

فصلنامه ژئوپلیتیک - سال دهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳

صص ۲۱۳-۱۸۹

## الگوی فضایی مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری

### مطالعه موردی: دوره یازدهم ریاست جمهوری

دکتر علی گلی\* - دانشیار جامعه شناسی، دانشگاه شیراز

دکتر حجت مهکویی - دانش آموخته جغرافیای سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۷

#### چکیده

ایرانیان بیش از سه دهه است که با حضور در انتخابات، سرنوشت و اداره کشور را به دست افراد مورد نظر خود می‌سپارند. هر چند سابقه شکل‌گیری مجلس به دوران مشروطه بر می‌گردد، ولی نقش پررنگ مجلس و انتخابات در بعد از انقلاب اسلامی، نمایان گشته است. پژوهش حاضر به دنبال بررسی چگونگی حضور مردم از دیدگاه فضایی - سیاسی در پهنه سرزمین است، تا نشان دهد که الگوی فضایی مشارکت مردم در یازدهمین دور انتخابات ریاست جمهوری چگونه بوده است. بدین منظور با استفاده از نتایج تفصیلی انتخابات یازدهم ریاست جمهوری و توابع آمار مکانی به بیان الگوی فضایی تمایل ساکنین کشور به هر یک از نامزدهای حاضر در انتخابات پرداخته شده است. نتایج نشان داد که الگوی مشارکت در کشور یکسان نبوده و استان‌های با توسعه‌یافتگی بالا از مشارکت کمتری برخوردار بوده و استان‌های محروم مشارکت بیشتری داشته‌اند. الگوی فضایی آراء بیانگر تمرکز شدید آراء کاندید منتخب در نواحی شمال غرب، جنوب شرق و جنوب کشور بوده و همچنین آراء آقایان محسن رضایی در غرب و جنوب غرب کشور و محمدباقر قالیباف در خراسان رضوی کاملاً منطبق بر جستار زادشهری است.

واژه‌های کلیدی: الگوی فضایی، مشارکت، انتخابات، انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری، ایران.

## ۱- مقدمه

در دنیای کنونی، یکی از مؤلفه‌های اساسی برای توسعه‌یافتگی، میزان مشارکت مردم در سرنوشت خودشان است. حضور مردم در انتخابات در سطوح مختلف آن، از نشانه‌های پیشرفت و خیزش برای اجرا و برآورده کردن نیازهای مردم است. انقلاب اسلامی در ایران به‌عنوان نقطه عطفی برای نشان دادن میزان مشارکت مردم در انتخابات است. از بعد از انقلاب اسلامی مشاهده می‌شود که مشارکت سیاسی مردم هیچ‌گاه متوقف نشده است، اما نوع رفتار انتخاباتی متفاوت را براساس سیر زمانی شاهد هستیم. رفتار انتخاباتی از اول انقلاب تاکنون، به یک صورت باقی نمانده است. براین اساس آگاهی مردم دارای حیات است که با تأثیرپذیری از شرایط و مقتضیات هر دوره زمانی، شکل خاصی به خود می‌گیرد که این امر بر رفتار انتخاباتی آنها تأثیرگذار بوده است. عواملی مانند سطح تحصیلات، رشد و توسعه اقتصادی و رفاه مردم، آگاهی یافتن مردم از حقوق شهروندی و... از جمله عوامل تأثیرگذار بوده‌اند. که متفاوت شدن رفتار انتخاباتی مردم در اوایل انقلاب با سال‌های اخیر، متأثر از این عوامل بوده است (Atarzadeh&Tavassoli, 2010:179).

ایران به‌عنوان یکی از کشورهایی که انتخابات و مشارکت سیاسی مردم در آن وجود دارد؛ به‌دنبال دستیابی به سطوح توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. به‌دنبال این روند، شکل‌گیری روند انتخابات توانسته است به‌عنوان مکمل توسعه عمل نماید، هرچند تا دستیابی به جایگاه توسعه‌یافتگی در سطح مناسب و شایسته، فاصله زیادی وجود دارد، ولی انتخابات به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های توسعه‌یافتگی توانسته به‌نوعی جایگاه خود را در ایران پیدا کند. بعد از انقلاب اسلامی تاکنون یازده دوره انتخابات ریاست جمهوری، نه دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و چهار دوره انتخابات شورای اسلامی شهر و روستا، برگزار گردیده است که هر دوره و هر کدام از سطوح انتخاباتی، شرایط خاص خود را داشته است. ولی این انتخابات‌ها توانسته‌اند برای کشوری که از عهد قاجاریه بیرون آمده است و دوره شکوفایی هخامنشیان را نیز داشته است، حضور مردم و تصمیم‌گیری برای سرنوشت خود را رقم بزنند.

با توجه به تأکید قانون اساسی بر مشارکت مردم در حکومت و اداره سرزمین، انتخابات، بهترین ابزار محقق ساختن اراده ملت در اداره سرزمین است. جغرافیای انتخابات به عنوان بخشی 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 آن است. مجاورت یا همسایگی و تأثیرگذاری 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. برخی اعتقاد دارند که محلی‌گرایی و طایفه‌محوری بنیاد هویت و پایه بسیاری از رویدادها، کنش‌ها و واکنش‌های ساکنان یک سرزمین تأثیر دارد. این اثر تحت عنوان پایگاه حمایتی یا زادشهری در میان همه جوامع اعم از سنتی، صنعتی و پسا صنعتی قابل مشاهده است (Kaviani, Vaisi, 2008: 2-3). تأثیر همسایگی بر انتخابات در فرهنگ سیاسی ایران نیز مصداق دارد و بررسی نتایج تحلیلی انتخابات ریاست جمهوری اخیر نیز مؤید وجود این ویژگی در انتخابات سطوح مختلف مانند شوراها، مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری است. این مطالعه درصدد بررسی این اثرگذاری در انتخابات مذکور و ترسیم نواحی متأثر از این الگوی مشارکت سیاسی در کشور است.

## ۲- داده و روش تحقیق

مطالعه حاضر به روش توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از داده‌های ارائه شده توسط ستاد انتخابات وزارت کشور در خصوص انتخابات یازدهم ریاست جمهوری و در مقیاس شهرستان انجام گردیده است. هدف این مطالعه بیان تفاوت‌های منطقه‌ای در کسب آراء انتخابات ریاست جمهوری با استفاده از آمار مکانی است و با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی پس از بیان پراکندگی جغرافیایی آراء کاندیده‌های ریاست جمهوری، به سنجش تمرکز مکانی آراء هر یک از آنان پرداخته شده است. سنجش الگوی تمرکز مکانی آراء یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بر مبنای سه سوال، مورد بررسی قرار گرفت:

۱- آیا میزان مشارکت مردم در پهنه جغرافیایی کشور از الگوی مشابهی برخوردار بوده است یا اینکه تمرکز جغرافیایی آراء در مناطق خاصی استقرار داشته است؟

۲- آیا درجه توسعه‌یافتگی اجتماعی اقتصادی بر میزان مشارکت یا عدم مشارکت تأثیرگذار بوده است؟

۳- آیا نامزدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در بین شهرستانهای مختلف طرفداران یکسانی داشته‌اند یا اینکه عواملی چون وابستگی قومیتی یا مکانی یک کاندید سبب توجه بیشتر در برخی از شهرستان‌ها شده است؟

به‌منظور پاسخ به سوالات طرح شده، مطالعه حاضر با استفاده از تکنیک آمار مکانی در محیط سیستم اطلاعات جغرافیایی، ابتدا پایگاه داده نتایج آراء یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در مقیاس شهرستان و به تفکیک نامزدهای مندرج در لیست انتخابات در روز ۱۳۹۲/۳/۲۴، بر مبنای نتایج ارائه شده توسط وزارت کشور ایجاد گردید. و سپس با محاسبه شاخص خود همبستگی فضایی در آمار مکانی، گرایش پدیده‌های نزدیک به هم در هماهنگی یا تغییر نشان داده شد.

