

مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، سال شانزدهم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، شماره پیاپی ۳۱

نقش گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات مجلس شورای اسلامی
(نمونه پژوهی: حوزه انتخابیه ممسنی)

میثم میرزائی تبار (دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

m.mirzaeitabar@gmail.com

وحید صادقی (دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

vahidsadeghi86@yahoo.com

سید محمد حسین حسینی (دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران)

mh.hossein25@yahoo.com

صص ۳۳۶ - ۳۰۱

چکیده

اهداف: گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در عرصه سیاسی نقش مهمی ایفا می‌کنند و می‌توانند مسیر آینده تحولات را به نفع خود سامان دهند. در حوزه انتخابیه ممسنی تأثیرگذاری گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در طیفی از جهت‌گیری‌های متغیر در کوتاه‌مدت و ثابت در بلندمدت در نوسان است. برخی از آن‌ها در روندهای سیاسی شهرستان ممسنی به طور مستمر حضور دارند و در ایام انتخابات مجلس شورای اسلامی بر حجم اثرگذاری خود می‌افزایند و می‌توانند روند تحولات را در راستای اهداف خود هدایت کنند. بزرگان و موی‌سپیدان طوایف، گروه‌های خویشاوندی و متنفذان محلی از جمله گروه‌های ذی‌نفوذ و بازاریان، کشاورزان، اقشار مذهبی، زنان، روشنفکران و نخبگان از جمله نیروهای اجتماعی در حوزه انتخابیه ممسنی هستند. هدف از پژوهش حاضر، بررسی و تحلیل چگونگی و ارزیابی میزان نقش‌آفرینی این بازیگران سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در فضای جغرافیایی ممسنی است.

روش: پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی است و با بهره‌گیری از اطلاعات کتابخانه‌ای و تحلیل آماری داده‌های میدانی (پرسش‌نامه و مصاحبه) به انجام رسیده

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۰۱/۱۸

است. سؤال اصلی این است که گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی چه نقشی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی دارند؟

یافته‌ها / نتایج: یافته‌ها و نتایج پژوهش نشان داد که گروه‌های ذی‌نفوذ به صورت ثابت و پایدار و نیروهای اجتماعی به صورت فعال و منفعل از طریق هویت و تعلق مکانی و ساخت طایفه‌ای و تماس با کارگزاران در فرایند انتخابات مجلس و جهت‌دهی به آرای مردم در حوزه انتخابیه ممسنی ایفای نقش می‌کنند که در این میان نقش گروه‌های ذی‌نفوذ پررنگ‌تر است (چگونگی). از طرفی میزان نقش‌آفرینی بازیگران سیاسی متفاوت است. در بین گروه‌های ذی‌نفوذ در مناطق شهری و روستایی به ترتیب متنفذان محلی و ریش‌سفیدان از بیشترین و ریش‌سفیدان و متنفذان محلی از کمترین میزان تأثیرگذاری برخوردار هستند. در میان نیروهای اجتماعی در مناطق شهری و روستایی به ترتیب بیشترین اثرگذاری مربوط به معلمان و کمترین میزان تأثیرگذاری مربوط به افسار مذهبی است.

کلیدواژه‌ها: جغرافیای انتخابات، گروه ذی‌نفوذ، نیروی اجتماعی، طایفه‌گرایی و حوزه انتخابیه ممسنی.

۱. مقدمه

گروه ذی‌نفوذ اشاره به طیفی از انسان‌ها یا گروه‌های انسانی دارد که در پی تأثیرگذاری و مدیریت تحولات سیاسی در جهت اهداف خود هستند. برخی از آن‌ها، دائمی و منحصر به فرد علاقه‌مند به تأثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی حکومت و گروهی دیگر مقطعی و زودگذر با تصمیمات سیاسی در ارتباط هستند (داورپناه، ۲۰۰۹، ص. ۳۰). نیروهای اجتماعی نیز مجموعه طبقات و گروه‌هایی هستند که بر زندگی سیاسی به معنای کلی آن تأثیر می‌گذارند و ممکن است به شیوه مستقیم قدرت سیاسی را در دست بگیرند و یا به شیوه‌های مختلف در آن نفوذ کنند (بشیریه، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۷). گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی تحرکات زیادی در تحولات اجتماعی و سیاسی ممسنی دارند. این گروه‌ها، نه تنها با یکدیگر تضاد ارزشی و منفعتی دارند؛ بلکه درون خود نیز دچار انشقاق و شکاف هستند. به‌طور کلی، «شان و منزلت اجتماعی» را می‌توان زیربنای تحرکات نیروهای اجتماعی و «هویت و منافع» را

نیروی محرکه کنش‌گری گروه‌های ذی‌نفوذ دانست. فعالیت گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در حوزه انتخابیه ممسنی و تأثیر آن‌ها بر انتخابات گوناگون به‌ویژه انتخابات مجلس شورای اسلامی می‌تواند در بستر ساختار مسلط تحلیل شود. از جمله گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در حوزه انتخابیه ممسنی، بزرگان و ریش‌سفیدان طوایف، گروه‌های خویشاوندی و متنفذان محلی، بازاریان، کشاورزان، اقشار مذهبی، زنان، روشنفکران و نخبگان هستند که برخی از آن‌ها فعال و کنش‌گر و برخی دیگر منفعل و اثرپذیر و در راستای منافع و مصالح دیگر گروه‌ها سازماندهی می‌شوند. نقشی که این گروه‌ها در انتخابات مجلس شورای اسلامی دارند در درجه نخست، سوق دادن اذهان به سمت رقابت سازنده و مثبت در یک فضای پلورالیستی است؛ اما امکان کانالیزه شدن انتخابات در اجتماع ممسنی و همراهی نیروهای اجتماعی با گروه‌های ذی‌نفوذی که از پایین بر نمایندگان و سایر جریان‌ها اثر می‌گذارند نیز وجود دارد و این زمینه رادیکالیزه شدن فضای انتخابات و رقابت تک‌بعدی فرهنگی - سیاسی و جغرافیایی است. پژوهش حاضر به تحلیل نقش گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی می‌پردازد. متغیر وابسته، انتخابات مجلس شورای اسلامی و متغیرهای مستقل، گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی است. سؤال این است که گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی چه نقشی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی دارند؟ فرضیه پژوهش این است که به نظر می‌رسد با توجه به تسلط فرهنگ طایفه‌ای بر فضای جغرافیایی ممسنی، گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی نقش مؤثری در جهت‌دهی به آرای مردم دارند و نقش گروه‌های ذی‌نفوذ بیشتر از نیروهای اجتماعی است.

