

تحلیل مشارکت انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری

زهرآ پيشگاهي فرد - استاد دانشكده جغرافيا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
علی امیری* - استادیار گروه علوم جغرافیایی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران
سلمان انصاری زاده - دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۶/۰۱

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۶/۲۵

چکیده

حضور مردم در انتخابات ریاست جمهوری جلوه‌ای از دموکراسی و حجم مشارکت آن‌ها بیانگر اعتقاد آن‌ها به تاثیر آراء فرد بر سرنوشت کشور است. در ایران که هنوز احزاب سیاسی جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده‌اند به سختی می‌توان یک تحلیل جغرافیایی از انتخابات ریاست جمهوری را بر مبنای دیدگاه‌های حزبی مردم ارائه کرد. بر همین مبنا هدف مقاله حاضر تحلیل نقش اشخاص و گروه‌های منتسب به آن‌ها در دوره‌های اول تا نهم ریاست جمهوری در استان لرستان و مطالعه مشارکت انتخاباتی و الگوی رفتاری مردم این استان است. روش مورد استفاده در این پژوهش توصیفی - تحلیلی با تکیه بر اطلاعات پیمایشی است و برای نشان دادن الگوی رفتار مردمی در انتخابات از سیستم اطلاعات جغرافیایی نیز استفاده شده است. نتایج پژوهش بر اساس تحلیل های آماری نشان می‌دهد با وجودی که میزان مشارکت مردم در این استان نسبت به سایر استان‌های کشور از رتبه بالایی برخوردار است، اما تمایل سیاسی مردم به جناح‌های سیاسی در شهرستان‌های مختلف استان در دوره‌های مختلف روند یکسانی را نشان نمی‌دهد.

واژگان کلیدی: جغرافیای انتخابات، انتخابات ریاست جمهوری، مشارکت انتخاباتی، رفتار انتخاباتی، احزاب.

۱. مقدمه

جغرافیای انتخابات یکی از مهمترین متغیرها در تشخیص نتایج سیاسی است (rennie short, 1993: 121) که بر محدوده‌های جغرافیایی بعنوان بستری برای انتخابات نمایندگان در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی متمرکز شده است و عملکرد آن بر ترکیب و کارکردهای سیاسی حکومت تأثیر قطعی دارد و به واکاوی تعامل فضا، مکان و فرآیندهای انتخاباتی می‌پردازد (Johnston and Pattie, 2006). مطالعات جغرافیای سیاسی و شناسه‌های مرتبط با دموکراسی نمایندگی در کانون توجه جغرافیای انتخابات قرار دارد (هورن ۱۹۹۹، به نقل از حافظ‌نیا و کاویانی راد ۱۳۸۳: ۲۱۷). جغرافیدانان در این رابطه به دو موضوع اصلی می‌پردازند: نخست، نتایج آراء انتخابات و آراء همه پرسی، که مهمترین بخش جغرافیای انتخاباتی را تشکیل می‌دهد و دیگر اینکه تعدادی از جغرافیدانان توجه خود را به آرای که توسط اعضاء پارلمان، شوراها و سایر ارکان داده می‌شود متمرکز کرده‌اند (پرسکات، ۱۳۵۸: ۸۱ و ضرقانی و رضوی نژاد، ۱۳۹۲: ۱۰۹). پیتر تاپلور و رونالد جانستون سه جنبه اصلی مؤلفه‌های جغرافیایی در مطالعات انتخاباتی را شامل جغرافیای رأی‌گیری، تأثیرات جغرافیایی بر انتخابات و جغرافیای نمایندگی تعریف نموده‌اند (Glassner, 2004: 182). باید گفت که، جغرافیای انتخابات به مطالعه همه جانبه مسائل انتخابات اعم از انتخابات پارلمانی یا ریاست جمهوری پرداخته و فرآیندهای بیرونی و درونی ناشی از انتخابات را مورد توجه قرار می‌دهد تا به پیش بینی سیاست‌های اجتماعی آینده بپردازد و وضعیت یک کشور را در سمت‌گیری سیاست‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی آینده تشریح نماید (پیشگاهی فرد، ۱۳۷۴: ۴۷). مقاله حاضر که به صورت موردی در زمینه تحلیل رفتار انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری انجام شده است، بر آن است تا جنبه‌های از این موضوع را مورد مطالعه قرار داده و با استفاده از داده‌های آماری موجود رویکرد رفتاری مردم این استان را در رأی‌دهی به احزاب مختلف با استفاده از تحلیل‌های آماری و ترسیم نقشه‌های GIS نشان دهد.

۲. مروری بر ادبیات تحقیق

۲-۱. پیشینه تحقیق

در مورد انتخابات تحقیقات زیادی انجام شده است اما در مورد مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی مردم لرستان تاکنون تحقیقی انجام نشده است. همچنین تحقیقات انجام شده در حوزه انتخابات بیشتر در رشته علوم سیاسی و یا جامعه‌شناسی بوده است. اما در جغرافیای سیاسی بسیار کم به مطالعات انتخاباتی پرداخته شده است و تاکنون در این مقالات از نرم‌افزار سیستم اطلاعات جغرافیایی برای بهتر نشان دادن مشارکت سیاسی و یا رفتار انتخاباتی مردم بر روی نقشه استفاده نشده است. در این میان می‌توان به مطالعات مسعود غفاری و بهروز زرین کاویانی (۱۳۹۰) در مورد بررسی روند مشارکت شهروندان استان کردستان در انتخابات ریاست جمهوری ۸۴-۱۳۷۶، مقاله مراد کاویانی‌راد و هادی ویسی (۱۳۸۷) با عنوان بررسی تأثیر همسایگی بر انتخابات ایران و مقاله محسن رضوانی، (۱۳۸۶) در مورد تحلیل رفتار انتخاباتی (مطالعه موردی انتخابات ریاست جمهوری (دوره نهم)، اشاره کرد.

۲-۲. مبانی نظری تحقیق

– **مشارکت انتخاباتی:** در بطن انتخابات و مبارزات انتخاباتی همواره دو عنصر "تداوم" و "تغییر" وجود دارد (مقصودی، ۱۳۸۵: ۸۴ و رجبی، ۱۳۹۲: ۹۹). در مشارکت انتخاباتی، شهروندان یک جامعه آزادانه در انتخابات شرکت کرده و خود رهبران و سیاستمداران امور کشوری را انتخاب می‌کنند و اراده خود را به آن‌ها تحمیل می‌کنند و از آن‌ها می‌خواهند انتظاراتشان را برآورده سازند (حاج یوسفی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۳۸). ریچارد مویر^۱ بر این باور است که در جغرافیای سیاسی آن بخش از داده‌های آماری مرتبط با انتخابات معتبر است که به جهت فضایی بر رفتار انتخاباتی افراد تأثیر می‌گذارد (مویر، ۱۹۸۹: ۲۵۶). در حقیقت تحول اجتماعی و سیاسی با هدف توسعه سیاسی صرفاً با اتکا به مشارکت انتخاباتی به دست می‌آید و میزان رای مردم نشان از رفتار سیاسی مردم است (تایلور و جانستون، ۱۳۸۶: ۱۹). بطور کلی می‌توان گفت که انتخابات علنی، آزاد و عادلانه جوهر دموکراسی است و انتخابات مشارکتی، رقابت‌آمیز و نهادمند ابزاری اساسی در رشد این پدیده محسوب می‌شود (بیگلو و مرادیان، ۱۳۹۱: ۹۰).

