

## **Παράγοντες που επηρεάζουν την πολιτική προτίμηση. Μια τυπολογία ψηφοφόρων.**

**Θεόδωρος Χατζηπαντελής, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης**

**Ευαγγελία Ν. Μαρκάκη, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης**

### *Περίληψη*

Με την παρούσα μελέτη εξετάζουμε το βαθμό που κάποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη δημιουργία προφίλ ψηφοφόρων μέσα από τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Κάθε άνθρωπος δραστηριοποιείται μέσα σε ένα περιβάλλον, όπου κινείται σε πλαίσια κοινωνικά, εργασιακά, οικογενειακά. Εκεί έρχεται σε επαφή, συμμετέχει, εμπλέκεται και αλληλεπιδρά με δίκτυα, μέσα στα οποία αναπτύσσει δραστηριότητα, αναλαμβάνει ρόλους και αλληλεπιδρά.

Παρόλα αυτά η επίδραση μέσα σε αυτά τα πλαίσια και στο εσωτερικό των δικτύων δεν προκύπτει πάντοτε από τις αλληλεπιδράσεις των μελών αλλά και από εξωτερικούς παράγοντες. Οι σφαίρες δράσης, τα πλαίσια καθώς και τα δίκτυα στα οποία κινούμαστε δεν είναι αποκομμένα μεταξύ τους αλλά αλληλεπιδρούν και συχνά διαπλέκονται. Με τον ίδιο τρόπο διαπλέκονται και οι επιδράσεις τους.

Στα δίκτυα υπάρχουν άνθρωποι που επηρεάζουν περισσότερο τους άλλους και άλλοι που επηρεάζονται περισσότερο ως προς την πολιτική τους προτίμηση. Διερευνούμε συνεπώς εκείνους τους παράγοντες - τα κριτήρια που επιδρούν στη διαμόρφωση της πολιτικής προτίμησης μέσα στα δίκτυα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα. Συμμετείχαν 1103 άτομα από αστικά κέντρα (όπως η Αθήνα) και από την περιφέρεια (νησιά και επαρχιακές πόλεις). Η μέθοδος η οποία χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των δεδομένων είναι η ACP και η ταξινόμηση. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το 35% του συνόλου θεωρεί το προσωπικό όφελος σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, το 33% αξιολογεί τις θέσεις των κομμάτων για τα εθνικά, κοινωνικά και οικονομικά θέματα για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης, το 11% του συνόλου διαμορφώνει πολιτική προτίμηση με βάση τις θέσεις και το προσωπικό όφελος και τέλος το 7.5% του

συνόλου επηρεάζεται από το περιβάλλον του (οικογενειακό, φιλικό, εργασιακό) για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Η μελέτη εξετάζει στην νέα επιστήμη των δικτύων συνδυάζοντας την και με άλλους παράγοντες διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης.

### *1. Εισαγωγή*

Πολλοί παράγοντες επηρεάζουν τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης (Roelofs, 2009). Στη διερεύνηση για τη διαμόρφωση πολιτικών προτιμήσεων, χρησιμοποιούνται συνήθως αναλύσεις πολλαπλής παλινδρόμησης με διαφορετικές μεταβλητές, όπως η εμπλοκή στην πολιτική, η αξιολόγηση του δικτύου ως χώρου αλληλεπίδρασης, η ιδεολογία, τα διαφορετικά περιβάλλοντα, οικογενειακά, κοινωνικά και επαγγελματικά μέσα στα οποία κινούνται οι ψηφοφόροι, καθώς και η κομματική ταύτιση (Weatherford, 1982; Verba et al., 1995; Putnam, 2000). Ζούμε σε μια κομματική δημοκρατία (Lenk, 1982) όπου τα κόμματα έχουν διαμορφωθεί σε αποφασιστικούς φορείς διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης με κανόνες, πρόγραμμα, ιδεολογία και πρόσωπα (Miller, 1991). Η κομματική ταύτιση είναι η πιο σημαντική παρακαταθήκη μιας πολιτικής παράταξης η οποία χτίζεται διαχρονικά (Huckfeldt & Sprague, 1987) μέσα από: την ταύτιση με τον πολιτικό αρχηγό, την ταύτιση με το πολιτικό πρόγραμμα και τις τοποθετήσεις των κομμάτων πάνω σε διαφορετικές κατηγορίες θεμάτων (Calhoun - Brown, 1981; Weatherford, 1982; Harris, 1994; Verba et al., 1995; Leighley, 1996; Radcliff & Davis, 2000; Putnam, 2000). Η κομματική ταύτιση συνδέεται επίσης με την επαφή με κομματικά στελέχη (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954; Miller, 1991; Corner & Pels, 2003; Markaki, Sakas, & Chadjipantelis, 2011). Η φυσική παρουσία ενός υποψηφίου ή κομματικού στελέχους επηρεάζει την πρόθεση του εκλογικού σώματος. Η επαφή ή αλληλεπίδραση μπορεί να είναι επίσημη ή ανεπίσημη - άτυπη (McClurg, 2003). Η άτυπη αλληλεπίδραση θεωρείται πολύ σημαντική, γιατί εκθέτει τους ανθρώπους σε ερεθίσματα που ο καθένας τα προσλαμβάνει και τα χρησιμοποιεί διαφορετικά. Η άτυπη αλληλεπίδραση συμβαίνει με απλό και συχνά μη συνειδητό τρόπο στο εσωτερικό των δικτύων. Η συμμετοχή σε δίκτυα ωθεί τους ανθρώπους να αναπτύξουν πολιτική γνώση και

εξοικείωση με την πολιτική γεγονός που καθιστά τη διαμόρφωση μία συγκεκριμένης πολιτικής προτίμησης μια φυσική εξέλιξη (Verba et al., 1995).