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسش‌نامه و مصاحبه) است. در روش میدانی، با توجه به متغیرها و همچنین شاخص‌های مورد نظر پژوهش، دو پرسش‌نامه در طیف لیکرت (پنج گزینه‌ای) طراحی شد. پرسش‌نامه اول با ۱۰ گویه، برای تعیین شاخص‌ها و پرسش‌نامه دوم در سه بخش که حاوی

سوالات جداگانه و ۱۳ گویه است، برای بررسی میزان اثرگذاری هر یک از گروه‌ها و نیروها در انتخابات تدوین شد. جامعه آماری از شهرستان ممسنی انتخاب شد. علت انتخاب این شهرستان، پُررنگ بودن گرایش‌های محلی - طایفه‌ای در آن است. آمارهای جمعیتی ۳ شهر شهرستان ممسنی و همچنین ۱۵ روستای آن به دلیل در دسترس نبودن نتایج سرشماری ۱۳۹۵ در سطح شهرها، بر اساس سرشماری ۱۳۹۰ ارائه شده است که بر مبنای آن، حجم نمونه برای مجموع ۳ شهر، با فرمول کوکران و معیار تعداد نمونه‌های با خطای ۱ درصد و با سطح اطمینان ۹۵ درصد، عدد ۹۶ نفر و تعداد نمونه‌های اصلاحی، ۱۰۹ نفر تعیین شد. برای مجموع ۱۵ روستا نیز با فرمول کوکران و معیار تعداد نمونه‌های با خطای ۱ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، عدد ۹۳ نفر و تعداد نمونه‌های اصلاحی، ۱۶۶ نفر مشخص شد (جدول ۱). در مجموع، حجم نمونه، ۲۷۵ نفر در مناطق روستایی و شهری انتخاب شد و ۲۷۵ پرسش‌نامه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. علت استفاده از نمونه‌های اصلاحی برای هر یک از شهرها و روستاهای شهرستان، تلاش برای کاهش اختلاف جمعیتی فضاهای جغرافیایی شهری و روستایی و افزایش دامنه توزیع پرسش‌نامه با هدف بهتر و معقول‌تر شدن جامعه آماری است. علت محاسبه خطای ۱ درصد نیز وجود برخی محدودیت‌ها در توزیع و تکمیل پرسش‌نامه‌ها بوده است. نتایج حاصل از مطالعات میدانی با آزمون T تک نمونه‌ای در نرم‌افزار آماری SPSS تحلیل شد.

جدول ۱- حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با معیار تعداد نمونه اصلاحی

مأخذ: سال‌نامه آماری استان فارس، ۱۳۹۰

نام شهر	جمعیت	تعداد نمونه‌ها با خطای ۰/۱	تعداد نمونه‌های اصلاحی
۱- شهر نورآباد	۵۵۷۳۶	۷۹	۷۹
۲- شهر خومه‌زار	۶۰۹۵	۹	۱۵
۳- شهر مصیری	۵۸۳۰	۸	۱۵
جمع کل جمعیت شهری	۶۷۶۶۱	۹۶	۱۰۹
نام روستاها	جمعیت	تعداد نمونه‌ها با خطای ۰/۱	تعداد نمونه‌های اصلاحی
۱- دیمه میل علیا	۶۹	۲	۱۰
۲- مادر دُختر	۴۶	۱	۱۰
۳- گاوشاخی	۱۰۷	۳	۱۰

ادامه جدول ۱

نام روستاها	جمعیت	تعداد نمونه‌ها با خطای ۰/۱	تعداد نمونه‌های اصلاحی
۴- آب پخشان	۶۸۱	۲۲	۲۲
۵- اسلام‌آباد جاوید	۲۳۲	۸	۱۰
۶- گرو	۱۳۳	۴	۱۰
۷- ابزالو	۱۰۶	۳	۱۰
۸- پرنبار	۱۱۲	۴	۱۰
۹- برم جمال	۶۳	۲	۱۰
۱۰- جعفرآباد	۲۶۷	۹	۱۰
۱۱- شاه جهان احمد	۱۵۶	۵	۱۰
۱۲- گوراب رستم	۲۱۹	۷	۱۰
۱۳- مرغ بزرگ	۴۲۹	۱۴	۱۴
۱۴- مرغ کوچک	۳۲	۱	۱۰
۱۵- گوراسپیر	۲۱۵	۷	۱۰
جمع کل روستاها	۲۸۶۷	۹۳	۱۶۶

۳. شالوده‌ها، مفاهیم و نظریه‌ها

۳.۱. گروه‌های ذی نفوذ

اصطلاح گروه ذی نفوذ^۱ که با عنوان «گروه فشار» نیز معرفی می‌شود، ابتدا در ایالات متحده آمریکا طرح شد و برای مطالعه تأثیر سازمان‌ها و انجمن‌های خصوصی بر دولت استفاده شد (دوورژه، ۱۳۷۶، ص. ۳۶۴). درباره کارکرد گروه‌های ذی نفوذ، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. برخی معتقدند این گروه‌ها یکی از مجاری بیان خواسته‌ها و منافع و تبدیل آن‌ها به سیاست هستند. در حالی که، عده‌ای دیگر وجود و توسعه نفوذ آن‌ها را ناشی از فشار حکومت‌های دموکراتیک می‌دانند (قوام، ۱۳۹۲، ص. ۱۹۳). دیوید ترومن^۲ در اثر خود با عنوان فرآیند حکومتی معتقد است که «گروه ذی نفوذ (فشار) یک گروه دارای سهم و منافع است که به وسیله عمل از طریق مؤسسات حکومتی، ادعاهای مشخصی را نسبت به دیگر