– **رفتار انتخاباتی:** از میان دیدگاه‌های مختلفی که در زمینه تحلیل رفتار انتخاباتی وجود دارد، سه دیدگاه مهم و شاخص آن عبارتند از:

الف. نظریه هویت حزبی: نظریه هویت‌حزبی به عنوان اولین نظریه رفتار انتخاباتی، مبتنی بر دل‌بستگی روان‌شناختی مردم به احزاب است و «وابستگی حزبی» مهم‌ترین متغیر تبیین آراء رأی دهندگان می‌باشد (Sieberer, 2013: 134). بر اساس این نظریه، هرچند احزاب جایگاه ویژه‌ای دارند، اما تبلیغات انتخاباتی چندان تأثیری در تغییر گرایش‌های مردم ندارد؛ چراکه مردم پیش از انتخابات دارای علقه‌هایی عاطفی با احزاب مورد علاقه‌شان می‌باشند و از این‌رو، هر نامزدی که از سوی حزب محبوب معرفی گردد، طرفداران به آن رأی خواهند داد و اساساً خواسته «حزب»، خواسته «رأی‌دهنده» نیز می‌باشد. در این نظریه، آرای افراد تا حد زیادی «موروثی» است؛ یعنی گرایش به یک حزب خاص و محبوب به صورت نسل به نسل در خانواده‌ها جریان دارد و تنها حوادث اجتماعی بزرگ می‌توانند این گرایش را دستخوش تغییر و تحول قرار دهند (پیشگاهی فرد و صادقی، ۱۳۹۰: ۱۱۰).

ب. نظریه جامعه‌شناختی: نظریه جامعه‌شناختی بر این مبنا استوار است که آنچه توانسته افراد را تشویق کند تا در انتخابات شرکت کرده و به منتخب مورد نظر رأی دهند، شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده است؛ چراکه بین شرایط اجتماعی افراد و گرایش سیاسی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. بنابراین، اگر بخواهیم تحلیل درست و واقع‌بینانه از انتخابات مورد نظر داشته باشیم، باید شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی افراد رأی‌دهنده را مورد مطالعه قرار دهیم. بر این اساس، تبلیغات انتخاباتی نیز چندان تأثیری بر گزینش رأی‌دهندگان ندارد، بلکه رأی‌دهندگان مدت‌ها پیش از شروع تبلیغات انتخاباتی گزینه مورد نظر خود را انتخاب کرده‌اند (طالبان و میرزای، ۱۳۹۱: ۱۳۸). پل لازارسفلد^۲ و گروه تحقیقاتی وی در دانشگاه کلمبیا، با مطالعه میدانی و موردی چند انتخابات به این نتیجه رسیدند افرادی که دارای موقعیت اجتماعی خاص هستند و حتی

1. Richard Muir
2. Paul Lazarsfeld

در یک منطقه جغرافیایی خاص زندگی می‌کنند، سالیان دراز دارای گرایش ثابت در مسائل سیاسی می‌باشند. وی می‌گوید: «فرد از نظر سیاسی آن‌گونه می‌اندیشد که از نظر اجتماعی در آن به سر می‌برد؛ عوامل اجتماعی تعیین‌کننده گرایش‌های سیاسی افرادند». آندره زیگفريد^۱ یکی از طرفداران نظریه جامعه‌شناختی، معتقد است: متغیرهایی همچون مذهب، سن، طبقات اجتماعی و امثال آن هستند که تعیین‌کننده رأی افرادند و تبلیغات در زمان انتخابات چندان اهمیتی در تغییر نگرش رأی‌دهندگان ندارد و افراد به تناسب موقعیت جغرافیایی و اجتماعی خود تصمیم می‌گیرند. مهم‌ترین شاخص‌های این نظریه عبارتند از: انگیزه‌های فردی هیچ نقشی ندارد، شرایط اجتماعی، محیطی، اقتصادی و فرهنگی تعیین‌کننده است و تبلیغات انتخاباتی تأثیر چندان ندارد (Scully, 2012: 64).

ج. نظریه انتخاب عقلانی: نظریه انتخاب عقلانی با انتقادات شدید نسبت به دو نظریه گذشته، درصدد است با پررنگ‌تر کردن نقش «افراد مستقل» رفتار انتخاباتی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد (طالب، ۱۳۹۱: ۵۱). کی، وربا^۲، نی^۳ و دیگران، از جمله اندیشمندان هستند که این نظریه را مطرح کرده‌اند. اینان معتقدند با توجه به گسترش سطح سواد و آگاهی مردم در جوامع گوناگون، رأی‌دهندگان سعی می‌کنند خود را از وابستگی‌هایی که تا به حال وجود داشته است، خارج سازند و خود به صورت مستقل تصمیم‌گیری نمایند. در این نظریه، احزاب سیاسی مشروعیت سیاسی خود را از دست داده و بنابراین، با بحران‌های جدی حمایتی مواجه شده‌اند. علاوه بر آنکه، بر خلاف دیگر نظریه‌ها، در این نظریه «تبلیغات انتخاباتی» نقشی بسیار تعیین‌کننده، حساس و مؤثر در جذب آرای مردم بازی می‌کند؛ چرا که افراد به صورت مستقل بوده و گرایش آنان از قبل تعیین شده نیست (Quentin, 2013: 109). رأی‌دهندگان سعی می‌کنند از میان تبلیغات نامزدها، به نامزد و برنامه‌ای رأی دهند که منافع آنان را به خوبی تأمین می‌کند (عزتی: ۱۳۸۴، ۱۰-۹ و Downse, 1957: 237).

آنتونی داونز^۴ در کتاب نظریه اقتصادی دموکراسی^۵ بر اساس دیدگاه اقتصاد محور، رأی‌دهنده را مظهر واقعی یک انسان اقتصادی معرفی می‌کند. وی با مقایسه و تشبیه احزاب سیاسی با شرکت‌های تجاری، معتقد است همان‌گونه که شرکت‌های تجاری در میدان رقابت سعی می‌کنند کالاهای موردپسند مصرف‌کنندگان را تولید و عرضه کنند، احزاب سیاسی نیز در تلاشند، نامزدها و برنامه‌هایی موردپسند رأی‌دهندگان ارائه دهند. در این میدان انتخاباتی، آن حزبی موفق است که بتواند جذاب‌ترین فرد و جذاب‌ترین برنامه را ارائه دهد و به پیروزی برسد. بنابراین، همان‌گونه که در بازار اقتصادی، قانون عرضه و تقاضا وجود دارد، در بازار سیاست نیز قانون عرضه و تقاضا چشمگیر است. از این‌رو، رأی‌دهندگان در این بازار در تلاشند که کالاهایی را برگزینند که بیشترین منافع را برای آنان تأمین نماید (جعفری نژاد و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۷۲ و Cees, 2014: 38).