Η συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα, όπως σε ομάδες πολιτών, σε εργασιακά δίκτυα όπως τα σωματεία στο εργασιακό περιβάλλον, αλλά και η εμπλοκή σε διαπροσωπικά δίκτυα, δημιουργεί ένα γενικό ενδιαφέρον για συμμετοχή στην πολιτική, κινητοποίηση και άσκηση επιδράσεων (Putnam, 2000; Leighley, 1996). Πολλά χαρακτηριστικά επηρεάζουν τη διαμόρφωση διαφορετικών προφίλ ψηφοφόρων (Weatherford, 1982). Αυτά μπορεί να είναι: η γνώση πολιτικών θεμάτων, η κομματική ταύτιση με τις θέσεις, το πρόγραμμα ή τον αρχηγό ενός κόμματος, οι κομματικές επαφές και το πολιτικό ενδιαφέρον, το οποίο απαιτεί συνέπεια στην παρακολούθηση της πολιτικής και των δημοσίων υποθέσεων.

Η αλληλεπίδραση στα κοινωνικά ή οικογενειακά δίκτυα εκθέτει τους ανθρώπους σε πολιτική πληροφορία με ένα διαφορετικό τρόπο από ότι η αλληλεπίδραση σε επαγγελματικό επίπεδο (Giles & Dantico, 1982; Huckfeldt 2001; Mutz, 2002a και 2002b). Πρώτον, είναι αρκετά ευπροσάρμοστη, ώστε να επιτρέπει σε διαφορετικές επαφές να επηρεάζουν την συμπεριφορά και τη συμμετοχή σε ένα δίκτυο (McClurg, 2003). Δεύτερον, δεν συγκρούεται άμεσα με άλλες σχέσεις, συμμετοχές σε δίκτυα και επιδράσεις (McClurg, 2003).

Οι πολιτικές συμπεριφορές και οι πολιτικές προτιμήσεις συνδέονται συχνά με τα κόμματα και τα στελέχη των κομμάτων καθώς και με προσωπικά οφέλη. Οι συνδέσεις με τα πολιτικά κόμματα μπορούν να επηρεάσουν τη δυνατότητα να πάρει κάποιος μια δουλειά, να έχει ευκαιρίες για εκπαίδευση και φίλους. Συχνά αυτές οι πολιτικές συνδέσεις έχουν διαφορετικές προεκτάσεις: οργανώνουν και πολιτικοποιούν δίκτυα ψηφοφόρων και υποστηρικτών (Huckfeldt & Sprague, 1987; Zuckerman, 1994 ; Coffé & Need, 2010). Στην Ελλάδα, η πολιτική προτίμηση συνδέεται με την «εξαργύρωσή» της γι' αυτό και το πολιτειακό μας σύστημα χαρακτηρίζεται κατά βάση πελατειακό (Χαραλάμπης, 1989). Χαρακτηριστικά αναφέρεται σε έρευνα (Apospori, Ayloniti & Zisouli, 2010) ότι οι

νεότεροι ψηφοφόροι είναι αυτοί που επιλέγουν κυρίως με κριτήρια ιδιοτελή ή αλλιώς πελατειακά και μάλιστα είναι αυτοί που αποφασίζουν και προς το τέλος της προεκλογικής περιόδου την πολιτική τους προτίμηση. Οι προσωπικές και κομματικές επιλογές των ψηφοφόρων σύμφωνα με τους John Wilson και Robert E. Lane (Kouvertaris, 1997) συνδέονται τόσο με ανταμοιβές όσο και με ενδιαφέροντα και πιστεύω ενώ οι Steven G. Rosentstone και John M. Hansen (Kouvertaris, 1997) υποστηρίζουν ότι οι άνθρωποι οδηγούνται πολύ πιο εύκολα σε συγκεκριμένες πολιτικές επιλογές όταν αυτές τους εξασφαλίζουν συγκεκριμένα προνόμια.

Ένα άλλος σημαντικός παράγοντας, ο οποίος αναδείχτηκε μέσα από τις έρευνες, είναι η σύνδεση της πολιτικής παράταξης με κοινωνική δραστηριότητα και κοινωνικά θέματα (Huckfeldt & Sprague, 1987; Frederick, 1994). Αυτό το κοινωνικά προσανατολισμένο «πρόσωπο» των κομμάτων αυξάνει τις επιδράσεις και την εκλογική υποστήριξη που κερδίζει ένα κόμμα (Huckfeldt & Sprague, 1987; Markaki, Sakas, & Chadjipantelis, 2011).

Σε επίπεδο πολιτικού διαχωρισμού η έννοια της ξεκάθαρης ιδεολογίας δεν υφίσταται με τη μορφή που υπήρχε στο παρελθόν. Ενώ παλαιότερα τα πολιτικά πλαίσια είχαν όρια ξεκάθαρα για τη Δεξιά, την Αριστερά το Κέντρο, σήμερα κάτι τέτοιο δεν ισχύει εξίσου έντονα. Σήμερα οι ιδεολογίες τείνουν να υποβαθμίζονται και το ενδιαφέρον για την πολιτική αλλάζει περιεχόμενο. Σε έρευνα στην Ιαπωνία αποδείχτηκε ότι η μεταβλητή της ιδεολογικής αυτοτοποθέτησης (η πολιτική κατεύθυνση που αποτυπώνεται στην 10βάθμια κλίμακα υποκειμενικής κομματικής και ιδεολογικής αυτοτοποθέτησης) δεν επιδρά ιδιαίτερα στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης (Liu et al., 1998).

Με την παρούσα μελέτη εξετάζουμε την επίδραση παραγόντων στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Συγκεκριμένα, διερευνούμε τα κριτήρια που επιδρούν στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης, ομαδοποιώντας τα σε αφανείς παράγοντες, ενώ παράλληλα προχωρούμε στην εκτίμηση τυπολογικών προτύπων -προφίλ

ψηφοφόρων, συνδέοντας τα αρχικά κριτήρια και τους αφανείς παράγοντας με τους τύπους ψηφοφόρων που προκύπτουν.