1. Pressure groups

2. David Truman

گروه‌ها در جامعه مطرح می‌سازد» (داورپناه، ۲۰۰۹، ص. ۳۰). زیگلر^۱ نیز بر این عقیده است که گروه ذی‌نفوذ، «توده‌ای سازمان یافته و در تلاش برای نفوذ بر تصمیمات حکومتی است بی‌آنکه بکوشد اعضای خود را در مقامات رسمی حکومت قرار دهد» (عالم، ۱۳۹۰، صص. ۳۵۸-۳۵۹). یعنی اهداف گروه‌های ذی‌نفوذ، تحصیل قدرت سیاسی نیست؛ بلکه خواستار تغییر مسیر سیاست حکومت یا تقویت آن بدون کسب قدرت هستند. به عبارتی، این گروه‌ها در پی اثرگذاری بر زمامداران هستند، نه آنکه افراد خود را در رأس قدرت جای دهند (دوورژه، ۱۳۷۶، ص. ۱۵۲). انتخابات از عرصه‌های مورد توجه گروه‌های ذی‌نفوذ است؛ زیرا از این طریق می‌توانند افراد مورد نظر را انتخاب و توسط آن‌ها بر کارگزاری‌های مکانیسم حکومت نفوذ داشته باشند. این گروه‌ها در سطوح گوناگون انتخاباتی، در معرفی نامزدها، فعالیت برای جمع‌آوری آراء و مبارزه انتخاباتی از افراد مورد نظر خود دفاع می‌کنند و می‌خواهند کرسی قوه مقننه را برای آن‌ها به دست آورند. بنابراین، می‌توان گفت گروه‌های ذی‌نفوذ، واسطه‌ای هستند که دارندگان منافع مشترک می‌کوشند از طریق آن‌ها بر جریان عمومی تأثیر بگذارند (عالم، ۱۳۹۰، صص. ۳۶۱-۳۵۹).

۲.۳. نیروهای اجتماعی

نیروهای اجتماعی^۲ به معنای مجموعه طبقات و گروه‌های تأثیرگذار بر زندگی سیاسی، اولاً شامل افرادی که برخوردار از وجوه همسانی از نظر علایق اقتصادی، ارزشی، فرهنگی، صنفی و جزء آن است (بشیریه، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۰). ثانیاً به شرکت در حیات سیاسی اعم از کسب قدرت، اداره جامعه، شرکت در نهادهای سیاسی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست-گذاری‌ها علاقه‌مند هستند؛ ثالثاً به این منظور به خود سازمان داده و آماده عمل سیاسی می‌شوند. نیروهای اجتماعی در نظام‌های سیاسی گوناگون شیوه‌های رفتاری متفاوتی نشان می‌دهند. این تفاوت بستگی به عواملی نظیر فرهنگ جامعه، میزان سازمان‌یافتگی نیروها، شیوه اعمال قدرت سیاسی، ویژگی و ماهیت نیروها، شیوه توزیع قدرت و منابع آن و عملکرد دیگر نیروهای اجتماعی دارد. مثلاً فرهنگ جامعه به‌عنوان مجموعه نگرش‌های جا افتاده و یا

1. Ziegler

2. Social Forces

الگوهای تفکر، احساس و ارزش گذاری و عمل که از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود، در عملکرد نیروهای اجتماعی مؤثر است. همچنین، وسایل اعمال قدرت گروه ها بر حسب عوامل مختلف از جمله ماهیت و هدف گروه، میزان آگاهی آن، نحوه سازماندهی، انسجام و وحدت آن، منابع و امکانات آن، نزدیکی و دوری به مرکز قدرت سیاسی، رابطه آن با احزاب سیاسی، میزان وسعت پایگاه اجتماعی آن، ماهیت نظام سیاسی، نحوه مشارکت مجاز در حیات سیاسی و غیره تفاوت می کند (همان، صص. ۱۱۲-۱۱۰).

۳.۳. جغرافیای انتخابات

انتخابات^۱، روشن ترین فرصت رسمی برای تأثیرگذاری بر فرآیند سیاسی (هیوود، ۱۳۹۵، ص. ۳۴۲)، موثرترین مجرای عملی شدن دموکراسی (رهنورد و مهدوی راد، ۱۳۸۹، ص. ۱۷)، مهم ترین وسیله انعکاس افکار عمومی (بشیریه، ۱۳۸۱، ص. ۱۶۹)، قوی ترین گنش سیاسی مدنی و تبلور عینی مشارکت مردم (جعفری نژاد، بابانسیب، و ربیعی، ۱۳۹۰، ص. ۱۶۲) و یک نظرسنجی فراگیر و ملی از کل شهروندان یک کشور (حسینی، بهرامی لایق، و قشمی، ۱۳۹۶، ص. ۱۱۳) برای گزینش نهادهای نمایندگی مردم و مشروعیت ساختارهای مردم سالار است (کاویانی راد، ۱۳۹۲، ص. ۲۹)، که در یک محدوده جغرافیایی مشخص و زمانی محدود و معین صورت می گیرد (احمدی پور و کریمی، ۱۳۹۲، ص. ۴۷). با این حال، نتیجه انتخابات به ندرت منعکس کننده دیدگاه خالص و منطقی رأی دهندگان است (جونز، جونز، و وودز^۲، ۱۳۸۶، ص. ۲۵۲). انتخابات یکی از مسائل مطرح در جغرافیای سیاسی^۳ است که تحت عنوان جغرافیای انتخابات^۴ مورد بررسی قرار می گیرد. جغرافیای انتخابات به واکاوی تعامل فضا، مکان، فرآیندهای انتخاباتی، تنوع تصمیمات و نتایج آرای رأی دهندگان نواحی مختلف و نیز اثرگذاری تفاوت های فضایی در رفتار سیاسی می پردازد (کاویانی راد، ۱۳۸۶، ص. ۵۰۲). به عبارتی، جغرافیای انتخابات گرایشی از جغرافیای سیاسی است که به مطالعه الگوی توزیع

1. Election
2. Martin Jones and rhyse jones
3. Political Geography
4. Electoral Geography

فضایی قدرت در قالب روابط متقابل جغرافیا، انتخابات و قدرت می‌پردازد (حافظ‌نیا و کاویانی‌راد، ۱۳۹۳، ص. ۲۶۳).

