

جایگاه زادبوم‌پنداری در الگوی رای‌کنندگی انتخابات ریاست جمهوری در دوره یازدهم

حمیدرضا محمدی^۱، ابراهیم احمدی^۲، ندیمه سلیم‌نژاد^۳ و ابوالقاسم بنیادداشت^۴
تاریخ وصول: ۱۳۹۵/۴/۲۰، تاریخ تایید: ۱۳۹۵/۷/۱۶

چکیده

برگزاری انتخابات آزاد و عادلانه و وجود رقابت سیاسی یکی از وجوه دموکراسی و مشروعیت نظام‌های سیاسی محسوب می‌گردد که در جوامع در حال گذار به دموکراسی از اهمیت دوچندان برخوردار است. جغرافیای انتخابات برای نیل به مشارکت حداکثری مردم از ابزارها و شیوه‌های متنوع و گوناگونی بهره می‌برد، که یکی از آنها اثر همسایگی یا به عبارتی زادبوم‌پنداری است. زادبوم؛ گستره‌ای جغرافیایی است که به واسطه همانندی‌های هویتی، ساکنان، در ابعاد فرهنگی، زبان، مذهب و تاریخ از گونه‌ای وحدت رویه در کنش اجتماعی و سیاسی برخوردار می‌باشد. از این‌رو، استمرار واژگانی همانند: همشهری، هم‌طایفه، هم‌زبانی، هم‌استانی و مانند آنها، نمودی از حس زادبوم‌پنداری است. به تناسب تعریف فوق، در ایران - گستره‌ای از یک یا چند استان همگون از نظر زبان و قومیت در باره نامزد ویژه‌ای به توافق ننوشته‌ای می‌رسند تا از وی حمایت کنند، و معمولاً آن ناحیه پایگاه حمایتی او به‌شمار می‌رود. این پژوهش به دنبال بررسی و تحلیل نقش متغیر زادبوم‌پنداری (اثر همسایگی) در الگوی رای‌کنندگی یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد متغیر زادبوم‌پنداری در الگوی رای‌ساز کاندیدا از شش کاندیدا یعنی آقایان روحانی، رضایی و قالیباف تأثیر داشته است و در باره آقایان جلیلی، ولایتی و غرضی به دلایلی مشهود نیست.

کلیدواژگان: زادبوم‌پنداری، انتخابات، مشارکت سیاسی، دموکراسی.

۱. دانشیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۲. دانش‌آموخته جغرافیای سیاسی

۳. مدرس دانشگاه فرهنگیان

۴. دانش‌آموخته برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی

مقدمه

طی سال‌های گذشته، توده‌های مردم با شناخت قابلیت‌ها و ارزشهای دموکراسی، احساس نیاز به آن نموده و طالب آن شدند. حکومت‌ها نیز در پی گسترش خواست دموکراسی و همچنین شکست سایر رقبای دموکراسی، مجبور شدند خود را دموکراتیک و حافظ ارزش‌های آن بدانند (حافظ‌نیا و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۲۵). انتخابات آزاد و عادلانه، یکی از عناصر اصلی تشکیل‌دهنده نظام‌های مردم‌سالار و بخش جدایی‌ناپذیر از روند اجرایی دموکراسی است. انتخابات یک هواسنج خوب برای تغییرات اجتماعی است، زیرا مستقیماً بخش بزرگتری از جمعیت را در مقایسه با دیگر آزمایش‌های افکار عمومی درگیر می‌کند. انتخابات شکاف‌های اصلی اجتماعی را نشان می‌دهد و اغلب می‌تواند تصویری روشن از چگونگی دگرگونی‌های ایالات و مناطق در همه سطوح را ارائه کند. بنابراین فرایندهای دموکراسی طولانی‌تر و بالغ‌تر، حاوی اطلاعات انتخاباتی بهتری برای کشف خلیقات سیاسی جامعه هستند (بلاکسل، ۱۳۹۳: ۱۶۲). در این بین جغرافیای انتخابات به‌عنوان بخش از دانش جغرافیا به واکاوی، تعامل فضا، مکان و فرایندهای انتخاباتی می‌پردازد. از جمله مباحث مورد تأکید در این بخش از جغرافیا، تطابق قوانین جغرافیا بر انتخابات و مباحث مرتبط با آن است. مجاورت یا همسایگی و تأثیر گذاری پهنه‌های مجاور بر یکدیگر، تعلق مکانی، یکنواختی، تمرکز یا پراکندگی مشارکت در انتخابات در عناصر یک محدوده سرزمینی از جمله مباحث مورد تأکید متخصصین جغرافیای سیاسی و جغرافیای انتخابات در نتایج انتخابات در یک محدوده سرزمینی است (کاویانی‌راد و ویسی، ۱۳۸۷: ۲-۳). برخی اعتقاد دارند که محلی‌گرایی و طایفه محوری بنیاد هویت و پایه بسیاری از رویدادها، کنش‌ها و واکنش‌های ساکنان یک سرزمین تأثیر دارد، این اثر تحت‌عنوان پایگاه حمایتی یا زاد شهری در میان همه جوامع؛ اعم از سنتی، صنعتی و پسا صنعتی قابل مشاهده است. در انتخابات ایران نیز آراء تباری و طایفه‌ای در انتخابات شورها، آراء زادگاهی در انتخابات مجلس و آراء زادبومی در انتخابات ریاست جمهوری نمود آشکاری داشتند (کاویانی‌راد، ۱۳۹۳: ۳۸).

با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش فوق‌قصد دارد اثر همسایگی یا به‌عبارتی زادبوم‌پنداری را بر الگوی رأی مأخوذه نمایندگان، در زادگاه (محل تولد آنها) و زادبوم‌شان (استان یا استان‌های همگون و متجانس به لحاظ قومیت، زبان و...) مورد تحلیل و بررسی قرار دهد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

در منطق جغرافیای سیاسی، دموکراسی و نقش سیاسی انسان‌ها در مکان و فضای که در آن ساکن هستند و شکل دادن به ساختارها و نظام‌های سیاسی و فرایندهای مرتبط، حق طبیعی مبتنی بر الگوی روابط اکولوژیک انسان در مکان و فضای جغرافیایی است که انسان‌های ساکن یا مقیم در آنجا از آن برخوردار هستند. نقش سیاسی انسان در فرایند دموکراتیک بر پایه تحلیل روابط اکولوژیک انسان‌ها با فضا و مکان جغرافیایی، مفهوم فلسفی می‌یابد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۳۶). بی‌شک مشارکت سیاسی و در رأس آن انتخابات دارای نقش قدرتمندی جهت سازماندهی مطلوب، رشد و توسعه فضا و مکان‌های جغرافیایی است. زادبوم‌پنداری (حس جا و مکان، یا اثر همسایگی) یکی از ابزار قدرتمند و مفید، و حربه‌ای است برای کسب آراء بیشتر نمایندگان در انتخابات - برای به‌دست آوردن رأی زادگاه یا زادبوم‌شان. از این‌رو، با توجه به تکثر قومی در ایران، این ابزار (اثرهمسایگی) می‌تواند از دو حیث؛ یعنی - همگرایی قومی و مشارکت همگانی مفید و مؤثر باشد. این مهم می‌تواند نقش به‌سزایی در همبستگی ملی (به طور عام) و همبستگی قومی (به طور خاص) داشته باشد.

روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است و اطلاعات موردنیاز، بر اساس روش کتابخانه‌ای و از داده‌ها و آمار وزارت کشور در خصوص نتایج انتخابات و مشخصات کاندیداهای ریاست جمهوری دوره یازدهم به‌دست آمده است. بازه زمانی و مکانی تحقیق شامل انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری در جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.

رابطه مکان و مؤلفه‌ی جغرافیایی، زادبوم‌پنداری (اثر همسایگی)

زادبوم‌گستره‌ای جغرافیایی است که به‌واسطه‌ی همانندی‌های هویتی ساکنان در بعد زبان، مذهب و تاریخ از گونه‌ای وحدت رویه در کنش اجتماعی و سیاسی برخوردار هستند و این همانندی‌ها در هنگامه‌های خاص آنها را به اشتراک در مواضع نزدیک می‌کنند (کاویانی‌راد، ۱۳۹۲: ۴۴). در جغرافیا، اثرپذیری رأی‌دهندگان از وضعیت محلی ارتباط نزدیکی با حس مکان دارد؛ جغرافی‌دانان سیاسی دریافته‌اند که عوامل جغرافیایی در سوءگیری اجتماعی بویژه در پدیده

رأی‌گیری، اثر گذارند؛ به همین خاطر مردم تمایل دارند به شیوه‌های همسان به همسایگانشان رأی دهند، حتی اگر وضعیت اجتماعی - اقتصادی آنان ایجاب کند که وفاداریشان در جای دیگر باشد باشد (Martin, 2004: 139). منظور از مقوله همسایگی و اصل مجاورت مکانی این است که ساکنان یک محدوده خاص (محله، روستا، شهر و استان) در قالب رأی‌دهندگان، با نامزدی که در آن مکان زاده شده است یا زندگی می‌کند، همزاد پنداری بیشتری دارند و در این وضعیت مردم تصور می‌کنند که نامزد محدوده (زادگاه) شان تنگنا و مشکلات آنان را بهتر درک می‌کند و تعلق خاطر داوطلب به زادگاهش سبب می‌شود بهتر کار کند؛ از این‌رو، به او رأی می‌دهند. به همین دلیل کاندیدا زادگاه و طایفه خود را یکی از پایگاه‌های مهم حمایتی می‌دانند (کاویانی‌راد، ۱۳۸۶: ۳۶). در جغرافیای انتخابات از چنین موضوعی با عنوان تأثیر «دوستان و همسایگان»^۱ یاد می‌شود که به موجب آن، رأی‌دهندگان از داوطلبان محلی بیشتر حمایت می‌کنند؛ به طوری که نتیجه انتخابات شیب و خیز بالایی از حمایت را درباره داوطلب بومی نشان می‌دهد و با افزایش فاصله از زادگاه، پشتیبانی (میزان آراء) کاهش می‌یابد (Cox, 1998: 93). تأثیر همسایگی متناسب با میزان همانندی رفتاری، طبقاتی، شغلی و مجاورت جغرافیایی و بر انگیزندگی حس مکانی افراد متفاوت است. به عبارت دقیق‌تر هرچه رأی‌دهندگان با نامزد نمایندگی همانندی بیشتری احساس کنند، احتمال رأی‌دادن به او افزایش می‌یابد. این گروه از رأی‌دهندگان از نامزدهای محلی و بومی پشتیبانی می‌کنند، که علاوه بر شناخت، به او اعتماد داشته باشند (پیشگاهی فرد و اکبری، ۱۳۸۶: ۲۵۴). به دیگر سخن مجاورت مکانی و هم‌محلی و هم‌تبار بودن در رأی‌آوری داوطلب وزن بالایی دارد. پژوهش‌ها و داده‌های آماری نیز نشان می‌دهد، از نظر محلی نامزدها در جایی که زندگی می‌کنند، بیشترین رأی را کسب می‌کنند، در واقع بومی بودن و مجاورت مکانی نوعی امتیاز یا رأی ویژه‌ای است که داوطلب زحمت چندانی برای آن متحمل نمی‌شود. این یک ویژگی عمومی است؛ به طوری که در دموکراسی‌های پیشرفته‌ای مانند آمریکا و هند، نامزد انتخابات در محلی که به نوعی به آن وابستگی دارد، بیشترین شمار آراء را کسب می‌کند. حتی در کشوری که فرهنگ مشارکت سیاسی و مردم سالاری و بنیادهای مردم سالاری در فرهنگ عمومی آن ریشه‌دار نیست نیز می‌توان تأثیر مقوله

1.friends and neighbors effect

همسایگی را در افزایش میزان آرا دید (تایلور، ۱۳۸۶: ۱۵۸).
 به‌بیانی دیگر عنصر فاصله از محل تولد و زندگی‌کنندیدها در رأی‌آوری آنها اهمیت به‌سزایی دارد. بر این اساس، در پیکارهای انتخاباتی، افراد ناشناس تلاش می‌کنند خودشان را مانند داوطلبان محلی (بومی) بشناسانند و در بیلوردها و تصاویر پیکارهای انتخاباتی خود به‌شدت تبلیغ می‌کنند تا به رأی‌دهندگان القا کنند که با آنها قرابت مکانی دارند. از این منظر ایران کشوری متشکل از نواحی و خرده نواحی فرهنگی است؛ یکی از پیامدهای چنین تنوع ناحیه‌ای در مقوله انتخابات، نمود آشکار پیشوند «هم» است؛ به این مفهوم که این پیشوند در قالب واژگانی چون: همشهری، هم‌طایفه، هم‌زبانی، هم‌استانی و مانند آن بسیار اثرگذار می‌باشد. چنین شناسه‌ای را می‌توان در جستار تأثیر همسایگی بهتر واکاوی کرد (کاویانی‌راد، ۱۳۸۶: ۵۰۲). بر این اساس در ایران، گستره‌ای از یک یا چند استان همگون از نظربان و قومیت در باره نامزد ویژه‌ای که معمولاً جز شخصیت‌ها و چهره‌های ملی است، به‌توافق نانوشته‌ای می‌رسند تا از وی حمایت کنند، و معمولاً آن ناحیه پایگاه حمایتی او به‌شمار می‌رود. در این باره، معمولاً رأی‌دهندگان برای رقابت با دیگر نواحی به داوطلب زادبومشان رأی می‌دهند (کاویانی‌راد، ۱۳۹۲: ۴۴).