1. Andre Siegfried
2. Key
3. Verba
4. Verba
5. Anthony Downs
6. An Economic Theory of Democracy

۳. روش شناسی تحقیق

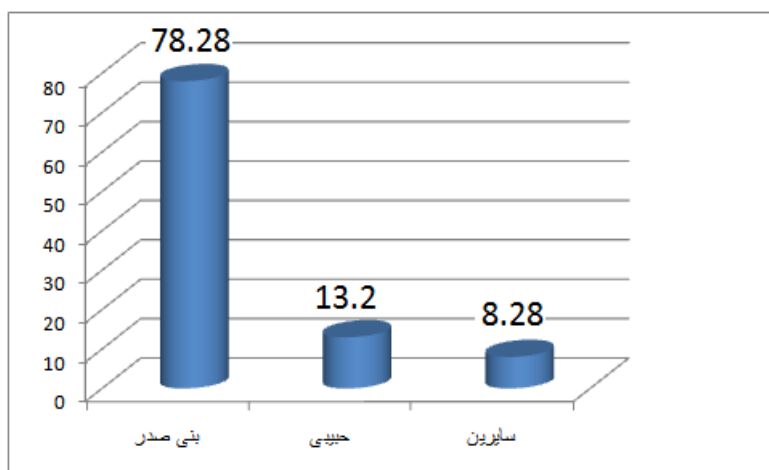
روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش روش توصیفی - تحلیلی است. در گردآوری اطلاعات از تکنیک کتابخانه‌ای شامل فیش برداری از کتاب‌ها، مقالات، تحقیقات، نشریات، پایان‌نامه‌ها و اسناد حاصل از برگزاری نه دوره انتخابات ریاست جمهوری و دیگر داده‌های اسنادی از سازمان‌های ذیربط (برنامه و بودجه، مرکز آمار و...) پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS به تحلیل داده‌ها پرداخته شده و همچنین جهت نشان دادن الگوی رأی دهی مردم استان بر روی نقشه از نرم افزار GIS استفاده شده است.

۴. یافته‌ها

۴-۱. احزاب و رفتارهای انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری

۱) دوره اول: حوزه‌های انتخاباتی دوره اول ریاست جمهوری اسلامی ایران (۵ اسفند ماه سال ۱۳۵۸) در استان لرستان شامل سه شهرستان خرم‌آباد (۶۱/۳۵ درصد آراء)، بروجرد (۲۱/۸۳ درصد آراء) و الیگودرز (۱۶/۸۲ درصد آراء) است. میزان مشارکت این دوره در سطح کشور حدود ۶۷/۴۲ درصد و در سطح استان لرستان ۷۲/۴۶ درصد بوده که در این میان حدود ۷۲ درصد واجدین شرایط این استان به پای صندوق‌های رأی رفته‌اند (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۶۰).

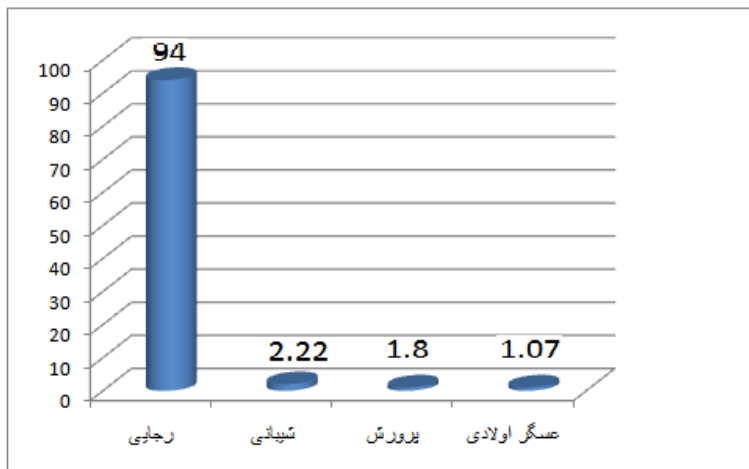
در انتخابات دوره اول ریاست جمهوری احزاب و گروه‌هایی نظیر: نهضت آزادی، جبهه ملی، حزب جمهوری اسلامی و جبهه نوظهور انقلاب اسلامی به رهبری بنی صدر در انتخابات شرکت نمودند. در این دوره جبهه انقلاب اسلامی با نامزدی بنی صدر حدود ۷۸/۵ درصد آراء در استان لرستان را به خود اختصاص داد، پس از آن رقیب این جبهه یعنی حزب جمهوری اسلامی با نامزدی حسن حبیبی با ۱۳/۲۱ درصد آراء بعنوان نفر دوم انتخاب شد (شکل ۱).



شکل ۱. درصد آراء کاندیدها در دوره اول در استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

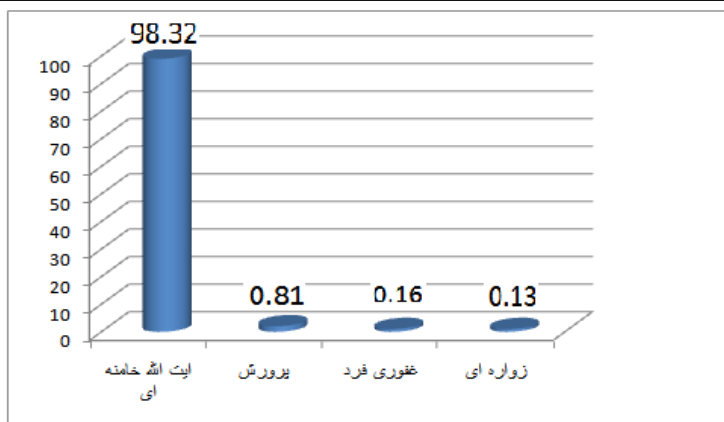
۲) دوره دوم: انتخابات دوره دوم ریاست جمهوری (۱۲ مرداد ماه سال ۱۳۶۰) به علت برکناری بنی صدر رئیس جمهور منتخب دوره قبل نسبت به دوره قبل یکسال و نیم بیشتر فاصله ندارد. در حالی که در این دوره میزان مشارکت انتخاباتی در سطح کل کشور نسبت به دوره قبل سه درصد کاهش را نشان می‌دهد (۶۴/۲۴) اما مقایسه این دوره نسبت به دوره قبل در استان لرستان ۸ درصد افزایش داشته و به حدود هشتاد درصد رسیده است (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۱۳۹).

در دوره دوم انتخابات با خروج جریان بنی‌صدر از کشور، قوت گرفتن حزب جمهوری اسلامی، یکدست شدن تفکر سیاسی، تبعیت همه جانبه مردم از حضرت امام خمینی (ره) و محبوبیت شهید رجایی در میان مردم، انتخابات به گونه‌ای دیگر رقم خورد. در این دوره محمدعلی رجائی ۹۴ درصد کل آراء استان را کسب نمود. بعد از وی عباس شیبانی (۲/۲۲ درصد)، اکبر پرورش (۱/۸۰ درصد) و حبیب‌الله عسگراولادی (۱/۰۷ درصد) بیشترین آراء استان را به خود اختصاص دادند (شکل ۲). همین وضعیت در شهرستان‌های استان نیز قابل مشاهده است.



