

فصلنامه ژئوپلیتیک - سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۳

صص ۹۵-۱۲۱

## تبیین رویکردهای قومیتی در شعارهای انتخاباتی نامزدهای ریاست جمهوری

دکتر عطاالله عبدی\* - استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی

رضا رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی

محمد عیوضی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۴/۱۱

### چکیده

اگر همدلی و همزیستی مسالمت‌آمیز و برادرانه گروه‌های زبانی و مذهبی در ایران را به‌عنوان قاعده تاریخی حاکم بر مناسبات آنها با همدیگر بدانیم، در کنار آن برهه‌هایی نیز وجود داشته است که همزیستی میان ملت ایران دست‌مایه رقابت‌های میان نخبگان برای دستیابی به فرصت‌های سیاسی و اجتماعی قرار گرفته است. در این بین انتخابات به‌عنوان پدیده‌ای سیاسی - اجتماعی عرصه خوبی برای مشاهده ورود نخبگان ابزارگرا در این زمینه بوده است. از این‌رو مقاله حاضر در پی بررسی این مسئله است که ورود برخی از نامزدهای ریاست جمهوری به عرصه تحریک مسائل قومی از منظر گروه‌های زبانی - مذهبی در ایران چه بازخوردهایی داشته و آنها چه بهره‌ای از این موضوع برده‌اند.

روش پژوهش در این مقاله از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز آن به روش کتابخانه‌ای (کتاب، نشریات، آرشیو روزنامه‌ها و اینترنت) گردآوری شده‌است. همچنین نقشه‌ها و نمودارهای مورد نیاز این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای GIS و Excel تهیه شده‌است. نتایج پژوهش گویای آن است که طلیعه‌داران این جریان هی‌چ‌گاه نتوانسته‌اند اقبال اکثریت ملت را با خود در کسب رأی همراه نمایند و میزان موفقیت افراد در کارزارهای انتخاباتی نه بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه بلکه بسته به توفیق آنها در طرح مسائل و معضلات ملی است.

واژه‌های کلیدی: انتخابات ریاست جمهوری، نخبگان سیاسی، ابزارگرایی، اقوام، ایران.

---

\* E-mail: ataabdie@yahoo.com

## ۱- مقدمه

ایران کشوری است که یکی از ویژگی‌های برجسته آن همزیستی گروه‌های زبانی و مذهبی مختلف کنار یکدیگر طی تاریخ است. الگوی پراکنش زبانی- مذهبی در ایران همانند فرشی چشم‌نواز است که در کنار جوهر و ماهیت یکسان خود در قالب ملت ایران دارای رنگ‌ها و طرح‌های متنوع بوده که الگوی خاصی را از نظر پراکنش آنها در کشور به نمایش می‌گذارد. در طول تاریخ هر یک از این گروه‌ها به سهم خود در نضج، دوام و استمرار تمدن ایران شرکت داشته و توانسته‌اند به شیوه‌های مختلف حیات سیاسی این مرز و بوم را پاس بدارند. با این حال اگر همدلی و همزیستی مسالمت‌آمیز و برادرانه را به‌عنوان قاعده‌ای کلی بر مناسبات اقوام ایران بپذیریم، در کنار این قاعده برهه‌هایی نیز وجود داشته‌است که بر روابط آنها سطوحی از تنش و منازعه تصنعی حاکمیت داشته است که یکی از مبادی آن رقابتهای میان نخبگان برای دستیابی به فرصتهای سیاسی و اجتماعی است. در این بین انتخابات به‌عنوان پدیده‌ای سیاسی-اجتماعی عرصه خوبی برای مشاهده ورود نخبگان ابزارگرا برای بهره‌گیری از مسائل زبانی و مذهبی برای جذب آراء بخشی از اقوام ایرانی به‌شمار می‌آید. این پدیده در سالهای اخیر و با گسترش فضا و جو انتخاباتی در سطوح مختلف محلی، ناحیه و ملی و تلاش داوطلبان برای کسب پیروزی در کارزار انتخاباتی رشد روزافزونی یافته است. در این میان انتخابات ریاست جمهوری با توجه به ماهیت خاص آن از نظر رقابت میان افراد و گروههای سیاسی و نیز ابعاد جغرافیایی آن در سطح ملی اهمیت فراوانی دارد. چرا که بعضاً برخی از کاندیدهای انتخابات ریاست جمهوری در راستای رسیدن به اهداف انتخاباتی و ایجاد پایگاه رأی برای خود در مسئله قومیت‌ها پا را از واقعیت‌های تاریخی و قانونی فراتر نهاده و دانسته یا نادانسته کشور را به‌سوی تنش‌ها و منازعات قومی می‌کشانند و بستر ساز چالشهای سیاسی-اجتماعی در کشور در سالهای آینده می‌شوند.

## ۲- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است و داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز آن به‌صورت مطالعات کتابخانه‌ای (کتاب، نشریات، اینترنت) گردآوری شده است. نقشه‌ها و نمودارهای

مورد نیاز این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای GIS و Excel تهیه شده است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که: استفاده ابزاری از مسائل قومی در عرصه انتخابات ریاست جمهوری به چه میزان در موفقیت کاندیداهای ریاست جمهوری مؤثر بوده است؟ و بر همین مبنا فرض پژوهش حاضر این است که: میزان رأی آوری نامزدهای ریاست جمهوری پیش از آنکه تحت تأثیر شعارهای قوم‌گرایانه باشد تحت تأثیر مسائل و متغیرهای کلان ملی و سراسری و در گام دوم متأثر از متغیر زیست بوم بوده و نگاه ابزاری به مسائل قومی در شعارهای انتخاباتی در موفقیت نامزدها کارساز نمی‌باشد.

### ۳- ادبیات نظری

#### ۳-۱- مفهوم و فلسفه انتخابات

ابتدا باید در تعریف انتخابات گفت، انتخابات سلسله اقدامات و عملیات پیوسته‌ای است که در یک محدوده‌ی جغرافیایی مشخص و در زمانی محدود و معین صورت می‌گیرد، و منجر به برگزیده شدن فرد یا افرادی و یا موضوع خاصی از سوی اکثریت مردم می‌شود (Haghighi, 1996: 3). باید گفت انتخابات به مردم یک آرمان می‌دهد، اما روش‌هایی که قوانین اساسی در همه مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، و حتی فروملی سازمان‌دهی شده‌اند در تعیین چگونگی سهم شدن و عملی کردن آرمان‌هایشان حیاتی است (Blacksell, 2010: 154). شواهد زیادی وجود دارد که مشارکت سیاسی، در همه سطوح بر اساس پایگاه اجتماعی، اقتصادی، تحصیلات، سن، شغل، قومیت، ناحیه، محل سکونت، شخصیت و محیط سیاسی یا سرزمین‌هایی که در آن مشارکت صورت می‌گیرد ناهمانند است (Naghibzadeh, 1994: 112). انتخابات در نظام‌های دموکراتیک سه کارکرد اصلی دارد که عبارتند از: تعیین حکومت‌گران، کلی قدرت عمومی (Kaviani Rad, 2007: 486). در این بین باید اشاره کرد می‌توان از مقوله انتخابات و مجموعه‌ی کنش‌ها و واکنش‌های آن اتفاقات جامعه را تحلیل نمود. به عبارتی انتخابات یک سنجه خوب برای تغییرات اجتماعی است، زیرا مستقیماً بخش بزرگتری از جمعیت را در مقایسه با دیگر آزمایش‌های افکار عمومی درگیر می‌کند. به بیان ساده‌تر انتخابات می‌تواند

شکاف‌های اجتماعی اصلی را نشان دهد و تصویری روشن از چگونگی دگرگونی‌های مناطق ارائه کند (Blacksell, 2010: 162). می‌توان گفت در گذار از شیوه‌های حکومتی دوران کهن به دوران دموکراسی در عصر مدرنیته سه مفهوم به هم وابسته ملت، حکومت و سرزمین در هم آمیخته و جدایی‌ناپذیر شدند. جدایی‌ناپذیری سه مفهوم «ملت»، «حکومت» و «سرزمین» ناشی از رابطه‌ای میان این سه است که در مقام یک مکانیزم یا عامل به حرکت در آورنده همیشگی، اراده ملت را برای اداره سرزمین به حکومت منتقل می‌کند. «ملت» اراده خود را از راه دموکراسی و انتخابات به حکومت منتقل می‌کند و حکومت را یاری می‌دهد که توسط دولت‌های انتخاب شده که رکن اجرایی حکومت است، کار اداره «سرزمین» را پیگیری نماید. از سوی دیگر، دموکراسی و انتخابات از آن روی در مباحث جغرافیای سیاسی می‌گنجد که به اصل جدایی‌ناپذیری سه پدیده یا عنصر تشکیل دهنده: ملت، حکومت و سرزمین مربوط می‌شود (Mojtahedzadeh and Hafeznia, 2008: 4). عرصه انتخابات عرصه بروز موضوعات و مسائل مهمی است که دارای بسترهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در یک کشور است که متناسب با شرایط جغرافیایی و فرهنگی خاص آن مطرح می‌شود. یکی از چنین مواردی مسائل قومی است که بحث استفاده ابزاری از آن در عرصه رقابتهای انتخاباتی مورد توجه صاحب‌نظران است.