یافته‌های پژوهش

انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری کشور در ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ برگزار شد. در این دوره شورای نگهبان صلاحیت هشت کاندید، آقایان؛ حسن روحانی، محمدباقر قالیباف، سعید جلیلی، محسن رضایی، علی‌اکبر ولایتی، سیدمحمد غرضی، غلامعلی حداد عادل و محمدرضا عارف را تأیید نمود. در این دوره از انتخابات جبهه اصلاحات با توجه به تجربیات برخاسته از دوره‌های نهم و دهم و نتیجه نظرسنجی‌ها، محمدرضا عارف نامزدی خود را به‌نفع حسن روحانی کنار کشید و به جریان تردید برخاسته از حضور دو کاندیدای منتسب به جریان اصلاح‌طلبی پایان داد. در نتیجه شمار زیادی از آراء با توجه به حمایت رهبران اصلاحات؛ پشت سر روحانی تحت‌عنوان جریان اعتدال قرار گرفتند. از سویی دیگر، جریان اصول‌گرا با توجه به یک دهه حاکمیت و عملکرد پر انتقاد و تعدد نامزدهای انتخاباتی به نوعی در مواضع تدافعی قرا گرفت.

در این دوره اگرچه محتمل‌ترین وضعیت قابل پیش‌بینی دو مرحله‌ای شدن انتخابات بود، اما برگزاری انتخابات این بار، خطاپذیری بسیاری از تحلیل‌ها از جمله اتکای برخی از نامزدها مانند آقای محسن رضایی و محمدباقر قالیباف (تا حدودی)، بر آرای حاصل جستار زادبوم و زادگاه را نشان داد. اجمالاً میزان مشارکت در انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری متنوع بوده و از حداقل ۵۲٪ استان تهران و تا حداکثر ۹۵٪ در استان خراسان جنوبی در نوسان بوده است. با اتکاء به آمار وزارت کشور آراء انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری به شرح زیر است: از مجموع ۵۰ میلیون و ۴۸۳ هزار و ۱۹۲ نفر واجد شرایط رأی دادن، ۳۶ میلیون و ۷۰۴ هزار و ۱۵۶ نفر در انتخابات مشارکت کردند و حد نصاب ۷۲/۲ درصد را تشکیل دادند که به معنی واقعی یک مشارکت سطح بالا به سطح زیر حائز کسب آراء شد.

تعداد آراء ماخوذه: ۳۶ میلیون و ۷۰۴ هزار رأی؛ آراء صحیح ۳۵ میلیون و ۴۵۸ هزار و ۷۴۷ رأی بود. حسن روحانی: ۱۸ میلیون و ۶۱۳ هزار و ۳۲۹ رأی؛ محمدباقر قالیباف: ۶ میلیون و ۷۷ هزار و ۲۹۲ رأی؛ سعید جلیلی ۴ میلیون و ۱۶۸ هزار و ۹۴۶ رأی؛ محسن رضایی: ۳ میلیون و ۸۸۴ هزار و ۴۱۲ رأی؛ علی‌اکبر ولایتی ۲ میلیون و ۶۲۸ هزار و ۷۵۳ رأی؛ و سیدمحمد غرضی: ۴۴۶ هزار و ۱۵ رأی کسب کردند. به ترتیب درصد؛ آقای حسن روحانی با ۴۳/۵٪، محسن رضایی با ۳۷٪ و محمدباقر قالیباف با ۱۷٪، دارای بیشترین رأی زادبومی بودند ولی اجمالاً هیچکدام موفق نشدند بیش از ۵۰٪ آرای زادبومی را کسب کنند (بر اساس آمار وزارت کشور، ۱۳۹۲).

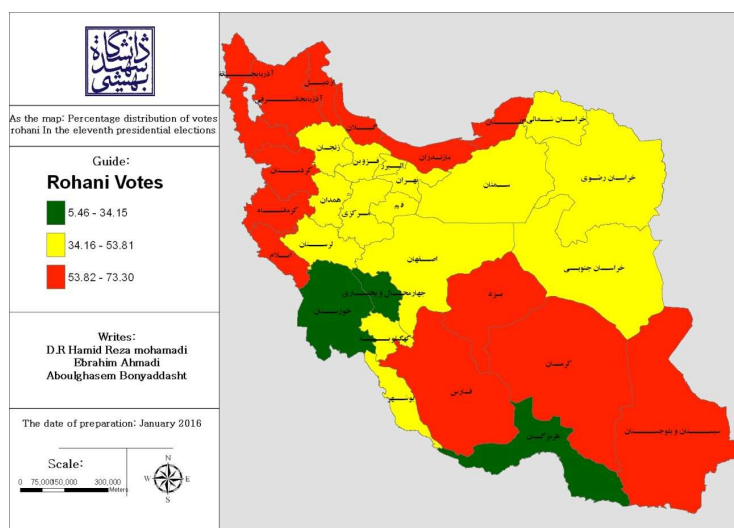
جدول ۱: توزیع آرای‌کنندیدای ریاست جمهوری دوره یازده در استان‌ها به درصد