۳. ۴. طایفه‌گرایی و نظریات جامعه‌شناختی

طایفه^۱ واحد جغرافیایی شامل سازه اجتماعی و سیاسی وابسته به مکان و فضای جغرافیایی مشخص است که از زبان، فرهنگ مشترک، روابط خویشاوندی و احساس همبستگی جمعی مستحکم و انسجام اجتماعی و نام مشخص برخوردار است (صادقی، ۱۳۹۳، ص. ۱۷). این وابستگی و هویت مکانی که عمدتاً در قالب اشتراکات زبانی، مذهبی و فرهنگی نمایان می‌شود، به ساکنان محدوده خاص، احساس همبستگی می‌دهد و آنان را به کنش همسان گروهی بر می‌انگیزاند (کاویانی‌راد، ۱۳۹۲، ص. ۴۱). طایفه‌گرایی سویه‌های متکثر سیاسی، انتخاباتی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، روان‌شناختی و جغرافیایی دارد و از رهگذر بازیگران سیاسی و متولیان اجرایی آن، پیوسته تولید و بازتولید می‌شود. به طور کلی، طایفه‌گرایی^۲ نوعی احساس و انگیزه درونی افراد ساکن در مکان و فضای جغرافیایی خاص است که ارزش‌های مرتبط با نحوه ادراک از محل زیست را بر ارزش‌های فراتر از مکان یا مرتبط با محل‌های دیگر ترجیح می‌دهند (رومینا و صادقی، ۱۳۹۴، ص. ۹۰) و ناظر بر این است که ساکنان یک محدوده سکونتگاهی که در کنار هم یک کلیت منسجم و پیوسته را تشکیل می‌دهند، یک هویت جمعی و محلی دارند که بر بنیاد آن، عموماً مانند یکدیگر بر پایه ویژگی‌ها و شناسه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی‌شان، به فرد و یا جریانی که با آنان احساس همانندی می‌کنند، رأی می‌دهند. این هویت جمعی در محدوده همسایگی سبب همگونی و پویایی جمعی، افزایش ارتباطات و احساس همبستگی اجتماعی است (کاویانی‌راد و قره‌بیگی، ۱۳۹۶، ص. ۱۵۴).

طایفه‌گرایی به گرایش افراد یک جامعه برای برتر پنداشتن فرهنگ خود نیز اطلاق می‌شود (کوئن، ۱۳۸۶، ص. ۴۴). و در فهم جغرافیایی آن، نظامی محیطی - زیستی (اکوسیستم) از گرایش‌ها، باورها، عقاید، ارزش‌ها، علقه‌ها و پیوندهای سیاسی محلی ناشی از مکان است که

1. Tribe
2. Tribalism

رأی دهندگان را در داخل یک گروه اجتماعی ویژه به هم پیوند می دهد و به عنوان نوعی منش و کنش سیاسی بن مایه ای جغرافیایی و اجتماعی دارد. بنابراین، عوامل محیطی و اجتماعی، خاستگاه بنیادی شکل گیری کردار آگاهانه، ارادی و هدفدار طایفه ای است (صادقی، ۱۳۹۳، ص. ۱۷). بر این شالوده می توان گفت، طایفه گرایی در تقسیم بندی دو وجهی نظیر «گروه نخستین و دومین»، «گماینشافت^۱ و گزلسافت^۲»، «مکانیک و آرگانیک» نمود می یابد. گروه نخستین همانند گماینشافت از شناسه های بنیادینی نظیر تماس مستقیم، صمیمانه و رو در روی اعضای گروه با یکدیگر، پیوندهای عاطفی نیرومند، پایداری و استحکام پیوندهای محبت میان اعضاء برخوردار است. در مقابل، دومین گروه همانند گزلسافت، ویژگی هایی نظیر پیوندهای عاطفی اندک میان اعضاء، عدم پایداری احساس تعلق به گروه، گرد هم آمدن اعضای یک گروه برای یک منظور عملی معین و روابط رو در روی بسیار محدود میان اعضاء را در بر می گیرد (کوئن، ۱۳۸۶، ص. ۱۰۴). بدیهی است که بنیاد طایفه گرایی بر شناسه ها و مؤلفه های گروه نخستین منطبق می شود. امیل دورکیم^۳ واقعیت اصلی در گذار از جامعه سنتی به جامعه صنعتی را از میان رفتن پیوندهای کهنه مبتنی بر همبستگی مکانیکی می داند. این پیوندها افراد را در اجتماعات ماقبل صنعتی که بافت متجانس دارند به یکدیگر مرتبط می سازد. در جامعه سنتی، پیوندهای افراد بر پایه مجاورت مکانی - فضایی و آشنایی شخصی است و با ظهور جامعه جدید و به ویژه شهرنشینی از هم می گسلد. در جامعه مبتنی بر همبستگی مکانیکی، فرد از طریق خویشاوندی، پابندی شدید به سنت ها و اطاعت محض از هنجارها، عادات و همچنین اطاعت از رئیس قلمرو جغرافیایی خود به عنوان نماد هستی آن جماعت به جامعه متصل می شود و واسطه ای از قبیل حزب یا باشگاه بین او و کلیت جماعت حایل نمی شود. در این جامعه صورت نوشته ای از سلسله مراتب اجتماعی و تقسیم بندی های درونی نیز وجود دارد که مؤید تقسیم کار یا توزیع نقش های اجتماعی نیست. بر بنیاد این شناسه ها می توان زیرساخت طایفه گرایی را در چارچوب جامعه سنتی مبتنی بر همبستگی مکانیکی دانست. توجه دورکیم برای رهایی جامعه از ناهنجاری، ایجاد نهادهای جدیدی است که بتواند با

-
1. Gmaynshaft
 2. Gzlshaft
 3. Emile Durkheim

همبستگی آرگانیک، جای قدرت و نفوذ اخلاقی قدیمی را بگیرد. به اعتقاد دورکیم، این قانون تاریخ است که همبستگی مکانیکی که در آغاز تنها شکل جامعه بشری بوده و به تدریج جای خود را به همبستگی آرگانیک می‌دهد تا سلطه خود را در جوامع بشری تحمیل کند. به باور وی عامل تحول و توسعه و گذار در جوامع از همبستگی مکانیکی به همبستگی آرگانیک، تقسیم کار اجتماعی است (ساعی، ۱۳۸۹، ص. ۷۰).

