

## تحلیلی بر مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری ایران (مطالعه موردی: استان سمنان)

دکتر زهرا پیشگاهی فرد

دانشیار جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران

دکتر حیدر لطفی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

### چکیده:

جغرافیای مشارکت و رفتارهای انتخاباتی از مهمترین مباحث جغرافیای انتخابات محسوب می‌گردند. با بررسی علمی این دو شاخه جغرافیای انتخابات می‌توان بسترهای لازم را برای تحول در روند مشارکت در مناطق مختلف جغرافیایی با توجه به تنوع عوامل انسانی و شرایط طبیعی آنها فراهم ساخت.

بررسی نه دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران نوع خاصی از تنوع رفتارهای انتخاباتی و میزان مشارکت مردمی را به نمایش می‌گذارد که این تنوع نمی‌تواند بی‌تأثیر از عوامل ثابت جغرافیایی مناطق این کشور و شرایط متغیر سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و نحوه عملکرد جناح حاکم و رئیس جمهور منتخب باشد.

این مقاله با روش تحلیل محتوا ضمن بررسی عوامل کلی مؤثر بر روند مشارکت و رفتارهای انتخاباتی در انتخابات ریاست جمهوری ایران به بررسی آماری نه دوره انتخابات ریاست جمهوری در استان سمنان از مناطق مرکزی ایران می‌پردازد.

نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد روند مشارکت مردم استان سمنان در انتخابات ریاست جمهوری بیشتر از آنکه متأثر از عوامل کشوری باشد، تابع عوامل محلی است و رفتارهای انتخاباتی مردم این استان در اکثر دوره‌ها از عوامل کشوری پیروی می‌کند.

واژگان کلیدی: جغرافیای انتخابات - جغرافیای مشارکت - رفتارهای انتخاباتی - انتخابات ریاست جمهوری - استان سمنان.

**مقدمه:**

جغرافیای انتخابات به جنبه‌های جغرافیایی انتخابات، همه‌پرسیها، سازماندهی آنها و به ویژه نتایج آنها می‌پردازد و شرایط فرهنگی، اقتصادی و... را در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای و ملی مورد بررسی قرار می‌دهد. (مویر، ۱۳۷۹:۲۵۵)

با پایان جنگ سرد و برگزاری انتخابات آزاد در اکثر کشورهای جهان، جغرافیدانان سیاسی در تعیین هویت ملی نقش مهمی ایفا کردند و مفاهیمی نظیر جنسیت، عوامل فرهنگی، ملی‌گرایی و تحولات اجتماعی - سیاسی و اثر آنها در پیدایش تشکلهای سیاسی و بویژه نتایج و پیامدهای محیطی این تحولات، جایگاه ویژه‌ای یافت. در اکثر کشورهای جهان نمایندگان تشکلهای ملی و محلی از محدوده سرزمینی مشخصی انتخاب می‌شوند و جغرافیدانان با توجه به شناخت عمیقی که نسبت به ترسیم مرزها (حوزه‌ها و مناطق) دارند، می‌توانند آثار مهمی بر نتایج سیاسی کشور داشته باشند. (Toal,2002:36)

این در حالی است که مبارزات انتخابات ریاست جمهوری یعنی سخنرانی‌ها، وقایع، نوشته‌ها، مباحث و تبلیغات انتخاباتی کلاً بر رأی دهندگان تأثیر گذاشته و افراد بی‌اعتنا را فعال می‌سازد. (لازارسفلد، ۱۳۸۲:۱۴۹)

پیش از انقلاب اسلامی در ایران انتخابات محدودی در سطح محلی در ایران برگزار می‌گردید ولی مشارکت مردمی در تصمیم‌گیریهای ملی مشاهده نمی‌شد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران با توجه به تغییر نظام سیاسی و نوع حکومت انتخابات به صورت گسترده در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی در این کشور برگزار گردید. روشن است که نظام نوپای جمهوری اسلامی ایران اولین تجربه را در مشارکت سیاسی مردم با انجام انتخابات آزاد آغاز کرد. (پیشگاهی فرد، ۱۳۸۲:۱۱)