### ۳- مبانی نظری

#### ۳-۱- مفهوم شهروندی

«واژه شهروندی<sup>۱</sup> در دوران مدرن و با فروپاشی نظام حکومتی دوران پسا صنعتی در باختر زمین و با رواج لیبرالیسم و مردم‌سالاری ویژه آن دوران رشد کرد و مفهوم تازه‌ای یافت. شهروندی به معنای شهروند یک کشور بودن با در نظر گرفتن حقوق و وظایفی که دارد، یا حالت یک شهروند با حقوق و وظایف، تابعیت، شهرنشینی و شهرگرایی است. شهروندی وضعی است که مجموعه‌ای از حقوق، وظایف و تعهدات را همراه با برابری، عدالت و استقلال در خود دارد. شهروندی نه موقعیتی اثرپذیر بلکه حالتی اثرگذار است و با سلطه سازگاری ندارد. شهروندی ایده‌ای است نیرومند که شرافت فرد را به رسمیت می‌شناسد. اما در همان حال، بستر اجتماعی

1- Citizenship

را که فرد در آن رفتار می‌کند نیز مورد تأیید قرار می‌دهد. از این رو، شهروندی نمونه‌ای عالی از چیزی است که آنتونی گیدنز<sup>۱</sup> آن را دوگانگی ساختار<sup>۲</sup> نامیده است. از دید گیدنز، نمی‌توان فرد و جامعه را به‌سان ایده‌هایی مخالف و دشمن یکدیگر دانست، بلکه کارگزاری فرد و کردارهای اجتماعی به یکدیگر وابسته‌اند. فرد با اعمال حقوق و ایفای تعهدات، شرایط ضروری شهروندی را باز تولید می‌کند» (Sarraf & IsmailZadeh, 2005: 136-138).

شهروندی در دنیای باستان از جمله حقوق مدنی محسوب می‌شد که با عضویت در پولیس به افراد تعلق می‌گرفت. حقوق مدنی مجموعه امتیازات قدرت شهروندی و اصول حفاظت از آن قدرت است. چنین قدرتی به شهروند بر اساس قانون اعطاء می‌شود. به هر تقدیر، تلاش متفکران غربی برای به کرسی نشاندن پولیس آتن به‌عنوان خاستگاه شهروندی، به سنت فلسفه سیاسی مغرب زمین از زمان یونان باستان باز می‌گردد که متفکران و مورخان یونانی آغازگر آن بوده‌اند. این سنت بعدها توسط متفکرانی چون ماکیاولی، بارینگتون، برنیر، جونز، منتسکیو، آدام اسمیت و... مورد تأکید قرار گرفت. چنانچه ثابت شود و غربیان بپذیرند که خاستگاه پولیس یا شهر خودفرمان و شهروندی نه مغرب زمین بلکه بین‌النهرین (میان رودان) یعنی پولیس سومر بوده است، مفهوم دو وجهی دموکراسی - شرق استبدادی که غربیان برای توجیه خاستگاه مفهوم شهروندی در آتن به‌کار می‌برند، فرو می‌ریزد» (Piran, 2008: 568-569).

«تی.اچ. مارشال (۱۹۶۴) معتقد بود که شهروندی در رژیم‌های دموکراتیک با گذشت زمان رشد می‌یابد؛ چنانچه سرانجام شهروندی سه بعد مشخص پیدا می‌کند: **بعد مدنی**، **بعد سیاسی** و **بعد اجتماعی**. به‌نظر مارشال، حقوق مدنی نخستین حقوقی بود که برقرار گردید. این حقوق شامل آزادی بیان، حق محاکمه منصفانه، دسترسی برابر به نظام قانونی و... می‌شد. حقوق سیاسی پس از حقوق مدنی پدید می‌آید و شامل حق رأی، نامزدی مقامات انتخاباتی، حق شرکت در احزاب سیاسی و... می‌باشد. حقوق اجتماعی با ظهور دولت رفاه، پدیدار می‌گردد؛

1- Anthony Giddenz  
2- Duality of Structure

این حقوق، حقوق استحقاقی افراد تعریف می‌شوند، مانند امنیت اجتماعی، مزایای بیکاری، مزایای بهداشتی و آموزشی» (Kiuoyesto, 2005: 99). به هر ترتیب مفهوم شهروندی با مرور زمان با سه مفهوم بنیادین پیوند خورد که عبارتند از: ۱- اصل نمایندگی؛ ۲- اصل مسئولیت؛ ۳- اصل پاسخگو بودن و یا پاسخگویی<sup>۳</sup>.

با توجه به این سه اصل، مردم هر جامعه‌ای باید با انتخاب حکومت‌کنندگان و از طریق مشارکت در انتخابات، نوع حکومت خود را، شهروندان انتخاب کنند (اصل نمایندگی)؛ در مقابل این انتخاب، مسئولانی که توسط شهروندان انتخاب می‌گردند باید احساس مسئولیت کرده و در مقابل مسائل و مشکلات مردم، توانایی رفع مسائل شهروندان جامعه را داشته باشند (اصل مسئولیت)؛ و در آخر اینکه در مقابل مردم پاسخگو بوده و اقدامات و کارهایی را که انجام داده‌اند برای شهروندان توضیح بدهند (اصل پاسخگویی) (Piran, 2008: 570). به هر ترتیب «امروزه از ۶ نوع شهروندی یاد می‌شود که در جدول شماره ۱ آمده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
 رتال جامع علوم انسانی

- 
- 1- Representation
  - 2- Responsiveness
  - 3- Accountability

جدول شماره ۱: انواع شهروندی و مشخصات آنها

مشخصات	نوع شهروندی
شهروندی سیاسی در رأی‌دهی در سطوح محلی و ملی و برای انتخاب مقامات مختلف در سطوح متفاوت و در انتخاب یا داوطلب شدن، آزادی اجتماعی، عضویت در احزاب و سازمانهای سیاسی و آزادی بیان منعکس می‌شود. مهمترین مسئولیتهای شهروندی سیاسی عبارت است از: حفظ مصالح ملی در مرادوات، اقدامات و فعالیت‌ها، مبارزه برای حفظ تمامیت ارضی، نظارت فعال و مشارکت در نظارت بر افراد سیاسی برگزیده و نظایر آن. در عین حال باید تأکید کرد که داوطلب شدن و مشارکت سیاسی مهمترین مسئولیت به‌شمار می‌رود.	شهروندی سیاسی
حقوق شهروندی اجتماعی شامل انتخاب محل زندگی، شیوه زندگی در محدوده قانونی و ارزش‌ها و عرف مورد قبول جامعه، حق حریم خصوصی و عدم دخالت در زندگی خصوصی، حق مشارکت در سازمان‌ها، انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی و عامه‌المنفعه، سازمان‌های غیرحکومتی غیرسیاسی و تشکیل چنین نهادهایی، داشتن اوقات فراغت خلاق و شادی و سرور، آزادی انتخاب مذهب و عقیده، حق دسترسی به آموزش، بهداشت و تأمین اجتماعی، حق تابعیت و حق داشتن مسکن مناسب، می‌شود. مهم‌ترین مسئولیت شهروندی اجتماعی، ضرورت مشارکت آحاد مردم در جهت خیر عمومی است.	شهروندی اجتماعی
شهروندی اقتصادی در حق داشتن شغل مناسب، حق مالکیت و کار، استفاده اقتصادی از دسترنج شرافتمندانه و نظایر آن منعکس است.	شهروندی اقتصادی
شهروندی جنسیتی در برابری تمام حقوق، صرف نظر از جنس و عدم تشخیص به‌دلیل جنس، مستتر است.	شهروندی جنسیتی
شهروندی فرهنگی - قومی مسئله حقوق فرهنگی و اجتماعی اقلیتها، زبان، آداب و رسوم و خرده فرهنگ قومی، هویت قومی و فرهنگی و نظایر آن را پیگیری می‌کند.	شهروندی فرهنگی - قومی
شهروندی جهانی مسأله حق انتخاب کشور محل سکونت، مهاجرت، مسافرت آزادانه و نظایر آن را در بر می‌گیرد.	شهروندی جهانی

Source: Piran, 2008: 570

## ۲-۳- مفهوم مشارکت

واژه مشارکت<sup>۱</sup> از حیث لغوی درگیری و تجمع برای منظوری خاص می‌باشد. مشارکت درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را بر می‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک کند. در دیدگاه مدرن، بحث مشارکت مفهومی جدید است و عمدتاً در بعد از جنگ جهانی دوم در ادبیات توسعه پایدار مطرح می‌گردد. مشارکت، شریک کردن مردم در فرایند تصمیم‌گیری و اجراء است. مشارکت بدون درگیر شدن فعال مردم نه تنها استمرار ندارد بلکه وارونه عمل می‌کند. به تعبیر جامعه‌شناختی مشارکت نوعی کنش اجتماعی است، همان‌طور که پارسونز می‌گوید برنامه‌ریزی کنش منطقی است، مشارکت نیز مفهومی اجتماعی، منطقی می‌یابد (Latifi, 2008: 27-28).