استان	روحانی	قالیباف	رضایی	جلیلی	ولایتی	غرضی
آذربایجان شرقی	۵۷,۸۷	۱۰,۳۱	۱۱,۱۲	۱۰,۳۰	۹,۰۳	۱,۳۸
آذربایجان غربی	۶۳,۹۱	۱۳,۱۱	۸,۰۸	۷,۴۹	۵,۲۶	۱,۳۵
اردبیل	۵۸,۳۷	۱۷,۸۷	۹,۰۷	۶,۹۷	۶,۴۷	۱,۲۶
اصفهان	۴۵,۰۰	۱۳,۵۴	۱۲,۱۵	۱۸,۸۷	۸,۰۷	۲,۳۷
البرز	۵۱,۱۹	۱۹,۲۴	۷,۹۴	۱۰,۷۵	۹,۶۹	۱,۱۸
ایلام	۵۶,۴۰	۱۱,۴۳	۱۸,۶۹	۷,۳۸	۴,۸۵	۱,۲۵
بوشهر	۵۳,۸۱	۱۲,۵۲	۱۴,۳۳	۱۰,۶۱	۷,۴۳	۱,۳۰
تهران	۴۸,۵۱	۲۵,۷۵	۶,۸۴	۱۱,۱۹	۶,۴۴	۱,۲۶
چهارمحال و بختیاری	۳۲,۸۵	۹,۱۰	۴۴,۴۹	۸,۱۳	۴,۵۷	۰,۸۵
خراسان جنوبی	۴۴,۵۱	۲۳,۵۳	۳,۳۷	۲۳,۹۱	۳,۵۱	۱,۱۷
خراسان رضوی	۴۳,۹۹	۳۲,۷۲	۳,۶۶	۱۳,۷۴	۴,۷۴	۱,۱۶
خراسان شمالی	۴۷,۱۹	۳۲,۹۳	۳,۹۴	۱۱,۰۲	۳,۷۴	۱,۱۹
خوزستان	۳۴,۱۵	۵,۹۶	۴۶,۵۹	۸,۵۷	۳,۹۷	۰,۷۷
زنجان	۵۰,۲۹	۱۸,۹۹	۸,۰۸	۱۲,۶۳	۷,۵۹	۱,۶۴
سمنان	۴۵,۳۱	۲۵,۲۶	۴,۱۹	۱۶,۱۵	۷,۶۴	۱,۴۵
استان سیستان و بلوچستان	۷۳,۳۰	۱۰,۴۱	۵,۹۰	۶,۱۲	۳,۴۴	۰,۸۴
فارس	۵۸,۲۱	۱۱,۱۵	۹,۵۴	۱۳,۹۵	۶,۱۰	۱,۰۵
قزوین	۵۱,۷۰	۱۷,۷۷	۷,۳۱	۱۴,۴۲	۷,۵۱	۱,۲۹
قم	۳۸,۷۰	۱۷,۲۷	۵,۸۶	۲۳,۲۶	۱۳,۱۲	۱,۷۹
کردستان	۷۰,۸۵	۱۲,۲۱	۸,۰۳	۴,۸۸	۲,۸۸	۱,۱۴
کرمان	۵۹,۳۳	۱۵,۴۵	۴,۸۱	۱۴,۹۷	۴,۴۶	۰,۹۹
کرمانشاه	۶۲,۴۳	۱۷,۸۲	۷,۱۰	۷,۱۰	۴,۵۵	۰,۹۹
کهگیلویه و بویراحمد	۳۹,۱۲	۵,۴۱	۴۳,۹۷	۷,۴۷	۳,۵۶	۰,۴۶
گلستان	۵۹,۸۱	۱۷,۳۵	۵,۰۳	۸,۵۳	۸,۱۴	۱,۱۴
گیلان	۶۴,۷۴	۷,۱۷	۷,۱۷	۱۲,۳۶	۷,۰۳	۱,۵۳
لرستان	۴۷,۴۳	۱۱,۶۶	۲۷,۸۵	۷,۴۶	۴,۸۲	۰,۷۸
مازندران	۵۹,۸۲	۱۵,۴۷	۵,۰۹	۹,۷۶	۸,۷۴	۱,۱۲
مرکزی	۴۵,۹۴	۱۹,۴۸	۹,۳۰	۱۳,۲۵	۱۰,۶۹	۱,۳۴
هرمزگان	۵۴,۴۶	۱۳,۰۴	۸,۴۴	۱۶,۱۶	۶,۴۰	۱,۴۹
همدان	۵۰,۶۸	۱۵,۶۹	۹,۰۱	۱۵,۵۲	۷,۸۳	۱,۲۸
یزد	۶۷,۷۲	۱۰,۱۹	۳,۸۱	۱۱,۹۹	۵,۲۹	۰,۹۹
مجموع/درصد با باطله	۵۰,۶۲	۱۶,۳۴	۱۰,۷۰	۱۱,۴۶	۶,۲۳	۱,۲۲

Source: Ministry country, 2013

آرای زادبومی (تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رأی آقای حسن روحانی)