طبق قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران انتخاباتی چهارگانه در این کشور برگزار می‌شود. بررسی دوره‌های مختلف این انتخابات نشان می‌دهد میزان و نوع مشارکت مردم از حوزه‌ای به حوزه دیگر در این انتخابات چهارگانه تغییر می‌یابد و مردم معیارهای جدیدی برای اصلاح مشارکت خود بر می‌گزینند. این دگرگونی‌های پی‌درپی در چشم‌انداز جغرافیای انتخابات باعث گردیده است تا جغرافیدانان سیاسی ایران متوجه اهمیت موضوع انتخابات در ایران شوند. (پیشگاهی فرد، ۱۳۷۹:۳)

رئیس جمهور در ایران طبق قانون اساسی برای مدت چهار سال با رأی مستقیم مردم و با اکثریت مطلق آرای شرکت کنندگان انتخاب می‌شود و انتخاب مجدد و به صورت متوالی وی تنها برای یک دوره بلامانع می‌باشد. (قانون اساسی، اصل ۱۱۴).

**عوامل مؤثر بر روند مشارکت و رفتارهای انتخاباتی در انتخابات ریاست جمهوری ایران:**

ساختار جغرافیایی ایران به لحاظ طبیعی و الگوی توپوگرافیک دچار گسیختگی فضایی است. این ویژگی بر الگوی شکل‌گیری ملت و اقوام آن تأثیر گذاشته و ملتی ترکیبی که دارای اقلیتهای قومی حاشیه‌ای پدید آورده است.

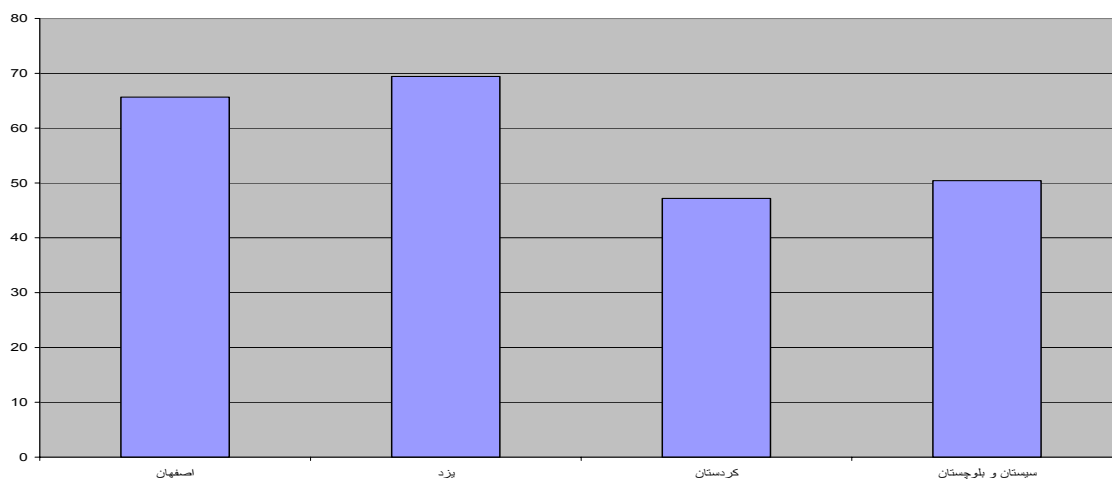
این الگوی ترکیبی که در آن اکثریت غالب در سه لایه ترکیبی: مذهب (۹۵٪) قومیت و زبان (۷۵٪) و استقرار در فضای جغرافیایی پیوسته بخش مرکزی فلات ایران تجانس دارند، استقرار الگوی حکومتی متمرکز را در ایران تسهیل نموده است. این نوع الگوی حکومتی در ایران که توزیع فضایی و جغرافیایی قدرت را در این کشور گسترش نداده است، مانع عدم دخالت مردم در سرنوشت سیاسی و اداری خود نیز در سطوح ملی و محلی نگردیده است طوریکه بنابر اصل ششم قانون اساسی، مردم ایران می‌توانند در سطوح ملی و محلی نمایندگان خود را برگزینند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۱: ۴۵۰) با توجه به مطالب ذکر شده عوامل زیر جزء مهمترین عوامل تأثیر گذار بر روند مشارکت و رفتارهای انتخاباتی مردم ایران قابل مطالعه می‌باشد:

- عامل مکان و تفاوت‌های مکانی: تنوع در توزیع جغرافیای طبیعی ایران باعث گردیده تا مردمانی با خصوصیات و ویژگیهای متفاوت در مناطق مختلف این کشور زندگی کنند. این تنوع مکانی باعث ایجاد و بروز رفتارهای اجتماعی خاص در هر یک از مناطق جغرافیایی ایران گردیده است که عملکرد و رفتارهای انتخاباتی و همچنین انگیزه و میزان مشارکت در انتخابات نیز از جمله همین رفتارهای اجتماعی می‌باشد. در این میان حکومت برای عملیاتی کردن انتخابات و تعیین نمایندگان ملی و محلی مردم نیازمند تقسیم مکانهای جغرافیایی به محدوده‌های مکانی جدیدی به نام حوزه‌های انتخاباتی می‌باشد. حوزه انتخاباتی در اصل یک محدوده جغرافیایی شناخته شده قانونی با مرزهای مشخص و تعداد معینی نماینده می‌باشد که اجزاء قلمرو انتخابات کشور را شکل می‌دهد. (حقیقی، ۱۳۷۰: ۶) در ایجاد حوزه‌های انتخابی علاوه بر ویژگیهای جغرافیایی و پذیرش عمومی، قوانین انتخاباتی، قوانین عمومی و قانون اساسی نقش کلیدی دارند. (Horn, 1999:940)

در تعیین حوزه‌های انتخاباتی ایران علاوه بر در نظر گرفتن توزیع جغرافیایی جمعیت و نقش روند تحولات جمعیتی به نیازهای منطقه‌ای و منافع و خواسته‌های اقتصادی - اجتماعی مردم این مناطق نیز توجه گردیده است. همچنین ویژگیهای طبیعی منطقه و زیرساختهای ارتباطی و استمرار حوزه انتخابی در طول زمان از ویژگیهای مکانی حوزه‌های انتخابی در ایران محسوب می‌گردند. تفاوت میزان مشارکت مردم در حوزه‌های انتخاباتی مرکزی و مرزی کشور ایران در نه دوره انتخابات ریاست جمهوری نشانگر تفاوت دیدگاههای مشارکتی مردم در مکانهای متفاوت جغرافیایی ایران می‌باشد.

به عنوان مثال: بررسی آمارهای استان‌های اصفهان و یزد به عنوان استانهای مرکزی ایران و استانهای کردستان و سیستان و بلوچستان به عنوان استانهای مرزی در طی نه دوره انتخابات ریاست جمهوری نشان می‌دهد همواره میزان مشارکت در استانهای مرزی کمتر از استانهای مرکزی ایران بوده است.