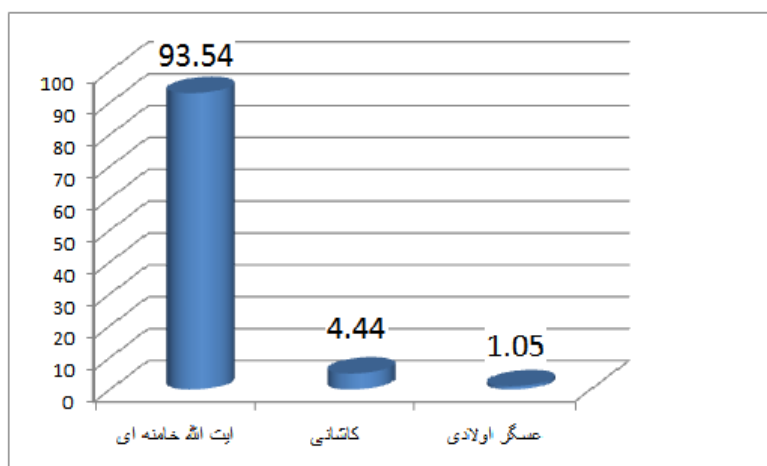
شکل ۲. درصد آراء کاندیداها در دوره دوم در استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

۳) دوره سوم: سومین انتخابات ریاست جمهوری، دو ماه بعد از برگزاری انتخابات دوره دوم (۷ آبان ماه/ ۱۳۶۷) برگزار گردید که علت این انتخابات زود هنگام انفجار بمب در دفتر نخست وزیری در هشتم شهریور ۱۳۶۷ و شهادت رئیس جمهور بود. در این دوره میزان مشارکت در انتخابات استان لرستان از مرز صد در صد گذشته و ۱۱۶/۵ درصد می‌باشد (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۲۰). در دوره سوم انتخابات ریاست جمهوری تمام نامزدها از یک طیف و متعلق به طیف فکری اصول‌گرا می‌باشند. در این دوره در استان لرستان آیت الله سیدعلی خامنه‌ای با کسب بیش از ۹۸ درصد کل آراء استان لرستان را بدست آورد. بعد از ایشان سید اکبر پرورش (۰/۸۱ درصد)، حسن غفوری فرد (۰/۱۶ درصد)، و سید رضا زورائی (۰/۱۳ درصد) کل آراء استان را کسب نمودند (شکل ۳). در این دوره آراء آقای پرورش نسبت به دوره قبل یک درصد کاهش یافته است.



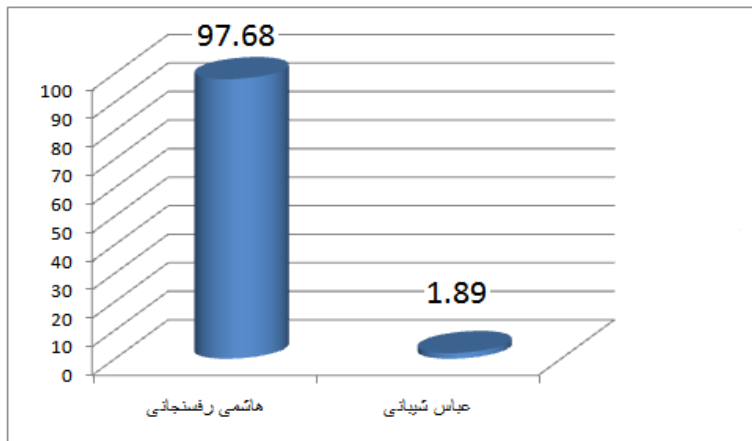
شکل ۳. درصد آراء کاندیدها در دوره سوم در استان لرستان (منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

دوره چهارم: چهارمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (۲۰ مرداد/۶۴)، اولین دوره‌ای است که با دوره قبل چهار سال فاصله داشت. در این دوره میزان مشارکت مردمی در سطح استان حدود ۶۹ درصد و در سطح کشوری حدود ۵۴ درصد را نشان می‌دهد (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۲۶۸). هر چند نسبت شرکت کنندگان استان نسبت به کل کشور بالاتر است اما در مقایسه این دوره نسبت به دوره قبل در استان خیلی کاهش یافته و نمودار آن سیر نزولی شدیدی (۴۵- درصد) را نشان می‌دهد. خط فکری نامزدها در دوره چهارم نشان می‌دهد که طیف موسوم به "جریان سوم" که مشخصاً به آن‌ها در این دوره "خط سه" اطلاق می‌شد، هنوز تقویت نشده و هر سه نامزد در این دوره متعلق به طیف فکری اصول گرا هستند. در این دوره نیز حضرت آیت الله سیدعلی خامنه‌ای ۹۳/۵۴ درصد آراء را بدست آوردند. پس از ایشان آقای سید محمود مصطفوی کاشانی ۴/۴۴ درصد و حبیب‌الله عسگراولادی مسلمان ۱/۰۵ درصد کل آراء استان را کسب نمودند (شکل ۴).



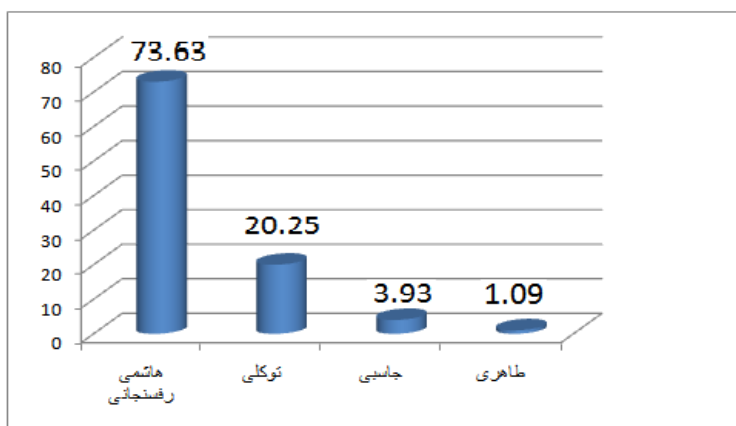
شکل ۴. درصد آراء کاندیدها در دوره چهارم در استان لرستان (منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

۵) دوره پنجم: درصد شرکت کنندگان در دوره پنجم انتخابات ریاست جمهوری این دوره برای کل کشور حدود ۵۵ درصد، اما در استان لرستان حدود ۶۳ درصد است که این میزان نسبت به دوره قبل حدود ۶ درصد کاهش یافته است (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۳۴۷). از دلایل پایین بودن میزان مشارکت در این دوره می‌توان به تعداد کم کاندیداها (دو نفر) و آن هم هر دو از یک جناح اشاره کرد. دوره پنجم ریاست جمهوری مصادف با اصلاح قانون اساسی، حذف منصب نخست وزیری، تفویض تمام اختیارات آن به رئیس جمهور است. در این دوره نیز دو رقیب، باز هم از یک طیف فکری وارد رقابت با یکدیگر شدند. هاشمی رفسنجانی که ریاست مجلس را به عهده داشت و دکتر عباس شیبانی که نماینده مجلس از حوزه انتخابیه تهران بود. نتایج آراء در استان لرستان در دوره پنجم نشان می‌دهد که اکبر هاشمی رفسنجانی با ۹۷/۶۸ درصد آراء استان و عباس شیبانی ۱/۸۹ درصد کل آراء استان را کسب نمودند (شکل ۵).



شکل ۵. درصد آراء کاندیداها در دوره پنجم در استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

۶) دوره ششم: مشارکت مردم استان لرستان در ششمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (۲۱ خردادماه ۱۳۷۲) ۶۵ درصد است که این نسبت در کل کشور حدود ۵۱ درصد بوده و باز هم مثل دوره‌های قبل میزان مشارکت مردم نسبت به کل کشور بالاتر می‌باشد (وزارت کشور، ۱۳۷۳: ۲۰-۱۴). در دوره ششم هاشمی رفسنجانی، احمد توکلی، عبدالله جاسبی و رجبعلی طاهری به رقابت با یکدیگر پرداختند. نتیجه آنکه در استان لرستان طی دوره ششم بترتیب هاشمی رفسنجانی (۷۳/۶۳ آراء)، احمد توکلی (۲۰/۲۵ درصد)، عبدالله جاسبی (۳/۹۳ درصد) و رجبعلی طاهری (۱/۰۹ درصد) بیشترین آراء را به خود اختصاص دادند (شکل ۶).

