



دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر
فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی

سال هجدهم، شماره‌ی ۶۱
بهار ۱۳۹۷، صفحات ۴۰-۲۵

*مراد کاویانی راد^۱
رضا رحیمی^۲
حسین گوهرزادگان منش^۳

تبیین جستار زادبوم در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۷/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۰۴

چکیده

زادبوم در جغرافیا از آن دست مفاهیم هویت مکانی است که به جمعیت ساکن در رویارویی با رخدادهایی که به‌نوعی با منافع و مصالح آن محدوده مربوط می‌شود کنش همسان می‌بخشد که از آن میان می‌توان به پدیده‌ی انتخابات و همگونی آرای زادبومی اشاره کرد. پدیده انتخابات مورد مطالعه علوم مختلف به‌ویژه جغرافیای سیاسی بوده است که در قالب آن به مطالعه‌ی الگوی توزیع فضایی قدرت در چهارچوب کنش متقابل قدرت انتخابات و فضا پرداخته می‌شود و جستار زادبوم از مفاهیم اساسی این علم به‌شمار می‌رود. زادبوم از جمله عوامل اثرگذار در جهت‌دهی به پایگاه رأی‌آوری نامزدهای انتخاباتی است. در کشور ایران نیز داده‌ها و یافته‌های موجود نشان می‌دهند که بخشی از آرای نامزدهای انتخاباتی تابعی از آرای زادبومی بوده است. اوج این تأثیر را در دور نخست نهمین دوره ریاست جمهوری و تأثیر ضعیف آن را در یازدهمین دوره انتخابات می‌توان مشاهده کرد. پژوهش حاضر که ماهیتی توصیفی تحلیلی دارد و داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز آن کتابخانه‌ای گردآوری شده بر این فرضیه استوار است که کارکرد آرای زادبوم تابعی از تحولات گفتمانی، همسنگی نامزدهای ریاست جمهوری و ناکارآمدی گفتمان حاکم است. نتیجه

E-mail: kaviani@khu.ac.ir

* ۱- گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی تهران. (نویسنده مسئول).

۲- دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران.

۳- کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه خوارزمی، تهران.

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که نتایج یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بیش‌تر تابعی از مسائلی همچون تفرقه اصولگرایان، ناکارآمدی مدیریت ده‌ساله اصولگرایان، رویکرد فرازادبومی نامزدهای ریاست جمهوری بوده است.

کلید واژه‌ها: انتخابات، جغرافیای سیاسی، زادبوم و یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری.

مقدمه

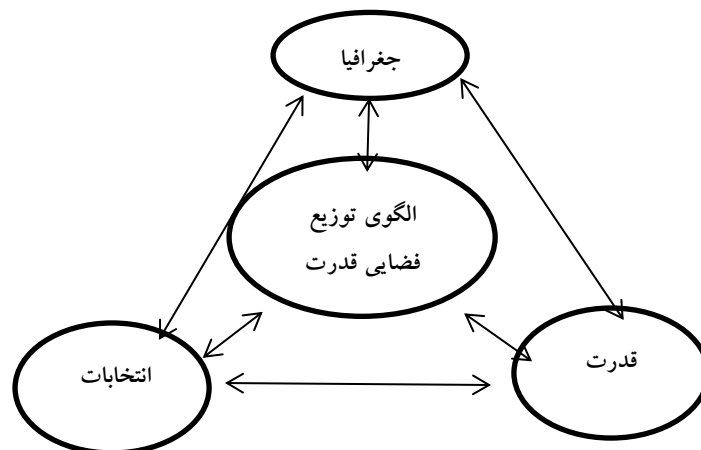
انتخابات پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است که برون‌دادی سیاسی دارد. آنچه از صندوق‌های رأی بیرون می‌آید، عمدتاً برآیند عقل جمعی جامعه است (Mor, 2007). انتخابات در کنار دیگر سازوکارهای مشارکت مردم به‌صورت انفرادی، جمعی همچنان مهم‌ترین و قابل اندازه‌گیری‌ترین نوع مشارکت افراد در عرصه سیاسی است و از آنجا که پایه‌های اجتماعی قدرت سیاسی و اخلاق اجتماعی شهروندی را نشان می‌دهد، ملاک خوبی برای اندازه‌گیری توزیع قدرت در جامعه است (Eyvazi, 2010: 158). انتخابات سنجه خوبی برای نمایش تغییرات اجتماعی است بدین مفهوم که می‌تواند شکاف‌های اجتماعی اصلی را نشان دهد و تصویری روشن از دگرگونی‌های نواحی ارائه کند (Blaksel, 2010: 162). در این میان، جغرافیای انتخابات به‌عنوان گرایشی از جغرافیای سیاسی به بررسی بُعد فضایی انتخابات و مشارکت سیاسی می‌پردازد. از جمله موارد مورد بررسی جغرافیای انتخابات مبحث پایگاه رأی نامزدهای انتخاباتی است که در قالب دو مفهوم زادگاه و زادبوم در جغرافیای انتخابات بررسی و تحلیل می‌شود.

جستار زادبوم که از جمله عوامل موثر بر نحوه توزیع قدرت به‌شمار می‌رود به معنای نقش مکان، محیط و فضای جغرافیایی در خلق هویت‌های گروهی و ناحیه‌ای است که به ساکنان محدوده‌ی خاص به دلیل شاخص‌هایی چون زبان، فرهنگ، مذهب، لهجه، موقعیت جغرافیایی و... احساس همبستگی می‌دهد و آنان را به کنش همسان گروهی برمی‌انگیزد (Kavianirad, 2013: 77). آمار مربوط به انتخابات ریاست جمهوری در ایران گویای آن است که آرای زادبومی نیز در خلق پایگاه رأی‌آوری موثر بوده هر چند با نوسان‌هایی همراه بوده است که اوج آن را در دور نخست نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری و تأثیر ضعیف آن را در یازدهمین دوره انتخابات می‌توان مشاهده کرد. آمار انتشار یافته درباره نتایج انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری نشان می‌دهد که جز آقایان محسن رضایی و حسن روحانی آرای زادبومی، کارآمدی نداشته و انتخابات این دوره از عوامل دیگری متأثر بوده است. پژوهش حاضر که ماهیتی توصیفی تحلیلی دارد و داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز آن به‌صورت کتابخانه‌ای (کتب، نشریات، اینترنت) گردآوری شده است، بر این فرض استوار است که کارکرد آرای زادبوم تابعی از تحولات گفتمانی، همسنگی نامزدهای ریاست جمهوری و کارکرد گفتمان حاکم بوده است.

