه البيئة يؤدي ما يسمى بـ"قادة الرأي" دوراً هاما عن طريق القيام بحملة اعلامية مكثفة عن الأحداث السياسية عبر

[1]Ibid.,pp. 69 - 103 .
[2]Ibid, p. 70.

وسائل الإعلام ، ومن ثم تمرير ملاحظاتهم للمواطنين الأقل اهتماماً أو تعليماً. ولوصف هذه العلاقة فقد وضع لزارسفلد وآخرون فرضية التواصل السياسي المسماة بـ" التدفق على خطوتين"، حيث تتدفق الأفكار غالبا من الإذاعة والمطبوعات إلى قادة الرأي أولاً، ومنها إلى أقسام أقل نشاطا من السكان ثانياً، بما يفيد ان قادة الرأي يقومون ببناء وإعادة بناء مضمون رسائل وسائل الإعلام في أوساطهم الاجتماعية [1] ، أما في البيئة غير المتجانسة ، ذات الجماعات المتعددة ، والمبادئ السياسية المختلفة ،فأن الضغوط المتقاطعة قد تؤدي الى احدى ظاهرتين هما أما الامتناع عن التصويت ، أو تبديل الحزب الذي يصوت له الناخب [2] .

أن تأثير تحويل وتعديل خيار التصويت المحدد في الدراسة ، قد توزع في المقام الأول بين الناخبين الذين تم تصنيفهم سلفاً من قبل الباحثين كمستقلين ، أي أن أولئك الذين لديهم أستعدادات أولية معارضة للمرشحين – عبر الضغوط – ، والتي وفقا للمؤلفين، كانت في معظمها ذات طابع أجتماعي ، ومرتبطة بتفضيلات سياسية متباينة ، ترتبط مع واحدة أو أكثر من الفئات الاجتماعية التي ينتمي لها اولئك الاشخاص، بيد أنه ، و خلافا للتوقعات الأولية، فأن هؤلاء الناخبين اقتنعوا بالتصويت لصالح مرشح معين ، ليس بسبب تحليل المقترحات المقدمة من كل مرشح ، أو القضايا قيد المناقشة في الحملة الانتخابية، ولكن بسبب الضغط الذي مارسه أعضاء مجتمعاتهم، ففكرة أن الناس الذين يبدلون الأحزاب خلال الحملة الانتخابية، هم اشخاص بشكل رئيسي منطقيين، ومفكرين، وأصحاب الضمائر الحية ، المقتنعين بالقضايا الانتخابية ، كانت فكرة مخطئة تماما، وفي الواقع، كانت أساسا عكس ذلك تماما [3] .

اما على صعيد دور الحملات الانتخابية وعمليات الاتصال المرتبطة بها، تحدد الدراسة ثلاثة أنواع من التأثيرات المحتملة: تنشيط غير المبالين ، تعزيز الصلة بالحزب السياسي ، وتحويل المترددين ، فقد تبين أن أكبر تأثير للحملة الانتخابية يتركز على الناخبين الذين لديهم استعداد بالفعل

[1]Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. &Mcphee, W. N..Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign. Chicago: Chicago University Press, 1954.pp. 74-285
[2]Ibid.
[3]Lazarsfeld et al.,op.cit., p.68

للتصويت للمرشح المدعوم من الحزب ، أي تعزيز و / أو تفعيل – تنشيط هذا الميل المسبق ، ٨٪ فقط من الناخبين غيرت موقفها الأولي على إثر الحملة الانتخابية ، "" وخلاصة القول، ، هذا هو ما تقوم به الحملة الانتخابية : التعزيز (المحتملين) ٥٣٪.، التفعيل ١٤٪. إعادة التحويل ٣٪. تحويل جزئي ٦٪. تحويل ٨٪.لا تأثير ١٦٪ . [١]

ان ما تقدم يشير الى ان دور الحملات الانتخابية لم يرق الى المستوى المتوقع اساساً، الا ان ذلك يفيد ضمناً وفي نفس الوقت اعادة صياغة الافتراض المتعلق بدور تلك الحملات حيث يبدو انها تعمل على زيادة ترسيخ تماسك أنصار الحزب حول برامجهم الانتخابية ، اكثر من إقناع الناخبين من الأحزاب الأخرى لتغيير موقفهم . وكلما تزايدت ضغوط الحملة الانتخابية ، ترتفع نزعة الناس نحو زيادة الاتساق في جميع الجوانب ذات الصلة ، وبالتركيز على الجماعات الاولية، وجد أن الخلافات بين الأصدقاء والعائلات تختفي ويفسح الطريق لتجانس الموقف داخل مختلف الجماعات الاجتماعية [٢].

اما فيما يخص الجانب الاقتصادي، فقد وجد الباحثون أن نصف المبحوثين فقط كان متسقاً مع موقف حزبه فيما يتعلق بالمقترحات الاقتصادية ، رغم أنهم "الناخبون"يميلون إلى تقييم موقف مرشحهم كونه منسجما مع موقفهم ، بالمقابل يميلون الى اعتبار المرشح المنافس/ الخصم على العكس من ذلك ، وبالمثل، لا يميل الناخبون الى إدراك الاختلافات فيما يتعلق بمرشحهم ، أو أوجه التشابه مع خصمه / المرشح المعارض ، هكذا ، فأن الناخبين، في الوقت الذي يسعون للحفاظ على الاتساق بين مواقفهم وبين المرشح الذي يؤييدونه، لا يغيرون حالة عدم التناسق عن طريق تغيير خيار التصويت، ولكن عن طريق تغيير نظرتهم او تصورهم للمرشح[٣].