رواج مفهوم مشارکت در دو دهه اخیر از آنجاست که، به‌نظر منتقدان، بزرگی و پیچیدگی جامعه توده‌ای جدید و رشد بورکراسی و تمرکز قدرت اقتصادی، پایه ضمانت‌های سنتی دموکراسی و نظام پارلمانی را برای حفظ حقوق افراد سست کرده و این ضمانت‌ها می‌باید تقویت و گسترده شود. ضرورت این امر از آنجاست که سرنوشت افراد و حقوق آنها در دست‌های نامرئی اداری، سیاسی، اقتصادی افتاده است که افراد از چند و چون تصمیم‌گیری‌های آنها بر زندگی‌شان بی‌خبرند و گاه قربانی آن می‌شوند. سازمان‌ها و نهادهای سنتی دموکراسی نیز اغلب بازبچه دست این قدرت‌های نامرئی هستند. از این‌رو، تنها مشارکت مستقیم افراد در تصمیم‌گیری‌هایی که نام دولت، مقامات محلی، یا دستگاه‌های بزرگ و غیرشخصی اقتصادی گرفته می‌شود، می‌تواند حقوق و آزادی‌های آنان را از گزند کارها و تصمیم‌های گروه‌های کوچک و دور از دسترس و اغلب ناشناس، در امان دارد (Ashuri, 2003: 302).

مردم با مشارکت در امور جوامع خود و تصمیم‌گیری درباره آن در واقع سرزمین خودشان را به‌سمت توسعه و پیشرفت سوق می‌دهند. با مشارکت در انتخابات، مردم در تعیین سرنوشت خودشان و شیوه حکومتی اداره‌کننده سرزمین‌شان دخالت می‌کنند. دموکراسی نوع حکومتی



است که کشورها در زمان حاضر خواستار آن هستند. موضوع دموکراسی و انتخابات از آن روی در مباحث جغرافیای سیاسی قرار می‌گیرد که به اصل جدایی‌ناپذیری سه پدیده یا عنصر تشکیل دهنده کشور، یعنی ملت، حکومت و سرزمین مربوط می‌شود. اصل جدایی‌ناپذیری مثلث ملت، حکومت و سرزمین ناشی از رابطه‌ای است که اراده ملت را به حکومت منتقل می‌سازد. در این خصوص ملت اراده خود را، از راه انتخابات، به حکومت منتقل می‌سازد برای اداره سرزمین و این مکانیزم، حکومت مردم سالارانه را واقعیت می‌بخشد (Mojtahedzadeh, 2002: 82). هدف از انتخابات در بیشتر کشورها، تعبیه و کاربری سیستمی می‌باشد که در آن هر فرد بالغ یک رأی یا وزن برابر با رأی‌های دیگران داشته باشد که در انطباق با پیروی از اصل یک فرد یک رأی می‌باشد (Ahmadipour & others, 2011 : 15).

### ۳-۳- فضا، مکان و سیاست

رابطه میان فضا و مکانی که انسان در آن به‌عنوان شهروند جامعه قلمداد می‌شود رابطه‌ای دوسویه است که از طریق کنش‌ها و واکنش‌هایی شکل می‌گیرد. در واقع «روابط اجتماعی- فرهنگی، جزء ذاتی رابطه سیاسی میان شهروندی و فضاست، زیرا اینکه چه کسی در یک دولت شهر و یا یک کشور، شهروند واقعی شناخته می‌شود، به این بستگی دارد که آن فرد کوله‌بار درستی از تاریخ، فرهنگ، قومیت، زبان و مذهب در اختیار داشته باشد» (Muir, 1999: 238). بنابراین نقش انسان در شکل‌گیری مکان و فضا بارز است. فضا در جغرافیا عبارت است از بخشی از سطح زمین، که مورد سکونت انسان قرار داشته و جایگاهی است که ساختار زندگی اجتماعی در آن تحقق می‌یابد. برای شناخت مفهوم فضا در جغرافیا می‌توان آن را به دو بخش فضای مطلق و فضای نسبی تقسیم کرد. فضای جغرافیایی، فضایی است که مکان آن در زمین قابل تعیین است. فضایی عینی و یا به تعبیر فرانسوا پرو فضایی معمول است. اصولاً فضای جغرافیایی، یک مقوله تاریخی، اجتماعی- سیاسی است که در بستر محیط فیزیکی نقش بسته است. فضای جغرافیایی، بازتابی از آگاهی‌های اساسی انسان از جهان، تجربیات او از زندگی و وابستگی‌های ارادی او با محیط خود می‌باشد. فضای جغرافیایی فضای منحصر به فرد

برای فرهنگ خاص است. در واقع فضای انسان زده‌ای می‌باشد که تجربیات فرهنگ‌های خاصی را از زندگی به نمایش می‌گذارد. اما مکان بخشی از فضای جغرافیایی است که به صورت یک دستگاه و مجموعه محدود شده می‌باشد که در آن، روابط اجتماعی، هویت و زندگی به وجود می‌آید (Hafiznia et al, 2010: 80-92). «مفهوم مکان جغرافیایی با مقیاس‌های جغرافیایی رابطه تنگاتنگ و گریزناپذیری دارد. اگر فضای جغرافیایی شامل مجموعه مکان‌ها و روابط آنهاست؛ در آن صورت مکان جغرافیایی به بخشی از فضای جغرافیایی گفته می‌شود که از سوی فردی یا چیزی اشغال شده است (Mirhydar&Zeki, 2009 : 17).

در شکل‌گیری یک مکان جغرافیایی با کارکرد خاص عوامل متعددی همچون اقلیم، توپوگرافی، جمعیت، نحوه نگرش مدیران شهری، دیدگاه کلان دولت و... تأثیرگذار می‌باشد. از حیث اینکه چگونه از مکان‌ها استفاده می‌کنیم آنها کارکرد و کاربری خاص پیدا می‌کنند؛ هر چند که نباید نقش عوامل طبیعی تأثیرگذار را فراموش کرد؛ این عوامل در برخی کشورها و بویژه جهان سوم، در چگونگی کاربرد مکان‌ها نقش تعیین‌کننده دارند و کمبود تکنولوژی و عدم دسترسی به اطلاعات و داده‌های مکانی در این‌گونه کشورها استفاده بهینه از مکان را دچار مشکل کرده است. بنابراین «در جغرافیای انسانی، دنیا متشکل از بخش‌های کوچک و پیچیده مکان‌ها است؛ که هر یک از آنها دارای فرهنگی است که تکامل پیدا کرده است، چون ساکنانش نزاع بر سر بقای خود را مدام مورد ارزشیابی مجدد قرار می‌دهند و اطلاعاتی را که از مکان‌های دیگر به دست می‌آورند، ارزیابی می‌کنند. فرهنگ هر مکان ممکن است در طول دوره‌ای کوتاه تغییر بسیار اساسی پیدا کند، چون ساکنانش نسبت به فشارهای خاصی که بعضی جنبه‌های مربوط به نحوه زندگی آنها را تهدید می‌کند واکنش نشان می‌دهند؛ جای دیگر و زمانی دیگر، شاید تغییر بسیار آهسته‌تر صورت گیرد. بنابراین مکان‌هایی اجتماعی هستند که زندگی در آنها سامان می‌گیرد و این واحدها را افرادی که درصدد تغییر وضع اقتصادی، سیاسی و جغرافیای اجتماعی هستند ارزیابی می‌کنند. واژه مکان دارای کاربردی بسیار متداول است، ولی کمتر به معنای خاص آن توجه شده است؛ و استعمال آن مشکلات زیادی برای جغرافیدانان به بار آورده است. «سیت ول» تعریف مناسبی از مکان دارد: مساحتی از سطح زمین

که مقرر و وسعت تقریبی آن معلوم است، همچنان که از نامی که مردم به آن داده‌اند پیداست. باید تأکید کرد که معیارهای دال بر وجود هر مکان، معیارهای ذهنی‌اند؛ به حکم ماهیت قراردادی زبان، هیچ تضمینی وجود ندارد که آن معیارها را بتوان فهمید و بنابراین به‌همان نحو به‌کاربرد که افراد مختلف به‌کار می‌برند (Ravliiling, Doherty, 1998: 81-89).