### ۲-۳- ابزارگرایان و قوم‌گرایی در انتخابات

ابزارگرایان از این نگرش دفاع می‌کنند که نخبگان برای کسب پشتیبانی از موقعیت خود ستیزه‌های قومی را دامن می‌زنند. بر این اساس دعاوی و تقاضاهای قومی قبل از آنکه اعضا و نفرات قوم از تمام آن آگاهی داشته باشند، به وسیله نخبگان برآورده شده و تحت قاعده درآمده است و توده‌های قومی تنها مجاز هستند قواعد رهبران را بپذیرند (Maqsoudi, 2011: 217). نقطه اتکای این نظریه بر نقش نخبگان در بسیج قومی قرار دارد که در سه طیف رهبران، روشنفکران و فعالان قومی ایفای نقش می‌کنند (Esman, 2004: 63-65). یکی از نظریات مهم در این زمینه، نظریه پل‌آر.براس می‌باشد که دلالت ضمنی آن این است که رهبران و نخبگان

قومی از گروه‌های فرهنگی به‌عنوان عاملی برای بسیج توده‌ای و به‌عنوان حامیان و هواداران در رقابت بر سر قدرت، ثروت و اعتبار استفاده می‌کنند (Smith, 2004: 81). بر اساس این تئوری نخبگان قومی جنبه‌هایی از فرهنگ گروه را بر می‌گزینند و ضمن افزودن ارزشها و معانی جدید به آن، از آنها به‌عنوان نمادهایی استفاده می‌کنند (Hutchinson and Smith, 2007: 143). براس معتقد است برای آغاز فرایند دگرگونی بر: ۱- وجود تفاوت‌های فرهنگی در یک گروه خاص، ۲- رقابت نخبگان برای رهبری گروه قومی یا تسلط بر منابع متنوع ملموس و یا غیرملموس، ۳- وجود ابزارهایی برای تبادل نهادهای برگزیده هویت با دیگر طبقات اجتماعی در درون گروه قومی، ۴- وجود جمعیت بسیج شده اجتماعی که نهادها بتوانند به آنها انتقال یابند، ۵- فقدان شکاف طبقاتی شدید یا موانع دیگر در تبادلات نخبگان با دیگر طبقات گروه‌های اجتماعی تأکید دارد. براس به رشد نرخ سواد، گسترش رسانه‌های جمعی، به‌ویژه روزنامه، استاندارد شدن زبان‌های محلی، وجود کتب به زبان‌های محلی و دسترسی به مدارس در جایی که آموزش و پرورش به زبان بومی است، اشاره می‌کند و آنها را از جمله عوامل ضروری برای پیشبرد این نوع ارتباطات و تبادل بین طبقاتی برمی‌شمارد. وی وجود نخبگان مذهبی محلی و تعلیم و تربیت محلی را از جمله دیگر تسهیل‌کنندگان بسیج اجتماعی اقوام می‌داند (Ozkrimli, 2004: 137-140). بنابراین جنبشهای منطقه‌ای قومی به احتمال زیاد در مناطقی شکل می‌گیرند که نهادهای فرهنگی قومی به‌خوبی شکل گرفته‌اند (Hutchinson and Smith, 2007: 286-287).

### ۳-۳- انتخابات ریاست جمهوری ایران

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تا ۱۳۹۲، جمعاً ۳۲ بار به آرای مردم مراجعه شده‌است که یازده مورد از این موارد مربوط به انتخابات ریاست جمهوری است (Montakhabnews.ir). 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 (Office of Deputy for Legal and Parliament Affairs, Presidential Office, 2009: 10). در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در قالب 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 (Rabiei, 2001: 307).

جدول شماره ۱: مشخصات انتخابات ریاست جمهوری در ایران

نام دوره	تاریخ برگزاری	شمار ثبت نام کنندگان	واجدین شرایط رای به میلیون	درصد مشارکت	رئیس جمهور برگزیده	آراء رئیس جمهور 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	سیدعلی خامنه‌ای	%۹۵
دور چهارم	۲۵/۵/۶۴	۵۰	۲۶/۰۰۰	۷۸/۵۴	۱۲۲۰۵۰۱۲	سیدعلی 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

Kaviani Rad, 2013: 213

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

#### ۴-۳- جریان‌های سیاسی

هر یک از جریان‌ها، گروه‌ها و جناح‌های سیاسی ایران، اردوگاهی هستند که آرای رویکردهای سیاسی گوناگونی را در خود جای می‌دهند. اردوگاه‌هایی نه چندان همبسته که مرزهای تعریف شده‌ای با رقبا ایجاد نکرده‌اند (Darabi, 2009: 33). باید گفت رفتار انتخاباتی در ایران، تحت تأثیر فضای فکری، اجتماعی، اقتصادی و هیجانی فرد و جامعه شکل می‌گیرد. به دیگر سخن هر اندازه، نهادهای مدنی در ابعاد آموزشی، فرهنگی و دادن آگاهی در قالب تشکل‌ها و رسانه‌ها افزایش یابند مردم از کُنش معطوف به احساسات و مشارکت‌های توده‌ای و غیرنهادی دوری می‌جویند و مشارکت آنها ماهیتی راهبردی و خردورزانه می‌یابد (Kaviani Rad, 2013: 157). در انتخابات ایران و پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۷۶ و طرح گفتمان توسعه سیاسی، جامعه مدنی، مردم‌سالاری، حاکمیت قانون، آزادی بیان و ... حوزه قدرت و سیاست دستخوش تحولات گوناگونی شد. البته هرچند طرح چنین گفتمانی نتوانست به نهادینه شدن (احزاب) در انتخابات بیانجامد، ولی توانسته به هنگام برگزاری انتخابات به انسجام گروه‌های سیاسی موجود که تا حدودی کارکرد حزبی دارند، کمک کند (Eftekhari, 2001: 233). در مجموع باید گفت تدوین شناسه‌های همگون و ناهمگون جریان‌های سیاسی ایران تحت عنوان اصلاح‌طلب و اصول‌گرا دشوار است، زیرا هرکدام طیف متفاوت و گسترده‌ای از باورهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی را پیگیری می‌کنند. با وجود این به نظر می‌رسد که اصلاح‌طلبان درباره آزادی‌های احزاب سیاسی و مدنی طرفدار این آزادی‌ها در چارچوب قانون هستند. ولی در بین اصول‌گرایان نظر واحدی در این زمینه وجود ندارد. نکته دیگر آنکه در شهرهای در شهرهای بزرگ بر خلاف شهرهای کوچک به دلیل کم‌رنگی نقش محلی‌گرایی و طایفه‌محوری معمولاً گروه‌های مرجع در قالب احزاب و تشکل‌های سیاسی که تحت عنوان کلی اصول‌گرا و اصلاح‌طلب از آنها یاد می‌شود در جهت‌دهی به آراء نقش جدی دارند (Kaviani Rad, 2013: 162). دو قطبی بودن فضای سیاسی جامعه ایران که خود متأثر از عوامل عدیده‌ای است که همواره در انتخابات به‌ویژه انتخابات ریاست جمهوری، شهروندان را به دو گروه خودی و غیرخودی تقسیم نموده است و این پدیده سبب گردیده تا اکثریت رأی‌دهندگان فارغ از هرگونه توجه به کاندیدهای دیگر در انتخابات ریاست جمهوری

کاندید نهایی اصولگرایان و اصلاح‌طلبان را در رأی دادن لحاظ نمایند. از این رو می‌توان اشاره نمود که در کشور ایران علی‌رغم دشوار بودن ترسیم خطوط مشخص و قطعی در رابطه با حامیان اصول‌گرا و اصلاح‌طلب، اما باید پذیرفت تا حدود قابل توجهی این تقسیم‌بندی سیاسی بر کنش و واکنش‌های انتخاباتی کشور تأثیر گذار است. آن‌گونه که داده‌ها و پراکندگی آرای ادوار اخیر انتخابات نشان می‌دهند، در مناطق حاشیه‌ای و استان‌هایی که گروه‌های زبانی و قومیتی اقلیت در آن‌ها ساکن هستند گرایش به سمت کاندیدای اصلاحات بیشتر است.<sup>۱</sup>