نمودار شماره ۱: مقایسه میانگین میزان مشارکت مردم در استانهای اصفهان، یزد، کردستان و سیستان و بلوچستان



مأخذ: مرکز آمار دفتر انتخابات وزارت کشور

در بررسی هویت مکانی حوزه‌های انتخاباتی نیز به این نکته باید توجه کنیم که وقتی نامزد انتخاباتی به مکان جغرافیایی خاصی تعلق دارد، رفتار سیاسی-اجتماعی مردم آن مکان با کل کشور متفاوت می‌شود زیرا مردم معمولاً فکر می‌کنند که نامزد مناطق خودشان می‌توانند بهتر مشکلاتشان را مرتفع سازد. (Taylor, 1989: 228)

به عنوان مثال در مرحله اول نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری با توجه به برتری نسبی آقای هاشمی رفسنجانی در اکثر استانهای کشور، در استان سمنان آقای محمود احمدی‌نژاد با توجه به علایق و اهلیت مکانی توانست رأی اول را کسب نمایند.

- عامل انسان و تفاوت‌های انسانی: ساختار انسانی جوامع نیز از عوامل مهم بروز رفتارهای اجتماعی از جمله رفتارهای انتخاباتی و میزان مشارکت در انتخابات می‌باشد. سن، جنسیت و مذهب از مهمترین عوامل انسانی در رفتارهای انتخاباتی شناخته می‌شود. مطالعات جامعه‌شناسی سیاسی نشان می‌دهد که با توجه به نظم‌پذیری و محافظه‌کاری افراد سالخورده، تمایل این افراد به احزاب محافظه‌کار و میانه‌رو بسیار بیشتر از جوانانی است که معمولاً تمایل به احزاب رادیکال چپ یا راست دارند. (دوورژه، ۱۳۶۹: ۴۴)

تا پایان نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران ورود به ۱۶ سالگی، سن رأی دادن محاسبه می‌گردید، این امر گرچه به افزایش مشارکت در انتخابات کمک فراوانی می‌نمود، تغییر رفتارهای انتخاباتی را از سالهای میانی دهه ۷۰ در ایران به همراه داشته است طوریکه با رشد سریع نوار سنی ۱۵ تا ۲۵ سال در هرم سنی جمعیتی، از این دوران رفتارهای انتخاباتی مردم به سمت احزاب اصلاح طلب و همچنین رادیکال افزایش بیشتری داشته در صورتی که پیش از آن احزاب لیبرال در ابتدای انقلاب و احزاب محافظه‌کار در سالهای میانی انقلاب از اقبال بیشتری برخوردار بودند.

جنسیت نیز از عوامل مهم تأثیرگذار در انتخابات بشمار می‌رود. در ایران با توجه به سیاست گریزی زنان که ناشی از بافتهای سنتی، ایستارها، ارزشها و باورهای آنان می‌باشد تا سالهای میانی دهه ۷۰ حضور زنان در انتخابات ریاست جمهوری چشمگیر نبوده است. از سالهای میانی دهه ۷۰ با توجه به بهبود نسبی وضعیت اجتماعی زنان، تفاوت رفتارهای انتخاباتی زنان و مردان رو به کاهش نهاده و زنان به عنوان یک عامل اجتماعی و کمتر به عنوان زن در انتخابات ظاهرگر دیده‌اند. (کرد کریمی، ۱۳۸۱: ۸۴)

از بعد مذهبی، اکثریت مردم ایران شیعه مذهب هستند و در مناطق مرکزی این کشور زندگی می‌کنند و از طرفی اقلیت سنی مذهب در نواحی مرزی و حاشیه‌ای کشور حضور دارند. بررسی نتایج انتخابات ریاست جمهوری نشان دهنده این موضوع است که اکثریت شیعه مذهب ایران بدلیل مشارکت سیاسی گسترده در تصمیم‌گیریهای کلان کشور تمایل بیشتری به شرکت در انتخابات داشته‌اند. این میزان در بین اقلیت سنی مذهب و همچنین اقلیت‌های دینی کشور کمتر مشاهده می‌گردد. همچنین مشاهده گردیده که هرگاه تمایل اقلیت‌های دینی به مشارکت افزایش داشته است، این گرایش به جناح چپ و میانه‌رو بیشتر بوده است. (پیشگاهی فرد - احمدی، ۱۳۸۵: ۵۳۰)