## *2. Μεθοδολογία*

### *2.1 Η στατιστική μέθοδος*

Η Παραγοντική Ανάλυση Αντιστοιχιών (Καραπιστόλης, 2011; Παπαδημητρίου, 2007; Bartholomew, Steele, Moustaki και Galbraith, 2007) είναι μια στατιστική μέθοδος για την παράσταση των γραμμών και των στηλών ενός πίνακα δεδομένων σε ένα χώρο λιγότερων διαστάσεων από τον αρχικό. Αναλύοντας τα δεδομένα σε ένα χώρο λιγότερων διαστάσεων είναι δυνατόν να αποκαλυφθούν τυπολογικά πρότυπα (patterns) των δεδομένων και να ομαδοποιηθούν τα δεδομένα σε ομοιογενείς συστάδες. Πρόκειται για μια διαδικασία δύο σταδίων. Στο πρώτο, αναλύουμε με τη χρήση της ACP τις στήλες (μεταβλητές) του πίνακα δεδομένων (Καραπιστόλης, 2011). Από τις αρχικές μεταβλητές, οι οποίες έχουν μετρηθεί σε κλίμακα διάταξης (1-5: συμφωνώ ελάχιστα-συμφωνώ απόλυτα) σχηματίζεται ο πίνακας συντελεστών συσχέτισης SPEARMAN, ο οποίος και αναλύεται. Στην συνέχεια οι μεταβλητές ομαδοποιούνται με τη χρήση της CAH (Καραπιστόλης, 2011) με βάση τις συντεταγμένες των κύριων συνιστωσών που έχουν προκύψει από την ACP. Με αυτό τον τρόπο εξάγονται ομάδες μεταβλητών που εκφράζουν τυπολογικά πρότυπα τα οποία συγκροτούνται από στάσεις (attitudes). Στο δεύτερο στάδιο, με τη χρήση της Ιεραρχικής Ταξινόμησης για τις γραμμές (αντικείμενα) στον πίνακα 0-1 των αρχικών μεταβλητών (Καραπιστόλης, 2011) σχηματίζονται ομοιογενείς συστάδες αντικειμένων συνδέοντας στάσεις και κατά συνέπεια ορίζοντας τυπολογίες συμπεριφοράς ατόμων. Με τη VACOR δίνεται η δυνατότητα να εντοπιστούν οι τιμές των μεταβλητών που χαρακτηρίζουν τις κλάσεις μιας ιεραρχίας.

## 2.2 Το δείγμα και η συλλογή των στοιχείων

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα. Το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά περιέχοντας ερωτήσεις για την εκτίμηση μέσω της *conjoint analysis* των κυρίων επιδράσεων των μεταβλητών πολιτική κινητοποίηση, φύλο, θέση στο δίκτυο επικοινωνίας και δίκτυο επικοινωνίας καθώς και ερωτήσεις σχετικά με τις παραμέτρους που διαμορφώνουν την πολιτική συμπεριφορά. Συμμετείχαν 1103 άτομα από αστικά κέντρα (όπως η Αθήνα) και από την περιφέρεια (νησιά και επαρχιακές πόλεις). Οι ερωτώμενοι προσεγγίστηκαν εν μέρει με κριτήριο την ευκολία προσέγγισης και εν μέρει με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας ενώ η συμπλήρωση μέρους των ερωτηματολογίων έγινε με προσωπικές συνεντεύξεις (πρόσωπο με πρόσωπο). Προσεγγίστηκαν άτομα από το οικογενειακό, κοινωνικό και εργασιακό περιβάλλον με αρχικό σημείο αναφοράς τους ερευνητές παράγοντας μια χιονοστιβάδα. (Voicu, 2011; Goodman, 1961) Αν και τυπικά δεν μπορεί να θεωρηθεί τυχαία δειγματοληψία, επειδή ο πληθυσμός αναφοράς από τον οποίο έγινε η επιλογή δεν έχει συστηματικά χαρακτηριστικά επιλογής και έτσι μπορεί να θεωρηθεί ότι καλύπτει ένα εύρος ατόμων που δίνει έχει εχέγγυα αντιπροσωπευτικότητας. Στην επιλογή των ερωτώμενων έγινε προσπάθεια ώστε να διατηρηθούν αναλογίες σχετικά με το φύλο (άνδρας/γυναίκα), την ηλικιακή κατηγορία (18-35, 36-50, 50-65, 65+) και την αστικότητα (αστικό κέντρο/περιφέρεια). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2011, από τον Ιανουάριο μέχρι και τον Ιούνιο. Η μέση χρονική διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δεν ξεπερνούσε τα 20 λεπτά της ώρας.

Το μέγεθος του δείγματος κρίνεται ικανοποιητικό δεδομένου ότι πρόκειται για διερευνητική ανάλυση τυπολογικών προτύπων. Λόγω της μεθοδολογίας σχηματισμού του δείγματος τα αποτελέσματα είναι δύσκολα γενικεύσιμα αλλά δίνουν έναυσμα για την περαιτέρω διερεύνηση. Άλλωστε, για αυτό επιλέχθηκαν για την ανάλυση μέθοδοι της ανάλυσης δεδομένων που περιγράφουν δομικά χαρακτηριστικά παρά κατανομές πληθυσμού (VanderStroep & Johnson, 2010; Monette, Sullivan & DeJong, 2005; Denscombe, 2004).