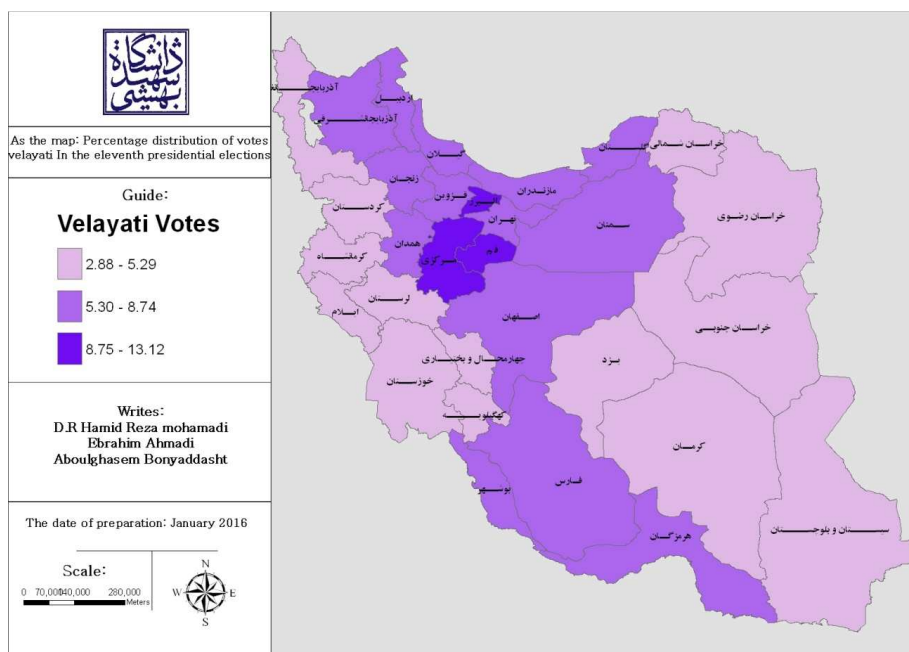
سهم آراء کاندید منتخب ریاست جمهوری دوره یازدهم (دکتر حسن روحانی) در سطح ملی ۵۲/۴٪ بوده است. ایشان در ۱۲ استان کمتر از ۵۰٪ آراء مأخوذه را کسب کردند؛ ولی در مجموع روحانی در ۲۸ استان نفر نخست بوده است؛ که در بیشتر این استان‌ها - رأی روحانی، حتی از رأی مأخوذه وی در زادبومش بالاتر بوده است. رأی مأخوذه حسن روحانی در زادگاهش (سرخه)، ۷۰٪ بوده است و میزان آراء زادبومی وی نیز ۴۳/۵٪ بوده است؛ بدین ترتیب دکتر روحانی، جلوتر از دکتر رضایی و دکتر قالیباف حائز بیشترین رأی زادبومی شده است. رأی روحانی در ۴ استان خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال بختیاری و تهران، کمتر از ۴۰٪ بوده است. نکته قابل توجه، رأی بالای روحانی (اکثریت آراء) در مناطق سنتی نشین است. استان‌های سیستان و بلوچستان و کردستان با بیش از ۷۰٪ آراء بیشترین حمایت را از حسن روحانی داشتند. البته ذکر این نکته ضروری است که جریان اصلاح‌طلبی همواره در این مناطق دارای رأی بالایی بوده است؛ به‌طوری که سیستان و بلوچستان تنها استانی بود که در انتخابات دوره هفتم ریاست جمهوری، معین در آن رأی اول را کسب کرد. این رأی از آنجایی اهمیت می‌یابد که شعار اصلی معین دفاع از حقوق مخدوفین جامعه ایران بود (جزوه تبلیغاتی معین در دوره هفتم انتخابات ریاست جمهوری). می‌توان گفت رأی روحانی نیز تا حدود زیادی ناشی از حمایت جریان اصلاح‌طلب و مواضع اصلاح‌طلبانه وی بوده است. از این‌رو، شعائر روحانی در استان‌هایی نظیر سیستان و بلوچستان و کردستان در جهت احقاق حقوق قومیت‌ها و برابری آنها، تأثیر به‌سزایی در حمایت اهل سنت از ایشان داشته است.



نقشه ۱: درصد پراکندگی رأی روحانی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رای‌آقای محمدباقر قالیباف

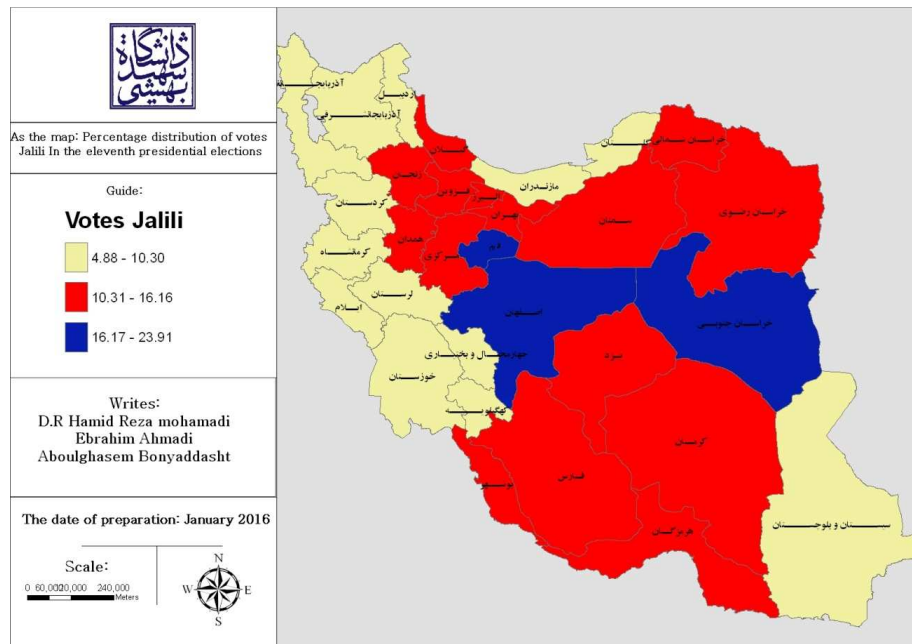
بررسی آراء دکتر قالیباف به‌عنوان دومین کاندید با بیش از ۶ میلیون رأی و سهم ۱۷/۱٪ آراء مأخوذه، بیانگر توجه شهروندان خراسان شمالی و رضوی به ایشان بوده است. بیش از ۳۰٪ از آراء مأخوذه در هر دو استان یاد شده به‌نفع قالیباف بوده است، اجمالاً قالیباف در زادگاه خود، شهرستان طرقبه صاحب ۵۰٪ آراء شد، و آراء کسب شده ایشان در زادبومش (خراسان رضوی، شمالی و جنوبی)، ۱۴٪ است، که پس از حسن روحانی و محسن رضایی، سومین شخصی است که بیشترین رأی زادبومی را کسب کرده است. سه استان؛ خوزستان، چهارمحال بختیاری و کهگیلویه و بویراحمد با حداکثر ۵٪ کمترین رأی را به ایشان دادند. اجمالاً می‌توان گفت علت پایین‌بودن رأی قالیباف در زادبومش، تا حدودی شکست آراء ایشان به سبب، رأی دکتر جلیلی که متولد خراسان (مشهد) است، می‌باشد، چنانچه اگر این زادبوم یک نامزد داشت احتمالاً توزیع آراء به شکل دیگری می‌بود، به همین دلیل در زادبوم مشترک محمدباقر قالیباف و سعید جلیلی، حسن روحانی رتبه اول را کسب کرده است.