از نظر مقیاس «مکان‌ها دارای مقیاس‌های متفاوتی هستند و در مقیاس کلان در سیاست مکان، ما به‌مفهوم "ناحیه سیاسی" بر می‌خوریم. نواحی سیاسی ممکن است رسماً نواحی تعریف شده‌ای از قبیل حکومت ملی یا بخش‌های اداری بوده و یا ممکن است براساس پیوندهای فرهنگی، تاریخی و کاربردی وجود داشته باشند. در تمام این موارد مهم است که این مناطق را نه تنها به‌عنوان ظروفی که شکل‌دهنده تعاملات اجتماعی هستند، بلکه به‌عنوان منابع هویت فرهنگی و در نتیجه به‌عنوان بخشی از جهان واقعی بازیگران اجتماعی، نگاه کرد» (Muir, 1999: 41). هویت مکانی به‌هوتی که انسان از مکان تولد و سکونت کسب می‌کند اطلاق می‌شود. هویت مکانی مانند انواع دیگر هویت به این پرسش که من که هستم یا کجا هستم یا به کجا تعلق دارم پاسخ می‌دهد. هویت مکانی نوعی ابراز وجود است که از معنای محیطی برای تعیین هویت استفاده می‌کند. هویت مکانی از بعد اجتماعی - روانشناختی به این دلیل بروز می‌کند که مکان به‌عنوان محل محدودی که آکنده از معانی شخصی، اجتماعی و فرهنگی است چارچوب مهمی را فراهم می‌آورد که هویت در آن شکل گرفته، حفظ شده و تحول می‌پذیرد (Mirhydar, 2007: 53).

از آنجا که بحث انتخابات از مقوله‌های جغرافیایی - سیاسی می‌باشد و موضوع جغرافیای انتخابات مطرح می‌شود، پیوند میان فضا، مکان و سیاست مطرح می‌شود؛ «همواره بین سیاست و فضا رابطه وجود دارد، سیاست به‌واسطه حمایت ایدئولوژی و به‌وسیله نهادهای تصمیم‌ساز و مجری تصمیم، بر فضا که متشکل از جامعه انسانی، شبکه‌ها، جریان‌ها، ساخت‌ها و... می‌باشد، تأثیر می‌گذارد و از آن تأثیر می‌پذیرد» (Mirhydar, 2007: 112). این تأثیرگذاری و تأثیرپذیری منتج از فاصله مکانی نیز می‌باشد در واقع در مبحث انتخابات عامل فاصله یکی عوامل کلیدی در میزان رأی دادن به کاندیدها محسوب می‌شود؛ از لحاظ علوم اجتماعی، فاصله نیز می‌تواند به‌عنوان نشان‌دهنده موقعیت نسبی براساس شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی از قبیل طبقه، ثروت، منطقه و...

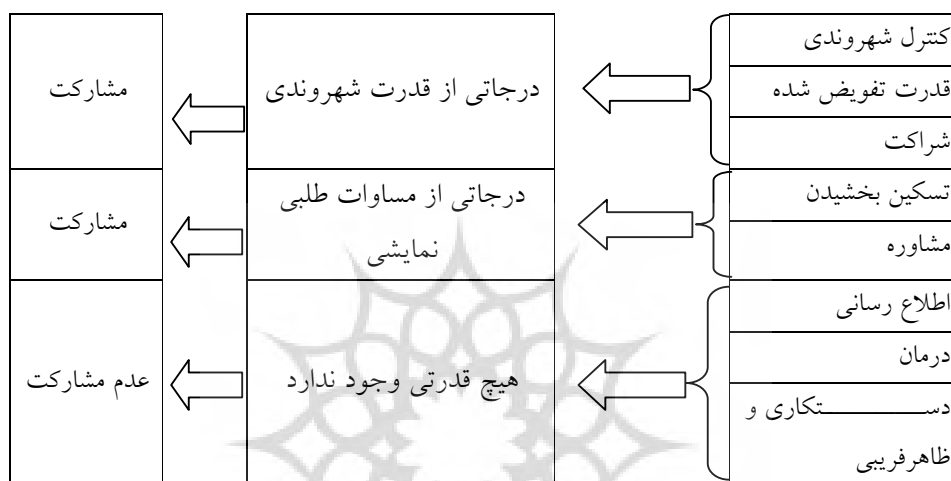
تفسیرشود. نقش بافت اجتماعی و مکان در تعیین رفتار رأی دادن مورد بررسی قرار گرفته است (Evans&Arzheimer, 2010: 5). البته در بحث فاصله و میزان تأثیرگذاری آن بر روابط میان انسان‌ها و انتخابات، ناشی از توسعه‌یافتگی فضایی - مکانی محیط جغرافیایی است.

#### ۴-۳- نظریاتی پیرامون مشارکت و انتخابات

گفته شد که مشارکت از دیدگاه مدرن، از مفاهیم جدیدی می‌باشد که نظریات زیادی درباره آن ارایه شده است؛ هر چند بحث درباره تمامی نظریات از عهده این مقاله خارج است، تنها به بررسی نظریه شوی ارنشتاین پرداخته می‌شود. در ارتباط با مشارکت، وی سعی کرده است با ترسیم نموداری، سطوح مختلف مشارکت را بیان نماید و در سه سطح به بررسی آن پرداخته است. به نظر ارنشتاین در پلکان اول و در پایین‌ترین سطح، هیچ نیرویی یا قدرتی برای مشارکت وجود ندارد. به نظر وی، بعضی از دستگاه‌های دولتی و مؤسسات عمومی به صورت ساختگی، نوعی مشارکت ظاهری را تدارک می‌بینند که عمدتاً برای کارهایی است که نتیجه آن از قبل مشخص و معین است. در پلکان دوم بحث آگاهی از فرایند تصمیم‌گیری را مطرح می‌کند که عمدتاً غیرواقعی است و تنها آگاهی صوری از وضعیت مشارکت مورد نظر مطرح است. در پلکان سوم، بحث آگاهی و اطلاع رسانی قرار دارد. این قسمت فرایند آگاه‌سازی شهروندان می‌باشد از کل تصمیم‌های کلان که می‌خواهد به اجراء در آید بازتاب مردم در این قسمت اهمیت زیادی دارد. پلکان چهارم که مشورت و مشاوره است قبل از اجراء با نظرسنجی از نظرات شهروندان مطلع می‌شویم ولی اگر جنبه صوری داشته باشد نظرات زیاد جدی قلمداد نمی‌گردد. در پلکان پنجم حضور در هنگام اخذ تصمیم‌گیری نوع نظارت در به‌کارگیری نظرات آنان توسط صاحبان قدرت و مدیران جامعه است و نوعی تسکین و آرامش برای آنان می‌باشد. در پلکان ششم مشارکت در تصمیم‌گیری، سطحی است که مشارکت در آن ارتقاء یافته و شهروندان نتیجه مشارکت خود را لمس می‌کنند و زمانی که در تصمیم‌گیری از نظرات آنها استفاده شود به قدرت خود در مشارکت پی می‌برند (پلکان هفتم) و در پلکان آخر می‌بینیم که تصمیمات آنان و مشارکت آنها در امور اجرایی به‌نوعی کنترل کامل منجر

می‌شود که می‌توان از آن به نام کنترل اجتماعی نام برد (Latifi, 2008: 30). در نمودار شماره ۱ نردبان هشت پله‌ای مشارکت ارشتاین را مشاهده می‌کنیم.

نمودار شماره ۱: نردبان هشت پله‌ای مشارکت ارشتاین



Sherifiansani, 2001: 44

مشارکت سیاسی اشکال مختلفی دارد که می‌توان از مبارزات انتخاباتی، اعمال نفوذ بر سیاستمداران و رأی دادن نام برد. مشارکت سیاسی برای هر نظام سیاسی دارای آثار و پیامدهایی است. ثبات و کارآمدی هر نظام سیاسی همواره نیازمند تأیید و به رسمیت شناختن از سوی مردم است. می‌توان بارزترین نمود مشارکت سیاسی را انتخابات دانست، چرا که انتخابات قابل اندازه‌گیری‌ترین نوع مشارکت افراد، در عرصه سیاسی است و می‌تواند به عنوان ملاک برای ارزیابی توزیع قدرت در جامعه شناخته شود. انتخابات کنشی است که همواره به تعریف و تبیین مشارکت در عرصه نظام اجتماعی می‌پردازد و با بیان خصوصیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی رأی دهندگان و رأی‌آوران و رأی‌خواهان سیاسی، سیاست‌گزینش نامزدهای انتخاباتی را معرفی می‌کند. بنابراین می‌توان نظریه‌های رفتارهای انتخاباتی را به سه دسته تقسیم کرد:

**الف: نظریه ایدئولوژی مسلط:** این نظریه بیان می‌کند که هرچند افراد خود انتخاب می‌کنند اما انتخاب‌های فردی براساس ایدئولوژی مسلط شکل می‌گیرد. همچنین عامل دیگری که در انتخابات

فردی تأثیر دارد، تبلیغات رسانه‌های گروهی است. در ایدئولوژی مسلط، تحت تأثیر آموزشی است که حکومت می‌دهد. در این نظریه افراد کاندیداهایی را انتخاب می‌کنند که با ایدئولوژی حکومت همگام باشند. بنابراین نگرش‌های رأی دهندگان با عقاید ایدئولوژی مسلط مطابقت دارد.