### 3. Αποτελέσματα

Ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να αξιολογήσουν διάφορους παράγοντες ως προς τη σημασία τους στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Η κατανομή των σχετικών συχνοτήτων (%) παρουσιάζεται παρακάτω:

Πίνακας 1: Η κατανομή σχετικών συχνοτήτων (%) των παραγόντων που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της πολιτικής προτίμησης

Παράγοντες	Ελάχιστα	Σχετικά	Έτσι και έτσι	Αρκετά	Πάρα πολύ
Οι ιδεολογικές σας αντιλήψεις	5,3%	9,0%	9,9%	33,7%	42,1%
Το οικογενειακό σας περιβάλλον	20,3%	20,1%	22,9%	27,4%	9,3%
Το φιλικό σας περιβάλλον	31,8%	29,6%	27,1%	9,6%	1,9%
Το εργασιακό σας περιβάλλον	52,1%	24,4%	16,1%	5,7%	1,7%
Το πολιτικό πρόγραμμα	26,4%	18,9%	19,1%	25,4%	10,3%
Ο πολιτικός αρχηγός	25,3%	15,0%	18,2%	25,1%	16,4%
Οι θέσεις των κομμάτων για τα εθνικά θέματα	14,2%	12,9%	16,8%	29,8%	26,3%
Οι θέσεις των κομμάτων για τα οικονομικά θέματα	11,0%	10,0%	14,4%	31,0%	33,7%
Οι θέσεις των κομμάτων για τα κοινωνικά θέματα (Υγεία, Παιδεία)	9,6%	8,5%	12,4%	29,8%	39,7%
Το προσωπικό σας όφελος	31,0%	17,6%	16,9%	16,9%	17,7%

<b>Η επαφή σας με στελέχη των κομμάτων</b>	49.7%	18.2%	14.8%	11.5%	5.7%
<b>Η οικογενειακή παράδοση</b>	44.2%	17.3%	15.3%	12.7%	10.5%

Το κριτήριο «ιδεολογικές αντιλήψεις» θεωρείται αρκετά και πάρα πολύ σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης σε ποσοστό πάνω από το 70%. Σε κάθε περίπτωση, οι άνθρωποι ψηφίζουν λιγότερο ιδεολογικά σε σχέση με το παρελθόν διότι, αν και η ιδεολογική ψήφος στηρίζονταν σε κοινωνικές τάξεις και ταξική συνείδηση, αυτό έχει πλέον διαφοροποιηθεί (Donald, Palmquist, & Schickler, 2002; Δώδος, 2011). Σε αυτό συνετέλεσαν πολλοί παράγοντες μεταξύ των οποίων η ταξική κινητικότητα και η έλλειψη συνοχής της κοινωνικής θέσης. Παρά το γεγονός ότι: α) η πολιτική πραγματικότητα έχει αναδιαμορφωθεί, β) τα ιδεολογικά και κατ' επέκταση κομματικά κριτήρια που θριάμβευαν παλαιότερα έχουν αλλάξει, γ) τα κόμματα έχουν γίνει πλέον πολυσυλλεκτικοί φορείς, χάνοντας το παραδοσιακό ιδεολογικό τους στίγμα σε ένα μεγάλο βαθμό και δ) οι ιδεολογικές διαφοροποιήσεις είναι μικρές και δυσδιάκριτες, η ιδεολογία συνεχίζει να δίνει σκοπό και αξία στις πολιτικές συμπεριφορές (Kouvertaris, 1997).

Αναφορικά με τα δίκτυα ποσοστό περίπου 40 % των ερωτηθέντων αναγνωρίζουν την επίδραση που μπορεί να ασκεί το οικογενειακό περιβάλλον στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Αντιθέτως, ένα επίσης 40% των ερωτηθέντων δεν πιστεύει ότι επηρεάζεται από την οικογένεια. Τόσο το φιλικό όσο και το εργασιακό περιβάλλον δεν θεωρούνται περιβάλλοντα όπου ασκούνται πολιτικές επιδράσεις, οι οποίες να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Η σημασία της οικογένειας έχει ερευνηθεί διαχρονικά και είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου δικτύου, όπως η συχνότητα, η ένταση της επαφής, η εμπιστοσύνη και η οικειότητα, που εντείνουν τις επιδράσεις στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Επίσης, πολύ συχνά στην οικογένεια οι επιδράσεις ασκούνται με έναν τρόπο ασυνείδητο.



Αναφορικά με τη σημασία του πολιτικού προγράμματος και του πολιτικού αρχηγού ποσοστό πάνω από το 40% θεωρεί ότι δεν είναι σημαντικοί παράγοντες για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Επίσης, ποσοστό περίπου 40% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι ο πολιτικός αρχηγός δεν διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Οι ερωτηθέντες αξιολογούν σημαντικά, (πάνω από το 50%) ορισμένες κατηγορίες θεμάτων όπως είναι τα εθνικά θέματα, τα οικονομικά θέματα και τα κοινωνικά θέματα. Αυτό συμβαίνει διότι τα θέματα αυτά καθορίζουν την καθημερινότητα των ανθρώπων, επηρεάζουν το επίπεδο διαβίωσης και την ποιότητα ζωής σε μία κοινωνία.

Σχετικά με το προσωπικό όφελος που επιδρά στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης διακρίνεται ξεκάθαρα, με ποσοστό που ξεπερνά το 30%, η τάση των ανθρώπων να επιλέγουν πολιτικά πρόσωπα και κόμματα με βάση το ίδιο όφελος. Πολλές πολιτικές προτιμήσεις έχουν συχνά ιδιοτελή σκοπό γι' αυτό και το πολιτειακό μας σύστημα χαρακτηρίζεται κατά βάση πελατειακό (Χαραλάμπης, 1989). Από την άλλη πλευρά υπάρχουν και εκείνοι οι οποίοι θεωρούν ότι δεν επιλέγουν πολιτικά με βάση το προσωπικό τους όφελος (περίπου το 50% των ερωτηθέντων). Τα τελευταία υπάρχει ανισορροπία μεταξύ οφέλους και ζημίας. Δηλαδή, οι ερωτηθέντες αξιολογούν ότι με τις παρούσες συνθήκες, το όφελος μιας συγκεκριμένης πολιτικής προτίμησης δεν είναι εμφανές (Γιώργος Σεφερτζής και Γρηγόρης Τσιμογιάννης, σύμβουλοι πολιτικής επικοινωνίας. Προσωπική επαφή 2007).