مبانی نظری

- جغرافیای انتخابات

از زمان طرح دانش واژه‌ی جغرافیای انتخابات توسط آندره زیگفرید (۱۹۱۳) تاکنون تعاریف مختلفی از جغرافیای انتخابات به عمل آمده که به نوعی در همه آن‌ها کنش متقابل قدرت، انتخابات و جغرافیا مورد پژوهش قرار گرفته است. انتخابات معیار شناخت نگرش‌ها ادراک تنگناها و مشکلات جامعه است. لذا توزیع نتایج رأی‌گیری بر روی نقشه، نشانگر تفاوت‌های رفتاری مکان‌های مختلف است. از این‌رو، انتخابات اساساً پدیده‌ای میان رشته‌ای است در این بین رفتار انتخاباتی و تأثیر محیط بر رفتار رأی‌دهندگان از جمله موارد بسیار مهمی است که جغرافیای سیاسی (انتخابات) به آن می‌پردازد (Pishgahifard, 2008: 110). با این حال تاکنون از جغرافیای انتخابات تعاریف متعددی به عمل آمده است که در ادامه به شماری از آن‌ها پرداخته می‌شود: جغرافیای انتخابات علمی است که به مطالعه‌ی پراکندگی جغرافیای رأی‌گیری، تأثیرات عوامل جغرافیایی بر نحوه‌ی رأی‌دهی و جغرافیای نمایندگی توجه دارد (Taylor, 1993: 230). در تعریفی از پیت آمده است: جغرافیای انتخابات در جایگاه دیرپاترین رشته جغرافیای سیاسی به تحلیل کنش متقابل فضا، مکان و فرآیندهای انتخاباتی می‌پردازد و در عین حال با انتخاب‌شناسی و علوم سیاسی نیز در پیوند است (Pattie, 2006: 2). به دیگر سخن این گرایش از جغرافیای سیاسی به مطالعه‌ی الگوی توزیع فضایی قدرت در قالب روابط متقابل، جغرافیا، انتخابات و قدرت می‌پردازد.



شکل ۱: الگوی توزیع فضایی قدرت

فضا نمود عینی فرآیند دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی طی زمان در بستر مکان است که عناصر و مناسبات قدرت را آشکار می‌کند. قدرت به‌عنوان محرک و تغییردهنده با ابزار سرمایه، رسانه و ایدئولوژی، خالق این دگرگونی‌ها است. دارندگان و خواهندگان قدرت برای حفظ وضعیت موجود یا تغییر آن بر اساس علایق و مصالح واحدها، فرایندهای فضایی یا همان سازوکار موثر در توزیع فضایی پدیده‌ها را معنا و جهت می‌دهند. انتخابات به‌عنوان سازوکار تغییر و تداوم نظام سیاسی ناظر بر کنش و واکنش‌های واحدها برای اختیار گرفتن ابزارهای قدرت به شیوه دموکراتیک است که هدف آن سامان‌دهی فرآیندها و روندهای فضا‌ساز است. از آنجا که درون مایه‌های فضا ذاتاً قدرت می‌آفریند،

تلاش برای در اختیار گرفتن فضا در فرایند انتخابات، مقصود قدرت است که جغرافیای انتخابات به مطالعه‌ی آن می‌پردازد (Kavianirad, 2013: 77).

– جستار زادبوم

بررسی تأثیر عوامل جغرافیایی بر رفتار رأی‌دهندگان از دیرپاترین موضوعات پژوهشی جغرافیدانان سیاسی بوده است. از جمله این موضوعات می‌توان به تأثیر دوستان و همسایگان و مبحث زادبوم اشاره کرد. این عوامل بر رفتار رأی‌دهندگان اثرگذار بوده‌اند و نشان می‌دهد که مردم عمدتاً به آن شمار از نامزدهای انتخاباتی گرایش دارند که به‌نوعی با آن‌ها احساس همانندی و قرابت محلی بیش‌تری دارند. از این‌رو، غالباً نامزدها، احزاب و گروه‌ها در نواحی که خاستگاه یا کانون حضور آن‌ها است نتایج بهتری به‌دست می‌آورند (Galaher and others, 2012: 6). از مسائلی که اندیشمندان علوم اجتماعی و علوم سیاسی در باره‌ی نحوه‌ی رأی‌دهی به آن پرداخته‌اند آن است که بخش عمده‌ی فرآیند تصمیم‌گیری در خصوص رأی‌دهی با موقعیت طبقاتی و دیدگاه‌های فردی در مورد روابط طبقاتی پیوستگی دارد. با این وجود نکته جالب آن‌که همیشه تمامی کسانی که موقعیت طبقاتی همسان دارند به‌گونه‌ای مشابه رأی نمی‌دهند. بلکه غالباً افراد مختلف در جایگاه‌ها و موقعیت‌های جغرافیایی مشابه به‌صورت همگون رأی می‌دهند ولی افراد مشابه در موقعیت‌های مختلف رأی متفاوتی می‌دهند (Taylor and Janston, 2008: 174). از میان تمامی عوامل موثر همچون جامعه‌پذیری و تأثیرات ساختاری، تأثیراتی که از ناحیه‌ی زندگی افراد ناشی می‌شوند مشهودتر هستند. با این حال، الزاماً هیچ طبقه جمعیتی محلی و زادبومی هر قدر هم کوچک باشد به‌طور کامل دارای نگرش‌های یکپارچه و متجانس نیست که علت این مسئله نیز تا حدودی در آن است که فرآیندهای انفکاک به‌صورت مطلق و کامل انجام نمی‌شود. برای مثال مردم از مکانی به مکان دیگر و از گروه اجتماعی به گروه اجتماعی دیگر نقل مکان می‌کنند و نگرش‌های آموخته شده و درونی خود را نیز منتقل می‌کنند (Ibid: 185). زادگاه بعد جغرافیایی نقطه یا خط در قالب سکونت‌گاه شهری یا روستایی است که در برگه هویتی افراد درج می‌شود و جمعیت، زبان، مذهب، لهجه و موقعیت جغرافیایی مشخص را در بر دارد (Kavianirad, 2013: 76). زادبوم در لغت نیز به مفهوم وطن و سرزمین است که فرد در آن متولد می‌شود (Dehkhoda, dictionary: 2010). باید دقت داشت ۲ واژه‌ی زادگاه و زادبوم در معنا تفاوت‌هایی دارند؛ به این مفهوم که زادبوم در قیاس با زادگاه گسترده‌تر و ناهمگون‌تر است، اما وزن مکانی و نقش سیاسی-فضایی آن از زادگاه به مراتب پررنگ‌تر است. مقوله زادگاه عموماً در انتخابات شوراهای یا مجلس مطرح می‌شود ولی مقوله زادبوم در انتخاباتی که سراسر کشور در حکم یک حوزه انتخاباتی است نقش دارد. در جمهوری اسلامی ایران نامزدهای ریاست جمهوری جدا از شخصیت سرشناس خود که کارکرد ملی دارد، خاستگاه خود و یا تبارش نیز به یکی از نواحی و زادبوم‌های زبانی و یا استانی برمی‌گردد. در این حالت رأی‌دهندگان ناحیه یا استان مفروض بر این گمان هستند که نامزد مورد حمایت ایشان به‌واسطه همانندی‌های هویتی با آنان می‌تواند زمینه‌ساز پیدایش و آفرینش امکانات و فرصت‌های بیش‌تری برای پیشرفت ناحیه و استان مفروض باشد (Kavianirad, 2007: 7).