### ۳-۵- استفاده ابزاری نخبگان از اقوام در ایران

در شرایط طبیعی که به‌صورت یک سنت تاریخی در جامعه ایرانی وجود داشته است، مسئله و مشکلی به نام ناساگازی اقوام ایرانی، مانند بسیاری از کشورهای جهان، وجود ندارد. اما مشکل در حدیث مدعیان است که هر از گاهی در بخشی از میهن ما ترجیح‌بند همیشگی را تکرار می‌کنند و می‌خواهند منافع خود را دنبال کنند (Khoobrooy pak, 2012: 217). برای مثال حزب توده و بسیاری گروه‌های مطالبه‌گر و معاند که منافع خود را در تجزیه ایران می‌دیدند و همواره از فرصت‌ها و بسترهای ایجاد شده نهایت بهره را می‌بردند. ایران را کشوری کثیرالمله معرفی می‌کردند و از ستم ملی سخن گفته به‌طوری که گویی تمام حکومت‌های بزرگ و کوچکی که در ایران حکومت کرده‌اند فقط یک هدف داشته‌اند و آن ترجیح قومی به قوم دیگر بوده است (Ibid: 219). جان کلام آنکه در اینکه اقوام مختلف در ایران سکونت دارند جای تردید نیست. اما، نخبگان محلی به‌ویژه غربت‌نشینان آنچنان راجع به گروه‌های گوناگون قومی و اقلیت بودن آنان داد سخن می‌دهند که دیدار با ایرانی غیروابسته به گروه قومی یا اقلیتی، کم دارد به آرزویی حسرت‌آور تبدیل می‌شود (Khoobrooy Pak, 2007: 171). برای مثال در ایران بحث درباره فدرالیسم بیشتر از آنچه مورد درخواست گروه‌های قومی باشد محدود به نخبگانی شده است که خود را برگزیده گروه‌های قومی می‌دانند. اغلب اینها به دام اغراق و مبالغه در مورد محلی‌گرایی افتاده‌اند و به گفته هابس باوم گرفتار پیش ملی‌گرایی خلقی و مردمی هستند (Ibid: 172). در بدترین مفروض نخبگان در پشتیبانی از موقعیت

۱- برای کسب اطلاعات بیشتر به نقشه‌های پراکندگی آرای نامزدها، که در همین پژوهش آمده است مراجعه شود.



خود به تقلیل جایگاه قومیت‌ها به‌مثابه یک ابزار سیاسی به چالش‌های قومی دامن می‌زنند از این منظر مطالبات قومی قبل از آنکه از سوی توده‌ها مطرح شود به‌وسیله نخبگان پرداخته می‌شوند. و مجدداً با ادعا، تکرار، سرایت و تصویرسازی به‌عنوان زبان حال اقوام بیان می‌گردد. حمید احمدی فراتر از دیدگاه حاضر با افزودن نخبگان غیرقومی به این مجموعه معتقد است ناسیونالیسم قومی به‌عنوان یک ایدئولوژی از بسیاری جنبه‌های ناشی از فعالیت‌های نخبگان قومی و غیرقومی است. نخبگان در جریان رقابت و مبارزات خود برای کسب قدرت سیاسی به طرح اختلافات زبانی، مذهبی، فرهنگی و قومی می‌پردازند و از آنها به‌عنوان منابع جلب حمایت به‌منظور نیل به اهداف خود استفاده می‌کنند (Ahmadi, 2004: 169-170). البته مبارزه نخبگان برای کسب قدرت سیاسی نتیجه دور از انتظار دیگری نیز به بار می‌آورد که با اهداف اولیه آنها در تضاد است و آن اینکه در برخی موارد نخبگان تصمیم می‌گیرند امتیازهای سیاسی و یا مادی پیشنهادی دولت را بپذیرند و اهداف مقدس خود را رها کنند این پدیده از معضلات حرکت‌های قومی معاصر در سراسر جهان است (Ibid: 240). در برخی موارد نخبگان از نابرابری‌های اقتصادی موجود میان مناطق استفاده می‌کنند تا اقوام و اقلیت‌ها را به‌منظور دست یافتن به اهداف سیاسی بسیج کنند (Ibid: 117).

#### ۴- یافته‌های تحقیق

داده‌های جمع‌آوری شده در رابطه با موضوع پژوهش گویای آن است که در انتخابات ریاست جمهوری ایران به‌ویژه از سال ۱۳۸۴ بدین سو موجی از شعارهای قومیتی روانه کارزارهای انتخاباتی شده‌است. در این میان برخی از کاندیداها به گواه اسناد و مدارک موجود در این زمینه پرچم‌دار طرح این‌گونه شعارها بوده‌اند. در ادامه تلاش شده‌است به تفکیک ۳ دوره انتخابات ریاست جمهوری در سال‌های ۱۳۸۴، ۱۳۸۸ و ۱۳۹۲ شعارهای مذکور مورد بازخوانی قرار گیرند و با نتایج آرای مردمی که حاکی از میزان تأثیر این‌گونه شعارها در کسب رأی برای آنها بوده است مقایسه گردند.<sup>۱</sup>

۱- منظور از چنین نامزدهایی آنهایی هستند که محور شعارها و تلاشهای آنها را شعارهایی مبتنی بر طرح خواسته‌های واقعی یا ساختگی قومیتی تشکیل داده است. البته دیده شده است که آنها شعارهای سراسری هم داشته‌اند همچنان‌که گاهی نامزدهای دیگر هم برای کسب هرچه بیشتر رأی مسائل قومی را مطرح می‌کنند.

#### ۱-۴- انتخابات سال ۱۳۸۴

نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری با حضور و رقابت آقایان، محمود احمدی‌نژاد، مهدی کروبی، محمد باقر قالیباف، علی لاریجانی، محسن رضایی، اکبر هاشمی رفسنجانی، محسن مهرعلیزاده و مصطفی معین آغاز شد. محمود احمدی‌نژاد، محسن رضایی، علی لاریجانی و محمد باقر قالیباف از جناح اصول‌گرا و اکبر هاشمی رفسنجانی با جلب حمایت بخشی از دو طیف اصول‌گرا و اصلاح‌طلب از یک‌سو و از سوی دیگر حضور مصطفی معین، مهدی کروبی و محسن مهرعلیزاده از جناح اصلاح‌طلب نشان‌دهنده نوعی ناهماهنگی و اختلاف دیدگاه درباره اجماع بر سر یک نامزد در هر دو جناح بود. توضیح بیشتر آنکه آشکارترین نمود فضایی رفتار سیاسی شرکت‌کنندگان در مرحله نخست انتخابات نهم ماهیت زادبوم‌محور بودن آراء بود. بر این اساس می‌توان گفت جذابیت هیچ یک از نامزدها آنقدر نبود که بر احساس محلی‌گرایی در استانی که خودش نامزد بومی داشت غلبه کند (Kaviani Rad, 2013: 199).

#### ۱-۱-۴- شعارهای قومیتی سال ۱۳۸۴

در انتخابات سال ۱۳۸۴ سه کاندید انتخابات ریاست جمهوری یعنی آقایان مهدی کروبی، مصطفی معین و محسن مهرعلیزاده که هر سه از جناح اصلاح‌طلب نامزد شده بودند، در فرایند تبلیغات همواره با سر دادن شعارهای قومیتی سعی بر کسب رأی داشتند. اگرچه در برخی نواحی حاشیه‌ای توانستند پایگاه رأی مناسبی برای خود ایجاد نمایند اما در قالب ملی این‌گونه شعارها با اقبال اکثریت روبه‌رو نگردید و این کاندیدها در برابر دیگر رقبا میزان کافی رأی به‌دست نیاوردند. در انتخابات سال ۱۳۸۴ به گواه اسناد و مدارک معتبر شعارهایی از سوی نامزدهای مذکور سر داده می‌شد که وحدت و همبستگی ملی را تهدید می‌کرد و دستاویزهای مناسبی برای فرصت‌طلبان و دشمنان فراهم می‌کرد. شعارهایی مانند: دفاع از حقوق اقلیت‌های مذهبی و قومیت‌ها و وعده به‌کارگیری اقلیت‌ها و قومیت‌ها در دولت از جمله آنهاست که در جدول به برخی از این نوع از شعارها پرداخته می‌شود.