Αναφορικά με την επαφή των ψηφοφόρων με στελέχη των κομμάτων, ποσοστό περίπου 70% δεν θεωρεί ότι η επαφή με στελέχη των κομμάτων είναι παράγοντας επίδρασης στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Αυτό αποτυπώνει, ενδεχομένως, μια αρνητική προδιάθεση απέναντι σε ανθρώπους που προπαγανδίζουν ένα κόμμα ή ένα πολιτικό πρόσωπο στους άλλους. Η επαφή των ψηφοφόρων με κομματικά στελέχη ενδεχομένως να χαρακτηρίζεται από άσκηση πολιτικής πίεσης, προπαγάνδας ή προσηλυτισμού (Χαραλάμπης 1989). Σχετικά με την οικογενειακή παράδοση ως παράγοντας διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης

παρατηρούμε ότι ποσοστό περίπου 70% θεωρεί ότι δεν επηρεάζεται από τις οικογενειακές πολιτικές παραδόσεις. Η εικόνα αυτή αποτυπώνει ενδεχομένως τη μη συνειδητή άσκηση επιδράσεων, δηλαδή το γεγονός ότι δεν είναι πάντοτε αντιληπτός ο τρόπος, το περιβάλλον και τα άτομα που ασκούν τις επιδράσεις στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης.

### 3.1. Αποτελέσματα ACP και Ταξινόμησης

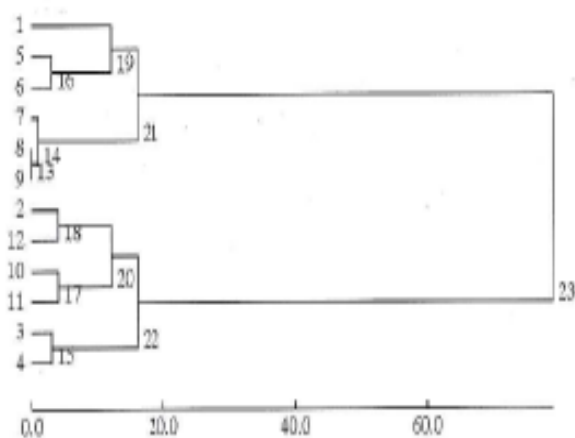
Χρησιμοποιώντας τις παρακάτω μεταβλητές οι οποίες παρουσιάζουν τα κριτήρια διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης προχωρήσαμε στην ανάλυση ACP και σε Ταξινόμηση μετά από ACP ώστε να αποτυπωθούν ομάδες κριτηρίων και οι αντιπαραθέσεις μεταξύ τους.

Πίνακας 2: Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν

Q1	Οι ιδεολογικές σας αντιλήψεις
Q2	Το οικογενειακό σας περιβάλλον
Q3	Το φιλικό σας περιβάλλον
Q4	Το εργασιακό σας περιβάλλον
Q5	Το πολιτικό πρόγραμμα
Q6	Ο πολιτικός αρχηγός
Q7	Οι θέσεις των κομμάτων για τα εθνικά θέματα
Q8	Οι θέσεις των κόμματος για τα οικονομικά θέματα
Q9	Οι θέσεις των κόμματος για τα κοινωνικά θέματα (Υγεία, Παιδεία)
Q10	Το προσωπικό σας όφελος
Q11	Η επαφή σας με στελέχη των κομμάτων
Q12	Η οικογενειακή παράδοση

Από την Ανάλυση σε Κύριους Παράγοντες (ACP) και την Ιεραρχική Ταξινόμηση, χρησιμοποιώντας τους κύριους παράγοντες, προκύπτουν 4 ομάδες μεταβλητών (κριτηρίων).

Σχήμα 1: Το Δενδρόγραμμα των Μεταβλητών



Η πρώτη ομάδα αποτελείται από τα κριτήρια [Q1, Q5, Q6] και αποτυπώνει την ιδεολογική διάσταση. Η δεύτερη ομάδα αποτελείται από τα κριτήρια [Q7, Q8, Q9] και αποτυπώνει την επίδραση των θέσεων των κομμάτων στη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Οι δύο αυτές ομάδες συνδέονται στο δενδρόγραμμα ταξινόμησης σε μία.

Ένας δεύτερος κλάδος διασπάται σε δύο επιπλέον ομάδες κριτηρίων. Η τρίτη ομάδα συγκροτείται από τα κριτήρια [Q2, Q10, Q11, Q12] συνδέοντας το οικογενειακό περιβάλλον και την οικογενειακή παράδοση με το προσωπικό όφελος και την επαφή με τα στελέχη των κομμάτων και η τέταρτη ομάδα συγκροτείται από τα κριτήρια [Q3, Q4] που αναφέρονται στην επίδραση του φιλικού και του εργασιακού περιβάλλοντος.

Στη συνέχεια προχωρήσαμε σε ταξινόμηση των υποκειμένων σε ομάδες με τη μέθοδο VACOR. Προκύπτουν έξι ομάδες: ο ένας κλάδος του δένδρογράμματος διασπάται στις ομάδες I1 και I2, ο δεύτερος στις ομάδες I3 και το group [I4, I5, I6] που διασπάται διαδοχικά σε [I4, I5] και I6 και σε I4 και I5.

Πίνακας 3: Ομάδες και Πλήθος Υποκειμένων

Ομάδα	Πλήθος υποκειμένων	Σχετική Συχνότητα
I1	114	14,2%
I2	353	33,1%
I3	151	14,2%
I4	100	9,4%
I5	269	25,3%
I6	78	7,3%