– جستار زادبوم در ایران

پیش از پرداختن به تأثیر جستار زادبوم در ایران باید گفت: از پژوهش‌های علمی بر می‌آید که مطالعات در جوامع غربی تاکنون ۳ الگو و رویکرد نظری جامعه‌شناسی (دیدگاه کارکردگرایی، دیدگاه مبادله و دیدگاه ارزیابی سیاسی)، اقتصاد سیاسی (دیدگاه انتخاب عاقلانه، دیدگاه عاقلانه اصلاح شده) و روانشناسی سیاسی (دیدگاه مکتب شیکاگو، دیدگاه شناختی و دیدگاه اینگلهارت) در تحلیل رفتار رأی‌دهی در سراسر دنیا موثر دانسته است. هیچ یک از این‌ها به تنهایی قادر به تبیین رفتار انتخاباتی شهروندان ایرانی نیستند و برای تحلیل رفتار انتخاباتی و عوامل موثر بر نحوه رأی‌دهی رأی‌دهندگان ایرانی ضرورت دارد با جرح و تعدیل این الگوها و دیدگاه‌ها با در نظر گرفتن واقعیت‌های زمان پرورده، زمین پرورده و مکان پرورده و همچنین فرهنگ سیاسی مردم، تجربیات قبلی شهروندان و شبکه‌های اجتماعی که رأی‌دهندگان به آن تعلق دارند نسبت به تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان در ایران اقدام کرد (Darabi, 2009: 35). اگرچه از رهگذر علومى چون روانشناسی، علوم سیاسی و یا جامعه‌شناسی می‌توان بخشی از زوایای پنهان رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان ایرانی را تحلیل نمود اما نباید از نقش مکان و عضویت نامزدهای انتخاباتی در شبکه‌های اجتماعی مکان‌ها و زادبوم‌های خاص که با زادگاه نامزدها ارتباط دارد در تحلیل رفتار و نتایج انتخابات در ایران غافل شد. داده‌های آماری انتخابات ریاست جمهوری نشان می‌دهد مقوله زادبوم در پیروزی و ایجاد حوزه نفوذ و پایگاه رای‌آوری فرد داوطلب ریاست جمهوری نقش دارد. این ویژگی زمانی آشکارتر می‌شود که شمار داوطلبان دست کم‌تر از ۵ نفر با زادبوم‌های مختلف باشد. در این وضعیت بیش‌تر رأی‌دهندگان به دلیل نوعی قرابت هویتی و تعصب محلی‌گرایی و چه بسا منافع کوتاه‌مدت به نامزد هم هویت خود رأی می‌دهند (Kavianirad, 2013: 76). رشد علایق مکانی و ناحیه‌ای و نیز وفاداری نسبت به ارزش‌های آن روحیه محلی‌گرایی و ترجیح خصایص و ارزش‌های مشترک محلی نسبت به دیگر فضاها را ایجاد می‌کند (Hafeznia and Kaviyanirad, 2010: 16).

– انتخابات ریاست جمهوری ایران

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تا (۱۳۹۲)، جمعاً ۳۲ بار به آرای مردم مراجعه شده است که یازده مورد از این موارد مربوط به انتخابات ریاست جمهوری است (جدول ۱). در ایران مقام رئیس‌جمهور، به موجب اصل ۱۱۳ قانون اساسی پس از مقام رهبری عالی‌ترین مقام رسمی کشور است و مسئولیت اجرای قانون اساسی و همچنین ریاست قوه مجریه را بر عهده دارد. نکته آن‌که بر اساس قانون اساسی انتخاب رئیس‌جمهور از طریق آرای مستقیم مردم و تنفیذ از سوی مقام رهبری صورت می‌گیرد. انتخابات ریاست جمهوری در ایران از اهمیت زیادی برخوردار است. در قانون اساسی در خصوص شرایط نامزدهای ریاست جمهوری، نصاب آرای مورد نیاز، مراحل انتخابات و مانند آن ترتیباتی تعیین گردیده است که معمولاً تعیین در خصوص سایر نهادهای حکومتی آن به قوانین عادی کشور احاله شده است (Official of Deputy for Legal and Parliament Affairs, 2009: 10). در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در

غالب اصل‌های ششم، نود و نهم، یکصد و دهم، یکصد و سیزدهم تا یک صد و بیست و یکم در مورد انتخابات ریاست جمهوری و وظایف رئیس‌جمهور بحث و قانون‌گذاری صورت گرفته است (Ibid: 23-27). در ایران انتخابات ریاست جمهوری در قیاس با دیگر انتخابات همواره جذابیت بیش‌تری برای نخبگان و گروه‌های سیاسی کشور داشته است و انتخابات ریاست جمهوری ماهیتی انتقادی چالشی دارد (Rabiee, 2008: 307).

جدول ۱- مشخصات انتخابات ریاست جمهوری در ایران (Kavianirad, 2013: 213)

نام دوره	تاریخ برگزاری	شمار ثبت‌نام کنندگان	واجدین شرایط رای به میلیون	درصد مشارکت	رئیس‌جمهور برگزیده	آراء رئیس‌جمهور پیروز	درصد آراء
دور اول	۵/۱۱/۵۸	۱۲۴	۲۰/۹۹۴	۸۶/۶۷	۱۰۷۵۳۳۵۱	ابوالحسن بنی‌صدر	٪۷۵
دور دوم	۲/۵/۶۰	۷۱	۲۲/۴۴۰	۲۴/۶۴	۱۲۷۷۰۰۵۰	محمدعلی رجایی	٪۹۰
دور سوم	۱۰/۷/۶۰	۴۶	۲۲/۷۰۰	۷۴/۲۶	۱۵۹۰۵۹۸۷	سید علی خامنه‌ای	٪۹۵
دور چهارم	۲۵/۵/۶۴	۵۰	۲۶/۰۰۰	۷۸/۵۴	۱۲۲۰۵۰۱۲	سید علی خامنه‌ای	٪۸۵
دور پنجم	۶/۵/۶۸	۷۹	۳۰/۱۴۰	۵۹/۵۴	۱۵۵۵۰۵۲۸	اکبر هاشمی	٪۹۴
دور ششم	۲۱/۳/۷۲	۱۲۸	۳۳/۱۵۶	۶۶/۵۰	۱۰۵۶۶۴۹۵	اکبر هاشمی	٪۶۳
دور هفتم	۲/۳/۷۶	۲۳۸	۳۶/۴۷۶	۹۲/۷۹	۲۰۱۳۸۷۸۴	محمد خاتمی	٪۶۹
دور هشتم	۱۸/۳/۸۰	۸۱۷	۴۲/۱۷۰	۷۷/۶۷	۲۱۶۵۹۰۵۳	محمد خاتمی	٪۷۵
دور نهم	۲۷/۳/۸۴	۱۰۱۴	۴۶/۷۸۰	۶۶/۶۲	-	-	-
دور نهم-مرحله دوم	۳/۴/۸۴	۲	۴۶/۷۸۰	۸۲/۵۹	۱۷۲۴۸۷۸۲	محمود احمدی‌نژاد	٪۶۳
دور دهم	۲۲/۳/۸۸	۴۷۵	۴۶/۲۰۰	۸۵	۲۴۵۲۷۵۱۶	محمود احمدی‌نژاد	٪۶۳
دور یازدهم	۲۴/۳/۹۲	۶۸۶	۵۰/۴۸۳	۷۲/۷	۱۸۶۱۳۳۲۹	حسن روحانی	٪۵۰/۷

۴- در منبع مذکور اطلاعات انتخابات یازدهم موجود نیست، لذا پس از اخذ نتایج انتخابات ۹۲ محاسبه و به جدول افزوده شده است.

- یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری کشور در تاریخ ۲۴ خرداد با حضور ۷۲/۷ درصد واجدان حق رأی برگزار شد (جدول ۲). در این دوره شورای نگهبان صلاحیت هشت نامزد، آقایان حسن روحانی، محمدباقر قالیباف، سعید جلیلی، محسن رضایی، علی اکبر ولایتی، محمد غرضی، غلامعلی حداد عادل و محمدرضا عارف را تایید نمود. در این دوره از انتخابات، جبهه اصلاحات با توجه به تجربیات برخاسته از دوره‌های نهم و دهم و نتیجه نظرسنجی‌ها محمدرضا عارف نامزد خود را به نفع حسن روحانی کنار کشید و به جریان تردید برخاسته از حضور دو نامزد منتسب به این جریان پایان داد و شمار زیادی از آراء با توجه به حمایت رهبران اصلاحات، پشت سر حسن روحانی تحت عنوان نامزد اعتدال قرار گرفتند. از سوی دیگر جریان اصول‌گرا با توجه به یک دهه حاکمیت و عملکرد پُرانتقاد و تعدد نامزدهای انتخاباتی به‌نوعی در موضع تدافعی قرار گرفت. در این دوره اگرچه محتمل‌ترین وضعیت قابل پیش‌بینی دو مرحله‌ای شدن انتخابات بود، اما برگزاری انتخابات این بار نیز خط‌پذیری بسیاری از تحلیل‌ها از جمله اتکای برخی نامزدها مانند آقایان محسن رضایی و محمدباقر قالیباف بر آرای حاصل از جستار زادبوم و زادگاه را نشان داد. پس از برگزاری انتخابات، ستاد انتخابات کشور گزارش نهایی این دوره از انتخابات ریاست جمهوری را به شرح (جدول ۲) اعلام کرد (Abdi and others, 2014: 113).

جدول ۲- میزان آرای نامزدهای انتخابات یازدهم ریاست جمهوری (آمار رسمی وزارت کشور)

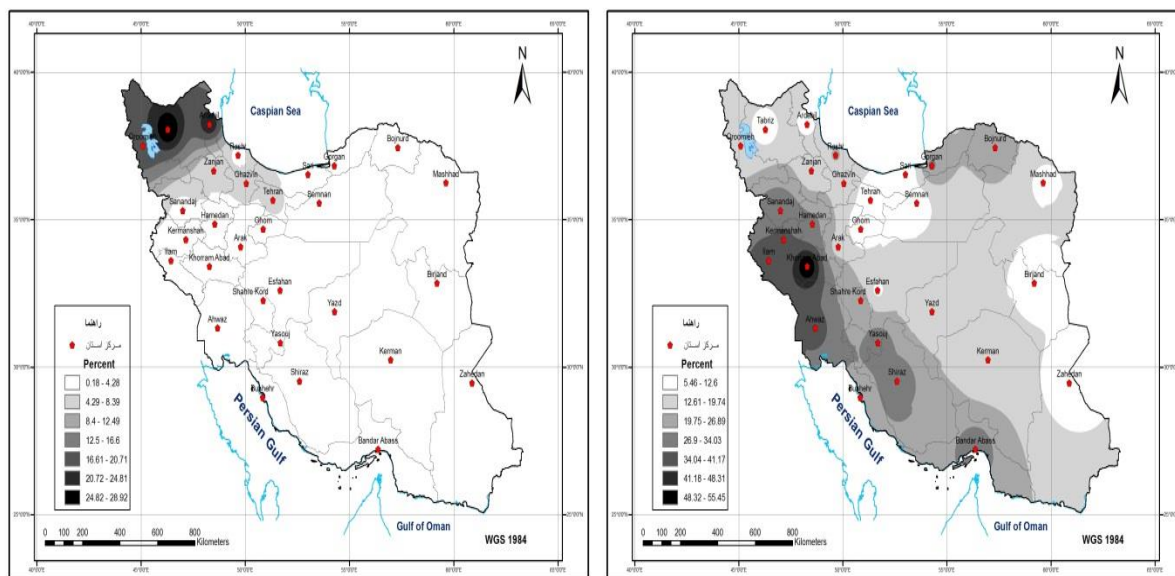
نامزد	روحانی	قالیباف	جلیلی	میرقائد	ولایتی	غرضی	مجموع
گرایش سیاسی	اعتدال‌گرای اصلاح طلب	اصولگرا	اصولگرا	اصولگرا	اصولگرا	اصولگرا	-----
شمار آراء (میلیون)	۱۸۶۱۳۳۲۹	۶۰۷۷۲۹۲	۴۱۶۸۹۴۶	۳۸۸۴۴۱۲	۲۲۶۸۷۵۳	۴۴۶۰۱۵	۳۶۷۰۴۱۵۶

یافته‌ها و بحث

- جستار زادبوم در انتخابات پیش از دوره یازدهم

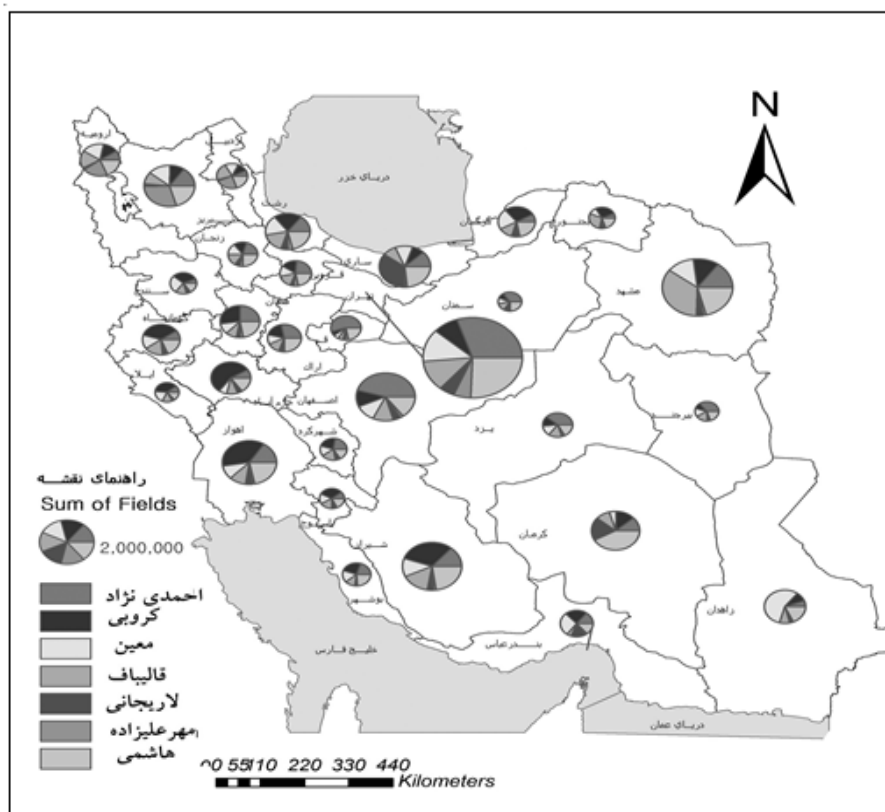
دوره نخست نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری کشور آشکارا تأثیر جستار زادبوم و محلی‌گرایی را در ایران نشان داد. برای نمونه مهدی کروبی (با زادبوم لرستان) (شکل ۲) در انتخابات دور نخست ریاست جمهوری توانست در ده استان کشور مانند خوزستان، فارس، بوشهر، هرمزگان، کهکیلویه و بویراحمد، لرستان، کرمانشاه، کردستان و ایلام که عمده‌تأ از استان‌های محروم نیز هستند رای اول را کسب کند (Kavianirad, 2013: 225). همچنین محسن مهرعلیزاده با زادبوم آذری خود توانست بخش اعظمی از آرای مردم آذری شمال‌غرب ایران را به خود اختصاص دهد (شکل ۳).

به هر حال آنچه این مقاله به دنبال بررسی آن است همین موضوع است که چرا جستار زادبوم در بسیاری موارد مغلوب جستارهای دیگر می‌شود و نمی‌تواند به‌عنوان یک پایگاه رأی قطعی برای نامزدهای ریاست جمهوری محسوب گردد.