جدول ۲- ویژگی‌های جامعه مکانیک و آرگانیک

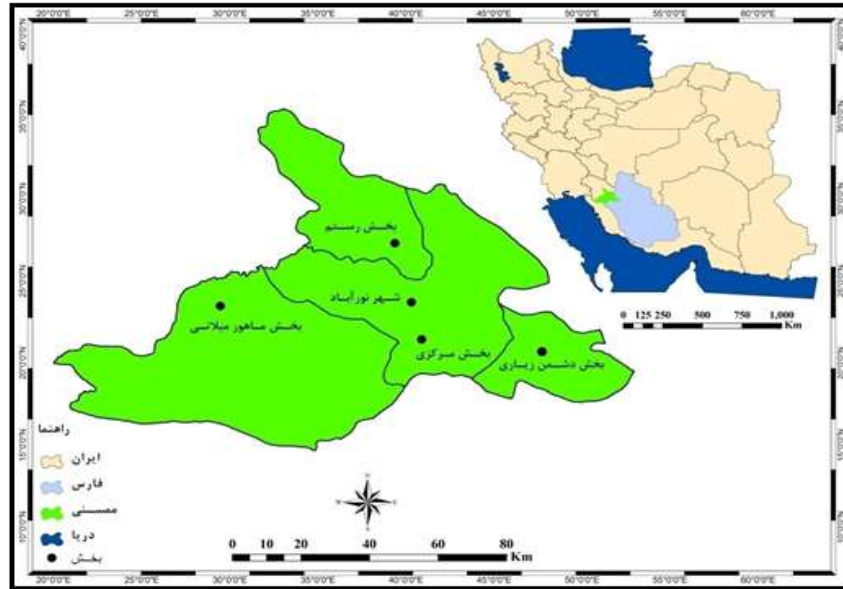
مأخذ: ساعی، ۱۳۸۹

جامعه سنتی مبتنی بر همبستگی مکانیکی	جامعه صنعتی و مدرن مبتنی بر همبستگی آرگانیک
۱. تقسیم کار ساده	۱. تقسیم کار پیچیده
۲. کنترل اجتماعی غیررسمی شدید	۲. عدم کنترل اجتماعی غیررسمی
۳. پایبندی شدید به رسوم و سنت‌ها	۳. عدم پایبندی به سنت‌ها و رسوم
۴. عدم وجود نهادهای واسط مثل احزاب و نامزدها	۴. وجود نهادهای واسط مثل احزاب و سندیکاها
۵. وفاق مبتنی بر تجانس مکانیکی	۵. وفاق مبتنی بر تجانس آرگانیکی
۶. تشابه و حس هویت مشترک	۶. تفاوت‌پذیری کارکردی

۴. محیط‌شناسی پژوهش

استان فارس ۲۹ شهرستان دارد. شهرستان ممسنی در شمال غربی این استان و غرب رشته‌کوه زاگرس قرار دارد. عمده ساکنان شمال غربی و غرب استان فارس گویش لری دارند. ممسنی نیز شامل دو گروه زبانی لری و ترکی قشقایی است (میرزائی تبار، صادقی، و حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۱۷۶). بر بنیاد آمارهای سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، این شهرستان با اختصاص ۶۸۰۱ کیلومتر مربع از مساحت استان، ۱۶۱۹۱۳ نفر جمعیت دارد که ۷۶۹۲۵ نفر در نقاط شهری و ۸۰۸۷۵ نفر در نقاط روستایی سکونت دارند و ۴۱۱۳ نفر هم غیرساکن هستند (مرکز آمار ایران (درگاه ملی آمار)، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵)).

۱. دسترسی در مورخه ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۸ و قابل دسترس در آدرس: <https://www.amar.org.ir>



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهرستان ممسنی

مأخذ: صادقی، ۱۳۹۳

شهرستان ممسنی با یک حوزه انتخابیه (ممسنی) از چهار بخش مرکزی^۱، رستم^۲، دشمن^۳ - زیاری^۳ و ماهور میلانی^۴ تشکیل شده است. هر یک از این بخش‌ها، مناطق سیاسی در مقام واحدهای جغرافیای سیاسی هستند که سکونت‌گاه‌های شهری و روستایی خاص خود را دارند. ترکیب این بخش‌ها، حوزه انتخابیه ممسنی را شکل می‌دهند. این چهار حوزه جغرافیایی به‌عنوان کانون زیستی طوایف بکش، جاوید، رستم، دشمن‌زیاری و ماهور میلانی، کارکردی هویتی برای انسان‌های ساکن در آن خلق می‌نماید و از آن‌رو برای انسان و مردم ممسنی ارزشمند است که منشأ معنادهی و هویت‌سازی و عناصر و اجزاء کیستی و کجایی آن

۱. بخش مرکزی ۹۸۸۱۶ نفر جمعیت دارد.

۲. بخش رستم ۴۴۳۳۱ نفر جمعیت دارد.

۳. بخش دشمن‌زیاری ۹۳۲۶ نفر جمعیت دارد.

۴. بخش ماهور میلانی ۵۲۹۷ نفر جمعیت دارد (مرکز آمار ایران (درگاه ملی آمار)، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵).