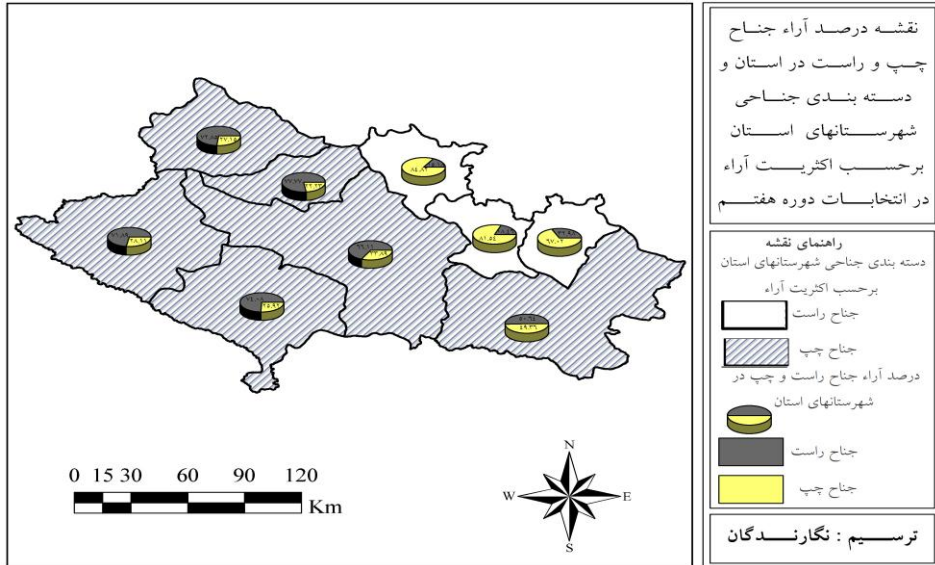


شکل ۶. درصد آراء کاندیداها در دوره ششم در استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

دوره هفتم: دومین نقطه اوج تعداد آراء استان لرستان در روی نمودار در انتخابات دوره هفتم ریاست جمهوری (۱۳۷۶/۳/۲) می‌باشد و میزان شرکت مردم از صد در صد می‌گذرد و به ۱۰۶ درصد واجدین شرایط می‌رسد (کلانتری، ۱۳۸۰: ۱۶۸). در حالی که میزان شرکت کنندگان کل کشور ۸۰ درصد می‌باشد (وزارت کشور، ۱۳۷۹: ۶۹). شاید مهمترین عامل افزایش مشارکت مردمی در انتخابات این دوره در استان لرستان جناح بندی انتخاباتی اشاره کرد که برای اولین بار در انتخابات ایران مطرح شد. به طوری که در بعضی شهرستان‌ها مثل بروجرد سید محمد خاتمی از طیف اصلاح طلب بیش از ۸۰ درصد آراء آن شهرستان را دارد و شهرستانی دیگر مثل سلسله ناطق نوری از طیف اصولگراها بیش از ۷۴ درصد آراء را کسب کرده است.

دوره هفتم، دوره روی کار آمدن و اظهار وجود طیف فکری چپ و کارگزاران سازندگی در کشور است. در واقع تا قبل از دوره هفتم انتخابات ریاست جمهوری، هیچ نامزدی از حزب اصلاح طلب وجود نداشت و تنها طیف فکری اصولگرایان کاندیدای ریاست جمهوری بودند (عیوضی، ۱۳۸۴: ۱۷-۱۱). از چهار نامزد معرفی شده یکی متعلق به جناح چپ (سید محمد خاتمی)، دو نفر متعلق به جناح راست (علی اکبر ناطق نوری و سید رضا زواره‌ای) و یک نفر مستقل (محمد ری شهری) بودند. با اینکه در انتخابات دوره هفتم در کل کشور آقای خاتمی و جناح چپ اکثریت بسیار بالای آراء را داشتند، اما در استان لرستان این وضعیت اتفاق نیفتاد و آقای علی اکبر ناطق نوری اکثریت آراء استان (۵۲/۵۴ درصد آراء) را کسب کردند. بعد از ایشان سید محمد خاتمی با ۴۴/۴۵ درصد آراء و آقای ری شهری با ۱/۵۴ درصد و زواره‌ای ۰/۸۹ درصد آراء استان را بدست آوردند. در کل جناح راست بیش از ۵۴ درصد آراء کل استان را بدست آورده‌اند. در این دوره آن حالتی که در تمام دوره‌های قبل، منتخب اول اکثریت بسیار بالای (معمولاً بالای ۸۰ درصد) آراء را در تمام شهرستان‌ها به خود اختصاص می‌دادند خارج شده و رقابت پرننگ‌تری بین نامزدها در تمام شهرستان‌ها بوجود آمده است. به طوری که در بعضی شهرستان‌ها بالای ۸۰ درصد آراء را طیف فکری چپ و در برخی شهرستان‌های دیگر بیش از ۷۰ درصد آراء را جناح راست کسب نموده‌اند. شهرستان‌های استان در این دوره به لحاظ آراء حزبی به دو دسته تقسیم می‌شوند:

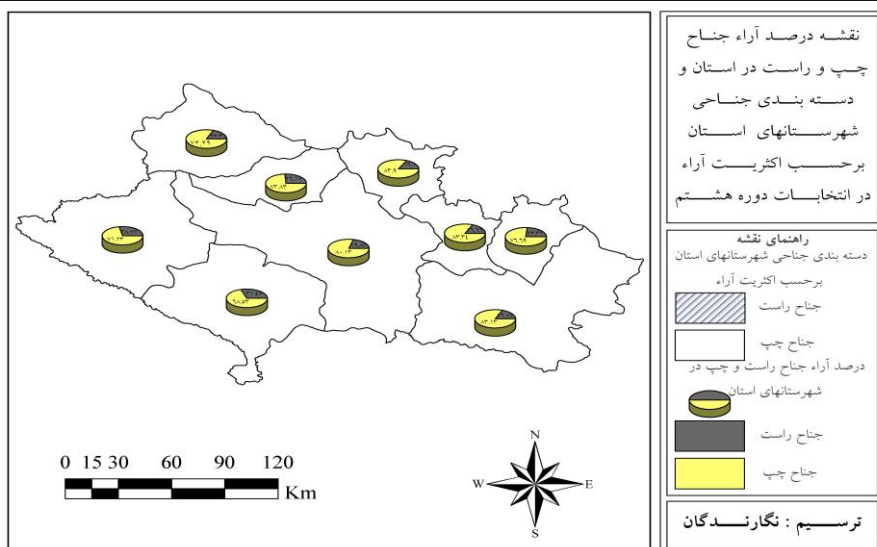
۱. شهرستان‌هایی که جناح راست اکثریت آرا را دارند شامل: شهرستان‌های خرم‌آباد، پلدختر، دلفان، کوهدشت، سلسله. ۲. شهرستان‌هایی که جناح چپ و در واقع آقای خاتمی اکثریت آراء را دارند. شهرستان‌های بروجرد، ازنا، دورد (شکل ۷).



شکل ۷. الگوی رای دهی مردم استان لرستان در هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

۸) دوره هشتم: در انتخابات دوره هشتم (۱۸ خردادماه ۱۳۸۰) برای اولین بار میزان مشارکت انتخاباتی در استان لرستان (حدود ۶۵ درصد)، حدود دو درصد از مشارکت انتخاباتی مردم در سطح کشور (حدود ۶۷ درصد) پایین تر است (وزارت کشور، ۱۳۸۰، ۱۱۶).