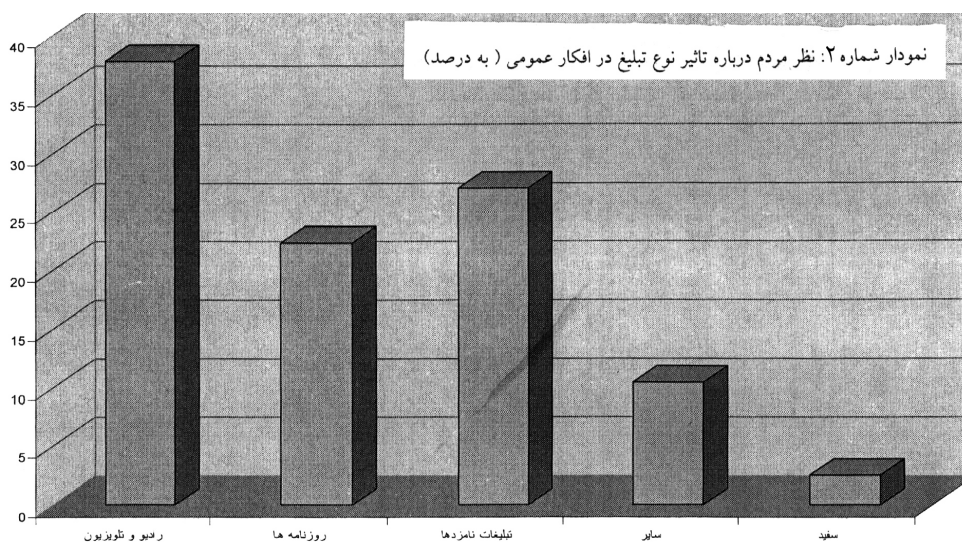
- عامل تبلیغات اجتماعی - اقتصادی: ساختار سیاسی ایران و متکی نبودن دولت به کارکردهای اقتصادی مناطق جغرافیایی این کشور و تکیه مالی دولت به فروش منابع طبیعی و تزریق ثروت ناشی از آن در سطح کشور به صورت نامتوازن باعث گردیده تا در مناطق مختلف جغرافیایی ایران طبقات اجتماعی خاصی بر حسب عوامل اقتصادی شکل گیرد.

منافع اقتصادی برای اکثر طبقات متمدن اجتماعی آنقدر مهم است که این طبقات با مطالعه برنامه‌های نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری و گرایش‌های حزبی آنان فردی را بر می‌گزینند که برنامه‌هایش در راستای حفظ و تأمین منافع اقتصادی آنان باشد. (کرد کریمی، ۱۳۸۱: ۷۸)

علاوه بر تفاوت در رفتارهای انتخاباتی، میزان مشارکت مردم نیز در انتخابات ریاست جمهوری تابع وضعیت طبقات اجتماعی - اقتصادی آنان می‌باشد. به طور نمونه وضعیت مشارکت در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در شهرستان اصفهان نشان می‌دهد کمترین میزان مشارکت و بیشترین میزان آرای سفید (۷/۱ درصد) مربوط به منطقه ۶ این شهر (منطقه ثروتمندنشین) و بیشترین میزان مشارکت و کمترین میزان آرای سفید (۴/۳٪) به منطقه ۷ این شهر (منطقه حاشیه‌ای و فقیرنشین) تعلق دارد. (پیشگاهی فرد - احمدی، ۱۳۸۵: ۵۳۲)

- عامل تصمیمات سیاسی - تبلیغاتی: حکومت و کارگزاران انتخاباتی آن، پیش از برگزاری انتخابات زمینه‌های حضور گسترده مردم در انتخابات را فراهم می‌آورند. این زمینه به مقدار زیادی به تصمیمات سیاسی و میزان و نوع تبلیغات انتخاباتی توسط حکومت و احزاب سیاسی بستگی دارد. کاهش یا افزایش سن رأی‌دهندگان، تغییر در ساعات رأی‌گیری، نوع و محل مکانهای اخذ رأی و تعداد حوزه‌های انتخاباتی از جمله عوامل مهم تأثیرگذار بر روند مشارکت مردم در انتخابات می‌باشد. زمان برگزاری انتخابات نیز از جمله تصمیمات بسیار حساس و مهم حکومت در رابطه با انتخابات