**ب: نظریه انتخاب عقلایی:** معتقدان به این نظریه در تبیین آن بیان داشته‌اند که پدیده‌های اجتماعی حاصل افعال آدمیان است، و آدمیان فاعلانی هستند که ارزش، اعتقاد و هدف و... بر افعالشان حکومت می‌کند. انسان‌ها مخلوقات عالم و قاصدند که فعلشان مسبوق به دلیل و سنجش عاقلانه است. آنتونی دوانز پیشگام در کاربرد این نظریه در رفتارهای انتخاباتی و حزبی می‌باشد. طبق این نظریه افراد موجوداتی کاملاً عقلانی هستند که براساس منافع خودشان دست به انتخاب می‌زنند. افراد می‌توانند تشخیص دهند کدام گزینه مناسب‌تر است. پس طبق این نظریه، فرد نقش مهمی در انتخاب افراد دارد و ممکن است براساس انگیزه‌های مختلفی از جمله انگیزه‌ی اقتصادی دست به انتخاب بزند. در این نظریه افراد سعی دارند به شخص یا اشخاصی رأی دهند که بیشترین منافع آنها را تأمین می‌کنند. طبق این نظریه، افراد براساس سود و زیان خودشان عمل می‌کنند.

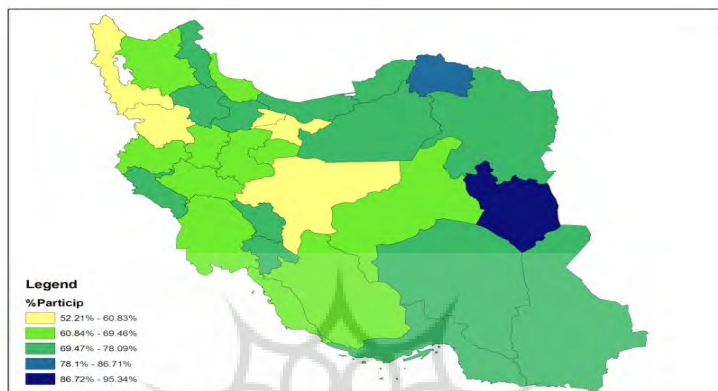
**ج: نظریه هویت حزبی - جناحی:** این نظریه مبتنی بر دلبستگی روان‌شناختی مردم به احزاب است. در اصل افراد به گروه‌های اجتماعی گوناگون دلبستگی دارند. این گونه دلبستگی‌ها به شکل عضویت یا هواداری نسبت به حزب، سازمان و انجمن نمود می‌یابد و همین دلبستگی فرد باعث می‌شود، رأی‌دهنده، وفاداری گروهی را جانشین قضاوت سیاسی کند. در این صورت فرد با فکر خود رأی نمی‌دهد؛ بلکه استانداردهای دوستان، همکاران و طبقه است که او را راهنمایی می‌کنند که به چه کسی رأی دهند (Atarzadeh, Tavassoli, 2010: 181-182).

#### ۴- یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱- میزان مشارکت در انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری

براساس آمارهای رسمی ارائه شده مجموع واجدین شرایط شرکت در انتخابات یازدهم ریاست بالغ بر ۵۰۴۸۳۱۹۲ نفر بوده است که از این تعداد ۷۳.۲ درصد (۳۶۹۳۸۶۵۱ نفر) در انتخابات

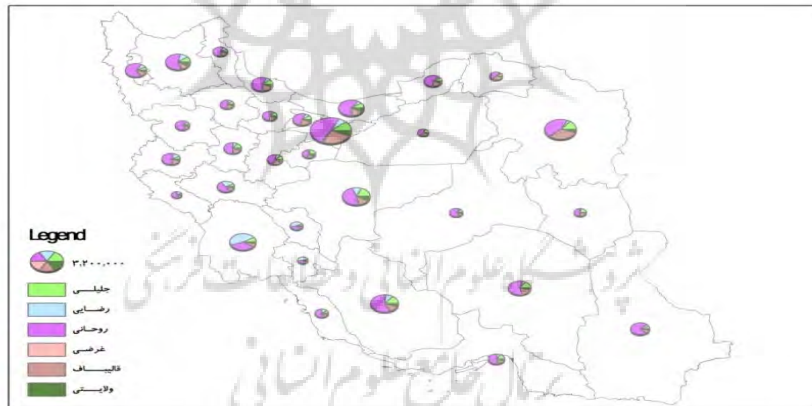
شرکت کرده و آراء خود را به صندوق واریز کردند. میزان مشارکت در بین استان‌های متنوع بوده و از حداقل ۵۲ درصد در استان تهران تا ۹۵ درصد در استان خراسان جنوبی در نوسان بوده است.



نقشه شمار ۱: میزان مشارکت در انتخابات یازدهم ریاست جمهوری بر حسب استان‌ها

توزیع آراء نامزدهای ریاست جمهوری در سطح استانها نیز نشان‌دهنده گرایش متفاوت مشارکت‌کنندگان در استانها است. سهم آراء کاندید منتخب ریاست جمهوری یازدهم (دکتر روحانی) در سطح ملی ۵۲.۴ درصد بوده است. ایشان در ۱۲ استان کمتر از ۵۰ درصد آراء مأخوذه را کسب نموده‌اند و در چهار استان خوزستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویر احمد و تهران کمتر از ۴۰ درصد است. استانهای سیستان و بلوچستان و کردستان با بیش از ۷۰ درصد آراء، بالاترین حمایت را از کاندیدای منتخب داشته‌اند. بررسی آراء استانی دکتر قالیباف به‌عنوان دومین کاندید با بیش از ۶ میلیون رأی و سهم ۱۷.۱ درصدی آراء مأخوذه شمارش شده، بیانگر توجه ویژه شهروندان استانهای خراسان شمالی و رضوی به ایشان بوده است. بیش از ۳۰ درصد آراء مأخوذه در هر یک از دو استان یاد شده به‌نفع دکتر قالیباف بوده است و سه استان خوزستان، چهارمحال و بختیاری و کهگیلویه و بویر احمد با حداکثر ۵ درصد کمترین آراء را به ایشان داده‌اند. پراکنش فضایی آراء سومین کاندید انتخابات اخیر نیز حاکی از حمایت حداکثری به میزان ۲۵ درصد از دکتر جلیلی در استانهای خراسان جنوبی و قم است. دکتر جلیلی کمترین آراء مأخوذه را به میزان ۴.۸ درصد در استان کردستان داشته و

میانگین آراء ایشان در پهنه ملی حدود ۱۱.۷ درصد بوده است. دکتر محسن رضایی با ۱۱.۱ درصد آراء ملی به‌عنوان چهارمین کاندید بالاترین آراء را در استانهای لرستان، خوزستان، چهارمحال و بختیاری و کهگیلویه و بویر احمد با بیش از ۲۵ درصد آراء مأخوذه داشته‌اند. استان خوزستان با بیش از ۴۷ درصد آراء به دکتر رضایی بالاترین حمایت را در سطح ملی از ایشان داشته‌اند. استانهای واقع در شمال شرق، شرق و جنوب شرقی و استانهای تهران، مازندران، سمنان و گلستان با میانگین کمتر از ۶ درصد، حداقل آراء واریزی به دکتر رضایی را داشته‌اند. دکتر ولایتی و مهندس غرضی نیز با ۶.۴ و ۱.۳ درصد آراء مأخوذه در جایگاه‌های ۵ و ۶ کاندیدهای ریاست جمهوری یازدهم قرار گرفتند. دکتر ولایتی با کسب ۱۳ درصد آراء مأخوذه استان قم و مهندس غرضی با کسب ۳ درصد آراء استان اصفهان بیشترین آراء را در این استانها کسب نمودند. کمترین آراء مأخوذه دکتر ولایتی در استان کردستان با ۲.۸ درصد و مهندس غرضی در استان کهگیلویه و بویر احمد با کمتر از ۰.۵ درصد بوده است.