نقشه ۲: درصد پراکندگی رأی قالیباف در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رأی آقای سعید جلیلی

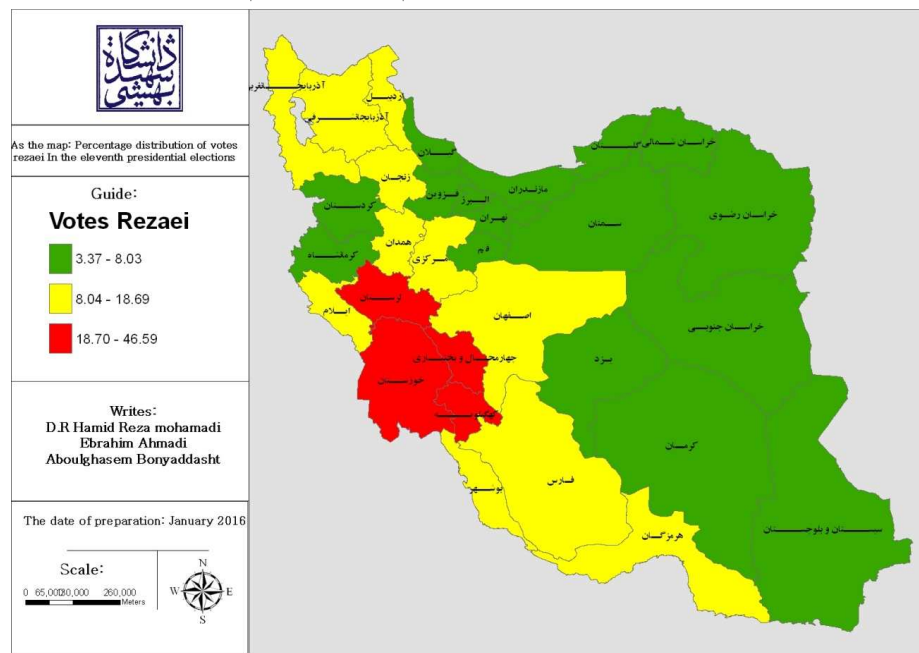
پراکنش فضایی آراء سومین کاندید، یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، در پهنه ملی ۱۱/۷٪ بوده است. کسب حداکثری آراء دکتر جلیلی در دو استان خراسان جنوبی و قم با میانگین ۲۵٪ بوده است. اجمالاً میزان آراء زادگاهی جلیلی (مشهد)، ۱۷٪ و میزان آراء زادبومی ایشان عدد پایین ۷٪ بوده است. بنابراین نمی‌توان متغیر زادبومی را بر الگوی رأی ایشان برجسته و معنی‌دار دانست. البته همان‌طور که گفته شده، از آنجایی که جلیلی و قالیباف هر دو متعلق به یک زادبوم (خراسان)، هستند، شاید اگر یک‌کدام از این دو انصراف می‌داد، الگوی رأی زادبومی و پراکنش آرای آنها به‌گونه‌ای دیگر می‌بود. دکتر جلیلی، کمترین آراء مأخوذه را به‌میزان ۴/۸٪ در استان کردستان داشته است. همچنین که در استان‌های سیستان و بلوچستان، اردبیل، کرمانشاه، لرستان و کهگلویه و بویراحمد، میزان رأی جلیلی؛ به ترتیب ۶/۱۲٪، ۶/۹۷٪، ۷/۱۰٪، ۷/۴۶٪ و ۷/۴۷٪ بوده، که به نسبت درصد پایینی است.



نقشه ۳: درصد پراکندگی رأی جلیلی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رای‌آقای محسن رضایی

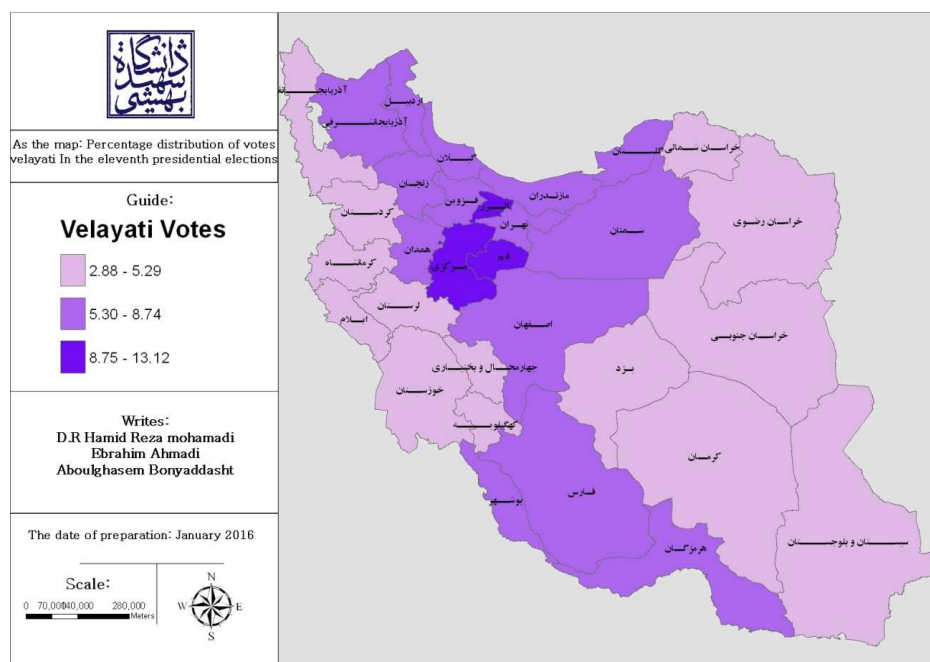
دکتر محسن رضایی با کسب ۱۱/۱٪ آراء ملی به‌عنوان چهارمین کاندید، بالاترین آراء را در سطح زادبومی (خوزستان و جغرافیای مناطق لرنشین) در استان‌های لرستان، خوزستان، چهارمحال بختیاری، و کهگیلویه بویراحمد با بیش از ۲۵٪ آراء مأخوذه داشته است. استان خوزستان با بیش از ۴۷٪ آراء به دکتر رضایی بالاترین حمایت را در سطح ملی از ایشان داشته است. علاوه بر این محسن رضایی با ۸۴٪، بالاترین رأی را در سطح زادگاهی خویش یعنی شهرستان لالی داشته است. استان‌های واقع در شمال شرق، شرق و جنوب شرق و استان‌های تهران، سمنان، مازندران و گلستان با میانگین - کمتر از ۶٪، حداقل آراء واریزی به دکتر رضایی را به صندوق داشتند. بنابراین می‌توان گفت به واسطه خواستگاه قومی وی (لر بختیاری)، بخش عمده‌ای از آراء این نواحی به‌سود وی جذب شده است و تنها نامزدی است که آراء زادبومی او تا حدود زیادی معنادار است. رضایی در سه استان مقام نخست را کسب کرد و در دیگر استان‌ها لرنشین دست‌کم نفر دوم بوده است. به‌دیگر سخن، در استان‌های خوزستان (واقع شدن زادگاه در این استان)، چهار محال و بختیاری و کهگیلویه و بویراحمد به واسطه سکونت بخش قابل توجه لر بختیاری نفر اول و به واسطه پیوستگی قومیتی با استان‌های لرستان و ایلام در جایگاه دوم قرار گرفته است.