شکل ۲: طیف سنجی درصد فراوانی آرای کروی

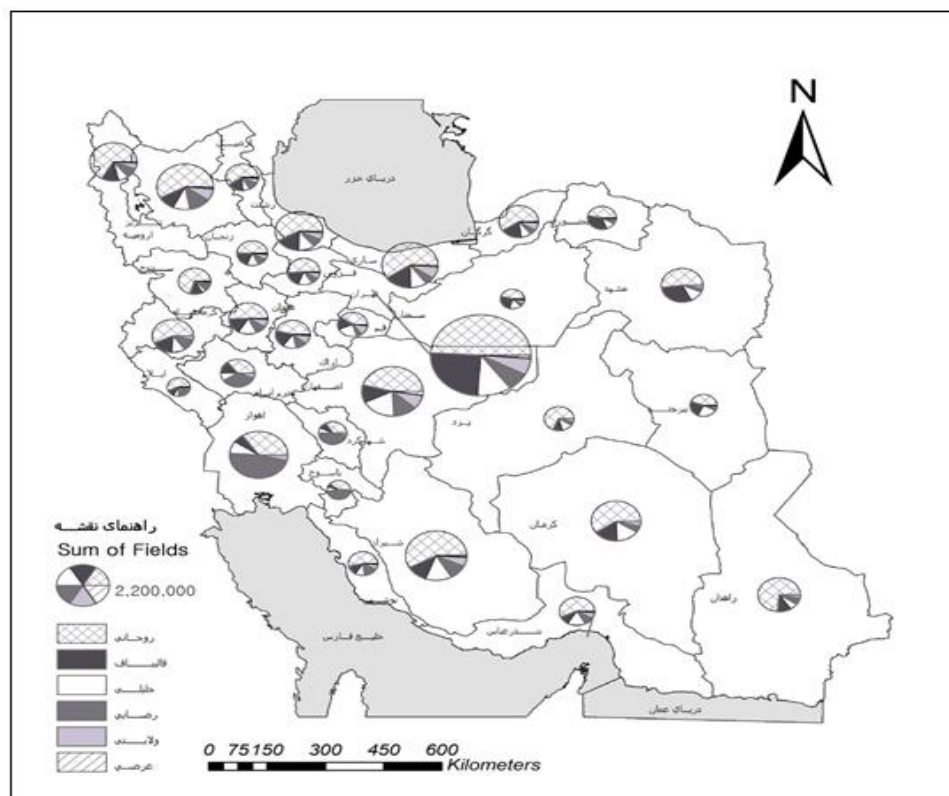
شکل ۳: طیف سنجی درصد فراوانی آرای مهرعلیزاده



شکل ۴: پراکنش آرای نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در سال (۸۴)

- جستار زادگاه و زادبوم در انتخابات یازدهم

داده‌های برخاسته از ده دوره انتخابات ریاست جمهوری کشور (شکل ۵) نشان داده‌اند که عواملی همانند آرای زادگاهی، آرای زادبومی، جهت‌گیری نخبگان ناحیه‌گرا، نواحی سنی‌نشین کشور، مسائل معیشتی و... مقوله شدت و ضعف مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری نواحی مختلف کشور را متأثر می‌کنند که در این میان، آرای زادبوم و نواحی سنی‌نشین کشور تقریباً در بیش‌تر انتخابات از وزن ژئوپلیتیک بالایی برخوردار بوده‌اند. بنا به گفته وزیر کشور در یازدهمین دوره انتخابات نزدیک به ۵۰ میلیون و پانصد هزار نفر واجد شرایط رأی‌دهی بودند که از این میان، نزدیک به ۳۷ میلیون نفر برابر با ۷۳ درصد واجدان شرایط شرکت در انتخابات ریاست جمهوری حضور یافتند؛ که در ادامه به تشریح توزیع فضایی برخی مؤلفه‌های جغرافیایی اثرگذار در پایگاه رأی‌آوری نامزدها پرداخته می‌شود.



شکل ۵: نقشه پراکنش آرای ریاست جمهوری در کل کشور

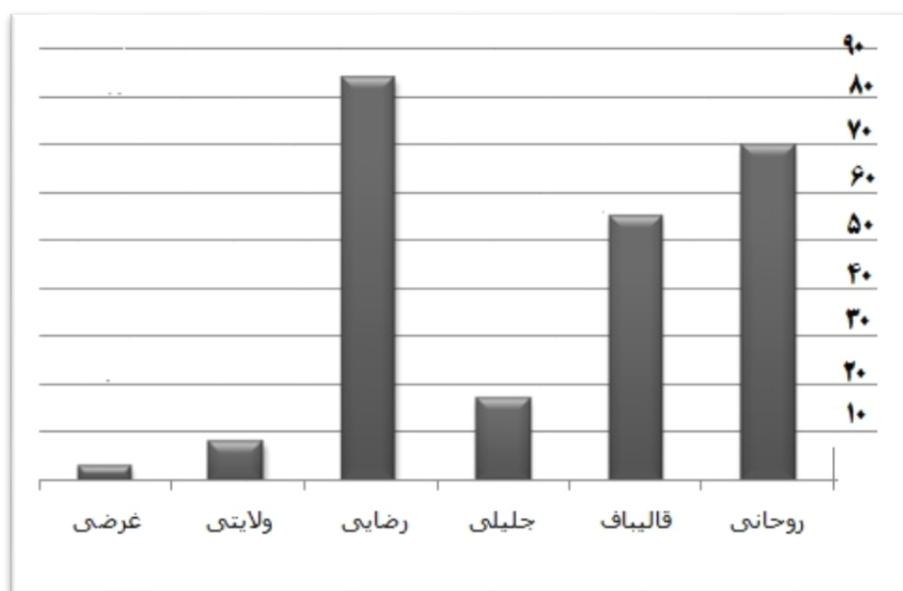
- انتخابات یازدهم و جستار زادگاه

منظور از زادگاه، شهری است که نامزد انتخاباتی متولد آنجا است تقریباً در بیش‌تر موارد در آن دست انتخابات ریاست جمهوری که یک مرحله‌ای بوده و رئیس‌جمهور مستقر در دوره دوم ریاستش قرار داشته زادگاه نامزد حاضر، درصد

بالایی از مشارکت و حمایت همشهریان را جذب کرده (شکل ۶) هر چند استثناها هم کم نبوده است. درباره آراء زادگاهی نامزدهای ریاست جمهوری یازدهمین دوره ویژگی‌های (جدول ۳) قابل توجه است.