نقشه شماره ۲: آراء مأخوذه داوطلبین در پهنه استانهای کشور

## ۲-۴- سنجش تمرکز مکانی آراء یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

سنجش الگوی تمرکز مکانی آراء یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بر مبنای سه سوال، مورد بررسی قرار گرفت:



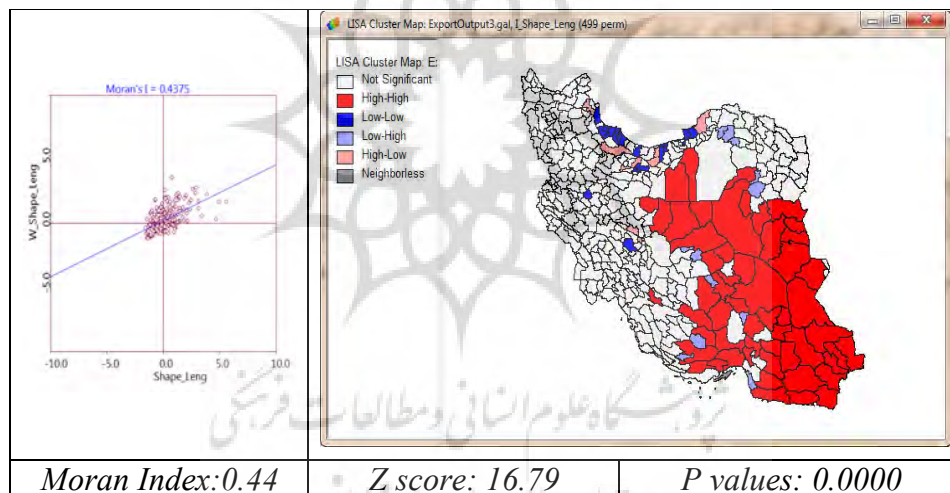
- ۱- آیا میزان مشارکت مردم در پهنه جغرافیایی کشور از الگوی مشابهی برخوردار بوده است یا اینکه تمرکز جغرافیایی آراء در مناطق خاصی استقرار داشته است؟
  - ۲- آیا درجه توسعه‌یافتگی اجتماعی اقتصادی بر میزان مشارکت تأثیرگذار بوده است؟
  - ۳- آیا نامزدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در بین شهرستانهای مختلف طرفداران یکسانی داشته‌اند یا اینکه عواملی چون وابستگی قومیتی یا مکانی یک کاندید سبب توجه بیشتر در برخی از شهرستانها شده است؟
- آماره مورد استفاده جهت بیان الگوی فضایی مشارکت سیاسی و نیز ارتباط یا عدم ارتباط بین شهرستانها و واحدهای تقسیمات کشوری در انتخابات یازدهم ریاست جمهوری، آماره موران است که ساختار کلی محاسبه آن عبارت است از:

$$I = \frac{n \sum_i \sum_j w_{ij} (z_i - \bar{z})(z_j - \bar{z})}{\sum_i \sum_j w_{ij} \sum_i (z_i - \bar{z})^2}$$

که در آن  $Z_i$  و  $Z_j$  به ترتیب تفاضل بین مقدار خصیصه پدیده مورد بررسی با میانگین آن در نقاط  $i$  و  $j$ ،  $Z$  میانگین متغیر و  $w_{ij}$  وزن فضایی بین عارضه  $i$  و  $j$  می‌باشد.  $n$  نیز تعداد کل عوارض جغرافیایی موجود در سطح مورد استفاده است (Asgary, 2011: 61). اندازه‌های آماره موران به دست آمده هر چه به  $+1$  نزدیکتر باشد به این معنی است که اندازه‌های بزرگ به انبوه کردن یکدیگر و اندازه‌های کوچکتر نیز به انبوه کردن یکدیگر گرایش دارند به عبارت دیگر دارای خودهمبستگی فضایی و دارای الگوی تمرکز خوشه‌ای می‌باشند. اگر اندازه‌های آماره موران حاصل به  $-1$  نزدیک باشند نیز حاکی از وجود داده‌های گسسته و پراکنده است و به عبارت پدیده مورد بررسی در کل پهنه جغرافیایی به صورت یکنواخت پراکنده شده است. آماره صفر نیز حاکی از توزیع اتفاقی و بدون الگوی خاص پدیده مورد بررسی در فضای جغرافیایی است.

در پاسخ به سوال «آیا میزان مشارکت مردم در پهنه جغرافیایی کشور از الگوی مشابهی برخوردار بوده است یا اینکه تمرکز جغرافیایی آراء در مناطق خاصی استقرار داشته است؟»

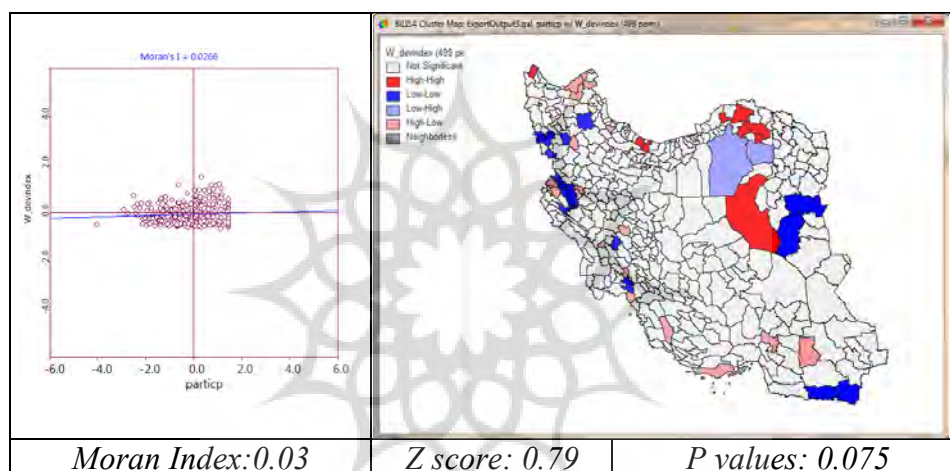
آماره موران حاصل از درصد جمعیت رأی داده به کل واجدین شرایط، بیانگر الگوی تمرکز مشارکت سیاسی در سطوح (شهرستانهای) خاصی از کشور و شکل‌گیری یک خوشه معنادار است. به عبارتی دیگر مشارکت ۷۳ درصدی در سطح کشور در بخش غالبی از مناطق شرق، جنوب شرق جنوب و مرکز کشور اتفاق افتاده است. لذا در سطح اطمینان آماری ۹۹/۹۹٪، فرض وجود الگوی مشابه مشارکت در بین شهرستانهای مختلف رد می‌گردد و نتیجه حاصل حاکی از تمرکز نرخ بالای مشارکت سیاسی در انتخابات یازدهم در بخش عمده‌ای از مناطق توسعه‌نیافته و محروم کشور است (مناطق قرمز رنگ). در بخش عمده‌ای از شهرستانهای گیلان، گلستان و مازندران نیز مناطقی با داده‌های گسسته و پراکنده قابل تشخیص است که بیانگر مشارکت سیاسی کمتر ساکنین در نواحی در انتخابات مورد مطالعه است (نقشه شماره ۳).



نقشه شمار ۳: الگوی فضایی مشارکت مردم در انتخابات یازدهم ریاست جمهوری

در سنجش رابطه بین درجه توسعه‌یافتگی اجتماعی اقتصادی و میزان مشارکت در انتخابات یازدهم، با استفاده از نتایج مطالعات زیاری و همکاران درجه توسعه شهرستانهای کشور و میزان مشارکت در انتخابات یازدهم، ابتدا رابطه آماری بین دو متغیر بررسی گردید و مشخص شد که رابطه متوسط و مثبت آماری بین این دو متغیر برقرار است و با افزایش درجه توسعه‌یافتگی

اجتماعی اقتصادی، میزان مشارکت در انتخابات نیز افزایش داشته است ( $R=0.368$ ). در بررسی الگوی فضایی این دو متغیر به منظور یافتن اینکه آیا شهرستانهایی که از درجه بالای توسعه یافتگی برخوردار هستند در مشارکت انتخاباتی نیز حضور مؤثر داشته‌اند، مشخص گردید که در این شهرستانها هیچ سطح معنادار آماری از تأثیر متغیر مستقل بر میزان مشارکت وجود نداشته است و در کل کشور الگوی توزیع اتفاقی از رابطه بین درجه توسعه یافتگی و میزان مشارکت در انتخابات وجود دارد (نقشه شماره ۴).