را تشکیل می‌دهد. به نحوی که باعث می‌شود ساکنان به آن مکان دلبسته شده و در پناه درون-مایه‌های مادی و معنوی آن احساس آرامش کنند. بستر جغرافیایی هر کدام از این طوایف، عرصه زیست انسان ممسنی به شمار می‌رود. به گونه‌ای که دامنه مکانی عرصه سکونت‌گاهی زیست‌بوم انسان ممسنی را می‌توان به آسانی تبیین کرد. این سکونتگاه‌ها به صورت مجتمعی هستند؛ چراکه پیوندها، شبکه‌ها و بستگی‌های خانوادگی، خویشاوندی و طایفه‌ای در آن‌ها نمود چشمگیری دارد و از مرزها و قلمرو مشخص، انگیزه‌ها و علل وجودی معین و فعالیت‌های خاص اقتصادی تشکیل شده‌اند. حوزه انتخابیه ممسنی در بین حوزه‌های انتخابیه استان فارس حوزه‌ای است بسیار مهم که می‌تواند نقش بسیار پررنگتری در سیاست این منطقه بازی کند؛ اما مناقشات قومی و طایفه‌ای درون این قلمرو مانع این امر شده است. این نوع تمایلات و نگرش‌های محیطی - طایفه‌ای به دلیل اهمیتی که در روابط اجتماعی - سیاسی طوایف دارد، تأثیر شگرفی بر افکار ژئوپلیتیک محلی ممسنی گذاشته است؛ به طوری که منجر به تعارضات و رقابت‌های ژئوپلیتیک شدیدی بین مکان‌ها و بخش‌های حوزه انتخابیه ممسنی شده است. همین امر باعث شده تا انتخابات در این حوزه بیش از آنکه بنیادی دموکراتیک داشته باشد، درون‌مایه‌ای قلمرومحور و طایفه‌محور داشته باشد و رقابت‌های انتخاباتی در این فضای زیستی گاه چنان عمیق شود که طوایف به خون‌یکدیگر تشنه و فضای انتخابات تبدیل به کشمکش‌های ناحیه‌ای و طایفه‌ای شود. از این روی، می‌توان انسان ممسنی را شدیداً «انسانی مکان‌مند» و ممسنی را تابلوی تمام‌نمایی از «شهر طایفه‌ای» دانست که همین امر مانع مصالح کلان منطقه‌ای این شهرستان شده است.^۲ برخورداری از ثبات سیاسی و رشد اقتصادی و همگرایی طایفه‌ای سبب خواهد شد این حوزه نقش مؤثری در بین حوزه‌های انتخاباتی کشور ایفاء کند.

رویکرد رفتار فضایی متداول‌ترین الگوی رأی در حوزه انتخابیه ممسنی است. هر کدام از قلمروهای جغرافیایی طایفه، بستری برای انتخاب نامزدهای خود هستند و نامزدها را می‌توان نماینده هر حوزه جغرافیایی و زیستگاه مشخص دانست. در واقع، سیاست ممسنی را

1. Tribal City

۲. ناگفته نماند که شهرستان ممسنی در کشور به «شهر دانشجوی» Student City معروف است.

جغرافیای آن تشکیل می دهد. بررسی آرایش فضایی پایگاه رأی و آمارهای ۱۰ دوره انتخابات، گویای آن است که نامزدها، از محدوده مکانی و سرزمینی مشخصی انتخاب شده اند و انتخاب حداقل شش نماینده از این حوزه به جهت فضایی - جغرافیایی متمرکز است؛ زیرا انتخاب رأی دهندگان بر بنیاد منافع و علایق زیستگاهی و طایفه ای بوده است. یکی از دلایل این رفتار سیاسی رأی دهندگان، ضعف کارکردی احزاب سیاسی کارآمد در این مناطق است. بر این اساس، طایفه گرایی، جغرافیایی ترین نوع گنش سیاسی در حوزه انتخابیه ممسنی شمرده می شود. ایفای نقش گروه های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در حوزه انتخابیه ممسنی در هر محدوده جغرافیایی به صورت مقطعی بوده است. بدین معنا که در ابتدا به صورت پایدار و سازماندهی شده وجود ندارند و در مواقع حساس نظیر انتخابات مجلس فعال می شوند و با بسیج نیروهای خود به صورت دائم جریان می یابند.

۵. یافته های پژوهش

۵.۱. شاخص های عملکردی گروه های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات

حضور گروه های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات خصوصاً انتخابات های با مقیاس محلی و همچنین تأثیرگذاری آنها در جهت دهی به آرای مردمی موضوعی است که با شدت و ضعف در حوزه های انتخابیه مختلف وجود دارد. نکته ای که در این زمینه حائز اهمیت است، چگونگی عملکرد و رفتار این گروه ها و نیروها برای جهت دهی به آرای شهروندان است. برای بررسی موضوع و حصول به شاخص های عملکردی گروه های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات، مطالعه میدانی با طراحی و توزیع پرسش نامه میان ۲۷۵ نفر از ساکنان مناطق شهری و روستایی حوزه انتخابیه ممسنی انجام شد که ویژگی های جامعه آماری مورد بررسی در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳- ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه شاخص‌های عملکردی گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای

اجتماعی در انتخابات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

عنوان	محل سکونت		جنسیت	اعضای خانوار		میزان تحصیلات							شغل					
	شهر	روستا		مرد	زن	یک تا پنج نفر	شش تا ده نفر	خواندن و نوشتن	ابتدایی	راه‌مجمعی	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	ارشد و بالاتر	شاغل	بیکار	بازنشسته	خانه‌دار
تعداد	۱۰۹	۱۶۶	۱۸۱	۹۴	۱۴۲	۱۳۳	۸	۹	۱۵	۴۸	۸۱	۸۰	۳۴	۸۳	۸۷	۲۴	۵۰	۳۱
مجموع	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵	۲۷۵

این پرسش‌نامه حاوی ۱۰ گویه در ارتباط با چگونگی عملکرد و رفتار گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات بود که نتایج بدست آمده در قالب جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۴- نتایج پرسش‌نامه شاخص‌های عملکردی گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