Από την περιγραφή των στατιστικά σημαντικότερων μεταβλητών για κάθε κλάση προκύπτουν οι μεταβλητές που είναι σημαντικές για κάθε κόμβο (ομάδα από τις παραπάνω έξι). Έτσι, για την I2 σημαντικές είναι οι μεταβλητές [Q1, Q5, Q7, Q8, Q9] που συγκροτούν την ιδεολογική διάσταση και τη διάσταση που συνδέεται με τις θέσεις των κομμάτων. Κατά συνέπεια για ποσοστό 33,1% του συνόλου η πολιτική προτίμηση συνδέεται με την ιδεολογική διάσταση και τη διάσταση των θέσεων των κομμάτων. Ο πολίτης που ανήκει σε αυτή την ομάδα μπορεί να χαρακτηριστεί ως «ιδεολόγος συλλογικός ψηφοφόρος». Για την ομάδα I1 σημαντικές είναι οι μεταβλητές [Q7, Q8, Q9, Q10, Q11] συνδέοντας τις θέσεις των κομμάτων και το προσωπικό όφελος ορίζοντας τον «ωφελμιστή ψηφοφόρο». Οι ομάδες I4 και I5 συνδέονται με την διάσταση του οφέλους και της οικογενειακής παράδοσης ορίζοντας τον «ατομιστή - οικογενειακό» ψηφοφόρο (34,7% του συνόλου). Ιδιαίτερα, η I4 συνδέεται με τις [Q2, Q10, Q11, Q12] και η I5 με τις [Q10, Q11, Q12]. Η ομάδα I3 συνδέεται με τις μεταβλητές του οικογενειακού

περιβάλλοντος και της οικογενειακής παράδοσης περιγράφοντας τον «οικογενειακό ψηφοφόρο» (14,2% του συνόλου) και η ομάδα I6 περιγράφει τον «ιδεολογικό - κοινωνικό» ψηφοφόρο αφού συνδέεται με τις μεταβλητές [Q1, Q2, Q3, Q4] που συνδέουν την ιδεολογική αντίληψη και τα οικογενειακά, εργασιακά και κοινωνικά δίκτυα.

Συνοπτικά προκύπτουν οι εξής τύποι ψηφοφόρου:

- Ιδεολόγος, συλλογικός ψηφοφόρος (33,1%) [I2]
- Ωφελιμιστής ψηφοφόρος, (14,2%) [I1]
- Ατομιστής – οικογενειακός ψηφοφόρος (34,7%) [I4&I5]
- Οικογενειακός ψηφοφόρος (14,2%) [I3]
- Ιδεολόγος – Κοινωνικός ψηφοφόρος (7,3%) [I6]

Συνεπώς, παρατηρούμε ότι το 35% του συνόλου θεωρεί το προσωπικό όφελος σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, το 33% αξιολογεί τις θέσεις των κομμάτων για τα εθνικά, κοινωνικά και οικονομικά θέματα για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Το 11% του συνόλου διαμορφώνει πολιτική προτίμηση με βάση τις θέσεις και το προσωπικό όφελος, το 14% με βάση το οικογενειακό περιβάλλον και τέλος το 7.5% του συνόλου επηρεάζεται από το περιβάλλον του (οικογενειακό, φιλικό, εργασιακό) και την ιδεολογία για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης.

Όσον αφορά την ένταση κάθε κριτηρίου σε κάθε ομάδα διαπιστώνουμε τα εξής: Για την ομάδα I1 οι θέσεις των κομμάτων για κοινωνικά, εθνικά και οικονομικά θέματα αποτελούν αρκετά ή πάρα πολύ σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, ενώ το προσωπικό όφελος και η επαφή με στελέχη κομμάτων είναι σχετικά ή πάρα πολύ σημαντικά κριτήρια διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης. Για την ομάδα I2 οι ιδεολογικές αντιλήψεις, το πολιτικό πρόγραμμα

και οι θέσεις των κομμάτων για κοινωνικά, εθνικά και οικονομικά θέματα αποτελούν αρκετά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης. Για την ομάδα I3 το οικογενειακό περιβάλλον αποτελεί ενδιάμεσα σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης. Για την ομάδα I4 το οικογενειακό περιβάλλον και η οικογενειακή παράδοση αποτελεί σχετικά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, το προσωπικό όφελος αποτελεί πάρα πολύ σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης και η επαφή με στελέχη αποτελεί σχετικά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης. Για την ομάδα I5 η οικογενειακή παράδοση, το προσωπικό όφελος και η οικογενειακή παράδοση αποτελεί ενδιάμεσα σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης. Για την ομάδα I6 οι ιδεολογικές αντιλήψεις αποτελούν σχετικά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, το οικογενειακό περιβάλλον αποτελεί ενδιάμεσα σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης, το φιλικό περιβάλλον αποτελεί αρκετά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης και το εργασιακό περιβάλλον αποτελεί σχετικά σημαντικό κριτήριο διαμόρφωσης πολιτικής προτίμησης.

#### 4. Συμπεράσματα – Σύνοψη

Με την παρούσα έρευνα δεν αναλύουμε τη λειτουργία της επίδρασης των χαρακτηριστικών που εξετάζονται αλλά τα χαρακτηριστικά της. Δεν εστιάζουμε στον τρόπο, αλλά στα στοιχεία εκείνα που διαμορφώνουν τυπολογίες – προφίλ ψηφοφόρων. Τα υπό εξέταση χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν τα προφίλ δεν ολοκληρώνουν το σύνολο των πληροφοριών για τα χαρακτηριστικά που μπορεί να διαμορφώσουν ένα προφίλ ψηφοφόρου. Επιπλέον στοιχεία που θα μπορούσαν να εξεταστούν, όπως η συχνότητα των αλληλεπιδράσεων των ψηφοφόρων, δημογραφικοί ή ψυχολογικοί παράγοντες δεν εξετάζονται.

Η χρονική περίοδος πραγματοποίησης της έρευνας συνέπεσε με αλλαγές σε κοινωνικό και πολιτικό επίπεδο. Οι οικονομικές, πολιτικές συνθήκες μεταβλήθηκαν και το πολιτικό σύστημα εισήλθε σε έναν κύκλο αλλαγών και αναταράξεων. Κόμματα που υπήρχαν πλέον δεν υφίστανται στο κοινοβούλιο, ενώ άλλα που δεν υπήρχαν ή τα οποία διαδραμάτιζαν δευτερεύοντα ρόλο, τώρα αναδεικνύονται σε σημαντικές πολιτικές δυνάμεις. Η έρευνα δεν συμπεριλαμβάνει αυτές τις αλλαγές.