جدول شماره ۲: شعارهای قوم‌گرایانه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴

نامزد	شعارهای قوم‌گرایانه به‌همراه منبع
مه‌ادی کروبی	<p>- وعده تشکیل کمیته ۱۵ قانون اساسی در ستاد کربوی و تصمیم بر استفاده از صاحب‌نظران قومیت‌های مختلف (Shargh Newspaper Archive, No. 481: page 4).</p> <p>پیگیری و اجرای اصول معطل ماندهی قانون اساسی نظیر دفاع از حقوق قومیت‌ها و اقلیت‌های مذهبی ( Shargh Newspaper Archiv, No. 490: page 4).</p> <p>- کربوی در جمع مردم مازندران گفت: در کابینه‌ام از نیروهای مازندران، استفاده خواهم کرد و با اشاره به محرومیت استان مازندران گفت خدا را شاهد می‌گیرم اگر پیروز شوم، برای مازندران برنامه ویژه خواهم داشت ( Keyhan Newspaper Archive, No. 182500: page 14).</p> <p>- دولت مرکزی باید از اقوام مختلف تشکیل شود تا هریک از این اقوام به‌صورت جداگانه احساس هویت کنند (Keyhan Newspaper Archive, No. 182501: page 14).</p>
مصطفی مبین	<p>- در دولت من شیعه و سنی یکسان هستند و در کابینه من از تمام استان‌ها و از همه اقلیت‌ها و قومیت‌ها اعم از کرد، لر، بلوچ، ترک و ... استفاده می‌شود (Shargh Newspaper Archive, No. 493: page 4).</p> <p>- دولت من متشکل از تمام قومیت‌ها خواهد بود (Shargh Newspaper Archive, No. 494: page 4).</p> <p>- برای استفاده از نیروهای حذف شده اقوام و مذاهب به عرصه انتخابات آمده‌ام ( Eghbal Newspaper Archive, No. 87: page 4).</p> <p>- از قومیت‌ها در تمامی سطوح مدیریتی استفاده خواهم کرد، من مخالف این هستم که تنوع قومی و موضوع اقوام یک مولود خدشه‌آور بر امنیت ملی است (Eghbal Newspaper Archive, No. 87: page 4).</p> <p>- رئیس برنامه‌های من دفاع از حقوق برابر همه اقوام و مذاهب کشور است (Eghbal Newspaper Archive, No. 91: page 2).</p>
محسن مهرعلیزاده	<p>- حقوق اقلیت‌ها موضوعی جهانی است، و ما باید بر موج جهان سوار شویم، اقتدار دول من در تنوع اقوام و اقلیت‌های مذهبی است، امیدوارم شایستگی محبت اقلیت‌های قومی را داشته باشم، کردها فرزندان غیور صلاح‌الدین ایوبی هستند. ورود من به انتخابات جبران حقوق تضعیف شده اقوام مذاهب و سایر گروه‌هاست ( Eghbal Newspaper Archive, No. 87: page 4).</p> <p>- در جامعه فعلی ما اقوام و مذاهب جزء مجرمین محسوب می‌شوند ( Eghbal Newspaper Archive, No. 97: page 4).</p> <p>- نگاه امنیتی به قوم‌ها علاوه بر تعارض با وحدت ملی مانع شکوفایی توانایی‌ها و احساس تعلق خاطر شهروندان به حاکمیت می‌شود (Shargh Newspaper Archive, No. 484: page 4).</p> <p>باید به زبان آداب و رسوم، هنر و گذشته هر قوم که هویت هر قوم است احترام گذاشته شود (Shargh Newspaper Archive, No. 486: page 4).</p> <p>ایران از لحاظ وجود قومیت‌های مختلف مانند پازلی است که باید برای هر قوم در جای خود احترام قائل شد (Shargh Newspaper Archive, No. 489: page 4).</p> <p>- بر اساس ظرفیت قانون اساسی باید بدون تعارف حقوق و اقلیت‌ها را به رسمیت بشناسیم چرا که امنیت ملی ما بر اساس حفظ حقوق اقلیت‌هاست (Shargh Newspaper Archive, No. 492: page 4).</p> <p>- نگاه متفاوت به اقلیت‌ها موجب کدورت و نارضایتی و در نهایت نا امنی می‌شود (Shargh Newspaper Archive, No. 493: page 4).</p> <p>- ستارخان افتخار آذربایجان است، ستارخان بی‌دلیل سردار ملی ایران نام نگرفت، نام ستارخان به بلندای نام ایران است (Mardomsalari Newspaper Archive, No. 964: page 3).</p>

## ۲-۱-۴- نتایج نهایی انتخابات ۱۳۸۴

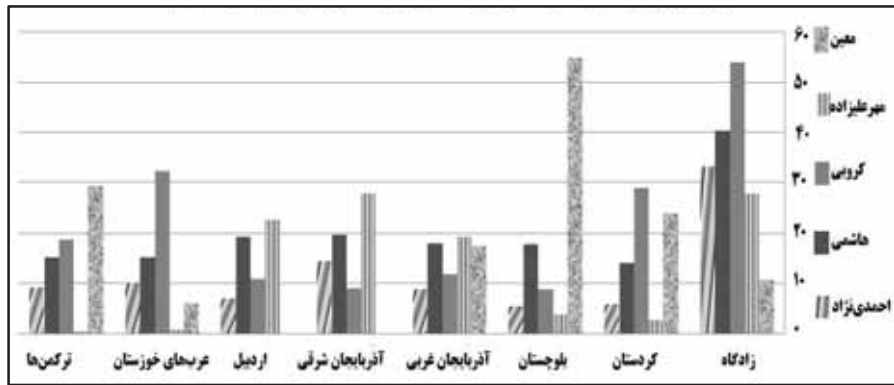
با برگزاری انتخابات در ۲۷ خرداد ۱۳۸۴ هاشمی رفسنجانی با ۶۲۱۱۹۳۷ رأی و محمود احمدی نژاد با ۵۷۱۱۶۹۶ رأی رتبه‌های اول و دوم را به خود اختصاص دادند. از آنجا که حائز اکثریت آراء نشده بودند انتخابات به دور دوم کشیده شد و در آن انتخابات محمود احمدی نژاد با ۱۷۲۴۸۷۸۲ رأی از مجموع ۲۷ میلیون و ۹۵۹ هزار و ۲۵۳ رأی به ریاست جمهوری انتخاب شد. نکته آنکه هیچ یک از سه کاندید که محور شعارهای قوم‌گرایانه بودند نتوانستند رأی اکثریت را به سوی خود جلب نمایند و به دیگر سخن اگرچه شعارهایی که در بالا آمد قطعاً آسیب‌هایی داشته و در آینده نیز خواهد داشت ولی ایشان به هدف خود که همانا رسیدن به قدرت بود، نرسیدند. در ادامه با اشاره به میزان آرای پرچم‌داران شعارهای قوم‌گرایانه و ملی به نمایش تفاوت اقبال عمومی به ایشان می‌پردازیم.

جدول شماره ۳: میزان موفقیت نامزدها در مناطق زبانی - مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه و