وبالعودة الى فرضية السوق التي اعتمدها باحثوا كولومبيا ابتداءاً فقد توصلوا اثر ابحاثهم اللاحقة الى نتيجة مفادها أن المقارنة المعتادة بين"قرار" التصويت والقرارات المحسوبة بعناية – أكثر أو أقل – من المستهلكين أو رجال الأعمال ، قد تكون غير صحيحة تماماً ، فبالنسبة لكثير من الناخبين قد تعتبر الميول السياسية مماثلة للأذواق الثقافية – في الموسيقى والأدب، والأنشطة

[1]Ibid., p.103
[2]Ibid., p. 124
[3]Berelson et al, op.cit., p. 285

الترفيهية، والالبسة، والأخلاق، والخطابة، والسلوك الاجتماعي ، فكلأهما – الميول السياسية والاذواق الثقافية – تعود جذورهما الى الإثنية ،الفئوية ، الطبقية ، والتقاليد العائلية . وكلأهما يظهر الاستقرار والمقاومة للتغيير لدى الافراد ، وفي الوقت ذاته المرونة والتكيف على مر الأجيال للمجتمع ككل.وكلأهما يبدوان من امور المشاعر والمزاج اكثر من كونهما "تفضيلات معللة/ مسببة" ، وبينما يتجاوب كلأهما مع الظروف المتغيرة والمحفزات غير العادية ، فهما محصنتان نسبيا من الجدال المباشر ،وعرضة للتأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وكلأهما يتميز بالايمان اكثر من القناعة، وبالتمنيات اكثر من التنبؤ الدقيق للعواقب.(١)

اجمالا فقد توصلت دراسات كولومبيا الى عدد من النتائج أهمها أن الولاءات الحزبية أعاقت تأثير جهود الحملة الانتخابية لتحويل خيارات الناخبين، وأن الدين ، الحالة الاجتماعية، ومكان الاقامة ، كان من عوامل التنبؤ الهامة في خيارات المصوتين ، وتبين أن هناك تأثير مباشر ضئيل لوسائل الإعلام على خيارات الناخبين، في حين حفزت وسائل الإعلام النشطاء الحزبيين مما ادى بدوره الى تقوية الالتزام الحزبي ، وقد وجدت أن الضغوط بين الاشخاص تمثل المقررالحاسم في نهاية المطاف ، واكتشفت أخيرا أن المصوتون قد كونوا تصورا أدراكياً مشوهاً لمواقف المرشحين والاحزاب في محاولة – لا واعية – للحد من درجة الاختلاف مع وجهات نظرهم ، مما أدى إلى استنتاج الباحثين أن عدم الاهتمام السياسي والخمول جعل الديمقراطية نظام سياسي أكثر استقرارا ومرونة من ما سيكون الحال عليه مع مستويات عالية من مسأهمة المواطنين، لذا أصبحت الديمقراطيات أقوى ولم تنهار، لأن منطق الديمقراطية — وفقا لهذا التفسير – يعمل على اساس جمعي وليس على المستوى الفردي ، فاذا كان جميع الناخبين على درجة عالية من الاهتمام والدافع السياسي فأن ذلك من شأنه أيضا أن ينعكس في المزيد من الانقسام بين الناخبين وفي مناخ أكبر من الانقسام السياسي والعداء الذي يمكن أن يشكل خطرا على النظام نفسه ، وبدلا من المطالبة بالأفراد الذين يهتمون للغاية وبدافع سياسي، تحتاج الديمقراطية الى أن يتكون المجتمع من مجموعات غير متجانسة لضمان تعددية الأفكار والمقترحات السياسية (٢) .

[1]Ibid.,p. 308.
[2]Ibid., p. 314

ان هذه النتائج تتناقض بوضوح مع الفرضية الأولية في أن عملية التصويت هو تصرف فردي، فالعلاقة بين الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الاشخاص، وخياراتهم السياسية، والدور الحاسم للاتصالات شخصية في تحديد الخيارات الانتخابية ، تشير إلى أن قرارات الناخبين هي في اطارعمليات تماسك المجموعة ، بدلا من كونها من الأعمال الفردية[١] .

ب– النموذج الماكرو– سوسيولوجي : على خلاف النموذج السابق ، فان هذا النموذج يركز تحليله على مستوى المجتمع برمته ، استند هذا النموذج الى نظرية"الانقسام" لسيمور مارتن ليبست وستاين روكان(Stein Rokkan، Seymour Martin Lipset) ، في كتابهما عن النظم الحزبية واحلاف الناخبين ، وهو يعنى بخطوط الانقسام الاجتماعية في اوربا الغربية ، وفقا لهذه الدراسة فان الصراعات الاجتماعية الأوروبية يمكن تقسيمها منهجياً إلى أربع مجموعات هي، الصراع بين المركز الوطني وبين الاطراف التابعة له، والصراع بين الدولة وبين الكنيسة الكاثوليكية ، والصراع بين المقاطعات الريفية والحضرية ، واخيراً الصراع بين العمال والرأسمالية ، ان هذه الصراعات / الانقسامات الاربعة ترجع في الاساس إلى عمليات التحديث، فأول اثنين منهما يعودان في الغالب إلى المجال الثقافي و إلى تطور الدول القومية الحديثة ، في حين أن الصراعات الأخيرة هي قبل كل شيء لدوافع وعواقب اقتصادية من ناحية ، وناتجة عن الثورة الصناعية من ناحية اخرى ، ويعتقد الباحثان ان هذه الانقسامات ستصبح سياسية اذا ما اقترنت بمجموعة من الشروط هي، طبيعة الصراع "عمقه واستمراريته، وانعكاساته" ، وحراك اجتماعي منخفض ، تشكيل تنظيمات سياسية تمثل فئات الصراع ،فرصة دخول النظام الانتخابي لتلك التنظيمات السياسية. [٢]

وفقا لهذه الشروط فأن الصراعات الاجتماعية تتحول الى نوع من الادوات السياسية ، ذلك ان هذه الاحزاب تعد كوكلاء للجماعات الاجتماعية ، وعلى هذا النحو ينظر لها افراد تلك

[1]**Lazarsfeld et al., op.cit., p. 148**
[2]**Manza, J. & Brooks, C.. Social cleavages and political change: voter alignments and U.S. party coalitions. New York: Oxford University Press, 1999. pp.53-57.**

الجماعات ،وعليه ينشأ النظام الحزبي والاستقطاب السياسي عن هذه الانقسامات ، وبأختصار فأن هذا النموذج يركز على الجماعات المرجعية في السلوك الانتخابي- التصويتي للافراد (١) .