Η έρευνα δεν εξετάζει, επίσης, αυστηρά τους συνομιλητές των ερωτηθέντων, όπως συμβαίνει σε έρευνες με τη μορφή «χιονοστιβάδας». Δηλαδή, δεν ελέγχουμε την επίδραση στα άτομα κατά ζεύγη. Τα εξετάζουμε μεμονωμένα, γεγονός το οποίο δεν μας επιτρέπει να έχουμε την ολοκληρωμένη εικόνα της αλληλεπίδρασης δύο ατόμων.

Σε κάποιες ευαίσθητες (από πλευράς δεδομένων) ερωτήσεις παρατηρούμε κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις και ενδεχομένως επηρεασμένες από κοινωνικές προκαταλήψεις (social bias).

Άλλοι παράγοντες που μπορεί να είναι κοινωνικοί, την ίδια στιγμή βαθύτατα προσωπικοί ή να εξαρτώνται από χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την ίδια την εκλογική αναμέτρηση (Andreadis & Chadjipantelis 2006) δεν εξετάζονται. Η

διαμόρφωση προφίλ ψηφοφόρων επηρεάζεται από παράγοντες πολιτισμικούς, κοινωνικούς, προσωπικούς, ιδιοτελείς και ψυχολογικούς. Το σύνολο των αξιών ενός ατόμου αποτελούν οδηγό συμπεριφοράς τόσο για τον ίδιο όσο και για τους ανθρώπους που επηρεάζει. Η κουλτούρα, οι εμπειρίες των ανθρώπων, οι επιθυμίες και οι ανάγκες τους καθώς και η προσπάθεια ικανοποίησής τους επηρεάζουν τις πολιτικές τους προτιμήσεις. Ένα ακόμα στοιχείο επίδρασης είναι ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνεται στη σύγχρονη εποχή το πλέγμα των ανθρωπίνων σχέσεων και ο τρόπος σκέψης. Η έννοια του κοινωνικού ρόλου, η συμμετοχή σε ομάδες αναφοράς και η συλλογικότητα οδηγούν σε συγκεκριμένες πολιτικές συμπεριφορές.

Πίνακας 4: Συγκεντρωτικός πίνακας ομάδων μεταβλητών

Στήλη1	Ομάδες Μεταβλητών / Μεταβλητές	I4	I5	I6	I3	I1	I2	Στήλη2	Groups (ταξινόμηση μετά από ACP)
Q1	Ιδεολογικές αντιλήψεις			ΣΧΕΤΙΚΑ			ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ		1
Q5	Πολιτικό πρόγραμμα						ΑΡΚΕΤΑ		1
Q6	Πολιτικός αρχηγός								1
Q7	Θέσεις κομμάτων για εθνικά θέματα					ΑΡΚΕΤΑ	ΑΡΚΕΤΑ		2
Q8	Θέσεις κόμματος για οικονομικά θέματα					ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ		2
Q9	Θέσεις κόμματος για κοινωνικά θέματα (Υγεία, Παιδεία)					ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ		2
Q10	Προσωπικό όφελος	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ			ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ			3
Q11	Επαφή με στελέχη των κομμάτων	ΣΧΕΤΙΚΑ	ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ			ΣΧΕΤΙΚΑ			3



ΤΕΤΡΑΔΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 18

Q12	Οικογενειακή παράδοση	ΣΧΕΤΙΚΑ	ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ		ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ				3
Q2	Οικογενειακό περιβάλλον	ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ		ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ	ΈΤΣΙ ΚΑΙ ΈΤΣΙ				3
Q3	Φιλικό περιβάλλον			ΑΡΚΕΤΑ					4
Q4	Εργασιακό περιβάλλον			ΣΧΕΤΙΚΑ					4
	<b>Clusters</b>	<b>100</b>	<b>269</b>	<b>78</b>	<b>151</b>	<b>114</b>	<b>353</b>	1065	
		<b>9,40%</b>	<b>25,30%</b>	<b>7,30%</b>	<b>14,20%</b>	<b>10,70%</b>	<b>33,10%</b>		

Με την παρούσα μελέτη εξετάσαμε το βαθμό που κάποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη δημιουργία προφίλ ψηφοφόρων για τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης. Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε συγκεντρωτικά τις ομάδες μεταβλητών σε γραμμές (τελευταία στήλη), το μέγεθος κάθε ομάδας υποκειμένων (τελευταία γραμμή) καθώς και τη στάθμη της μεταβλητής που χαρακτηρίζει κάθε ομάδα (στο κελί: PP πάρα πολύ, ΕΕ Έτσι και έτσι, ΣΧ σχετικά, ΑΡ αρκετά), στοιχεία που περιγράφηκαν αναλυτικά στο κεφάλαιο των αποτελεσμάτων. Κάθε άνθρωπος δραστηριοποιείται μέσα σε ένα περιβάλλον, όπου κινείται σε πλαίσια κοινωνικά, εργασιακά, οικογενειακά. Εκεί έρχεται σε επαφή, συμμετέχει, εμπλέκεται και αλληλεπιδρά με δίκτυα, μέσα στα οποία αναπτύσσει δραστηριότητα, αναλαμβάνει ρόλους και αλληλεπιδρά. Παρόλα αυτά η επίδραση μέσα σε αυτά τα πλαίσια και στο εσωτερικό των δικτύων δεν προκύπτει πάντοτε από τις αλληλεπιδράσεις των μελών αλλά και από εξωτερικούς παράγοντες. Οι σφαίρες δράσης, τα πλαίσια καθώς και τα δίκτυα στα οποία κινούμαστε δεν είναι αποκομμένα μεταξύ τους αλλά αλληλεπιδρούν και συχνά διαπλέκονται. Με τον ίδιο τρόπο διαπλέκονται και οι επιδράσεις τους. Στα δίκτυα υπάρχουν άνθρωποι που επηρεάζουν περισσότερο τους άλλους και άλλοι που επηρεάζονται περισσότερο ως προς την πολιτική τους προτίμηση. Διερευνήσαμε συνεπώς εκείνους τους παράγοντες - τα κριτήρια που επιδρούν στη διαμόρφωση της πολιτικής προτίμησης μέσα στα δίκτυα

αξιολογώντας πέντε διαφορετικούς τύπους συμπεριφοράς ως προς τη διαμόρφωση πολιτικής προτίμησης.