محسوب می‌گردد. به نظر می‌رسد در ایران یکی از دلایل استقبال مردم از انتخابات ریاست جمهوری، برگزاری اکثر دوره‌های آن در شرایط اقلیمی معتدل (اواخر بهار) بوده است. همچنین فشارها و تحریمهای بین‌المللی پیش از برگزاری دوره‌هایی از انتخابات مانند دوره هفتم و دوره نهم به افزایش قابل توجه مشارکت مردم در انتخابات کمک نموده است. علاوه بر تصمیمات سیاسی، تبلیغات نیز از عوامل مهمی است که نقش مؤثری بر روند مشارکت مردم در انتخابات دارد. یکی از مهمترین وظایف جغرافیدانان سیاسی در روند برگزاری انتخابات این است که تشخیص دهند کدام مدل تبلیغاتی در کدام منطقه جغرافیایی کاربرد بیشتری دارد. تحقق این امر علاوه بر کاهش قابل ملاحظه هزینه تبلیغات، به افزایش مشارکت مردم در انتخابات ریاست جمهوری کمک مؤثری می‌نماید. به طور کلی نامزدهای انتخاباتی می‌توانند با طرح موضوعات نو و انتقاد از مسئولین کشور به جلب آرای مردم بپردازند. در ایران احزاب سیاسی بنا به سلیقه خود می‌توانند از وسایل تبلیغاتی مانند: روزنامه‌ها، مجلات پوستر، بروشور، نوارهای صوتی و تصویری و... استفاده کنند اما مهمترین ابزار تبلیغاتی در ایران یعنی شبکه‌های رادیو تلویزیونی به طور انحصاری در دست دولت می‌باشد. رادیو و تلویزیون در دوره‌های مختلف انتخابات ریاست جمهوری در ایران توانسته است علاوه بر افزایش مشارکت مردم، به تبیین شعارها و اهداف نامزدها و پخش برنامه‌هایی در رابطه با آنها به صورت رایگان بپردازد. ضمناً به مقدار قابل توجهی از ادعاهای کذب رسانه‌های بیگانه کاسته است. در هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در شهرستان اصفهان تأثیرگذارترین عوامل تبلیغاتی به صورت زیر بوده است:



نمودار شماره ۲: نظر مردم درباره تأثیر نوع تبلیغ در افکار عمومی (به درصد)  
مصطفی کاوینی-پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران رشته جغرافیای سیاسی سال ۱۳۸۳

### جغرافیای انتخابات استان سمنان:

نحوه حضور مردم برای مشارکت آنها در تصمیم‌گیری‌های سیاسی در مناطق مختلف کشور و در هر استانی نسبت به استان دیگر متفاوت است. در بسیاری از حوزه‌های انتخابیه روند افزایش شرکت در انتخابات هر دوره نسبت به دوره قبل

به راحتی مشهود است. محاسبه نسبت افراد شرکت کننده به واجدین شرایط در هر دوره و در هر استان از موضوعات جغرافیای رأی گیری بوده و لازمه آن توجه به تحولات سیاسی، اداری و انتخاباتی آن استان می باشد. (پیشگاهی فرد، ۱۲:۱۳۷۹)

استان سمنان از جمله استانهای مرکزی کشور است که از سالهای ابتدایی انقلاب دارای نوعی ثبات سیاسی - امنیتی بوده و مطالعه فرایندهای انتخاباتی در آن قابل توجه می باشد. این استان طبق آخرین برآورد جمعیتی در سال ۱۳۸۴، ۵۸۹۵۱۳ نفر (بیست و هشتمین استان کشور) جمعیت دارد. که با احتساب ۹۶۸۱۵/۶۷۶ کیلومتر مربع وسعت (هفتمین استان کشور) دارای تراکم ۶/۱ نفر در هر کیلومتر مربع (نهمین استان کشور) می باشد.