ثالثاً: **النموذج البسيكوسياسي/ ميشغان** :- وجهت انتقادات عديدة للمنحى الاجتماعية يمكن تلخيصها بأن العوامل الاجتماعية قد تفسر الاستقرار على المدى الطويل " long-term " في السلوك الانتخابي، ولكن لا تفسر التغييرات التي تحدث في سلوك الناخبين في الانتخابات المختلفة، لاسيما على صعيد العوامل السياقية/ الظرفية ،مما ادى الى ظهور النموذج النفسي في تحليل السلوك الانتخابي ، يعد انجوس كامبل (Angus Campbell) رائد هذا الأقتراب الذي ظهر بعد عشر سنوات من عمل بول .ف. لزارسفلد ، اعتمد كامبل وزملائه في كتاب " الناخب الامريكي " على المتغيرات النفسية في تفسير السلوك الانتخابي ، وهناك مفهومان رئيسيان في هذا النموذج هما "التحزب" – " **Partisanship**"، و"قمع السببية" – "Funnel of causality"، أن مفهوم التحزب، وضع في دراسة السلوك الانتخابيمن قبل كامبل وزملائه (1960) ، والتي تأثرت بمفهوم الجماعة المرجعية (هيمان وسنكرHyman & Singer))، ولها أوجه تشابه مع فكرة التنشئة الاجتماعية الاستباقية التي أدخلها ميرتون وكيت (1950) (Merton and Kitt)، لتحديد الحالات التي يختار فيها الافراد جماعة مرجعية لا ينتمون اليها والبدء في التصرف وفقا لما يرونه كقواعد لتلك الجماعة ،ويستخدم هذا المفهوم لتوصيف علاقة الفرد مع الحزب باعتباره تحديد للهوية النفسية (psychological identification) ، ان مفهوم التحزب يمثل نوعاً من الأنجذاب النفسي الذي يعكس رابطة مستقرة ودائمة مع حزب سياسي ، وهي علاقة لا تعني بالضرورة وجود صلة ملموسة ، كالتسجيل ، او التصويت بأستمرار ..الخ، قدر ما تمثل أرتباط عاطفي يكتسب عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية ، والتأثر بقيم ومواقف الأسرة والزملاء والأقران في مرحلة التنشئة ، وفقاً لهذا المنظور، فأن هذه الحالة تمثل شكل حقيقي لتحديد الهوية الاجتماعية ، حيث ينشأ لدى الناس شعور دائم بماهية من ينتميلمختلف الاحزاب ، و تعريف الفئات الاجتماعية وفقا لتلك الانتماءات. ان مفهوم التحزب يأتي في سياق مشابه لما يحدث مثلاً عنداتصال الأفراد بدين معين ، والذي يتجلى في

---

[1]**Ibid.**

مستويات مختلفة مثل الانتقال منعدم التدين الى التشدد الديني ، بناءا عليه يتم تصنيف قوة تحديد الهوية الحزبية "party identification"، عن طريق السؤال حول مدى ارتباط الفرد بالمؤشر الحزبي (الجمهوري /الديمقراطي) ، وفيما اذا كان الارتباط قوياً، او قويا جداً، أو ليس قوياً، وحتى أولئك الذين يصنفون أنفسهم كمستقلين ، وعلى الرغم من ذلك ، فإنهم يسألون عن مدى قربهم من أي من الأحزاب "هل تجد نفسك أقرب إلى الحزب الجمهوري أو الديمقراطي"[١].

ان كامبل لا ينظر إلى التحزب كمتغير يمكن ان يخبرنا مباشرة و بشكل لا لبس فيه ما هو خيار تصويت الناخب ، انما أعتبره كعامل تصفية "فلتر" يتم عن طريقه تمييز الإدراك الحسي للناخبين لتقدير ما هو مؤاتي للتوجه الحزبي ، وتجاهل أو خفض قيمة ما هو غير مؤاتي لذلك،مع الأخذ في الاعتبار أن الحياة السياسية في المجتمعات الديمقراطية تركز بشكل حصري تقريباً على الاحزاب ، وبأعتبار ان تقييم البرامج السياسية يتطلب ، في معظم الاحيان ، معرفة ومعلومات لا يمتلكها المواطنون ، ثم يصبح التحزب المتغير الرئيسي في الخبرة السياسية للناخبين/المبحوثين يعمل كأداة لتفسيرالقضاياالانتخابية وبرامج المرشحين،من هنا فأن مفهوم التحزب "partisanship"، يسعى لربط تأثير العوامل السوسيولوجية والتاريخية على المدى الطويل " long-term factors " ، المحددة في نموذج الاجتماعي، والعوامل الاجتماعية والسياسية على المدى القصير التي تميز كل انتخاب" short-term factors "[٢].

ويرتبط تعريف السلوك الانتخابي – التصويتي في هذا المنحى بما يعرف ب "قمع السببية" ، بوصفه نموذج تفسيري للعلاقة بين المتغيرات التي ينطوي عليها تعريف ذلك السلوك ، يمثل هذا النموذج/ المخطط التفسيري سلسلة من القضايا التي تؤثر في التصويت ، عن طريق تراتبية قائمة على التمييز بين العوامل الطرفية/الابعد مثل (العوامل الاجتماعية– الاقتصادية ،والتاريخية ، الحضارية، والقيم ، والمواقف ، وجماعات العضوية) ،والعوامل الظرفية/ الادنى مثل (القضايا ،والمرشحين ، والحملات الانتخابية ،والاوضاع السياسية والاقتصادية ، والإجراءات الحكومية، وتأثير الأصدقاء) ، ففي مدخل هذه السلسة/ "القمع" تأتي " العوامل الابعد "

[1]Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. & Stokes, D. E. The american voter. New York: Willey, 1960. p.p 80 - 122.
[2]Ibid , pp 121-122

الخصائص السوسيولوجية والحضارية .. الخ ، التي تؤثر على العنصر التالي من هذا التسلسل وهو التحزب ، الذي يؤدي دورا حاسما في تقييم المرشحين، والقضايا، وحوادث الحملة التي أعلن عنها في وسائل الإعلام ، والأحاديث التي يجريها الناخبون مع العائلة والأصدقاء حول الانتخابات " العوامل الاقرب"، ان ما ينتج من هذه العملية "القمع" هو التصويت ، هذا المخطط يوضح الدور المركزي للتحزبكناتج لمركب من العوامل الكامنة و المتأصلة والمتغيرات الابعد ، وكعامللتقليل أو التعديل من تأثير المتغيرات الظرفية على السلوك الانتخابي – التصويتي [١] .