جدول ۳- میزان آرای زادگاهی نامزدهای یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری (آمار از سایت وزارت کشور)

نامزد انتخاباتی	روحانی	قالیاف	جلیلی	رضایی	ولایتی	غرضی
زادگاه	سرخره	طرقبه	مشهد	لالی	شمیرانات	اصفهان
کل آراء زادگاه	۱۲۳۶۶	۲۸۸۵۹	۱۳۴۴۱۸۲	۱۸۱۹۹	۲۳۰۲۴۸	۸۶۵۸۶۷
آرای زادگاهی نامزد	۸۶۳۹	۱۵۹۹۴	۲۲۲۹۷۱	۱۷۰۵۴	۱۸۰۶۵	۲۵۲۱۱
درصد آرای اکتسابی	۷۰	۵۵	۱۷	۸۴	۸	۳



شکل ۶: درصد آرای اکتسابی نامزدها در زادگاهشان

بر پایه جدول بالا، به ترتیب محسن رضایی، حسن روحانی و محمدباقر قالیاف در زادگاه خود حائز اکثریت آراء در زادگاه خود شده‌اند. شمار کل آراء به نسبت آراء اکتسابی نامزد انتخاباتی نشان می‌دهد به هر میزان جمعیت زادگاه کم‌تر باشد به همان درصد آراء افزایش می‌یابد به عبارتی تعلقات خویشاوندی و تباری نقش بالاتری می‌یابد. هر چند در جدول بالا ذکر نشده اما در هر دو زادگاه لالی و طرقبه محسن روحانی در رتبه دوم رأی‌آوری قرار داشته است. با

این حال با توجه به کل آراء مأخوذه در سطح کشور آراء زادگاهی نقش بسیار کم رنگی در کلیت جایگاه نامزد انتخاباتی داشته‌اند.

– انتخابات یازدهم و جستار زادبوم

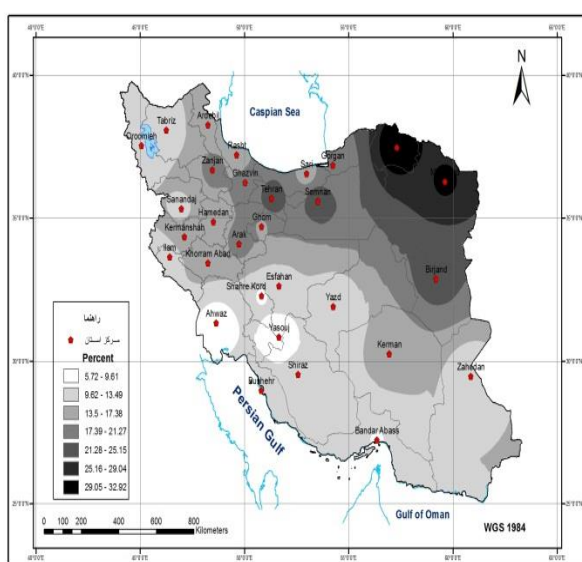
آن‌چنان که آمد، زادبوم گستره‌ای جغرافیایی است که به واسطه همانندی‌های هویتی ساکنانش در بعد زبان، مذهب و تاریخ از گونه‌ای وحدت رویه در کنش اجتماعی و سیاسی برخوردار می‌گردد و این همانندی‌ها در زمان‌های خاص آن‌ها را به اشتراک در مواضع نزدیک می‌کنند. عمدتاً در ایران، مردمان گستره‌ای از یک یا چند استان همگون، از نظر زبان و قومیت، درباره‌ی نامزد ویژه‌ای که معمولاً جز شخصیت‌ها و چهره‌های ملی است به توافق نانوشته‌ای می‌رسند تا از وی حمایت کنند از همین رو آن ناحیه پایگاه حمایتی او به شمار می‌رود. در این باره معمولاً رأی‌دهندگان برای رقابت با دیگر نواحی به داوطلب زادبوم‌شان رأی می‌دهند. اوج این وضعیت را در دور نخست نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران می‌توان مشاهده کرد. البته ناگفته نماند مسائل ناحیه‌ای در بسیاری از شهرستان‌ها علاوه بر ماهیت سیاسی، جناحی، گاه ماهیتی اقتصادی و توسعه‌ای نیز دارد که عمدتاً درباره عدم سرمایه‌گذاری لازم در زمینه صنعت و پیشرفت اقتصادی است و به هنگام انتخابات برای جلب حمایت و اخذ آرای مردم مورد توجه قرار می‌گیرد. در ادامه تأثیر آرای زادبومی بر نتایج یازدهمین دوره انتخابات بررسی خواهد شد.

جدول ۴- میزان آرای زادبومی نامزدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (آمار از سایت وزارت کشور)

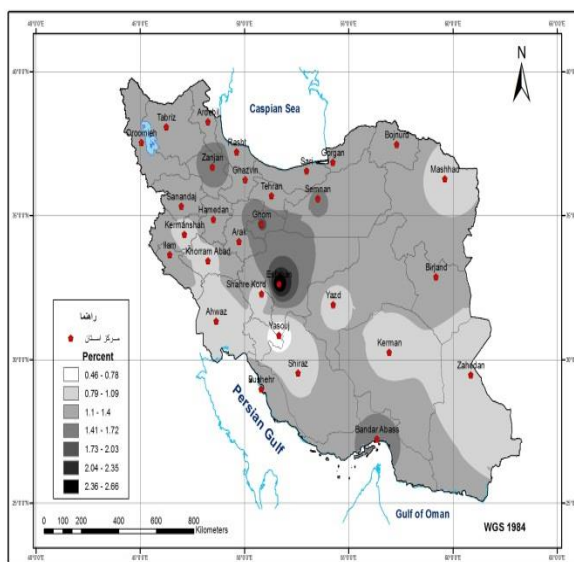
نامزد انتخاباتی	روحانی	قالیباف	جلیلی	رضایی	ولایتی	غرضی
زادبوم	سمنان	هر سه خراسان	هر سه خراسان	خوزستان و استان‌های گرنشین	شهرستان تهران	اصفهان
کل آرای زادبوم	۳۶۱۲۰۷	۳۹۵۲۰۵۸	۳۹۵۲۰۵۸	۳۷۴۱۵۸۳	۲۸۶۲۷۷۶	۲۲۲۱۷۹۹
آرای زادبومی نامزد	۱۵۷۱۳۳	۵۶۳۰۶۸	۲۶۷۹۵۵	۱۳۸۳۳۶۲	۳۱۶۵۹۲	۵۹۱۰۶
درصد آرای اکتسابی	۴۳/۵	۱۴	۷	۳۷	۱۱	۳

بر اساس (جدول ۴) که مبتنی بر آرا صحیح محدوده‌های زادبومی تدوین شده است به‌ترتیب حسن روحانی با ۴۳/۵، محسن رضایی با ۳۷ و محمدباقر قالیباف ۱۷ درصد در جایگاه اول تا سوم آرای زاد بومی قرار گرفته‌اند. بر پایه نتایج