گویه‌ها	جامعه آماری	حد متوسط	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
۱ گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات براساس منافع حزبی و سیاسی فعالیت می‌کنند.	۲۷۵	۳	۲,۴	۱,۴۷	-۶,۷۴	.۰۰۰
۲ گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات بر پایه منافع عمومی و ملی نقش‌آفرینی می‌کنند.	۲۷۵	۳	۲,۰۱	۱,۱۵	-۱۴,۱	.۰۰۰
۳ گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات بر بنیاد منافع زادگاهی و طایفه‌ای فعالیت می‌کنند.	۲۷۵	۳	۴,۳	.۹۳	۲۴,۶۹	.۰۰۰
۴ مردم در ایام انتخابات پیرو و حرف‌شنوی گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی هستند.	۲۷۵	۳	۳,۹	۱,۰۹	۱۴,۱۶	.۰۰۰
۵ سطح فعالیت عمده گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات ملی (ریاست جمهوری) است.	۲۷۵	۳	۲,۷	۱,۲۸	-۳,۲۲	.۰۰۱

ادامه جدول ۴

گویه‌ها	جامعه آماری	حد متوسط	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
سطح عمده فعالیت گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات شوراهای محلی و مجلس شورای اسلامی است.	۲۷۵	۳	۴,۱	۱,۲۰	۱۵,۵	.۰۰۰
ابزارهای عمومی تبلیغاتی گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات روزنامه‌ها و پوسترها است.	۲۷۵	۳	۳,۱	۱,۳۰	۱,۴۲	.۱۵۴
ابزارهای عمومی تبلیغاتی گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات تریبون‌ها و سخنرانی‌ها است.	۲۷۵	۳	۳,۵	۱,۲۳	۷,۶۸	.۰۰۰
ابزارهای عمومی تبلیغات گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات تجمع و جلسه در مساجد، منازل و ستادهای انتخاباتی است.	۲۷۵	۳	۴,۲	.۹۷	۲۱,۶	.۰۰۰
هدف عمده گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات حمایت از کاندیدای زادگاه و طایفه خود است.	۲۷۵	۳	۴,۴	.۸۹	۲۶,۶	.۰۰۰

بر بنیاد نتایج بدست آمده، در ارتباط با شاخص‌های عملکردی و رفتار گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات، از میان ۱۰ گویه مورد سؤال، با در نظر گرفتن حد متوسط ۳ و سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵. برای هر گویه، گویه‌های شماره ۱، ۲ و ۵ به علت پایین بودن میانگین کمتر از ۳، تأیید نشده و رد شدند و سایر گویه‌ها با کسب میانگین بالای ۳ تأیید شدند. بنا بر این نتایج، مهمترین شاخص‌های عملکردی و رفتار گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات به شرح زیر است:

- گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات بر اساس منافع زادگاهی و طایفه‌ای فعالیت می‌کنند و منافع حزبی و سیاسی و منافع عمومی و ملی را مدنظر ندارند؛

- سطح و مقیاس فعالیت گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات شوراهای محلی و مجلس شورای اسلامی است و در انتخابات ریاست جمهوری نفوذ عملکردی ندارند؛
- گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در ایام انتخابات از روش‌های تجمع، جلسه در مساجد، منازل و ستادهای انتخاباتی، استفاده از تریبون‌ها و سخنرانی و بهره‌گیری از روزنامه‌های محلی و پوسترها اقدام به تبلیغات برای کاندیدای مدنظر خود می‌کنند؛
- هدف عمده گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات حمایت از کاندیدای زادگاه و طایفه خود است؛
- مردم در ایام انتخابات از گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی پیروی کرده و حرف‌شنوی دارند.

۲.۵. گروه‌های ذی‌نفوذ و انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی

انتخابات در بطن خود متأثر از عواملی است که بر نحوه برگزاری و رقابت نامزدها اثرگذار بوده و در عرصه‌های مختلف از حساسیت‌های متفاوتی برخوردار است. گروه‌های ذی‌نفوذ با توجه به نوع انتخابات (ریاست جمهوری، پارلمانی، شوراهای شهر و روستا و غیره) به ایفای نقش می‌پردازند. در حوزه انتخابیه ممسنی، امکان ورود گروه‌های ذی‌نفوذ به فرآیند انتخابات وجود دارد. البته میزان آن بر اساس نوع انتخابات متفاوت است. در انتخابات ریاست جمهوری به دلیل مطرح بودن جریان‌ها و تشکل‌های سیاسی در سطح کشور و ملی بودن انتخابات، گروه‌های ذی‌نفوذ در فضای جغرافیایی ممسنی حضور کم‌رنگی دارند؛ اما در انتخابات مجلس و شوراهای شهر و روستا نقش آنان به دلیل منافع محلی و شخصی بیشتر نمایان می‌شود. این گروه‌ها از لحاظ اجتماعی و سیاسی به صورت پایدار در انتخابات مجلس نفوذ دارند. در این حوزه انتخابیه، از منظر اجتماعی می‌توان به گروه‌های ذی‌نفوذی^۱ نظیر

۱. این گروه فعالترین، جریان‌سازترین و پرتحرک‌ترین بازیگران سیاسی در فضای جغرافیایی ممسنی به شمار می‌روند، به طوری که پیوند و مناسباتشان با قدرت، سیاست و انتخابات چنان درآمیخته شده است که گویی هرگز گسستنی و پاره‌شدنی نیست. بی‌جهت نیست که نگارندگان، سهم ویژه‌ای برای این بازیگران قائل شده‌اند.