اجمالا فأن المنحى النفسي يعتقد بأن التكوين السياسي للناخب ناتج عن عملية التنشئة، مما يجعل عملية التصويت ناجمة عن أستعدادات سياسية ناشئة عن أرتباط نفسي ثابت بحزب سياسي معين، لذا فأن الناخب ينشأ متحزباً نتيجة الحث والتوجيه الذي تلقاه في طفولته وصباه، وتكون خياراته الحزبية نابعة عن توجهاته العاطفية المغروسة في ماضيه واعماقه . بالارتباط مع ما تقدم كانت المسأهمة الرئيسية الأخرى في كتاب الناخب الأمريكي تكرار التأكيد والتوضيح على نتيجة من دراسات "كولومبيا" في أن المعلومات السياسية، والارتباط، والمنطق الأيديولوجي كانت أقل بكثير لدى الرأي العام من ما تصور معظم المعلقين السياسيين ، وتشير بيانات ميشيغان أن "الكثير من الناس لايعرفون الا عدد قليل من القضايا الرئيسية في السياسة هذا اذا ما كانوا يعرفون أياً منها "، وأن التحولات الكبرى في القوة الانتخابية تعكس تغير ارتباط الأحزاب والمرشحين بالأهداف العامة بدلاً من التفاصيل التشريعية أو الإجراءات الإدارية ، فعندما ندرس الاتجاهات والمعتقدات لجمهور الناخبين ككل على طائفة واسعة من المسائل السياسية – تشريعات الرفاهية، السياسة الخارجية، البرامج الاقتصادية الاتحادية ، حقوق الأقليات ، الحريات المدنية – ، لانجد أنماط متماسكة من المعتقدات ، لذا فأن الميل الشائع لتوصيف الكتل الكبيرة من الناخبين في مصطلحات مثل "الليبرالية" ، أو "محافظة"، يبالغ كثيرا في المقدار الفعلي من الاتساق النمطي ، فقد أكدت الاستطلاعات الإفقار العام للفكر السياسي لدى نسبة كبيرة من الناخبين [٢] .

---

[1] **Ibid**
[2] **Ibid.,pp. 170 – 546**

و تجدر الإشارة إلى أن النموذج النفسي لا يطابق التحزب مع اختيار الناخب، وينعكس هذا الفصل بين الطبيعة النفسية للتحزب ، والطبيعة الموضوعية للسلوك الانتخابي، من الناحية المنهجية ، في الميل لعدم قياس هذا المتغير عن طريق التصويت الفعلي للناخب / المبحوث، ولكن عن طريق تحديد التموضع – الذاتي ، كسؤال المبحوث "بشكل عام، هل رأيك بنفسك انك جمهوري، ام ديمقراطي،ام مستقل، أم ماذا؟" ، ثم تتبعه الاسئلة الاخرى التي سبق الاشارة لها حول تصنيف مدى قوة تحديد الهوية الحزبية، والميول الحزبية للمستقلين[١].

الا ان هذا النموذج ارتبط بالسياق الامريكي كما لاحظ باحثون اوربيون ، سيما نظام الحزبين بسماته وطبيعته ، كذلك عدم وجود الصراعات الايدولوجية الراسخة تاريخياً ، وفي مساهمة مهمة على الصعيد الاوربي أظهر كل من راسيل دالتون، بول ألن بيك ، وسكوت جيم فلاناغان، ان استقرار الميل الحزبي طويل الامد لا ينطوي على مضمون " التحزب" ، ففي اوربا فأن خاصية التحالفات بين الفئات الاجتماعية من جهة، والاحزاب الايدولوجية من جهة اخرى، كما اوضحها ليبست و روكان ، يمكن ان تعتبر بدلاً من ذلك المعادل الوظيفي للتحزب لدى الناخب الامريكي[٢].

كذلك فقد أثار باحثون أخرون أسئلة حول طبيعة الهوية الحزبية"party identification"، المتغير الرئيسي في نماذج تحزب الناخبين، فقد تبين مثلا ان مفهوم / متغير "الهوية الحزبية " غير مستقر على المديين الطويل والقصير، ويكون متفاوت/ متغير بالارتباط مباشرةً مع شعبية الرئيس وأداء الاقتصاد، ويتقلب كثيرا خلال الحملات الانتخابية ، وقد وجد ايضا ان "التحزب" يختلف اختلافا كبيرا بين البالغين، في الاستجابة للقضايا ، وكذلك تبعاً الاختلاف في تجارب الحياة [٣] .

ان طبيعة العلاقة بين عملية التحزب وبين العوامل الطرفية والظرفية ، او بكلمة موجزة ميكانزم قمع السببية ، كان مثار نقاش اخر ، يحتاج الى بعض الايضاح ، فالنموذج التفسيري

---

[1]Ibid., p. 122
[2]Dalton, R. J., Flanagan, S. C. & Beck, P. A. Electoral change in advanced industrial democracies: realignment or dealignment? Princeton, NJ: Princeton University press,1984. pp. 20-21.
[3]Green, D. P. &Palmquist, B. L. Of artifacts and partisan instability. American Journal of Political Science, 34, (1990),pp. 872-902.