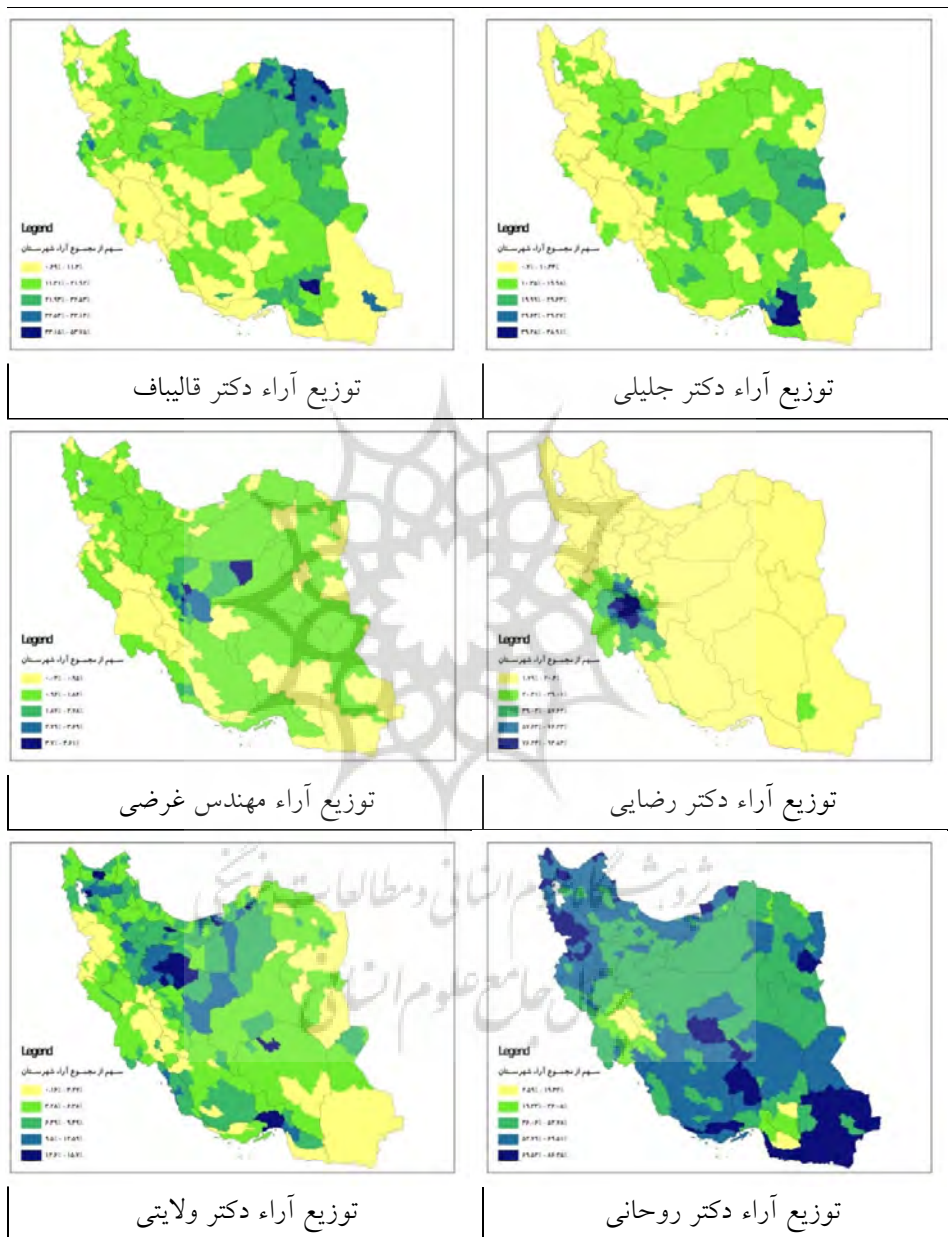


نقشه شماره ۴: الگوی فضایی تأثیر درجه توسعه اقتصادی اجتماعی و مشارکت مردم در انتخابات یازدهم در پاسخ به این سوال که «آیا نامزدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در بین شهرستانهای مختلف طرفداران یکسانی داشته‌اند یا اینکه عواملی چون وابستگی قومیتی یا مکانی یک کاندید سبب توجه بیشتر در برخی از شهرستانها شده است؟» با استفاده از آماره موران محاسبه برای هر یک از کاندیدهای ریاست جمهوری یازدهم مشخص گردید که به استثناء دکتر محسن رضایی که از الگوی کاملاً متمرکز و منطبق بر محدوده‌های استانی چون خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، لرستان و ایلام، سایر کاندیدها از الگوی نسبتاً برابر توزیع آراء در سطح کشور برخوردار بوده‌اند (جدول شماره ۲). در بررسی الگوی فضایی حاکم بر نقشه حوضه‌های انتخاباتی نیز تمرکز آراء دکتر رضایی در جنوب غرب

کشور و دکتر قالیباف در شمال شرق کشور مشهود بوده و در مقایسه با ۴ کاندید دیگر کاملاً دارای خوشه فضایی معنادار است. این الگو تحت عنوان پایگاه حمایتی یا زادشهری که در میان اکثر جوامع اعم از سنتی، صنعتی و پسا صنعتی قابل مشاهده است (نقشه شماره ۵).

جدول شماره ۲: آمار تمرکز مکانی آراء کاندیدهای ریاست جمهوری یازدهم

کاندیدا	آماره موران	شاخص Z	سطح معناداری (Sig)	الگوی پراکندگی
دکتر جلیلی	0.0975	3.750	0.0002	نسبتاً متمرکز
دکتر رضایی	0.3143	10.8048	0.0000	متمرکز
دکتر روحانی	0.1036	4.1899	0.0000	نسبتاً متمرکز
دکتر قالیباف	0.1747	7.8310	0.0000	نسبتاً متمرکز
مهندس غرضی	0.1107	4.2934	0.0000	نسبتاً متمرکز
دکتر ولایتی	0.1230	4.7313	0.0000	نسبتاً متمرکز



نقشه شماره ۵: پراکنش فضایی آراء کاندیدهای ریاست جمهوری یازدهم

### ۵- تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

سازماندهی امور کشور از طریق نهادهایی است که در فضای جغرافیایی از قدرت و اختیار برخوردارند. قدرت و اختیار در فضاهای جغرافیایی یا از طریق سلطه جبری شکل می‌گیرد یا از طریق واگذاری قدرت و اختیار از سوی ملت به حکومت که در حال حاضر الگوی واگذاری قدرت از سوی ملت به حکومت‌ها، پدیده رایج در ساختار کشورهای جهان است» (Hafiznia & others, 2013: 1). امروزه این واگذاری قدرت از سوی مردم به دولت‌ها در قالب انتخابات انجام می‌شود. با توجه به اهمیت انتخابات در فرایند حیات سیاسی کشورها، مطالعات مختلف و متعددی در خصوص جغرافیای سیاسی انتخابات و مشارکت سیاسی در کشورهای مختلف و از جمله ایران انجام شده است. مطالعات انجام شده عمدتاً با رویکرد گذشته‌نگری و یا پیش‌بینی مبتنی بر روشهای مطالعات اسنادی و گذشته‌نگر، پیمایشی و یا نظرسنجی به دنبال بررسی رابطه پایگاه اجتماعی، اقتصادی، قومیت و تأثیر آن بر میزان مشارکت و انتخاب نامزدهای انتخابات مختلف بوده‌اند و هدف اکثر مطالعات انجام شده نیز شناخت قواعد و الگوهای حاکم بر اذهان عمومی در انتخاب فرد یا احزاب سیاسی بوده است. مردم با مشارکت در امور جوامع خود و تصمیم‌گیری درباره آن در واقع سرزمین خودشان را به سمت توسعه و پیشرفت سوق می‌دهند. با مشارکت در انتخابات، مردم در تعیین سرنوشت خودشان و شیوه حکومتی اداره کننده سرزمین‌شان دخالت می‌کنند. دموکراسی نوع حکومتی است که کشورها در زمان حاضر خواستار آن هستند. موضوع دموکراسی و انتخابات از آن روی در مباحث جغرافیای سیاسی قرار می‌گیرد که به اصل جدایی‌ناپذیری سه پدیده یا عنصر تشکیل‌دهنده کشور، یعنی ملت، حکومت و سرزمین مربوط می‌شود. در تعریف کشور می‌توان گفت اداره سرزمین از سوی حکومت براساس اراده مردم. بنابراین مردم با مشارکت خود در انتخابات نقش تعیین کننده‌ای در تعیین سرنوشت و اداره کشور خودشان دارند. در ایران مردم با مشارکت در انتخابات همواره نقش و حضور خود را در تعیین سرنوشت‌شان نشان داده‌اند.