اکثر مردم استان سمنان در شهرستانهای آن زندگی می کنند، طوریکه طبق برآورد جمعیتی سال ۱۳۸۳ از کل جمعیت ۵۷۸۹۱۰ نفری این استان، ۴۳۳۰۸۴ نفر آن در شهرها و ۱۴۵۸۲۶ نفر آن در روستاها زندگی می کنند، که حاصل شرایط ویژه جغرافیایی این استان می باشد. ۹۹/۴٪ ساکنین این استان مسلمان هستند مرکز استان سمنان، شهرستان سمنان می باشد. این استان طبق آخرین آمار سازمان تقسیمات کشوری دارای ۴ شهرستان، ۱۲ بخش، ۱۶ شهر و ۲۸ دهستان می باشد.

در دوره اول انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۶۷/۴۲٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۸۰/۱۲ می باشد رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح ملی - مذهبی (رتبه اول ابوالحسن بنی صدر) بود. در دوره دوم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۶۴/۲۴٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۸۳/۲۶٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور به جناح مذهبی (رتبه اول شهید رجایی) بود. در دوره سوم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۷۴/۲۶٪ بوده است. این مشارکت در استان سمنان ۷۸/۳۸٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح مذهبی (رتبه اول حضرت آیت... خامنه ای) بود. در دوره چهارم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۵۴/۷۸٪ بوده است. این مشارکت در استان سمنان ۶۸/۵۹٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح مذهبی (رتبه اول حضرت آیت... خامنه ای) بود. در دوره پنجم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۵۴/۵۹٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۶۶/۶۹٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح راست (رتبه اول آقای هاشمی رفسنجانی) بود. در دوره ششم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۵۰/۶۶٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۷۲/۶۲٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان سمنان در این دوره نیز مانند کل کشور متعلق به جناح راست (رتبه اول آقای هاشمی رفسنجانی) بود. در دوره هفتم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۷۹/۹۲٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۸۸/۸۴٪ می باشد. رفتار انتخاباتی مردم استان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح چپ (مجمع روحانیون) بود و آقای سید محمد خاتمی مانند کل کشور رتبه اول را کسب

نمودند. در دوره هشتم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۶۶/۷۷٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۷۸/۰۴٪ می‌باشد. رفتار انتخاباتی مردم در استان سمنان در این دوره مانند کل کشور متعلق به جناح اصلاح طلب (رتبه اول سید محمد خاتمی) بود. در مرحله اول دوره نهم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۶۲/۸۴٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۷۳/۴۸٪ می‌باشد. رفتار انتخاباتی مردم در این دوره با کل کشور متفاوت می‌باشد. در حالی که در اکثر استانهای کشور آقای هاشمی رفسنجانی حائز رتبه اول شدند در استان سمنان آقای محمود احمدی‌نژاد از جناح اصول‌گرا حائز رتبه اول گردیدند. در مرحله دوم دوره نهم انتخابات ریاست جمهوری میزان مشارکت مردمی در کل کشور ۵۹/۷۶٪ بوده است این مشارکت در استان سمنان ۷۴/۲۲٪ می‌باشد. رفتار انتخاباتی مردم در این استان مانند کل کشور متعلق به جناح اصولگرا (رتبه اول محمود احمدی‌نژاد) بود. (مرکز آمار دفتر انتخابات وزارت کشور)