المشار له انفاً يرى بأن التغيرات في العوامل الطرفية – الابعد – يمكن أن تؤدي إلى تغييرات في الهوية الحزبية للناخبين،وهي بشكل عام العوامل التي اعتمدتها المقاربات السوسيولوجية كمحددات للسلوك الانتخابي– التصويتي ، الا ان تلك التغييرات في الهوية الحزبية تكون نادرة، وتحدث كردود فعل على أحداث ذا تأثير كبير وفقا لكامبل وزملائه، فنتائج دراستهم تشير إلى أن التغييرات في الهوية الحزبية تحدث على المستوى الفردي عندما تكون هناك تعديلات في الوضع الاجتماعي للناخبين المبحوثين (على سبيل المثال، دخول مؤسسة للتعليم العالي، الزواج، تغيير مكان الإقامة، تغير الوظيفة، الخ...) ، أو عند حدوث تغييرات على صعيد أوسع من النظام الاجتماعي والسياسي (على سبيل المثال، نهاية النظام الفاشي في البرتغال، دخول الاتحاد الأوروبي، نهاية الاتحاد السوفياتي، وما إلى ذلك) . ويلاحظ في كلا الحالتين ، ان هذه التغيرات نادرة نسبيا، وعلى الرغم من أن التغييرات في الوضع الاجتماعي للأفراد تحدث بأعداد أكبر وبمزيد من الكد والاجتهاد ، الا ان التأثير على التغيير في التحزب يكون أسرع وذا تأثير انتخابي أكبر عندما تقع التغيرات في البنية السياسية أو الاجتماعية اوفي البنية الكلية للمجتمع ، مثل تداعيات نهاية الاتحاد السوفيتي التي انعكست انتخابياً على الأحزاب الشيوعية في جنوب أوروبا ، عليه فإذا ما كانت التغييرات في العوامل الاجتماعية يمكن أن تنتج تغييرات بعيدة المدى في التحزب ، فأن العوامل الظرفية – الادنى – ينظر لها او تعد مجرد قدرة على تغيير الاختيار الانتخابي للناخبين في انتخابات معينة ، دون أن يؤثر ذلك على التحزب [1] .

أن الانتقادات للنموذج النفسي ركزت على الصعوبة التي تظهر في هذه النظرية في تفسير الأسباب التي تجعل بعض الناخبين الذي يتعاطفون مع حزب معين ، او يعرفون هويتهم حزبياً، قد يقومون بالتصويت لحزب آخر ، أو يمتنعون عن المشاركة في الانتخابات ، حيث يرى بعض الباحثين "الناقدين" ان العوامل الظرفية – الادنى – تلعب دورا حاسما في اختلال تصويت الناخبين ، وما يترتب عليه من التقلب الذي ميز الديمقراطيات الغربية منذ أوائل الستينات من القرن الماضي ، وفقا لهذا المنظور، فأن الناخبين يعدلون علاقتهم بالأحزاب السياسية وفقا للتقييمات التي يعتمدونها في كل انتخابات عن الأوضاع الاقتصادية وكيفية تعامل الاحزاب

---

[1] **Ibid**

وقادتهم معهم ، عليه وتبعاً لما تقدم فأن الهوية الحزبية "Party identification" ، تعمل في أحسن الأحوال، بوصفها مجرد ترميز معرفي ، وليس بوصفها هوية اجتماعية ، بما يتيح للناخبين التعامل مع المعلومات الإضافية المطلوبة لاستعراض جميع المقترحات والبرامج الانتخابية ، دون أن يعني ذلك وجود ارتباط وجداني وعاطفي بين هؤلاء الناخبين والأحزاب السياسية ، وبشكل عام، قدمت هذه الانتقادات من قبل المؤلفين الذين يزعمون أن تفسير التغييرات في خيارات التصويت للناخبين لا ينبغي النظر لها عن طريق استخدام المتغير النفسي، ولكن عن طريق النظر في العوامل المتصلة بمعالجة المعلومات، وعقلانية الناخبين، والنظام السياسي، والانتخابي، فقد وجدت المسوح والباحثون ان مرحلة الخمسينات من القرن الماضي والتي اعتمدتها البيانات الأولية لمؤلف الناخب الأمريكي حول الانتخابات الرئاسية الامريكية في العامين ١٩٥٢ و ١٩٥٦ كانت تتضمن القليل من الناخبين ذوي " قضايا عقائدية " مهمة ، مما ادى الى انخفاض الوعي بالقضايا ، وان أحداث الستينات والسبعينات في الولايات المتحدة الامريكية استقطبت الناخبين، ورفعت مستوى قضايا التصويت، واصبح الناخبين أكثر وعياً بالخلافات السياسية بين الحزبين الرئيسين هناك، وعلى إدراك أكثر دقة بتلك الخلافات الحزبية، كما يتضح ذلك من الزيادة الملحوظة في الاتساق الأيديولوجي للمواقف السياسية الجماهيرية، عكس تلك المستويات المنخفضة التي وصفها كتاب الناخب الأمريكي [١] .

كل ما تقدم عزز الاتجاه الاخر في هذا الحقل وهو ما تمثل في النموذج اللاحق .

رابعا : **نموذج الاختيار العقلاني / مدرسة روجستر" Rochester":-** تعود نظرية التصويت العقلاني الى أنتوني داونز (Anthony Downs) رائد النظرية الاقتصادية للديمقراطية الذي تجسد في عنوان مؤلفه AnEconomic Theory of Democracy" عام1957 . وبناءاً على دراسات سابقة ل كينيث آرو، وجوزيف شومبيتر، هربرت سيمون وغيرهم، عمل داونز على تطبيق مبادئ اقتصاديات النيو- كلاسك على السلوك الانتخابي كأسهامة جديدة في العلوم السياسية . كانت نقطة الانطلاق لداونز هو افتراض

[1] Popkin, Samuel, John W. Gorman, Charles Phillips, and Jeffrey A. Smith.. "What Have You Done for Me Lately? Toward An Investment Theory of Voting."American Political Science Review, 70, (1976), pp.801-802.

أن الساسة والناخبين يتصرفون كفاعلين عقلانين في السوق ، والتي يتم فيها تبادل السلطة السياسية (في شكل أصوات) مقابل تحقيق أهداف سياسية ، فعلى عكس النظريات السابقة تفترض هذه النظرية ان الناخب تحول الى مستهلك حر ، وان عقلانية "rationality " الفاعلين لاتعني مفهوم "المنطقية" بدلالة "المعقولية" "reasonableness " بالمعنى الشائع ، وانما يتعلق فقط بالقرار ما بين بديلين من الافعال لتحقيق اقصى فائدة، بمعنى المنطق الرياضي/ الاقتصادي ، او الاختيار المنطقي بالمعنى الحسابي [١] .