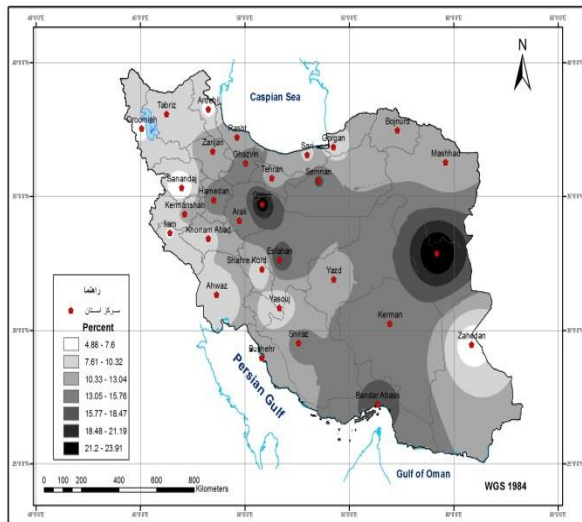
آرای اعلام شده در هیچ یک از زادبوم‌ها، نامزدها نتوانستند بیش از نیمی از آرا را کسب کنند. به نظر می‌رسد که زادبوم حسن روحانی به واسطه جمعیت کم‌تر و همگون‌تر، درصد بیش‌تری در حمایت از حسن روحانی را رهبری می‌کند. در خصوص آرای محمدباقر قالیباف و سعیدجلیلی که هر سه خراسان (شمالی، رضوی و جنوبی) زادبوم آن‌ها به‌شمار می‌رود کما این‌که در دوره نخست نهمین دوره ریاست جمهوری خود را نشان داده بود نتوانست برای این نامزد اثرگذار ظاهر شود و در هر سه استان روحانی نفر اول شد (شکل‌های ۸، ۱۰، ۱۲). به نظر می‌رسد آرای زادبومی به‌نوعی برای این دو نامزد سرشکن شده است چنانچه این زادبوم یک نامزد می‌داشت احتمالاً توزیع آرای شکل دیگری می‌یافت و آرای جلیلی به سود قالیباف یا بالعکس هدایت می‌شد. درباره آرای محسن رضایی، به‌واسطه خاستگاه قومی وی (لر بختیاری)، بخش عمده‌ای از آرای این نواحی به سود وی جذب شده است (شکل ۹) و تنها نامزدی است که آرای زادبومی او معنادار است و در سه استان مقام نخست را کسب کرد و در دیگر استان‌ها لرنشین دست کم نفر دوم است. به دیگر سخن، در استان‌های خوزستان (واقع شدن زادگاه در این استان)، چهارمحال و بختیاری و کهگیلویه و لرستان و ایلام در جایگاه دوم قرار گرفته است. در خصوص آرای علی‌اکبر ولایتی باید گفت که تهران بر خلاف دیگر استان‌های کشور از نظر جمعیتی مهاجرپذیر و به شدت ناهمگون است دیگر آن‌که نیمی از جمعیت این شهر در انتخابات شرکت نکردند و از همه مهم‌تر آن‌که رویکرد بخش قابل توجهی از جمعیت تهران ملی محور است تا ناحیه‌گرا. از این‌رو آرای زادبوم برای علی‌اکبر ولایتی بی‌معناست (شکل ۱۱). در خصوص آرای سید محمد غرضی اصفهانی‌ها تاکنون نشان داده‌اند که آرای آن‌ها کم‌تر ماهیت زادبومی دارد (شکل ۷)، به‌گونه‌ای که مصطفی معین در دوره نهم و محمد غرضی از رقبای خود عقب‌تر افتادند و در این دوره غرضی فقط توانست سه درصد آرای استان را کسب کند.



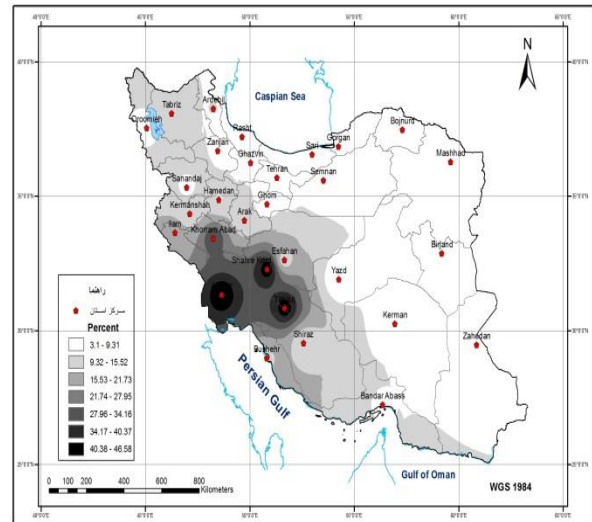
شکل ۸: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای قالیباف



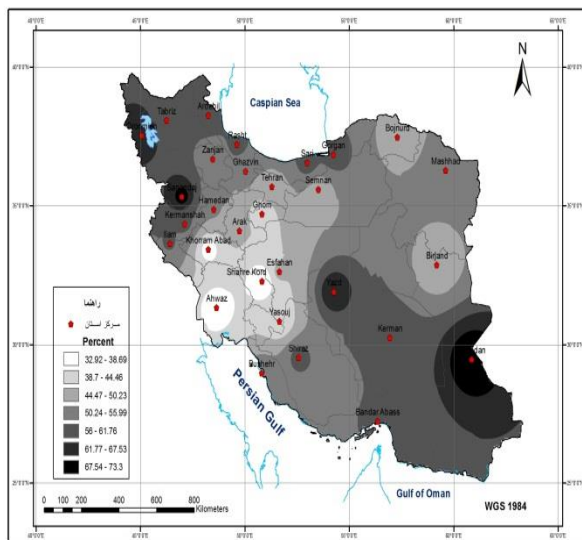
شکل ۷: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای غرضی



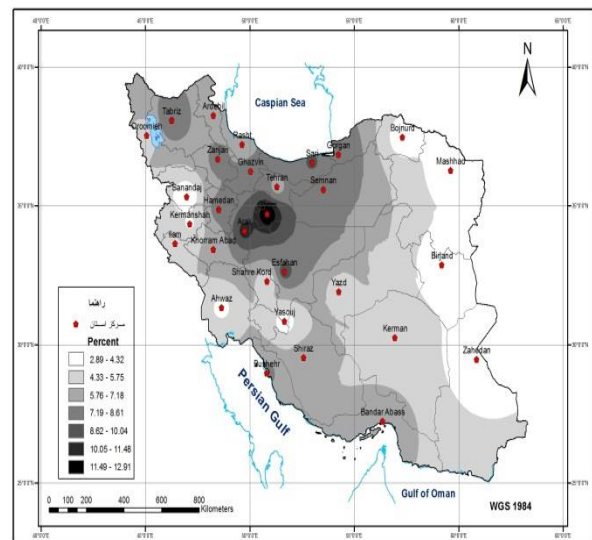
شکل ۱۰: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای جلیلی



شکل ۹: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای رضایی



شکل ۱۲: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای روحانی



شکل ۱۱: طیف‌سنجی پراکندگی درصد فراوانی آرای ولایتی

- تجزیه و تحلیل داده‌ها

آنچه در مطالب پیشین با عنوان آرای زادبوم و زادگاه آمد گاه در پیوند با مبحث تأثیر (دوستان و همسایگان) قرار می‌گیرد. بدین معنا که مردم عمدتاً تمایل دارند مشابه دوستان و همسایگان خود رأی دهند و همچنین پیش‌بینی می‌شود نامزدها عموماً در حوزه‌ی انتخاباتی خود آرای بیش‌تری به‌دست آورند، این در حالی است که شمار زیادی از آمارهای انتخاباتی گویای آن هستند که نتایج به‌دست آمده از انتخابات همواره حتی در جوامعی که پیشینه‌ی دیرپایی در حوزه‌ی دموکراسی و انتخابات دارند الزاماً رویه‌ی پیش گفته تبعیت کرده باشند. این مهم حاکی از آن است که برخی مباحث