نقشه ۴: درصد پراکندگی رأی رضایی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رأی آقای علی‌اکبر ولایتی

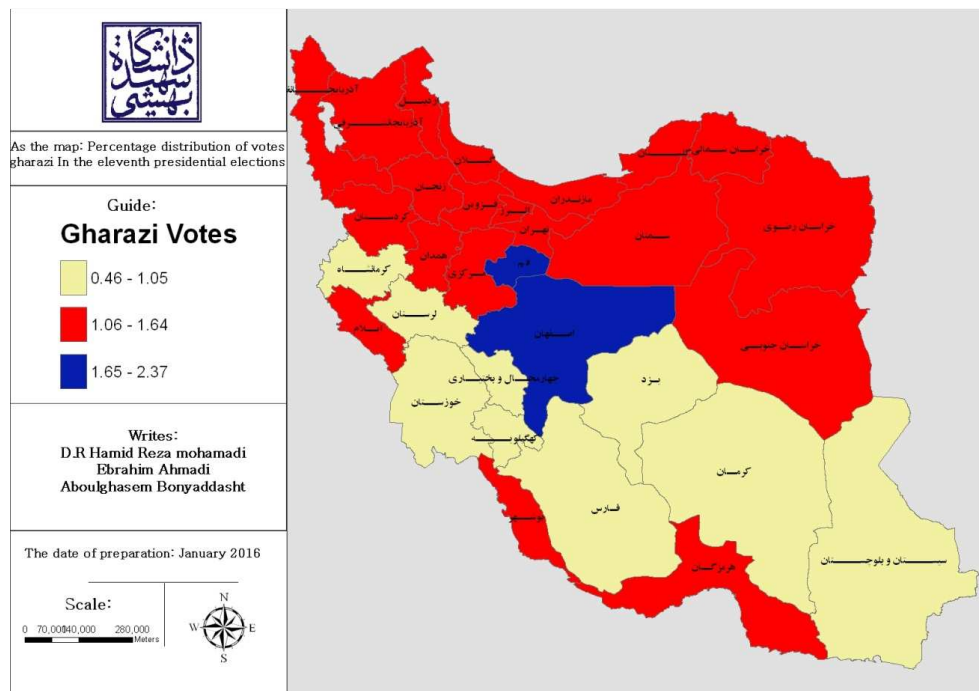
دکتر ولایتی با کسب ۶/۴٪ آراء مأخوذه در جایگاه پنجم کاندیدای، یازدهمین دوره ریاست جمهوری قرار گرفت. دکتر ولایتی بیشترین آراء مأخوذه، خود را با کسب ۱۳٪ در قم داشته است. میزان آراء ولایتی در زادگاهش، شمیرانات ۸٪ و در زادبومش، استان تهران، حدود ۱۱٪ بوده است. بنابراین نمی‌توان متغیر زادبومی را بر الگوی رأی ایشان برجسته و معنی‌دار دانست. ولایتی در استان کردستان با ۲/۸٪ آراء، دارای کمترین رأی مأخوذه بود. البته ذکر این نکته ضروری است که به‌عنوان مثال؛ زادبوم آقای ولایتی (تهران)، برخلاف زادگاه محسن رضایی (لالی) و زادبوم ایشان (خوزستان و استان‌های گرنشین) و زادگاه و زادبوم، دکتر روحانی (سرخه و سمنان)، بسیار بزرگتر و نامتجانس‌تر است؛ چرا که جمعیت کمی و تجانس، خود عاملی مهم و تعیین‌کننده در میزان رأی حوزه انتخابیه به‌حساب می‌آید. علاوه بر این تهران دارای درصد بالایی از مهاجرپذیری است. همچنین که مشارکت مردم در تهران به نسبت بیشتر استان‌ها، حداقلی است.



نقشه ۵: درصد پراکندگی رأی ولایتی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

تأثیر متغیر زادبوم‌گرایی بر الگوی رای آقای سیدمحمد غرضی

سیدمحمد غرضی با کسب ۳٪ آراء مأخوذه استان اصفهان، در جایگاه ششم‌کاندیدای یازدهمین دوره ریاست جمهوری قرار گرفت. کمترین رأی غرضی با ۰/۵٪، مربوط به استان کهگلویه و بویراحمد است. در مورد غرضی باید گفت، اصفهانی‌ها تاکنون نشان دادند، آراء آنها کمتر ماهیت زادبومی دارد، به‌گونه‌ای که مصطفی معین در دوره نهم، و سیدمحمد غرضی در دوره یازدهم از رقبای خود عقب‌تر افتادند. به‌طورکلی همانند؛ ولایتی و جلیلی نمی‌توان متغیر زادبومی را بر الگوی رای سیدمحمد غرضی برجسته و معنی‌دار دانست.



نقشه ۶: درصد پراکندگی رأی غرضی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

نتیجه‌گیری

نتایج انتخابات پیامدهای طبیعی فرایندهای متعدد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است؛ از این‌رو، برای فهم و تحلیل دقیق نتایج انتخابات لازم است عوامل و متغیرهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی و فضایی به‌دقت بازکاوی و بررسی شود. تحت‌تأثیر تفاوت‌های قومی، مذهبی، زبانی،