أن مفهوم العقلانية له أهمية رئيسية في فهم نظرية الاختيار العقلاني، ومن المهم التوضيح أنه في النظرية الاقتصادية لداونز، فأن العقلانية هي افتراض أن الناخبين والأحزاب السياسية يعملون بشكل مباشر وفقاً لمصالحهم الخاصة ، من هذا المنظور، يتم تطبيق مصطلح العقلانية بمعنى أن الوسائل المستخدمة تكون مناسبة للأهداف ، اي انه يفيد تعظيم الناتج عن مدخلات معينة ، أو تقليل المدخلات لناتج معين . عليه ، فكلما اشار الاقتصاديين الى " انسان عقلاني " فأن هذا التوصيف لا يعني الشخص الذي يعتمد حصرا الطروحات المنطقية ، او شخصا بدون تحيزات / احكام مسبقة ، او شخصا يلغي عواطفه ، ففي الاستخدام العادي للمصطلح كل هذه السمات يمكن أن تمثل " الشخص العقلاني " ، لكن التعريف الاقتصادي يشير فقط إلى الفرد الذي يتحرك نحو أهدافه بطريقة، وعلى حد علمه ، تستخدم أقل مدخلات ممكنة من الموارد الشحيحة لكل وحدة من ناتج القيمة [٢] .

أن عقلانية النظام السياسي مستمد من حقيقة أن الناخبين والأحزاب السياسية والحكومة لديها دائما خيارات عديدة مترابطة ومتاحة للاختيار من بينها، وتكون مرتبة من الأكثر إلى الأقل تفضيلا ، وفقا لذلك فأن الفاعلين العقلانيين يمتلكون تفضيلات "مستقرة" و"متعدية"، تتيح لهم القدرة على الاختيار من بين مجموعة من البدائل لتعظيم فوائدهم ، وهي فوائد لا تقتصر على المكاسب الاقتصادية للفاعلين ، وإنما أية نتيجة تنسجم مع تفضيلاتهم، ويفيد مفهوم "مستقرة" الى ثبات افضليات الفاعلين خلال الفترة قيد البحث لا اكثر ، اما مفهوم " متعدية"–

[1]Downs, A.An economic theory of democracy. New York: Harper Collins Publishers, 1957.p. 5
[2]Ibid., pp. 5-6.

transitive- يعني عدم وجود افضليات متناقضة او متناوبة ، وكمثل على هذا النموذج نفترض اذا ما كان الفاعل العقلاني يفضل حكومة يشكلها الحزب "أ" على حكومة يشكلها الحزب "ب" ، ويفضل حزب "ب" على حزب "س" ، لذا ينبغي عليه"الفاعل العقلاني" ان يفضل حزب"أ" على حزب "س" اذا طرح عليه الاختيار بين الاثنين (١) .

بموجب هذا النهج، وعند التعامل مع اثنين من البدائل، فأن الشخص / الناخب العقلاني يقارن الفوائد المتوقعة من كلا الخيارين، وفي حالات الاختيار الانتخابي، فأن الناخبين يقارنون المكاسب المتوقعة لانتخاب الحزب الحاكم ، مع المكاسب المتوقعة في حال فوز الحزب المعارض ، فإذا كان الفرق بين هاتين القيمتين إيجابياً، فأنهم يصوتون لصالح الحزب الحاكم ، وإذا كان الفرق سلبياً ، فأنهم يصوتون للمعارضة ، اما إذا كانت القيمة صفرا، فأنهم سيمتنعون عن التصويت (٢) .

واذا ما افترضنا ان البرامج السياسية يمكن وضعها كعلامات على خط يمثل طرفيه اليسار واليمين الايديولوجي ، فأن الناخب العقلاني يفترض ان يختار الحزب التي يقف في أقرب موقع الى "نقطته المثالية" على هذا الخط (اي النقطة التي يتم فيها تعظيم فوائد ذلك الناخب) ، في الوقت نفسه ، فإن الأحزاب ستصوغ برامجها السياسية واضعتاً نصب عينها تعظيم مجموع اصواتها ، هذا اذا ما كانت الافضليات مستقرة ، اما التغييرات السلوكية فيتم تفسيرها فقط عن طريق التغيرات الهيكلية مثل دخول حزب "د" (٣) .

وبكلمة أخرى فأن نظرية داونز للديمقراطية تعد في المقام الاول نظرية في السياسة الانتخابية ، ويدور محور هذه النظرية حول موضوع استاتيكية ودينامية الايدولوجيات الحزبية ، وفقا ل "المتوالية الايدولوجية " التي يترتب الناخبين فوق نقاطها بالتتابع ، وتكون الخيارات السياسية للاحزاب متطابقة مع نقاط هذه المتوالية الايدولوجية ، حيث يقوم الناخبون باختيار الاحزاب على اساس القرب الايدولوجي ، فمثلا افترض داونز في احدى تطبيقات نموذجه انه

---

1 Ibid.,pp. 27 – 28.
2 Ibid.,p.28.
3 Ibid., P.49

ينبغي على الاحزاب المتنافسة في نظام الحزبين ، ان تتقارب سريعا على المركز الوسط في توزيعة الناخبين، اذا ما كان غالبية الناخبين انفسهم معتدلين نسبياً [1].

ان ما تقدم يعتمد على/ ويفيد وجود اتساق سلوكي، عليه فأن الناخب يقارن انجاز الحزب الحاكم بما يفترض انجازه من قبل أي من الاحزاب المعارضة فيما لو كانت في الحكومة ، ويمكن حساب هذا الفارق في حال إذا افترضنا أن الأحزاب مسؤولة ، وموثوق بها ، أي أن هناك اتساقاً في سلوكها ، أما العكس ، اي إذا لم يكن هناك أي اتساق في سلوك الأحزاب السياسية والحكومة، فأن هذا الوضع يؤدي إلى استحالة الاختيار العقلاني، وبالتالي انهيار النظام الديمقراطي، وفقا لهذه النظرية ، واعتبر داونز ان توزيع الناخبين على هذه المتوالية /الخط الايدولوجي ذا تأثير كبير على طبيعة النظام الحزبي ، حيث يبرز حزبان متمايزان ايدولوجيا اذا ما كان توزيع الناخبين في نسق ثنائي ، ويظهر نظام تعدد الاحزاب اذا ما كان توزيع الناخبين متعدد الانساق ، فالاحزاب الجديدة تنشأ عندما يكون هنالك تغير مهم متزايد في توزيع الناخبين نسقياً[2].