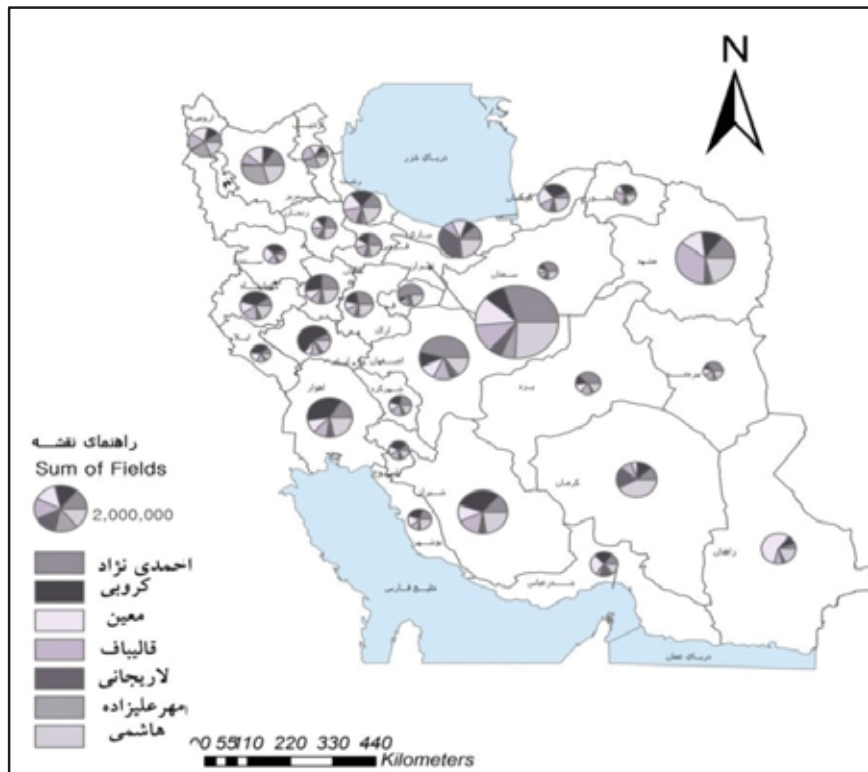
شعارهای ملی در سال ۱۳۸۴ بر حسب درصد

شعار	نام نامزد	استان بومی	کردستان	بلوچستان	آذربایجان غربی	آذربایجان شرقی	اردبیل	عرب‌های خوزستان	ترکمن‌ها
شعارهای قوم‌گرایانه	معین	۱۰/۶۸	۲۴/۰۸	۵۴/۷۹	۱۷/۴۱	۱۳/۹۱	۱۳/۶۴	۶/۱۴	۲۹/۱۷
	مهرعلیزاده	۲۷/۶۹	۲/۶۶	۳/۸۴	۱۹/۳۳	۲۷/۶۹	۲۲/۶۵	۰/۷۵	۰/۴۳
	کروبی	۵۳/۹۴	۲۸/۸۴	۸/۸۱	۱۱/۸۲	۸/۹۲	۱۰/۹۵	۳۲/۱۸	۱۸/۷۶
شعارهای ملی	هاشمی	۴۰/۳۲	۱۴	۱۷/۷۴	۱۷/۹۶	۱۹/۶۷	۱۹/۴۰	۱۵/۱۶	۱۵/۲۵
	احمدی نژاد	۳۳/۱۶	۵/۷۹	۵/۴۶	۸/۹۳	۱۴/۵۱	۶/۹۳	۱۰/۱۱	۹/۱۹

State Ministry of Iran, Election Office, 2014



نمودار شماره ۱: میزان موفقیت نامزدها در مناطق زبانی-مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه در سال ۱۳۸۴ برحسب درصد



نقشه شماره ۱: پراکندگی آرای نامزدهای انتخابات سال ۱۳۸۴ (ترسیم: نگارندگان بر پایه آمار وزارت کشور)

### ۳-۱-۴- تحلیل یافته‌های انتخابات سال ۱۳۸۴

یافته‌های انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴ نشان می‌دهند که موجی از شعارهای قومیتی و اتهام‌ها به نظام جمهوری اسلامی ایران در مورد کوتاهی در حق اقلیت‌های قومی و مذهبی و غصب حقوق آنها از زبان نامزدهایی سر داده شد که نه افرادی خارج از چارچوب نظام، بلکه خود از مهره‌های کلیدی نظام بودند. در این بین همان‌گونه که در جدول شماره ۲ شعارها آمد، اشاره به برخی مطالب نااثواب و ناروا چون «در جامعه فعلی ما اقوام و مذاهب جزء مجرمین محسوب می‌شوند ( Eghbal Newspaper Archive, No. 97, June 2005: 2). موجب شگفتی بود. همچنین مطابق نتایج نهایی انتخابات آنچه بر همگان مبرهن گردید، عدم اقبال عمومی به این‌گونه شعارها و سخنان حتی در بخش‌های حاشیه‌ای کشور بود. نکته آنکه اگرچه آقای مصطفی معین در استان سیستان و بلوچستان حائز اکثریت آراء و یا آقایان کروبی و مهرعلیزاده در مناطق زادبومی آرای قابل توجهی را کسب نمودند اما باید تأکید کرد که بخش عمده‌ای از این آراء در مقوله رأی به جناح سیاسی آقای معین و همچنین تأثیر جستار زادبوم بر پایگاه رأی نامزدها مربوط می‌شد.

### ۲-۴- انتخابات سال ۱۳۸۸

دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در تاریخ ۲۲ خرداد ۱۳۸۸ برگزار شد. در این انتخابات، هفتمین رئیس جمهور کشور برای دوره‌ای چهارساله برگزیده شد. مناسبات قدرت، رویکرد احزاب و جریان‌های سیاسی، موقعیت بین‌المللی ایران، نگرش گروه‌های مرجع، سفرهای استانی رئیس جمهور مستقر آقای محمود احمدی‌نژاد، برآمدن رقبای جدی، نگاه نقادانه رقبای، نقش گروه‌های نفوذ، ناکارآمدی جستار زادبوم، مشارکت ۸۵ درصدی و ... رقم خوردن نتایج انتخابات مؤثر بودند. از بین نامزدهای انتخابات در نهایت شورای نگهبان صلاحیت چهارنفر یعنی آقایان محمود احمدی‌نژاد، محسن رضایی، میرحسین موسوی و مهدی کروبی را تأیید کرد. بر پایه برآوردهای انجام شده

بیش از ۴۶ میلیون نفر واجد شرایط رأی‌دهی اعلام شدند که از آن میان نزدیک به ۴۰ میلیون نفر در انتخابات شرکت کردند (Kaviani Rad, 2013: 199). در این دوره محمود احمدی‌نژاد و محسن رضایی از جناح اصول‌گرا و میرحسین موسوی و مهدی کروبی از جناح اصلاح‌طلب نامزد شده بودند. نتایج این دوره از انتخابات در مورد آقایان مهدی کروبی و محسن رضایی که انتظار می‌رفت در استان‌ها و مناطق گرنشین (زادبوم ایشان) آرای قابل توجهی داشته باشند، ناکارآمدی جستار زادبوم را به تصویر کشید.

#### ۱-۲-۴- شعارهای قومیتی سال ۱۳۸۸

در انتخابات سال ۱۳۸۸ آقای مهدی کروبی که در دوره پیشین انتخابات ریاست جمهوری نیز به شعارهای قومیتی پرداخته بود، در فرایند تبلیغات برای جلب نظر گروه‌های مذهبی و زبانی تلاش‌های فراوانی را انجام داد. به دیگر سخن آقای کروبی در جریان این انتخابات و در رقابت با ۲ ایدئولوژی فراگیر اصول‌گرایی و اصلاحات که هر کدام برای خود کاندیدایی دیگر داشتند راه را برای پیروزی در انتخابات در تأکید بر شعارهای قومیتی و اقلیتی می‌دیدند. البته در این فرایند آنگونه که نتایج نشان داد، ایشان نتوانست نواحی زبانی و مذهبی را در کسب رأی با خود همراه نماید. در جدول شماره ۴ به برخی از شعارهای مطرح شده از سوی ایشان اشاره می‌شود.

جدول شماره ۴: شعارهای قوم‌گرایانه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸

نامزد	شعارهای قوم‌گرایانه به‌همراه منبع
مهری کروی	<p>- احیای حقوق اقلیت‌ها قومی، احیای حقوق فراموش شده مردمی است که خود را متعلق به ایران و ایران را متعلق به خود می‌داند. در بیانیه شماره ۴ به اقلیت‌ها وعده مشارکت در قدرت و ثروت می‌دهد. انتخابات رفراندوم مطالبات حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی است. مشارکت اقلیت‌های قومی و مذهبی امکان توسعه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی این مناطق را افزایش خواهد داد. در اداره کشور باید از همه نیروهای تواتمند اعم از شیعه و سنی و از جمله اقوام گوناگون بهره‌مند شد. شهروندان چه شیعه و چه سنی نباید مورد بی‌مهری قرار گیرند ( Etemade Meli Newspaper Archive, No. 943: page 5).</p> <p>- با توجه به گستره جغرافیایی زبان ترکی اختصاص یک شبکه تلویزیونی سرتاسری به این زبان جزو برنامه‌های ماست ( Etemade Meli Newspaper Archive, No. 937: page 3).</p>

#### ۲-۲-۴- نتایج نهایی انتخابات ۱۳۸۸

با برگزاری انتخابات سال ۱۳۸۸ بر اساس آمارهای رسمی وزارت کشور بیش از ۸۵ درصد واجدین شرایط در انتخابات شرکت نمودند که در این انتخابات محمود احمدی‌نژاد با ۲۴ میلیون و ۵۲۵ هزار و ۴۹۴ رأی نفر اول و پیروز انتخابات شد.