اقتصادی، محیطی و جغرافیایی، الگوی رأی‌کاندیدا در نواحی مختلف کشور کاملاً متفاوت است. گستره فضایی سرزمین ایران به‌گونه‌ای است که با پراکندگی اقوام انطباق کاملی دارد؛ از این‌رو، مسائل انتخابات در ایران همواره تحت‌تأثیر مسائل فرهنگی اقوام بوده، و بسته به مسائلی جهت‌گیری‌های قومی به سمت نماینده‌ای خاص همیشه مشهود است. از این‌رو، جستار زادبومی، به‌ویژه در شهرهای کوچکتر و سنتی‌تر هنوز هم سهم عمده‌ای را در کسب آراء نامزدها دارد. این وضعیت در مورد انتخابات نهم شدت بیشتری داشته است و انتخابات یازدهم نیز مستثنی از این اصل نبود و همان‌طور که بحث شد، اثر همسایگی توانست تأثیرات خود را به‌خوبی بروز دهد. با وجود اینکه محسن رضایی از حیث پراکندگی آراء ملی در رده چهارم قرار گرفت ولی توانست در زادبوم خود رأی مطلوب را کسب کند. این وضعیت در مورد محمدباقر قالیباف در هر سه خراسان نیز چنین بود و شاید اگر دیگر کاندید زادبومی وی یعنی سعید جلیلی کناره‌گیری می‌کرد، وضعیت قالیباف در زادبومش رضایت‌بخش‌تر بود؛ به همین خاطر وجود دو کاندید از یک زادبوم توانست در ریزش آرای هر دوی آنها نقش تعیین‌کننده داشته باشد. در مورد حسن روحانی، عوامل متعددی در کسب رأی اولی وی در ۲۸ استان دخیل بوده است؛ از جمله، چهره‌شناخته شده و وجهه سیاسی متمایز، کناره‌گیری نامزد شاخص اصلاح‌طلبان، یعنی عارف به نفع روحانی و حمایت مقتدر این جبهه از وی، اعلام بی‌طرفی و فراجناحی خواندن خویش، حمایت حداکثری اقلیت‌های مذهبی (سیستان و بلوچستان و کردستان) و... از عواملی بودند که در رأی روحانی تأثیرگذار بودند. با این حال روحانی توانست نسبت به رضایی و قالیباف حائز بیشترین رأی زادبومی شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت انتخابات در ایران دوران گذار خود را طی می‌کند، هر چند نمی‌توان تأثیر جهت‌گیری‌های قومی در انتخابات را به‌طور کامل حذف کرد، ولی با طی شدن دوران گذار که منتج به بلوغ سیاسی است، اشکال مشارکت هدفمند و مسئولانه‌تر خواهد شد؛ لذا می‌توان چنین برداشت‌ها و سمت‌گیری‌ها غیر دموکراتیک را در روند انتخابات مردم سالارانه به حداقل رساند.

کتابشناسی

۱. استوارت میل، جان (۱۳۸۶)، حکومت انتخابی، ترجمه علی رامین، چاپ اول، تهران: نشر نی؛
۲. ربیعی، علی (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی تحولات اندیشی، چاپ اول، تهران: انتشارات فرهنگ و اندیشه؛
۳. راش، مایکل (۱۳۸۱)، جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامع‌شناسی سیاسی، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت؛
۴. عزتی، عزت‌الله، (۱۳۸۶)، نظریه‌های جدید در جغرافیای سیاسی، چاپ اول، تهران: انتشارات قومس؛
۵. فلاحت، محمدصادق (۱۳۸۵)، مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۶، صص ۵۷-۶۶؛
۶. کاویانی راد، مراد (۱۳۹۲)، جغرافیای انتخابات با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری در ایران، تهران: دانشگاه خوارزمی؛
۷. کاویانی راد، مراد و هادی ویسی (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر همسایگی بر انتخابات ایران، مطالعه موردی: نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره ۳ (پیاپی ۱۳)، صص ۲۰-۱؛
۸. کاویانی راد، مراد (۱۳۸۶)، جغرافیای انتخابات، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال دهم، شماره ۳، صص ۵۰۵-۴۸۱؛
۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ اول، تهران: نشر نی؛
۱۰. لیست، مارتین (۱۳۸۳)، دائره‌المعارف دموکراسی، ترجمه کامران فانی و نورالله مفیدی، جلد دوم، چاپ دوم، تهران: کتابخانه تخصصی وزارت امور خارجه؛
۱۱. مجتهدزاده، پیروز (۱۳۸۱)، جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت؛
۱۲. بلاکسل، مارک (۱۳۹۳)، جغرافیای سیاسی، ترجمه محمدرضا حافظ نیا و همکاران، چاپ دوم، تهران: نشر انتخاب؛
۱۳. مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۹)، ایده‌های ژئوپلیتیک و واقعیتهای ایرانی، چاپ اول، تهران: نشر نی؛
۱۴. میلبرث، استر و ویل ساتومل (۱۳۸۶)، مشارکت سیاسی، ترجمه سیدرحیم ابوالحسنی، چاپ اول، تهران: نشر میزان؛
۱۵. هیلد، دیوید (۱۳۸۴)، مدل‌های دموکراسی، ترجمه عباس مخبر، چاپ سوم، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان؛
۱۶. بلاستر، آنتونی (۱۳۷۹)، دموکراسی، ترجمه حسن مرتضوی، چاپ اول، تهران: نشر آشیان؛
۱۷. پیشگاهی فرد، زهرا و سید محمد جواد شوشتری (۱۳۸۷)، مبانی جغرافیای خواستگاه آرا مردم در هشتمین

- دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره ۲، صص ۱۳۰-۱۰۹؛
۱۸. تابلور، پیتز جیمز (۱۳۸۶)، جغرافیای انتخابات، ترجمه زهرا پیشگاهی فرد، چاپ اول، تهران: نشر قومس؛
۱۹. حافظ‌نیا، محمدرضا؛ قالیباف، محمدباقر و رضا ملاحسینی اردکانی (۱۳۹۱)، قابلیت‌های فناوری اطلاعات در اجرای دموکراسی مستقیم، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال هفتم، شماره ۱۴، صص ۱۵۴-۱۲۳؛
۲۰. حبیبی، رعنا سعادت (۱۳۸۷)، تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۳۵، صص ۵۰-۳۹؛
۲۱. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۵)، اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک، چاپ اول، مشهد: انتشارات پاپلی؛
۲۲. حافظ‌نیا، محمدرضا و مراد کاویانی‌راد (۱۳۸۳)، افق‌های جدید در جغرافیای سیاسی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت؛

23. Cox, Kevin (1998), Political Geography. Political Geography Quarterly, Volume 17, No. 1, pp. 1-123;
24. Jones, Martin, Jones, Rhys, Woods, Michael (2004), An Introduction to Political Geography. Rutledge press;
25. Livingston, Mark, Bailey, Nick, Kearns, Ade (2012), People's attachment to place – the influence of NEIGHBOURHOOD deprivation. Chartered Institute of Housing, for the Joseph Row tree Foundation, for the Joseph Row tree Foundation;
26. Lewicka, Maria (2012), Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology* 22, 2102, pp. 214–250;
27. Norton, William (2000), Cultural Geography. Second Edition Pub: Oxford.
28. Robertson, David (1993), A Dictionary of Modern Politics, 2ed. London, Europe Publication Limited.