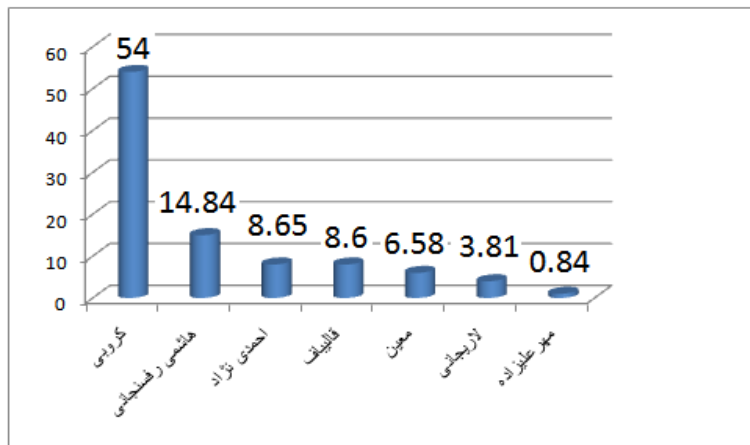
در دوره هشتم انتخابات ریاست جمهوری به طور شفاف دو جناح چپ و راست به رقابت با هم پرداختند. در این دوره نوعی هموزنی میان دو جناح مشاهده می‌شود، سه نامزد در جناح چپ و شش نامزد در جناح راست نشان دهنده باز بودن عرصه رقابت برای هر دو جناح بود. در این دوره برخلاف ادوار گذشته اکثریت آراء متعلق به جناح چپ (اصلاح طلب) بود و در کل استان نزدیک ۸۰ درصد آرا (سید محمد خاتمی ۷۷/۶۷ درصد آراء، ... شمخانی با ۱/۷۸ درصد و هاشمی طبا ۰/۰۶ درصد) را کسب نموده‌اند. در کل اعضای جناح راست کمتر از ۲۰ درصد آراء استان را که داشته‌اند که بیشترین آن متعلق به توکلی با ۱۷/۲۴ درصد می‌باشد. آرا بقیه اعضای جناح راست هر کدام پایین‌ترین از یک درصد می‌باشد (شکل ۸).



شکل ۸. الگوی رای مردم استان لرستان در هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (منبع، نگارندگان: ۱۳۹۱)

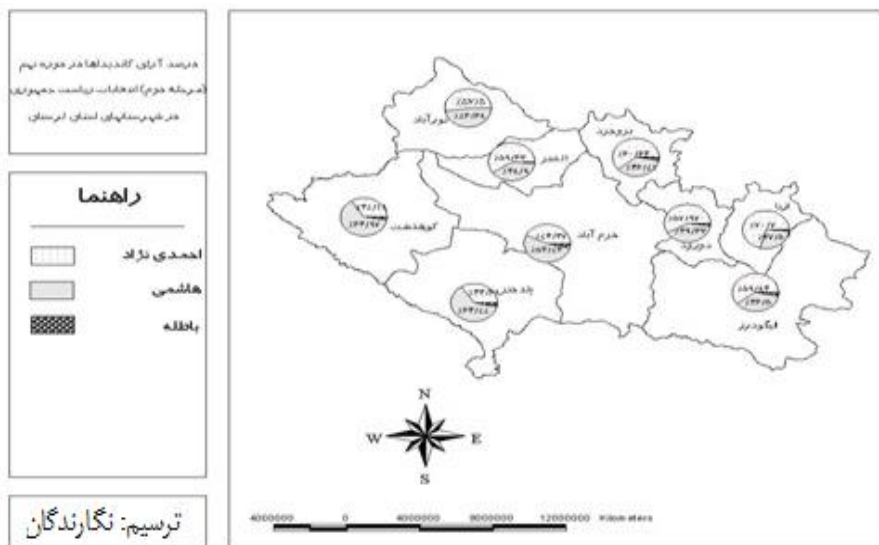
۹) دوره نهم: جناح بندی‌های انتخاباتی در دوره نهم (۲۷ خرداد ماه ۱۳۸۴) و همچنین حضور کاندیدای بومی مردم استان لرستان (مهدی کروبی) در انتخابات این دوره سبب شد که میزان مشارکت مردمی این دوره ۵ درصد بیشتر از دوره قبل باشد. اما به دلیل به حد نصاب نرسیدن آراء کاندیداها برای اولین بار انتخابات در کشور به دور دوم می‌کشد. در مرحله دوم نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی استان لرستان حدود ۷ درصد کمتر از مرحله اول است و برابر با میزان مشارکت مردم در سطح کشور (۶۰ درصد) است که شاید مهمترین دلیل آن حضور دو کاندید از یک جناح دانست (www.moi.ir).

برای اولین بار انتخابات ریاست جمهوری در دوره نهم دو مرحله‌ای شد. در مرحله اول انتخابات ریاست جمهوری هفت کاندید از دو جناح فکری اصلاح طلبان و اصولگرایان به رقابت پرداختند. گروه اول، اصلاح طلبان (مهدی کروبی، مصطفی معین و محسن مهر علیزاده) و گروه دوم، اصولگرایان (اکبر هاشمی رفسنجانی، محمد باقر قالیباف، محمود احمدی‌نژاد و علی اردشیر لاریجانی) را شامل می‌شدند. نتیجه انتخابات در این مرحله در استان لرستان به این صورت است که طیف فکری اصلاح طلب حدود ۶۲ درصد آراء (مهدی کروبی ۵۴ درصد، مصطفی معین ۶/۵۸ درصد و محسن مهرعلیزاده ۸/۴ درصد) و طیف فکری اصولگرا حدود ۳۶ درصد آراء (علی اکبر هاشمی رفسنجانی ۱۴/۸۴ درصد، محمد باقر قالیباف ۸/۶۰ درصد، محمود احمدی‌نژاد ۸/۶۵ درصد و علی لاریجانی ۳/۸۱ درصد آراء) را کسب نمود (شکل ۹).



شکل ۹. درصد آراء کاندیداها در دوره نهم در استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

بر اساس آمار بدست آمده در کشور هیچ یک از کاندیداها اکثریت آراء را بدست نیاوردند و در نتیجه علی‌اکبر هاشمی رفسنجانی و محمود احمدی‌نژاد، که هر دو از طیف فکری اصولگرا بودند، بیشترین آراء را بدست آورده و در مرحله دوم برای بدست آوردن کرسی ریاست جمهوری به رقابت پرداختند. در مرحله دوم نیز آقای هاشمی رفسنجانی ۴۷/۷۷ درصد و محمود احمدی‌نژاد حدود ۴۵ درصد کل آراء استان را بخود اختصاص دادند. شهرستان‌ها در این مرحله به دو گروه تقسیم می‌شوند. در گروه نخست هاشمی رفسنجانی اکثریت آراء را دارند که شامل: شهرستان‌های خرم‌آباد، کوهدشت و پلدختر هستند. گروه دوم شهرستان‌هایی که آقای احمدی‌نژاد اکثریت آراء را دارا هستند: شامل شهرستان‌های بروجرد، دلفان، سلسله، الیگودرز، دورود و ازنا هستند (شکل ۱۰).