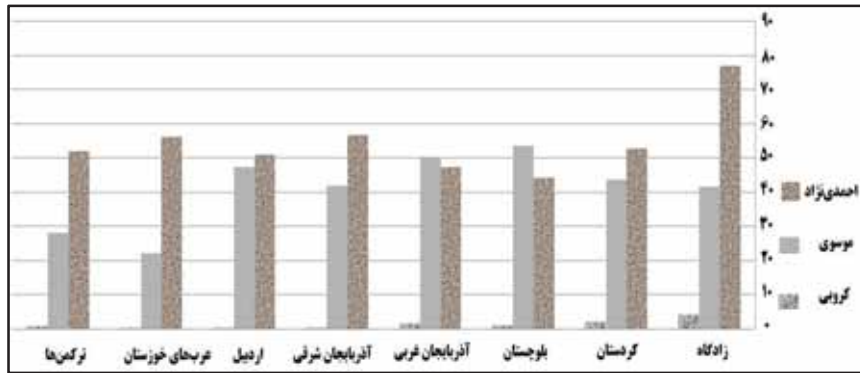
جدول شماره ۵: میزان موفقیت نامزدها در مناطق زبانی- مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه و

شعارهای ملی در سال ۱۳۸۸ بر حسب درصد

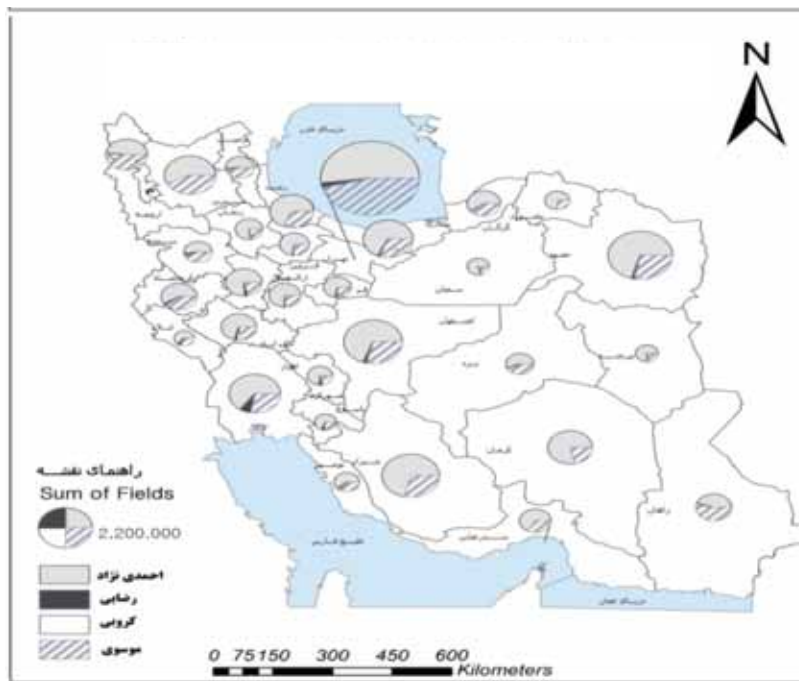
شعار	نام نامزد	استان بومی	کردستان	بلوچستان	آذربایجان غربی	آذربایجان شرقی	اردبیل	عرب‌های خوزستان	ترکمن
شعارهای قوم‌گرایانه	کروی	۴/۴۷	۲/۳۱	۱/۲۸	۱/۶۶	۰/۳۶	۰/۳۶	۰/۳۹	۰/۹۴
شعارهای احمدی‌نژاد	احمدی‌نژاد	۷۷	۵۲/۷۵	۴۴/۲۴	۴۷/۴۷	۵۶/۶۹	۵۱/۱۱	۵۶/۳۴	۵۲/۱۲
ملی	موسوی	۴۱/۶۷	۴۳/۷۴	۵۳/۷۹	۴۹/۹۵	۴۲/۰۹	۴۷/۴۹	۲۲/۱۸	۲۸/۳۳

State Ministry of Iran, Election Office, 2014





نمودار شماره ۲: میزان موفقیت نامزدها در مناطق زبانی - مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه و شعارهای ملی در سال ۱۳۸۸ برحسب درصد



نقشه شماره ۲: پراکندگی آرای نامزدهای انتخابات سال ۱۳۸۸ (ترسیم: نگارندگان بر پایه آمار وزارت کشور)

### ۳-۲-۴- تحلیل یافته‌های انتخابات سال ۱۳۸۸

در انتخابات سال ۱۳۸۸ آقای مهدی کروی علی‌رغم پرداختن به حجم عظیمی از شعارهای قوم‌گرایانه که به بخشی از آنها اشاره شد و همچنین صدور بیانیه‌ای با همین مضمون که در آرشیو روزنامه اعتماد ملی ( Etemade Meli Newspaper Archive, June 2009, No. 943: page 5) قابل ملاحظه است، نتوانست اقبال گروه‌های قومی و مذهبی را به‌سوی خود جلب نماید و در این دوره بر خلاف دوره پیشین حتی در استان زادبومی خود نیز با اقبال مواجه نشد. نکته قابل ذکر آن است که در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ مجدداً پرداختن به شعارهای قومیتی و اشاره به این موضوع که در نظام جمهوری اسلامی ایران در حق اقوام و اقلیت‌ها کوتاهی شده است، برای جلب آرای اقلیت‌ها، از سوی یکی از مهره‌های اصیل نظام و انقلاب مورد آزمایش قرار گرفت و البته به گواه اسناد و مدارک و نتایج نهایی انتخابات این بار هم استقبالی از آن نشد.

### ۳-۴- انتخابات سال ۱۳۹۲

یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری کشور در تاریخ ۲۴ خرداد با حضور ۷۲/۷ درصد واجدان حق رأی برگزار شد. در این دوره شورای نگهبان صلاحیت هشت کاندید، آقایان حسن روحانی، محمدباقر قالیباف، سعید جلیلی، محسن رضایی، علی اکبر ولایتی، محمد غرضی، غلامعلی حداد عادل و محمدرضا عارف را تأیید نمود. در این دوره از انتخابات، جبهه اصلاحات با توجه به تجربیات برخاسته از دوره‌های نهم و دهم و نتیجه نظرسنجی‌ها محمدرضا عارف نامزد خود را به‌نفع حسن روحانی کنار کشید و به جریان تردید برخاسته از حضور دو کاندیدای 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 پرانتقاد 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 خطاپذیری 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 (Kaviani Rad and Rahimi, 2013: 10).

### ۱-۳-۴- شعارهای قومیتی سال ۱۳۹۲

در انتخابات سال ۱۳۹۲ به گواه اسناد و مدارک موجود این بار برجسته‌ترین سردهنده شعارهای قوم‌گرایانه آقای محسن رضایی بود. ایشان در جریان تبلیغات انتخاباتی ۱۳۹۲ با انتشار جزوات فراوان در رابطه با طرح فدرالیسم اقتصادی اجرای آن را ناظر بر تحقق حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی دانستند (Rezaei, 2012: 171 and [www.iranbon.ir](http://www.iranbon.ir)).

همچنین ایشان با تأکید بر برخی تفاوت‌های اقتصادی مرکز پیرامون و به‌ویژه مناطق محروم مرزی و استان‌های حاشیه‌ای که دارای بالاترین ناهمگونی قومی هستند و اکثراً نیز دارای دنباله‌های فرامرزی هستند، فضای انتخابات را رنگ و بوی قومیتی بخشیدند. در ادامه به‌صورت مبسوط به برخی از شعارها و رفتارهای قوم‌گرایانه آقای رضایی اشاره می‌گردد. البته در این فرایند آن‌گونه که نتایج نشان داد، ایشان نتوانست نواحی زبانی و مذهبی را در کسب رأی با خود همراه نماید. در ادامه به برخی از شعارهای مطرح شده از سوی ایشان اشاره می‌شود.