تبرز لدينا هنا مرة أخرى، قياس/ مقاربة مثالية مع التفسير الاقتصادي لأداء الأسواق ، فإذا اعتبرنا ان السوق الانتخابي بمثابة (النظام السياسي) ، وكان مهيمنا عليهعلامة/ ماركة تجارية واحدة التي تعد في هذا السياق بمثابة (حزب سياسي) ، فأن الماركات الاخرى لا يمكن ان تنمو الا اذا كانت تراهن على الاستراتيجيات التي تعزز احتياجات محددة ، لسوق متخصصة ، تمثلها في هذه المقاربة (الاقليات الاجتماعيه) ، التي تكون غير راضية عن المنتجات (البرامج السياسة) التي تقدمها العلامة التجارية الكبيرة (الحزب المهيمن) ،و / أو الاحتياجات المحددة لهامش مهم من المستهلكين (الناخبين) لهذه العلامة التجارية المهيمنة (الحزب) ، على سبيل المثال، لنفترض أن هناك تشكيلة من ثلاثة أحزاب ، تجتذب ثلاث مجموعات اجتماعية مختلفة ، وأحد هذه الأحزاب يفوز باستمرار بأصوات ساحقة ، فأذا ما اراد الحزبين الاخرين التقدم انتخابياً فأن عليهما أن يراجعا ايدلوجيتهما لجذب الأصوات من نفس مجموعات الفائز الدائم، لذا فأن كل حزب سوف

---

[1]Ibid.,p. 118
2Ibid.,pp. 117-132.

يحاول الجمع بين شريحة محددة من المجموعة الغالبة مع أجزاء من الأقليات في اطار الاصوات الانتخابية [١].

ان نقطة القوة في هذا المنهج انه يجعل من الممكن ربط النماذج النفسية أو الاجتماعية بنهج الاختيار العقلاني عن طريق التعامل معها بوصفها آليات لبناء مجموعات تفضيل ، الا ان هناك بعض التعقيدات في سحب سلوك السوق على البحوث الانتخابية ، ابرزها ما يعرف ب "مفارقة – التصويت " ،او ما اسميه "مفارقة التكاليف – المنافع "، ومفادها ان المشاركة تستلزم اكلاف "نفقات/ وقت" لبناء صورة عن نوايا الاحزاب ، فضلا عن عملية التصويت وتسجيل الناخبين ، بما قد يعني احتمال اضاعة المنافع الاخرى المادية وغير المادية " تكاليف الفرص الضائعة "، ففي انتخابات يشارك فيها الملايين فأن احتمال ان يدلي ناخب بالصوت المرجح للفوز هو احتمال ضئيل جدا ، وبالتالي فلا توجد علاقة عملياً بين سلوك اياً من الناخبين وبين انتصار احزابهم المفضلة ، في حين انه من غير المحتمل ان فاعلاً ما يمكن ان يكسب بعضاً من الفائدة الشخصية " الياً "من الادلاء بصوته ، فالمشاركة تنطوي على اكلاف ، عليه فإن صافي الفائدة من التصويت يكون دائما سلبياً ، ووفقاً لهذا المنطق يتعين على الأفراد العقلانين عدم اختيار التصويت، وهو الاستنتاج الذي يتناقض مع الإقبال الفعلي للناخبين ، الذي وصل إلى مستويات مرتفعة باستمرار في العديد من الدول الديمقراطية في القرن العشرين [٢] .

وفقا لنظرية الاختيار العقلاني، فأن احتمال تصويت المواطنين يكون أعلى إذا ما كانت توقعاتهم بشأن الأهمية الحاسمة لتصويتهم والفوائد المتوقعة من التصويت أكبر من التكاليف، وبالعكس ، إذا أدرك الناخبون أن أصواتهم لن يكون لها أهمية حاسمة لنتيجة الانتخابات ، فأن احتمال عدم التصويت يزداد [٣].

في ذات السياق فقد واجه هذا النموذج تحدياً يتمثل في مقدار انواع المعلومات المعنية سياسياً، والاكثر احتمالا ان تكون متاحة ، قبالة اي انواع من الناخبين ، لا سيما بالنسبة

1Ibid., p. 101.
2Green, D. P. & Shapiro, I. Pathologies of rational choice theory. New Haven: Yale University Press, 1994. pp. 47 – 48
3Downs, op.cit., p. 49.

لمواطنين بعدد كبير جداً في النظام الديمقراطي ، بمعنى مدى المنطقية في حال قلة المعلومات المعنية لكل من انواع الناخبين ، مما يجعل الخيارات الفردية لكل منهم لا تمتلك اي فرصة تقريبا في التأثير في نتائج/ مخرجات الانتخابات (١) .

الامر الذي تناوله لاحقا الباحث فيورينا " Fiorina" في كتابه المعنون بالتصويت الاسترجاعي في الانتخابات الوطنية الامريكية الصادر عام ١٩٨١" *Retrospective Voting in American National Elections* " ، معتمدا على رؤية داونز في التأكيد على الأهمية الانتخابية في عملية التقييم بأثر رجعي لاداء الحزب الحاكم في الرئاسة ، معللا ذلك بأنه وحتى للمواطنين غير المطلعين فأنهم يعرفون نوعية الحياة اثناء ادارة تلك الرئاسة ، عليه فكلما قل ما يعرفه المواطنين عن التفاصيل السياسية والبرامج ، كلما كان الاحتمال الاكبر ان يعتمدوا على التصويت الاسترجاعي / بأثر رجعي كعنصر لتخفيض التكاليف في عملية التوصل الى الخيار التصويتي (٢) .