نتیجه‌گیری: ثبات و امنیت پایدار در استان سمنان یکی از علل عمده بالا بودن سطح مشارکت مردم در انتخابات این استان می‌باشد. امنیت لازمه توسعه پایدار است و استان سمنان از جمله استانهای توسعه یافته کشور می‌باشد. جدای از بسیاری ملاحظات قومی و محلی در استان سمنان مردم با توجه به رضایت و علاقمندی به نظام سیاسی کشور در هر دوره میزان مشارکتی بالاتر از میانگین کشور داشته‌اند به عنوان مثال در مرحله دوم نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری با توجه به اینکه میزان واجدین شرایط رأی‌گیری در استان سمنان در میان ۳۰ استان کشور رتبه ۲۸ را دارا بودند، درصد مشارکت مردم در انتخابات در استان سمنان در میان ۳۰ استان کشور رتبه ۵ بود.

اعتماد مردم استان سمنان به نظام سیاسی کشور در رفتار انتخاباتی مردم این استان نیز کاملاً نمایان است طوری‌که در تمامی دوره‌های انتخابات ریاست جمهوری کیفیت رفتار انتخاباتی مردم این استان با کل کشور یکی بوده است. استان سمنان نمونه بسیار مناسبی از مطالعات بر روی رفتار مردم در انتخابات ریاست جمهوری بوده است در صورت مشارکت نخبگان سیاسی در تمام استانها، رشد و توسعه همه جانبه در استانها و ایجاد ثبات و امنیت پایدار سیاسی در سایر استانها خصوصاً استانهای مرزی می‌توان شاهد رشد مشارکت و بهبود کیفیت رفتار انتخاباتی مردم در سایر نقاط کشور بود.

## منابع:

- ۱- پیشگاهی فرد، زهرا- احمدی دهکاء، فریبرز (۱۳۸۵) "مقایسه تطبیقی رفتارهای انتخاباتی در مناطق مسکونی شهر اصفهان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری"، نجف‌آباد: مجموعه مقالات اولین همایش جغرافیا و قرن ۲۱.
- ۲- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۲) "مشارکت احزاب در توسعه سیاسی و رفتار انتخاباتی در شهرستان اصفهان" تهران: فصلنامه پژوهشهای جغرافیایی- شماره ۴۴.
- ۳- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۷۹) "بررسی جغرافیایی انتخابات پارلمانی مجلس شورای اسلامی" تهران: دانشگاه تهران.



- ۴- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۱) "جغرافیای سیاسی ایران" تهران: سمت.
- ۵- حقیقتی، محمد صادق (۱۳۷۰) "انتخابات، تعاریف و اصطلاحات" تهران: دفتر انتخابات وزارت کشور.
- ۶- دوورژه، موریس (۱۳۶۹) "جامعه‌شناسی سیاسی"، ترجمه ابوالفضل قاضی، تهران: دانشگاه تهران.
- ۷- کاوئی، مصطفی (۱۳۸۳) "بررسی جغرافیای انتخابات ریاست جمهوری (مطالعه موردی اصفهان)" تهران: پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- ۸- کرد کریمی، حاجی رضا (۱۳۸۱) "بررسی الگوهای جغرافیای انتخابات" تهران: پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- ۹- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- ۱۰- لازارسفلد، پل (۱۳۸۲) "انتخاب مردم" ترجمه: محمد رضا رستمی، تهران: انتشارات تیلور.
- ۱۱- مخلص، محمد علی (۱۳۸۰) "آثار تاریخی استان سمنان" تهران: نشر بی‌تا.
- ۱۲- مویر، ریچارد (۱۳۷۹) "درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی" ترجمه دکتر دره میر حیدر و سید رحیم صفوی، تهران: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- ۱۳- مرکز آمار وزارت کشور.

- 14- Horn, H (1999) "GIS and Geography of politics", Australia.
- 15- Taylor, Peter (1989) "political Geography" New York: longman.
- 16- Toal, Gerard (2002) "Political Geography" Northern virginia center.