**Factors that influence political behavior. A typology of voters.**

**Theodore Chadjipantelis, Aristotle University of Thessaloniki**

**Evangelia N. Markaki, Aristotle University of Thessaloniki**

*Abstract*

With the present study we examine how and in which level some factors influence the creation of voters' profiles during the formation of political preferences. People act in an environment with social, personal as well as professional networks where they interact, they develop activities, they undertake roles and they react. The influence that the network can exert on its members is also combined with external factors as networks are not only interactive but also interrelated or interconnected. In networks there are persons who influence more the others and others who are most influenced while forming their political preference. We examine the factors that influence political preferences in networks. The data collection took place in Greece. 1.103 persons participated. For the data analysis we used the ACP and classification. From the results we see that 35% consider the personal interest as the crucial factor while forming political preferences. 33% evaluate more the position of the political parties on social, financial and national issues, 11% form political preferences assessing the positions of the political parties as well as the personal interest and finally 7.5% is influenced by the environment that means by personal, professional and social networks while forming political preferences. The present study focuses on the "new" science of networks connecting networks and factors that influence the formation of political preferences.

**Βιβλιογραφία**

Andreadis, J. & Chadjipadelis, T. (2006). *Differences in voting behavior*. Proceedings of 20th IPSA 2006 World Congress. Fukuoka, Japan.

Apospori, E., Avlonitis, G., Zisouli M. (2010). *Political culture and perception of “political marketing” tools: a cross-generational comparison*. Journal of Political Marketing, vol 9, No. 1-2,111-134

Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: The University of Chicago Press.

Calhoun-Brown, A. (1996). *African american churches and political mobilization: the psychological impact of organizational resources*. Journal of Politics, vol 58, No 4, 935-53.

Corner, J. & Pels, D. (2003). *Media and restyling of politics*, Sage Publications

Denscombe, M., (2004). *The Good Research Guide for small-scale social research*, 2nd edition, Open University Press.

Frederick, H. C. (1994). *Something within: religion as a mobilizer of african-american political activism*. Journal of Politics, vol 56, 42-68.

Giles, M., & Dantico, M. K. (1982). *Political participation and the neighborhood social context revisited*. American Journal of Political Science, vol 26, 144–150.

Goodman, L.A. (1961) *Snowball sampling*. Annals of Mathematical Statistics, vol 32, No 1, 148–170.

Coffé, H., & Need A. (2010) *Similarity in husbands and wives party family preference in the Netherlands*. Electoral Studies, vol 29, No 2, 259 – 268.

Donald, G., Palmquist, B. & Schickler, E. (2002). *Partisans hearts and minds: political parties and the social identities of voters*. New Haven, CT: Yale University Press.

Harris, F. C. (1994). *Something within: religion as a mobilizer of african american political activism*. Journal of Politics, vol 56, 42-68.

Huckfeldt, R., & Sprague, J. (1987). *Networks in Context: The Social Flow of Political Information*. The American Political Science Review, vol 81, No 4, 1197-1216.

Kourvetaris, G.A. (1997). *Political sociology. Structure and process*. Allyn and Bacon.

Leighley, J. E. (1996). *Group membership and the mobilization of political participation*. Journal of Politics, vol 58, No 2, 447-63.

Lenk, K. (1982). *Πολιτική κοινωνιολογία*, εκδόσεις Παρατηρητής

Liu, J., Ikeda, K., & Wilson, M. (1998). *Interpersonal environment effects on political preferences: the 'middle path' for conceptualizing social structure in New Zealand and Japan*. *Political Behavior*, vol 20, 183-212.

Markaki, E.N., Sakas, D.P., & Chadjipantelis, T. (2011). *New political communication practices: no budget event management. The new challenge*. International Conference for Integrated Information, Proceedings, 73-77. Kos, Greece.

McClurg, S. (2003). *Social networks and political participation: the role of social interaction in explaining political participation*. *Political Research Quarterly*, vol 56, No 4, 449-464.

Miller, W. E. (1991). *Party identification, realignment, and party voting: back to the basics*. *American Political Science Review*, vol 85, No 2, 557-568.

Monette, DR., Sullivan, TJ., & DeJong, CR. (2005). *Applied Social Research. A Tool for the Human Services*, 6th edition

Mutz, D.C. (2002a). *The consequences of cross-cutting networks for political participation*. *American Journal of Political Science*, vol 46, No 4, 838-55.

Mutz, D.C. (2002b). *Cross-cutting social networks: testing democratic theory in practice*. *American Political Science Review* vol 96, No 1, 111-26.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster. New York.

Radcliff, B., & Davis, P. (2000). *Labor organization and electoral Participation in industrial democracies*. *American Journal of Political Science*, vol 44, 132-41.

VanderStroep, S.W. & Johnson, D.D. (2010) *Research Methods for Everyday Life: Blending Qualitative and Quantitative Approaches*, John Wiley & Sons

Verba, S., Schlozman, K. & Brady, H. (1995). *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Voicu, M.C. (2011). *Using the snowball method in marketing research on hidden populations*. *Challenges of the Knowledge Society*, vol 1, 1341–1351.

Weatherford, S. (1982). *Interpersonal networks and political behavior*. *American Journal of Political Science*, 26, 117-43.

Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge University Press.

Δώδος, Δ. (2011). *Νεωτερικότητα και εκλογικά δικαιώματα*, Εκδόσεις Επίκεντρο.

Χαραλάμης, Δ. (1989). *Πελατειακές σχέσεις και λαϊκισμός. Η εξωθεσμική συναίνεση στο ελληνικό πολιτικό σύστημα*, Εκδόσεις Εξάντας