جدول شماره ۶: شعارهای قوم‌گرایانه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲

نامزد	شعارهای قوم‌گرایانه به همراه منبع
محسن رضایی	<p>- اعطای حقوق اقوام ایرانی در چارچوب قانون اساسی از طریق اجرای فدرالیسم اقتصادی ( Official Website of Mohsen Rezaei (federalism pdf) mrezaei.ir).</p> <p>- حضور محسن رضایی در استادیوم ورزشی شهر تبریز و تماشای بازی تیم تراکتورسازی در چارچوب رقابت‌های جام باشگاه‌های آسیا (Official Website of Mohsen Rezaei (News Section) mrezei.ir).</p> <p>- اعلام کاندیداتوری محسن رضایی در شهرستان دیواندره کردستان که ناظر بر شعارهای قومیتی می‌باشد (Official Website of Mohsen Rezaei (News Section) mrezei.ir).</p> <p>- سخنرانی در ایرانشهر در خصوص وضعیت حقوق اقوام ایرانی و انتخاب وزیر اهل تسنن (iranban.ir).</p> <p>- برگزاری همایش زاگرسی‌های مقیم البرز با حضور اقوام لر و کرد در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج که رضایی در بخشی از سخنان خود در این همایش با اشاره به مشکلات کنونی کشور اظهار داشت که: از سال آینده با حضور قومیت‌های مختلف در کشور شاهد برطرف کردن این مشکلات خواهیم شد (titre1.ir).</p> <p>- ساماندهی و ظرفیت‌سازی برای ایجاد تعاملات اقوام ایرانی با اقوام مشابه در آن سوی مرزها توجه دارد و بر تقویت همکاری‌های دیپلماتیک با کشورهای همسایه در جهت مدیریت مسائل قومی تأکید می‌کند (tabnak.ir).</p> <p>- رضایی با علم به وجود خلاءهای سیاست‌گذاری و اجرایی نسبت به اقوام، به‌ویژه در شرایط بشدت متلاطم منطقه‌ای، به یک الگوی نظری متناسب و راهبردی برای جامعه چند قومی ایران دست یافته است، که شاخص‌ترین آنها پرهیز از نگرش امنیتی به اقوام است (مندرج در سایت خبری وابسته به جریان، tabnak.ir).</p> <p>- احساس نابرابری و بی‌عدالتی قومی زمینه‌ساز شکل‌گیری سازمان‌های سیاسی قومی برای دفاع از حقوق شده است (Rezaei, 2012:173).</p>

## ۲-۳-۴- نتایج نهایی انتخابات ۱۳۹۲

در یازدهمین دوره انتخابات نزدیک به ۵۰ میلیون و پانصد هزار نفر واجد شرایط رأی‌دهی بودند که از این میان، نزدیک به ۳۶ میلیون و ۷۰۴ هزار و ۱۵۶ نفر برابر با ۷۳ درصد واجدان شرایط شرکت در انتخابات ریاست جمهوری حضور یافتند که در این انتخابات محسن رضایی با ۱۸ میلیون و ۶۵۱ هزار و ۶۶۸ رأی نفر اول و پیروز انتخابات شد. نکته آنکه آقای محسن رضایی، محمد باقر قالیباف، سعید جلیلی و علی اکبر ولایتی که تصور می‌شد رأی قابل توجهی حداقل در استان‌های بومی خود کسب نمایند که به دلیل عدم کارایی مناسب جستار زادبوم در این انتخابات موفق به کسب رأی مورد نیاز نشدند. در جدول شماره ۷ میزان آرای بومی و

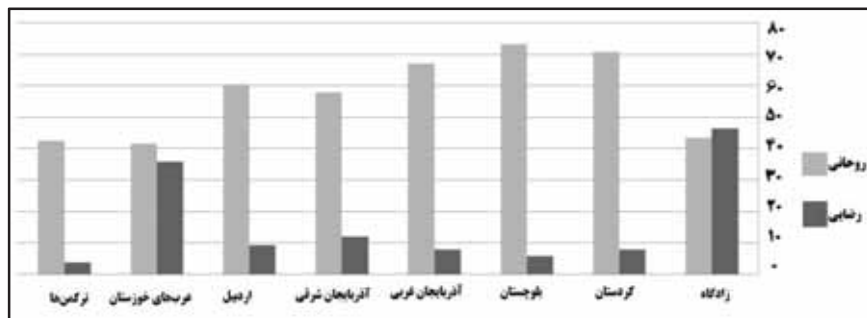
سراسری نامزدهای انتخابات ۱۳۹۲ آمده است.

جدول شماره ۷: میزان موفقیت نامزدها در مناطق زبانی- مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه و

شعارهای ملی در سال ۱۳۹۲ بر حسب درصد

شعار	نام نامزد	استان بومی	کردستان	بلوچستان	آذربایجان غربی	آذربایجان شرقی	اردبیل	عرب‌های خوزستان	ترکمن‌ها
شعارهای قوم‌گرایانه	رضایی	۴۶/۵۸	۸/۰۳	۵/۸۹	۸/۰۰	۱۲/۱۵	۹/۳۶	۳۵/۹۰	۳/۸۲
شعارهای سراسری	روحانی	۴۳/۵	۷۰/۸۴	۷۳/۲۹	۶۷/۰۹	۵۸/۰۶	۶۰/۵۰	۴۱/۶۶	۴۲/۶۴

State Ministry of Iran, Election Office, 2014



نمودار شماره ۳: میزان آرای نامزدهای انتخابات در مناطق زبانی- مذهبی بر پایه شعارهای قوم‌گرایانه

در سال ۱۳۹۲ بر حسب درصد



نقشه شماره ۳: پراکنندگی آرای نامزدهای انتخابات سال ۱۳۹۲ (ترسیم: نگارندگان بر پایه آمار وزارت کشور)

### ۳-۳-۴- تحلیل یافته‌های انتخابات سال ۱۳۹۲

در انتخابات سال ۱۳۹۲ آقای حسن روحانی نیز به صورت ویژه با صدور بیانیه‌ای درباره حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی مطالبی را عنوان کردند، باید توضیح داد اگرچه این حرکت نیز بنا بر بنیادهای نظری پژوهش حاضر و واقعیت‌های ملی مورد انتقاد و نقد قرار می‌گیرد اما آنچه موجب توفیق آقای روحانی در انتخابات شد تأکید ایشان بر مسائل قومی و مذهبی نبود. آقای روحانی در برخی موارد مانند سخنرانی در جمع مردم کردستان هوشمندانه مطالبی ملی را در راستای وحدت ملی بیان نمودند. روحانی در سخنرانی خود در سنندج از شادروان مهندس ادب یاد می‌کند که مردی میهن دوست و شریف بود و از فرهنگ کردستان را به عنوان بخشی از فرهنگ ایران عزیز تلقی می‌کند. روحانی در پاسخ به شور و هیجان مردم سنندج می‌گوید:

«شور و احساسات شما برای آن است که ایران آینده را آزادتر و آبادتر می‌خواهید» (www.azariha.org). توضیح بیشتر آنکه حمایت برخی چهره‌های سرشناس و ملی جناح اصلاحات در پیروزی ایشان نقش مؤثری داشت. در این میان آقای دکتر محسن رضایی که در چند دور قبل نتوانسته بود موفقیتی به‌دست آورد، این بار به‌طرز بارزی وارد مسائل قومی شد (جدول شماره ۶) ولی از آنجایی که خود را به‌عنوان چهره‌ای مستقل معرفی کرده بود و نتوانسته بود حمایت رسمی هیچ یک از دو جریان اصلی سیاسی کشور را به‌دست آورد، توفیق چندانی به‌دست نیاورد. نکته این‌که اگر نامبرده توانست در این دوره نسبت به دوره‌های قبل رأی بیشتری کسب می‌کرد، حاصل برخی شرایط بود از جمله: اشراف به مسائل اقتصادی، داشتن چهره برجسته دفاع مقدس، چند قطبی بودن فضای انتخابات، جایگاه برجسته در طرح مسائل زیست محیطی، درصد بالای آرای زادبومی و... نتیجه این‌که اقوام و اقلیت‌ها اقبال قابل توجهی به شعارهای قومیتی ایشان نداشتند.