وقد توصل فيورينا الى ان تأثير التقييمات بأثر رجعي على التصويت واسعة الانتشار، على الرغم من انها في كثير من الأحيان غير مباشرة، وذلك عن طريق تأثيرها على الولاءات الحزبية أو التوقعات بشأن الأداء المستقبلي، (٣) مما يعني ان الانتخابات توفرشكل مهم من أشكال المساءلة السياسية اللاحقة ، وقد ميز فيورينا بين نوعين من التقييم الاسترجاعي ، هما التقييم البسيط والذي يعتمد على خبرات او انطباعات مباشرة بأي مستوى للاحداث والظروف السياسية، والتقييم بالواسطة " mediated" والذي يعتمد تقييم الشخصيات والمؤسسات السياسية ، مثل الاداء الاقتصادي الحكومي.(٤)

أن حالة عدم اليقين الكامنة في عملية التصويت لا تقتصر على ما إذا كان سلوك المرء يمكن أن يؤثر على النتيجة ، على سبيل المثال ، أن الناخب لا يمكن ان يكون متاكدا ما اذا كان

1Ibid.,p. 245.
2Fiorina, Morris P..Retrospective Voting in American National Elections. New Haven, CT: Yale University Press, 1981. p.6.
3Ibid., p. 175
4Ibid.,p. 80.

سيحصل على النتيجة المرجوة لتغطية الاكلاف التي انفقها "مالا ، جهدا ، وقتا ، الخ" ، فحزبه قد يخسر الانتخابات ، وعدم اليقين موجود ايضا بشأن الاعمال المستقبلية للحزب ، فحتى الاحزاب التي تنوي احترام وعودها الانتخابية ، قد تضطر للتخلي عن برامجها اذا ما تغير الوضع السياسي العام . [١]

اجمالا فقد وجد عدد من الباحثين ان نظرية الاختيار العقلاني ومنظروها كانوا كرد فعل لتناقضات بين النظرية والملاحظة. [٢]

عليه اعتقد العديد من الباحثين انه بدلا مما تقدم ، فأن النماذج القيمية والتعبيرية تهيمن على السلوك الانتخابي في مثل هذه الحالات، ويتم اتخاذ القرارات على أساس من المعلومات اليومية، والأعراف ، والمعتقدات الأيديولوجية ، أو الجماعة المرجعية ، والتي تعمل كأقنية مباشرة للمعلومات ، لذا غالباً ما يتصرف الناخبين العقلانين كما تتكهن النماذج السوسيولوجية أو البسيكوسياسي ، عليه فقد اصبحت هذه الاعتبارات السابقة تقف في مركز جدول أعمال البحوث لبعض النظريات الأحدث من التصويت العقلاني . [٣]

الخاتمة :

ان السلوك التصويتي كما تبين النظريات والنماذج الواردة ، ليس مجرد عملية أجرائية ، كما يبدو للوهلة الاولى ، بمعنى انها ليست مجرد قضية اختيار ، انما هي عملية تمثل سيرورة على كل الأصعدة ، انها عملية تاريخية من تنشأة وثقافة ومجتمع واقتصاد وسياسة .. الخ ، لتتبلور في آنٍ معين ، وعن طريق الانتخاب ، مجسدة كل تلك التراكمات والمواريث والتفاعلات في لحظة واحدة خاطفة هي لحظة القاء الورقة في الصندوق ، اكانت لحظةً قبليةً ام أنية ، لذا يحق القول فعلاً ان غرفة او كابينة التصويت هي غرفة الصدى ، ولا يزال البحث عن مصدر أو وحي ذلك الصدى ، وان كانت النظريات السابقة قد كشفت عن العديد من مؤشراته الهامة .

فخلف السؤال وبعده يأتي سؤال السؤال ، وفي الحقل الانتخابي ، ليس السؤال الاخير هو من الذي يصوت ؟ولماذا ؟ ، بل من هو الصوت المقرر ؟ ولماذا ؟ ، لأن التصويت هو قرار ،

1Green, D. P. & Shapiro, I. (1994).op.cit .,pp. 47 - 48 .
2Ibid., p.48.
3Ibid , p.50.

والقرار رهينة المقرر الذي اختلفت حوله الاراء ، بين من يعده فعلاً شخصياً – المرشحين والناخبين – ، ومن يرى انه من شؤون الجماعات ، او قضيةً سياقيةً تخص القضايا والاوضاع ؟، أو من يعده بنيوياً – البنى الانتخابية ، السياسية ، السلطوية .. الخ – ، او بتركيبة من تلك العوامل وغيرها ، عليه فأن عملية التصويت تتأثر بالنماذج القيمية والمعيارية بقدر او باخر ، هذا من جهة ، ومن جهة اخرى ، فأن الاختيار العقلاني يعد محدداً ذا أهمية مضافة لايمكن التغافل عنه ، ويسهم بمقدار اخر في توجيه قرار الناخب ، وينتظم كل ذلك في اطار اتساق سلوكي شرطي ، يعبر عنه الخيار التصويتي ، فذلك الخيار يتأثر بالمعلومات اليومية ، والاعراف ، والمعتقدات الايدولوجية .. الخ ، بأعتبارها أقنية معلوماتية ، بينما تخضع عملية تقييم وقراءة المعطيات الى أطر هيكلية وأخرى نفسية ، الا انها في الوقت ذاته لايمكن ان تتغاضى عن القضايا والمجريات الواقعية المعاشة والضاغطة على المتطلبات الانية والمستقبلية للناخب ، بمعنى ان السلوك التصويتي ليس سلوكا استاتيكياً يخضع لمواقف وتقديرات مسبقة فقط ، انما هو سلوك ديناميكي يخضع كذلك للحسابات المنطقية – المصلحية للناخب .

The foundations of voting behavior In the United States of America.

Dr. Muntasser Majeed Hameed

Abstract

Voting behavior is considered one of the most importantand major courses of the democratic process , in transition, transformation, and consolidation ,So it acquires significance on bothfields , theoretical and practical as well as at various levels, from the individual access reaching to the system. That means it representsabridging manner among those fields and levels. This is on the theoretical field, while on the practical level,the voting factor represents an urgent need for Iraq and the region in the midst of the current path of change and transition,which includes the electoral processes in that path. It is noticeable that the voting behavior represents afalsifier and shifting synthesis , so that the experiments and studies have shown that it depends inherent and unconscious factsas much as important, if not the most important, in many cases, from relying on logical or rational facts , Though some believe that complementary approaches,accordingly, the voting behavior as it turns out theories and modelslisted, not just a proceduralissue, as it seems at first the sight, in the sense that means it is not just the issue of choice, but it isan issue of process at all levels,It stems

from the historical process of socialization, culture , society , economy and policy.