الگوی مشارکت مردم ایران در انتخابات نشان می‌دهد که در ایران مردم همواره حضور خود را در انتخابات نشان داده‌اند. تعیین سرنوشت و اداره کشور برای مردم بااهمیت و مهم بوده است.

در انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری، مانند ادوار گذشته مردم با حضور خود، بار دیگر نشان از فهم و آگاهی در مسائل کشوری را ارائه کرده‌اند. گستره فضایی سرزمین ایران به گونه‌ای است که با پراگندگی اقوام در چهار گوشه آن منطبق یافته است. از این مسایل انتخابات همواره یکی از موضوعاتی بوده است که تحت تأثیر مسائل قومی فرهنگی قرار داشته است. اما با توجه به الگوی فضایی - سیاسی شکل گرفته در گستره سرزمینی ایران این عوامل تاکنون در راستای اهداف ملی بوده است. براساس یافته‌های تحقیق، حضور اقوام در انتخابات یازدهم ریاست جمهوری، حضور پررنگی را نشان داد. از مواردی که در انتخابات یازدهم قابل توجه بود، رابطه کسب بیشترین میزان آراء در استانها برای کاندیداها با محل تولد آنها بوده است. برای مثال محسن رضایی و قالیباف در استانهایی محل تولد خود، بیشترین آراء را کسب کرده‌اند. که حس مکانی (زادشهر پنداری) مشارکت کنندگان نسبت به کاندیداها مطرح می‌گردد.

حضور مردم در انتخابات ریاست جمهوری از نظر الگوی فضایی نشان‌دهنده این موضوع بود که مشارکت مردم در استانهایی که از سطح توسعه‌یافتگی پایین‌تری برخوردار بوده‌اند، بیشتر بوده است. در استانهای حاشیه‌ای ایران، مردم حضور چشمگیری را از خود نشان داده‌اند.

## ۶- قدردانی

نگارندگان از معاونت پژوهشی دانشگاه شیراز به دلیل حمایت مالی از انجام پژوهش حاضر قدردانی می‌نمایند.

## References

1. Arzheimer. Kai & Jocelyn Evans, (2012), Geolocation and voting: Candidateevoter distance effects on party choice in the 2010 UK general election in England, *Political Geography*, Vol 31, Pp 301–310.
2. Asgari, Ali, (2011), *Spatial Statistical Analysis with ArcGIS*, Tehran Municipality's Communications and Information Technology, First Edition [in Persian].
3. Ashuri, Dariush (2003), *Encyclopedia of Political*, Tehran: Pearl, Eighteenth Edition [in Persian].
4. Atarzadeh, Mojtaba. And Tavassoli, Hossein(2010), Behavior Analysis campaign citizens Esfahani(pre-election ninthparliamentary elections) *Journal of Political and international, Islamic Azad University, Shahr Reza*, No. V, Winter, pp.193–177 [in Persian].
5. Ahmadipour Zahra & Others, (2011) Analysis of Constituencies of Golestan Province After Islamic Revolution of Iran, *Geopolitics Quarterly*, Vol.7, No.1[in Persian].
6. Darabi. Ali(2009), Theoreticalfoundations ofthe electoral behavior of citizens in Iran, *Journal of Communication*, yearXVINo. 1, [in Persian].
7. Darabi. Ali(2010) Sociology of the Iranian elections and electoral behavior, *Journal of Political Studies*, afourth issue[in Persian].
8. Hafeznia, Mohamadreza. and others (2010) *Politics and Space*; Mashhad: Papoli Publications, First Edition. [Persian]
9. Hafeznia, Mohamadreza. and others (2013).Political management of Space in Unityary State Systems, *Geopolitics Quarterly*, Vol.9, No.1[in Persian].
10. Henry, M. and Mourifié, I (2013), Euclidean Revealed Pree Terence's: Testing The Spatial Voting Model. *J. Appl. Econ*, 28. [in Persian].
11. Kaviani, Morad and Vaysi, Hadi(2008), The effect of neighborhood on the Iranian election: A Case Study of the ninthround of the presidential electionsin Iran, *Geopolitics Quarterly*, Vol.4. No.3 [in Persian].
12. Kim. Jeongdai, Euel. Elliott & Ding-Ming. Wang (2003), A spatial analysis of county-level outcomes in US Presidential elections: 1988–2000, *Electoral Studies*, Vol 22 [in Persian].
13. Kiuoyesto, Peter (2005) notion of Stemogy, translated by: M.Saburi,Tehran: Ney Publications, Fifth Edition [in Persian].
14. Latifi, Gholamreza(2008), *Urban Management*; Tehran: Institute of Culture, Information and Press, First Edition[in Persian].
15. Mehregan, Nader and Ezzati. Morteza(2006) The impact of economic variables on election turnout in Iran, *Journal of Economic Research*, yearVI(1)[inPersian].
16. Mirhydar, Dorreh(2007), *Fundamental concepts in political geography*; Tehran: Armed Forces Geographical Organisation, First Edition [in Persian].



17. Mirhydar Dorreh & Yashar, Zeki(2009), The Concept of Geographical Scale and Its Significance in Postmodern Political Geography, *Geopolitics Quarterly*, Vol.6, No.1 [in Persian].
18. Mojtahedzadeh, Pirouz (2002), *Political Geography and Geopolitics*; Tehran: SAMT Publication[in Persian].
19. Muir, Richard (1999), *Geopolitics in new revenue*; translated by: Doreh Mirhydar and Rahim Safavi, Tehran: Armed Forces Geographical Organisation, First Edition[in Persian].
20. Nickpur Ghanavati; Laylamoini, Mehdi & Ahmadi, Habib(2011), Social factors-economic, political participation of women with Borazjan Journal – Research Sociology of Women, Third Year, No.I [in Persian].
21. Parchami, Davod (2007) Evaluation of public participation in the ninth presidential election. *Humanities Research*, No. 53[in Persian].
22. Piran, Parviz (2008); *Rulecity, Town and village management board*, Tehran: Iran Dehyari Organization [in Persian].
23. Pishgahifard, Zahra and Sharifi Chaboki, Roghiyeh (2011) Investigation the Electoral Geography of the province, *Journal of Geographical Perspective(human studies)* Year VI, No.16 [in Persian].
24. Ravliiling, Allouramand Doherty, RichardA (1998), *Geography twenty-first century*, translated by: H.Lahooti, Razavi Publication, Mashhad, First Edition[in Persian].
25. Sarrafi, Mozafar and Ismailzadeh, Hassan(2005), solutions to urban problems in Iran, *Journal of Political Information-Economics*, No. 217and 218, October-November [in Persian].
26. Sherifiansani, Maryam (2001), citizen participation, urban governance and urban management, *urban management Journal*, No. 8[in Persian].
27. Shin, M. E., & Agnew, J. (2007), The geographical dynamics of Italian electoral change, 1987–2001, *Electoral Studies*, Vol 26 .
28. Shin, M. E., & Agnew, J. A (2002), The geography of party replacement in Italy, 1987–1996, *Political Geography*, Vol 21.
29. Seyed Imam. Kavos. Abdullah. Abdolmotaleb (2009), Factors affecting participation in presidential and parliamentary electionin, Tehran, Iran, *Journal of Political Science*, in the fourth quarter numbers [in Persian].
30. Taghizadeh, Javad(2208), The constitution of the Islamic Republic of Iran's presidential election, *Journal of Agricultural Science and Technology*, Volume12, Number 3 [in Persian].
31. Tapiador. Francisco. J & Josu Mezo (2009), Vote evolution in Spain, 1977–2007: A spatial analysis at the municipal scale, *Political Geography*, Vol 28.
32. Wiberg. Magnus, (2011), Political participation, regional policy and the location of industry, *Regional Science and Urban Economics*, Vol 41.
33. Zibaklam, Sadegh, Asbaghy. Hossein, Afshari. Davod(2010), Socio-economic impact on political participation among citizens dashtestan, *Political Studies*, Third Year, No.IX[in Persian].