##### ۵- تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

بی‌تردید آنچنان که آمد به گواه نتایج حاصل از ۳ دوره اخیر انتخابات ریاست جمهوری در ایران با پدیده‌ای جدید روبه‌رو بودیم که از آن می‌توان به‌عنوان نگاه ابزارگرایانه به تنوع زبانی و مذهبی در کشور یاد کرد. این پدیده که قطعاً در راستای جلب حداکثری آراء توسط نامزدهای انتخابات در جریان رقابت انتخاباتی صورت می‌گیرد، اگرچه به گواه داده‌ها و نتایج انتخابات آنچنان که آمد توانسته است تأثیر معنی‌داری در سبد رأی آنها بر جای گذارد، اما آسیب‌های قطعی و احتمالی این‌گونه رفتار که دانسته یا نادانسته گریبان وحدت و همبستگی ملی را خواهد گرفت. پژوهش حاضر اگر نتوانسته باشد به نامزدهای گذشته و آتی انتخابات ایران و مشاوران آنها، اندیشمندان و دلسوزان ملی، رهبران و نخبگان سیاسی و... این مطلب را گوشزد نماید که دقت نمایند برای تأمین منافع شخصی و گروهی، منافع و داشته‌های ملی را به حراج نگذارید، به هدف خود رسیده است. پژوهش اثبات می‌کند که، طلایه‌داران جریان شعارهای قومیتی نه تنها هیچ‌گاه نتوانسته‌اند اقبال اکثریت ملت را با خود همراه نمایند، حتی

نتوانسته‌اند در حوزه‌ها و پایگاه‌های رأی‌گیری هدف نیز رأی قابل توجهی را کسب نمایند. البته باید توجه داشت که آرای زادبومی و زادگاهی با آرای قومیتی متفاوت است. همچنان‌که در جداول و نمودارهای ذکر شده در فوق نیز مشاهده شد طی این سه دوره اخیر اگر بتوان با کمی تساهل سه نفر را به‌عنوان نامزد شاخص طرح‌کننده شعارهای قومی در هر یک از این سه دوره در نظر بگیریم (جدول شماره ۸) میزان آرای کسب شده گواهی بر ناکارآمدی جستارهای قومی در موفقیت این نوع نامزدها است.

جدول شماره ۸: آرای سه نامزد شاخص طرح‌کننده شعارهای قومی در ۳ دوره اخیر انتخابات ریاست جمهوری

نام نامزد	سال	رأی کل	درصد آراء	رتبه نهایی
محسن مهر علیزاده	۱۳۸۴	۱۲۸۸۶۴۰	۴/۳۸	۷ از ۷ نفر
مهدی کروی	۱۳۸۸	۳۳۰۱۳۴	۰/۸۲	۴ از ۴ نفر
محسن رضایی	۱۳۹۲	۳۹۴۳۱۳۹	۱۰/۷۴	۴ از ۶ نفر

State Ministry of Iran, Election Office, 2014

- نتیجه نهایی آنکه با بررسی سه دوره‌ی اخیر ریاست جمهوری درباره طرح شدن مسائل قومی و نگاه ابزارگرایانه به تنوع زبانی و مذهبی کشور به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:
- ۱- کسب رأی در انتخابات ریاست جمهوری در گام نخست مربوط به تعلق افراد به گفتمانها و جریانهای غالب کشور است؛
  - ۲- بعد از تعلق به جریانهای سیاسی تعلقات محلی و منطقه بیشترین رأی آوری را برای افراد به‌دنبال می‌آورد؛
  - ۳- شعارهای قوم‌گرایانه در هیچ دوره‌ای در موافقت افراد مؤثر نبوده است؛
  - ۴- بیشتر افرادی که در این سه دور به سمت شعارهای قومی رو آورده‌اند، از نظر شخصی تمایلی به مسائل قومی نداشته‌اند و ورود آنها به این مسائل عمدتاً ابزاری و ناشی از برآوردهای غلط آنها از فضای جامعه و آدرس غلط مشاورانشان بوده است؛
  - ۵- اشتباه بزرگ افراد طرح‌کننده شعارهای قوم‌گرایانه بی‌توجهی آنها به از دست دادن رأی جریانهای ملی‌گرا در جامعه است که میزان رأی‌شان به مراتب از رأی قوم‌گراها در جامعه



بیشتر است، بنابراین میزان رأیی که آنها به این روش از دست می‌دهند بیشتر از رأیی است که به دست می‌آوردند؛

۶- شعارهای قوم‌گرایانه‌ای که از سوی این افراد طرح می‌شود، حتی اگر نفعی هم برای آنها در بر داشته باشد، ولی همبستگی ملی، منافع ملی و امنیت ملی را مورد خدشه قرار می‌دهد؛

۷- طرح کنندگان شعارهای قومی اگر نظر و هدفی هم برای خدمت داشته باشند، ولی با توجه به موارد مطرح در بند ۶ آنها در میان مردم نخبگان به‌عنوان افرادی شناخته می‌شوند که کسب قدرت شخصی و گروهی را بر منافع ملی ترجیح می‌دهند، بنابراین در بلندمدت نمی‌توان سرنوشت کشور را به دست آنها داد.

#### ۶- قدردانی

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از معاونت پژوهشی دانشگاه خوارزمی به دلیل فراهم نمودن زمینه‌های انجام پژوهش حاضر و حمایت‌های مادی و معنوی، تشکر و قدردانی نمایند.

## References

1. Ahmadi Hamid, (2004), Ethnicity and ethnic-oriented attitude in Iran from legend to reality, Tehran, Tehran: Ney Publications, [in Persian].
2. Blacksell, Mark, (2010), Political Geography, Translated by Hafeznia, Mohammad Reza and et al, Tehran: Entekhab Publications, [in Persian].
3. Darabi, Ali (2009), Theoretical foundations of election behaviors of citizens in Islamic Republic of Iran, Communication Researches Quarterly, Vol 16, No.1[in Persian].
4. Eftekhari, Asghar (2001), An introduction on red lines in political competitions, First edition, Tehran, Farhange Goftehan Publications, [in Persian].
5. Eghbal Newspaper Archive, No. 87-91, 96-97, June 2005, [in Persian].
6. Esman, Milton. J (2004), An Introduction to Ethnic Conflicts, London Cambridge.
7. Etemade Meli Newspaper Archive, No. 937-943, June 2009, [in Persian].
8. Haghighi Mohammad Sadegh (1996), Elections, Definition and Terminologies, Office of Political and Social Deputy for the Election Office of Interior Ministry, Interior Ministry Printing House, [in Persian].
9. Hutchinson John and Anthony Smith (2007), Nationalism, Tehran: Strategic Studies Research Institute, [in Persian].
10. Kaviani Rad, Morad (2013), Election Geography, Tehran: university of kharazmi Publications, [in Persian].
11. Kaviani Rad, Morad (2007), Election Geography, Strategic Studies Quarterly, Vol 10, No.3 [in Persian].
12. Kaviani Rad, Morad and Rahimi Reza (2013), Elaboration of the research on the origin in the 11th Presidential Election (under printing), [in Persian].
13. Keyhan Newspaper Archive, No.182500, 182501, June 2005, [In Persian].
14. Khoobrooy Pak, Mohammad Reza, (2012) A criticism on Federalism, Tehran: Pardis-e Danesh Publications, [in Persian].
15. Khoobrooy Park, Mohammad (2007), Local elites, globalization and federal dream, A collection of articles on Iran, identity, nationality by Hamid Ahmadi, Tehran, Institute for Researches and Development of Human Sciences, Second edition, 171 [in Persian].
16. Maqsoodi, Mojtaba (2001), Ethnic Changes in Iran, Tehran: Institute of National Studies, [in Persian].
17. Mardomsalari Newspaper Archive, No. 964, June 2005, [in Persian].
18. Mojtahedzadeh, Pirouz and Hafeznia Mohammad Reza (2008), Semantic equivalence of political geography terminologies, Geopolitics Quarterly, Vol 4, No. 1, [in Persian].

19. Naghibzadeh, Ahmad (1994), Government in the Europe, Tehran: SAMT Publications, [in Persian].
20. Official Website of Mohsen Rezaei (News Section) mrezei.ir, [In Persian].
21. Office of Deputy for Legal and Parliament Affairs, Presidential Office (2009), A set of presidential election rules and regulations, Office of Printing and Publishing, Office of Deputy for Research, Compilation and Elaboration of Presidential Rules and Regulations, p.10, [in Persian].
22. Ozkirimli, Umut (2004), Ethnicity Theories, translated by Mohammad Ali Ghasemi, Tehran: Institute of National Studies, [in Persian].
23. Rabiei, Ali (2001), Sociology of value changes, A view towards the behavior study of voters in June 1997, Tehran: Frahamg va Andesheh Publications, [in Persian].
24. Rezaei, Mohsen, (2012), Economic Federalism, Tehran: Komeyl Publications [in Persian].
25. Shargh Newspaper Archive, No. 481- 484, 489- 486, 490- 492, 493- 494, June 2005, [in Persian].
26. Smith, Anthony. D (2004), Nationalism, Translated by Mansour Ansari, Tehran: Institute of National Studies, [in Persian].
27. State Ministry of Iran (2014), Election Office, Presidential Election [in Persian].
28. www.azariha.org.
29. www.iranban.ir
30. www.moi.ir.
31. www.montakhabnews.ir
32. www.tabnak.ir.
33. www.titre.ir