خاص بر مباحث مطرح شده در این چارچوب برتری می‌یابد و همین مسائل بر نتایج آراء سایه می‌افکند و البته بر این مهم می‌تواند تأثیر عامل تنوع سطوح و کیفیت تبلیغاتی نامزدها را بر میزان مشارکت مردم و حمایت آن‌ها از نامزدها و احزاب اضافه کند. در واقع امروزه رأی‌دهندگان بیش‌تر شبیه مصرف‌کنندگانی عمل می‌کنند که میان گونه‌های حزبی رقیب که بسیار هم با یکدیگر متفاوت هستند دست به انتخاب می‌زنند و دیگر از الگوهای قومی و طبقاتی کلاسیک و زادبومی تبعیت نمی‌کنند. انتخابات یازدهم ریاست جمهوری ایران نیز بر خلاف دور اول نهمین دوره انتخابات نمایان‌گر ضعیف تأثیر جستار زادبوم در ایجاد پایگاه رأی برای نامزدهای ریاست جمهوری بود. اگرچه همان‌طور که در مطالب بالا آمد آرای زادبوم به‌ویژه در پایگاه رأی محسن رضایی و حسن روحانی مبرهن است ولی می‌توان بر اساس دیگر شاخص‌های موثر در نتایج آرای انتخابات این مهم را تبیین کرد اگر پذیرفته شود که درست یا نادرست محمود احمدی‌نژاد رئیس‌جمهور پیشین کشور در اذهان عمومی جامعه متناسب به جریان اصول‌گرایی بودند مشکلات اقتصادی و اجتماعی ناشی از سوء مدیریت‌ها و همچنین تحریم‌ها شهروندان را بر این تصور سوق داد که رأی به یک نامزد اصول‌گرایی دیگر به معنای ادامه وضع موجود و مشکلات کنونی است از این‌رو، به سمت جناح مخالف یعنی جناح اصلاحات گرایش یافتند. در این بین حمایت قاطع جریان اصلاحات و رهبران این جریان از نامزد واحد که با انصراف محمدرضا عارف به نفع حسن روحانی تکمیل شد پایگاه رأی حسن روحانی را بیش از پیش تقویت کرد. افزون بر این حضور موفق و توانمند حسن روحانی در مناظرات تلویزیونی در برابر دیگر نامزدها یکی دیگر از عوامل تقویت پایگاه رأی ایشان بود. با این حال کم‌تر تصور می‌شد حسن روحانی با تفاوت فاحش حائز اکثریت آرای انتخابات شوند و تحلیل‌ها حاکی از آن بود که محسن رضایی، محمدباقر قالیباف و سعید جلیلی در زادبوم‌های خود میزان رأی بالایی داشته باشند اما عدم ایجاد اتحاد در بین اصول‌گرایان و وجود اختلاف دیدگاه میان ایشان که در مناظرات تلویزیونی نیز مشاهده شد شمار بالایی از شهروندان را که بر آن بودند تا بر اساس جستار زادبوم رأی بدهند با این توجیه که اصول‌گرایان وقتی خودشان همدیگر را کامل قبول ندارند چگونه می‌خواهند ما ایشان را قبول داشته باشیم به گزینه نهایی اصلاح‌طلبان یعنی آقای روحانی رأی دادند. در انتخابات یازدهم آرای جستار مهم و موثر زادبوم مغلوب جستارهای دیگری همچون ضعف مدیریت ده ساله اصول‌گرایان، تفرقه اصول‌گرایان در معرفی نامزد واحد و اجماع اصلاح‌طلبان بر روی نامزد واحد شد.

- نتیجه‌گیری

توزیع جغرافیایی آراء در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری تابع طیفی از متغیرها بود؛ که در این میان ویژگی فرهنگ سیاسی رأی‌دهندگان ایرانی در قالب جامعه هر چهار سال رأی به تداوم و هر هشت سال رأی به تغییر گفتمان حاکم از همه اثرگذاری بیش‌تری داشت. از طرفی همان‌طور که بررسی‌ها نشان می‌دهد در انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری جستار زادگاه و زادبوم به‌خوبی نتوانسته است در نتایج انتخابات تأثیرگذار باشد. به‌گونه‌ای که در این انتخابات به جز محسن رضایی و حسن روحانی آرای زادبومی متأثر از تعدد نامزدها و نگرش ملی محور کم‌رنگ‌تر

از گذشته نمود داشت و به گونه‌ای ناکارآمد ظاهر گردید و آرای اهل سنت نیز به‌سان دوره‌های گذشته جهت‌گیری کاملاً اصلاح‌طلبانه داشت. از میان ۳۱ استان کشور حسن روحانی با تفاوت بالایی در ۲۸ استان نفر اول بود. بر این اساس، رویکرد غالب نه جستار زادبوم و زادگاه بلکه نوعی وحدت رویه در خصوص نه گفتن به گفتمان مستقر و حامیان آن بود از این‌رو، رأی به تغییر گفتمان هشت ساله مؤثرترین عامل در توزیع جغرافیایی آرای این دور از انتخابات بوده است. در سخن پایان می‌توان گفت جستار زادبوم و زادگاه که همواره در انتخابات مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری خصوصاً نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری برای نامزدهای غالب نمود مشخصی داشت این بار در گیرودار تلاش اکثریت برای تغییر گفتمان هشت‌ساله که خود موثر از هیجانات و عواطف ملی، تاثیر رسانه‌های داخلی و خارجی، حمایت گروه‌های مرجع، تداوم رویکرد آرای اهل سنت و... بود و به جستاری ناکارآمد تبدیل شد و حتی برای نامزدهایی چون محسن رضایی که در زادگاه و زادبوم خود با استقبال رأی قابل قبولی همراه بود جایگاهی بهتر از چهارمی به ارمغان نیاورد.

References

- Abdi, A., (2014), "Explaining the ethnic approaches in presidential candidates electoral slogans", *Quarterly Journal of Geopolitc*, 3: 95-121. [In Persian].
- Blacksell, M., (2010), "*Political geography*", Translated by Hafeznia, M. R., Rabiee, H., Ahmadi, A, Tehran: Entekhab Publication. [In Persian].
- Darabi, A., (2009), "Theoritical foundations of election behaviors of citizens in Islamic Republic of Iran", *Communication Resarches Quarterly*, 16 (1): 19. [In Persian].
- Eyvazi, M. R., (2010), "The impact of media on electoral behavior", *Quarterly Journal of Communication research*, 1: 157-174. [In Persian].
- Gallaher, C., Dahlman, C., Gilmartin, M., (2012), "*Basic concepts in political geography*", Tranclated by Nami, M. H., Mohammadpour, A., Tehran: Zeytoon Sabz Publishers. [In Persian].
- Hafeznia, M. R., Kaviani rad, M., (2010), "*The new approaches in political geography*", Second edition, Tehran: Samt Publication. [In Persian].
- Kaviani Rad, M., (2007), "Electon geography", *Strategic Studies Quarterly*, 10 (3): 481-505. [In Persian].
- Kaviani Rad, M., (2013), "*Election geography*", Tehran: University of Kharazmi Publications. [In Persian].
- Mor, S., (2007), "*General sociology*", Tranclated by Mohamadi Asl, A., Tehran: Elm Publications. [In Persian].
- Official of Deputy for Legal and Parliament Affairs, Presidential Office (2009), "A set of presidential election rules and regulations, Tehran: President's Legal Assistant publisher. [In Persian].
- Pishgahi fard, Z., (2001), "*Election geography parliment of Iran*", Tehran, University of Tehran. [In Persian].
- Rabiei, A., (2001), "*Sociology of value changes*", A view towards the behavior study of voters in June 1997, Tehran: Farhang va Andisheh Publications. [In Persian].
- Teylor, P. G., Jonston, R. G., (2008), "*Election geography*", Translated by Pishgahi Fard, Z., Akbari, R., Ghoomes: Tehran. [In Persian].
- Pattie, C., Johnston, R., (2006), "Electoral geography for: encyclopedia of human geography, Elsevier: New York.
- Taylor, P., (1993), "Political geography: World-economy, nation –state and locality, Longman Scientific & Technical publisher: Michigan.