شکل ۱۰. درصد آراء کاندیداها در دوره نهم (مرحله دوم) در استان لرستان

۵. بحث و نتیجه گیری

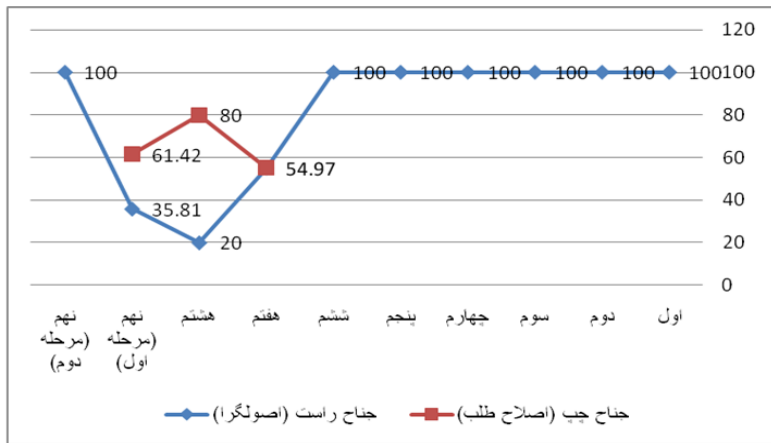
همانطوری که در جدول (۱) مشاهده می‌شود در تمامی دوره‌های انتخابات ریاست جمهوری (بجز دوره دوم که آراء مردم استان با مشارکت مردمی در کشور برابر است) میزان مشارکت مردم استان لرستان بالاتر از میانگین کشور بوده است.

جدول ۱. میزان مشارکت و درصد آراء جناح‌های سیاسی در ادوار مختلف انتخابات ریاست جمهوری در استان لرستان

دوره	میزان مشارکت		جناح چپ (اصلاح طلب) درصد	جناح راست (اصول گرا) درصد
	کل کشور (درصد)	استان لرستان (درصد)		
اول	۶۷/۴۲	۷۶/۴۶	*	۱۰۰
دوم	۶۴/۲۴	۶۴/۲۴	*	۱۰۰
سوم	۷۴	۱۱۶/۵۴	*	۱۰۰
چهارم	۵۴	۶۹	*	۱۰۰
پنجم	۵۵	۶۳	*	۱۰۰
ششم	۵۱	۶۵	*	۱۰۰
هفتم	۸۰	۱۰۶	۴۴/۴۵	۵۴/۹۷
هشتم	۶۷	۸۰	۸۰	۲۰
نهم	۶۲	۶۷/۱۷	۶۱/۴۲	۳۵/۸۱
	۶۰	۶۰/۴۱	*	۱۰۰

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

در هر کدام از این دوره‌ها میزان آراء مردم به طیف فکری سیاسی اصلاح طلب و اصولگرا متفاوت بوده و نوسان زیادی را نشان می‌دهد. همانگونه که در شکل (۱۱) قابل مشاهده می‌باشد، در استان لرستان همچنان که قبلاً ذکر شد تا دوره ششم انتخابات ریاست جمهوری به دلیل عدم حضور طیف فکری اصلاح طلب تمامی آراء به سمت طیف فکری اصولگرا بوده است. اما در دوره هفتم ریاست جمهوری بیشتری آراء برخلاف دوره‌های گذشته به کاندیداهای اصلاح طلب (۵۴/۹۷ درصد) گرایش دارد. در دوره هشتم نیز که دوره دوم ریاست جمهوری سید محمد خاتمی می‌باشد، بیشترین آراء مردم استان به سمت رئیس جمهور منتخب و طیف فکری اصلاح طلب (۸۰ درصد) بوده است. در دوره نهم انتخابات و در مرحله اول نیز همچون دو دوره قبل و به دلیل حضور کاندیدای بومی (مهدی کروبی) بیشترین آراء را طیف فکری اصلاح طلب (۶۱/۴۲ درصد) کسب می‌کند. اما در مرحله دوم، دوره نهم انتخابات ریاست جمهوری، به دلیل عدم حضور کاندیدای اصلاح طلب تمامی آراء به سمت طیف فکری اصولگرا گرایش دارد.



شکل ۱۱. درصد آراء جناح اصولگرا و اصلاح طلب در انتخابات ریاست جمهوری استان لرستان (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱)

جدول الگوی رای دهی انتخابات ریاست جمهوری شهرستان‌های استان لرستان (جدول ۲) نشان می‌دهد که، در دوره هفتم در سه شهرستان بروجرد، درود و ازنا بیشترین مشارکت مردم به سمت طیف فکری اصولگرا بوده، اما در بقیه شهرستان‌ها اکثریت آراء به سمت گروه فکری اصلاح طلب (سید محمد خاتمی) ۷۷/۶۷ درصد آراء، ... شمخانی با ۱/۷۸ درصد و هاشمی طباطبائی ۰/۰۶ درصد) بوده است. در دوره هشتم، سید محمد خاتمی و طیف فکری چپ در تمامی شهرستان‌های استان بیشترین آراء را به دست آورده است. در دور نهم نیز در نهایت به دلیل عدم حضور کاندیدای اصلاح طلب در مرحله دوم، تمامی آراء مردم شهرستان استان لرستان در طیف فکری راست قرار دارد.

جدول ۲. الگوی رای دهی در انتخابات ریاست جمهوری استان لرستان^۱

شهرستان	شهرستان								
	نورآباد	بروجرد	الشتر	کوه‌دشت	دورود	ازنا	خرم‌آباد	پلدختر	الیگودرز
رای‌دهی الگوی	دوره هفتم	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ
	دوره هشتم	جناح چپ	جناح راست	جناح چپ	جناح راست	جناح راست	جناح چپ	جناح چپ	جناح چپ
	دوره نهم	جناح راست	جناح راست	جناح راست	جناح راست	جناح راست	جناح راست	جناح راست	جناح راست

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

مشارکت سیاسی فعالیت‌هایی است که شهروندان بطور مستقیم یا غیر مستقیم برای تأثیر گذاری بر گزینش اعضای دولت یا حکومت یا برنامه‌ها و فعالیت‌های آن‌ها انجام می‌دهند و انتخابات یکی از مهمترین اشکال آن است. مطالعه آمار و ارقام تعداد آراء مأخوذه و واجدین شرایط در استان لرستان نشان می‌دهد، میزان مشارکت در استان لرستان در تمام دوره‌ها به جز در دوره هشتم بالاتر از میزان مشارکت کل کشور بوده است. بالاترین میزان مشارکت در استان لرستان در دوره سوم با ۱۱۶/۵ درصد شرکت کننده و پایین ترین میزان در مرحله دوم دوره نهم با ۶۰/۴۱ درصد می‌باشد.

۱. در دوره‌های اول تا ششم کاندیدای طیف فکری چپ حضور نداشته است و همه آراء در طیف اصولگرا جای گرفته است.

همچنین رفتار انتخاباتی بصورت یک فرآیند دوره‌ای، در دوره‌های اولیه بصورت نامنظم شروع شده و در دوره‌های بعد حالت منظم تری پیدا می‌کند و پیامد آن در آینده رفتار انتخاباتی سالم تری در سطح استان خواهد بود. از سویی خطوط جناح بندی انتخاباتی کاندیداها از دوره سوم تا دوره هفتم از یک طیف فکری می‌باشد و انتخابات بصورت تک حزبی است. در نتیجه در این دوره‌ها به جای تأکید روی جناح‌ها باید به افراد، نه حزب آن‌ها دقت نمود و آرا را بیشتر برای هر فرد سنجید. اما از دوره هفتم به بعد برخلاف دوره‌های گذشته که الگوی رای دهی مردم استان به سمت جناح اصولگرا بود، تغییر جهت داده و به سمت خط فکری اصلاح طلب گرایش نشان می‌دهد. نقشه‌های GIS نشان می‌دهد که، شهرستان‌های واقع در قسمت‌های غربی، جنوبی و مرکزی استان بیشتر متمایل به جناح فکری راست و قسمت‌های شمالی و شرقی استان بیشتر متمایل جناح فکری چپ می‌باشند. همچنین رفتار انتخاباتی مردم استان لرستان در دوره‌های اول تا هفتم انتخابات ریاست جمهوری به دلیل نبود احزاب بیشتر به رویکرد جامعه شناختی نزدیک بوده و آراء مردم تحت تأثیر شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بوده است. اما از دوره هفتم تا نهم انتخابات ریاست جمهوری رفتار انتخاباتی مردم بیشتر تحت تأثیر نظریه انتخاب عقلانی قرار داد که این امر نتیجه بالا رفتن سطح سواد مردم استان و همچنین شکل گیری حزب اصلاح طلب در کنار حزب اصول گرا می‌باشد. در مجموع باید گفت که آمار و نتایج انتخاباتی در استان لرستان نشان دهنده آن است که از یک سو میزان همگرایی این استان نسبت به مرکز در انتخابات بسیار بالاست و از سوی دیگر الگوی رای دهی این استان در انتخابات دوره هفتم تا دوره نهم به سمت طیف فکری اصلاح طلب تغییر کرده است.

۶. منابع

۱. ایرنه گن زیر، ۱۳۶۹، کارگردانی دگرگونی سیاسی در جهان سوم، ترجمه احمد تدین، انتشارات سفیر. تهران.
۲. بیگلر، مهدی و مرادیان، محسن، ۱۳۹۱، ارتباط مشارکت سیاسی مردم و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی ایران، سال اول، شماره ۳.
۳. پرسکات، ۱۳۵۸، گرایش‌های تازه در جغرافیای سیاسی، ترجمه دره میر حیدر، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۴. پیشگاهی فرد، زهرا و شوشتری، سیدمحمدجواد، ۱۳۸۷، مبانی جغرافیایی خاستگاه آرا مردم در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، فصل‌نامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره دو.
۵. پیشگاهی فرد، زهرا و صادقی، علی، ۱۳۹۰، آرای احزاب در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در استان‌های کشور بر اساس سطح توسعه آن‌ها، فصل‌نامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۵، شماره ۱۰۰.
۶. تایلور، پی، جی و جانستون، آر، جی، ۱۳۸۶، جغرافیای انتخابات، ترجمه زهرا پیشگاهی فرد و رسول اکبری، نشر قومس.
۷. توسلی، غلامعباس، ۱۳۸۲، مشارکت اجتماعی در شرایط جامعه آنومیک، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۸. جعفری‌نژاد، مسعود، بابا نسب، حیدر و ربیعی، شهریار، ۱۳۹۰، تحلیل رفتار انتخاباتی (مطالعه موردی: دهمین دوره ریاست جمهوری حوزه انتخابیه هریس)، فصل‌نامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، شماره ۷.
۹. حاج یوسفی، امیر محمد، فرازی، مهدی و کیوان‌آرا، راضیه، ۱۳۹۱، انتخابات نهم ریاست جمهوری و پایگاه اجتماعی در ایران، پژوهش‌نامه علوم سیاسی، سال ۷، شماره ۲.
۱۰. حافظ نیا، محمد رضا و کاویانی راد، مراد، ۱۳۸۳، افق‌های جدید در جغرافیای سیاسی، چاپ اول، انتشارات سمت.

۱۱. رجبی، هادی، ۱۳۹۲، تأثیر شورای اسلامی شهر تهران بر نگرش شهروندان تهرانی نسبت به مشارکت سیاسی، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۴، شماره ۱۳.
۱۲. رضوانی، محسن، ۱۳۸۶، تحلیل رفتار انتخاباتی: مطالعه موردی انتخابات ریاست جمهوری (دوره نهم)، فصل‌نامه معرفت، سال شانزدهم، شماره ۱۲۳.
۱۳. زرقانی، سید هادی و رضوی نژاد، سید مرتضی، ۱۳۹۲، تحلیل نقش متغیر همسایگی در الگوی رای‌کننده‌های انتخابات ریاست جمهوری دوره دهم، فصل‌نامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۷، شماره ۳.
۱۴. عزتی، مرتضی، ۱۳۸۴، مباحثی در اقتصاد و انتخابات، نشر پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.
۱۵. عیوضی، محمدرحیم، ۱۳۸۴، انتخابات نهم، ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر، سال چهارم، شماره ۳۵.
۱۶. غفاری، مسعود و زرین کاویانی، بهروز، ۱۳۹۰، بررسی روند مشارکت شهروندان استان کردستان در انتخابات ریاست جمهوری ۸۴-۱۳۷۶، فصل‌نامه بین‌المللی ژئوپلیتیک، سال هفتم، شماره اول.
۱۷. کاویانی راد، مراد و ویسی، هادی، ۱۳۸۷، بررسی تأثیر همسایگی بر انتخابات ایران، فصل‌نامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره سوم.
۱۸. کلانتری، صمد، ۱۳۸۰، تحلیل رفتار انتخاباتی مردم ایران در هفتمین و هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۶۷ و ۱۶۸.
۱۹. مقصودی، مجتبی، ۱۳۸۵، مشارکت انتخاباتی اقوام در ایران (بررسی موردی: انتخابات ریاست جمهوری)، فصل‌نامه مطالعات ملی، سال هفتم، شماره ۴.
۲۰. مویر، ریچارد، ۱۹۸۹، درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی، ترجمه دره میرحیدر، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۲۱. وزارت کشور، ۱۳۷۲، ستاد انتخابات کشور، نتایج تفصیلی ششمین انتخابات ریاست جمهوری.
۲۲. وزارت کشور، ۱۳۷۳، معاونت سیاسی و اجتماع، دفتر انتخابات، دوره پنجم.
۲۳. وزارت کشور، ۱۳۷۳، معاونت سیاسی و اجتماع، دفتر انتخابات، دوره چهارم.
۲۴. وزارت کشور، ۱۳۷۳، معاونت سیاسی و اجتماع، دفتر انتخابات، دوره دوم.
۲۵. وزارت کشور، معاونت سیاسی، دفتر انتخابات: نتایج شمارش هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در استان‌ها.
۲۶. وزارت کشور، معاونت سیاسی: دفتر انتخابات: انتخابات در جمهوری اسلامی ایران: نتایج هفتمین انتخابات ریاست جمهوری ایران.
۲۷. وزارت کشور، ۱۳۷۳، معاونت سیاسی و اجتماعی، دفتر انتخابات، دوره سوم.
۲۸. وزارت کشور، ۱۳۷۳، معاونت سیاسی و اجتماعی، دفتر انتخابات دوره اول انتخابات ریاست جمهوری.
29. Downs, A., 1957, *An Economic Theory of Democracy*, New haven, Yale University Press.
30. Erik, C., 2014, **Rethinking the dependent variable in voting behavior**, Electoral Studies, Volume 25, Issue 6.
31. Horn, M., 1999, **GIS and Geography Political**, Australia.
32. <http://www.moi.ir/Portal/Home/Default.aspx?CategoryID=Home>
33. Glassner, M & Fabrer, Ch., 2004, **Political Geography**, Third Edition, Publisher Wiley.
34. Johnston, R & Pattie, Ch., 2006, **Election Geography**, ms. No. 770.
35. Quentin, D., 2013., **Pillars and electoral behavior**, Political Geography, Volume 30, Issue 5.
36. Sieberer, U., 2013, **Behavioral consequences of mixed electoral systems: Deviating voting behavior**, Electoral Studies, Volume 29, Issue 5.
37. Scully, R., 2012, **Social location and electoral behavior**, Electoral Studies, Volume 31, Issue 4.