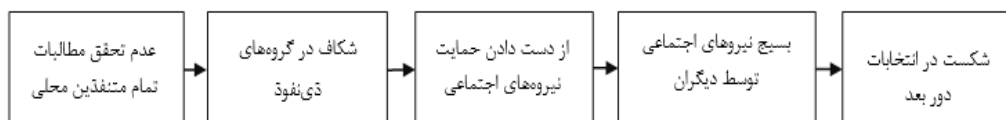
«بزرگان و ریش سفیدان طوایف^۱»، «متنفذان محلی^۲» و «گروه های خویشاوندی^۳» اشاره کرد. از نظر تعارضات درونی نیز هر یک از گروه های ذی نفوذ مبانی رفتاری متفاوتی دارند. بدین معنا که موی سپیدان و بزرگان را می توان بر حسب «انسان اجتماعی^۴»، «متنفذان محلی را بر اساس «انسان اقتصادی^۵» و گروه های خویشاوندی را بر بنیاد «انسان هویتی^۶» تعریف کرد. در واقع، گروه نخست به دنبال کُنش گری در اجتماع و تأثیرگذاری بر دیگران به منظور پیروی از دستورات آنها هستند. این در حالی است که گروه دوم صرفاً منافع کوتاه مدت خود و دوستان را پی جویی می کنند. سرانجام، گروه سوم حفظ ارزش ها و هنجارهای عشیره ای را مورد توجه قرار می دهند. این کنش گران در ادوار مختلف انتخابات (مجلس) به صورت ثابت حضور و نقش آفرینی دارند و از طریق سازه خویشاوندی و گرایش های طایفه ای به اعمال نفوذ بر نامزدهای مورد نظر خود می پردازند (میرزایی تبار، حسینی و صادقی، ۱۳۹۶، ص. ۳۸). فرآیند اثرگذاری این گروه ها به صورت پایدار و ثابت بستگی به ماهیت آنها و رابطه با کارگزارانی دارد که با افراد صاحب قدرت ارتباط نزدیکی دارند. بزرگان طوایف به عنوان سرشناس ترین گروه ذی نفوذ در حوزه انتخابیه ممسنی در مجموع در راستای "هویت" عمل می کنند (صادقی و حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۱۸). آنها در زمان انتخابات از طریق سخنرانی در محافل عمومی و خصوصی، جلسات خانگی و برگزاری جلسات عمومی در مساجد، تکایا، میادین روستاها، طراحی برنامه برای نامزدها و ترغیب مردم به سوی کاندیدای مشخص ابراز وجود می کنند. این گروه، پیگیری قدرت سیاسی و اقتصادی را به صورت مستقیم در دستور کار قرار نمی دهد؛ بلکه در پی تأثیرگذاری بر نامزدها و جلب توجه افکار عمومی برای تحقق اهداف خود هستند. از سوی دیگر، طلایه داران طوایف (سران و ریش سفیدان) در تلاش هستند تا نیروهای اجتماعی را با خود هم داستان کنند. نیروهای اجتماعی نیز بیش از آنکه به صورت مستقل و واسط میان نمایندگان و مردم عمل کنند، در زمان انتخابات و بعد از آن، با کهنسالان طوایف

1. Elders and breeders of tribe
2. Local influences
3. Kinship groups
4. Social human
5. Economic human
6. Identity human

همراه می‌شوند. در این میان، گاهی خشونت، تنش و درگیری‌های خیابانی نیز جایگزین رقابت و هماوردی‌های مسالمت‌آمیز می‌شود. در کنار موی‌سپیدان طوایف، متنفذان محلی - که عمدتاً در راستای "منافع" عمل می‌کنند- به‌عنوان مهمترین و پویاترین گروه ذی‌نفوذ در حوزه انتخابیه ممسنی در تأثیرگذاری بر نمایندگان و سامان توده‌ها در انتخابات نقش کلیدی دارند (ندری، ۱۳۹۴، حسینی، ۱۳۹۴ و پیکری، ۱۳۹۴). تجربه نشان داده است؛ این گروه که در چارچوب مکان و فضای جغرافیایی زادگاهی و طایفه‌ای خود عمل می‌کند، در وهله اول در پی غیریت‌سازی است تا مقبولیت لازم میان توده و اعمال نفوذ بر نامزدها و نماینده پیروز را به دست آورد. متنفذان محلی معمولاً پس از کسب مقبولیت، در صورتی که نامزد مطلوب آن‌ها پیروز شود، این توان را دارند تا در دوران نمایندگی آن حضور و نفوذ داشته باشند. البته نیاز نماینده به متنفذان محلی برای حصول به‌گرسی مجلس در ادوار بعدی انتخابات نیز زمینه حمایت و حفظ آنان می‌شود. هر چند ممکن است برخی متنفذان محلی به دلیل عدم یا ضعف تحقق مطالبات خود در ادوار بعد، از نماینده مدنظر طرفداری نکنند. این موضوع بارها در حوزه انتخابیه ممسنی اتفاق افتاده است. از این رو، می‌توان به یکی از عوامل ناکامی نمایندگان در حوزه انتخابیه ممسنی نیز پی برد؛ زیرا این نمایندگان به حمایت از متنفذان محلی قلمرو جغرافیایی خود (طایفه) پرداخته و سایر مناطق (دیگر طوایف) را نادیده می‌گیرند که این منجر به شکاف درون گروه‌های ذی‌نفوذ، تضعیف سازماندهی مجدد آن‌ها، ناتوانی در اثرگذاری بیشتر بر نیروهای اجتماعی و شکست در دوره بعد انتخابات می‌شود.



شکل ۲- رابطه متنفذان محلی، نیروهای اجتماعی و پیروزی نامزدها در حوزه انتخابیه ممسنی



شکل ۳- رابطه متنفذان محلی، نیروهای اجتماعی و شکست نمایندگان در حوزه انتخابیه ممسنی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۶

سومین گروه ذی نفوذ در حوزه انتخابیه ممسنی، گروه های خویشاوندی (اقوام و فامیل) است. این گروه که به صورت پایدار حضور دارند و در راستای "هویت - منافع" عمل می کنند، در زمان انتخابات بیش از سایرین فعال و کنش گر می شوند و از طریق تبلیغات برای نامزد مطلوب خود، زمینه های لازم برای نفوذ بر وی در دوره نمایندگی احتمالی اش در مجلس شورای اسلامی را فراهم می کنند (صادقی و حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۱۹). این گروه در دوره نمایندگی شخص نزدیک به خود یا به عبارتی، نماینده ای که از زیستگاه جغرافیایی (طایفه) آن ها انتخاب شده است، تقاضاها و مطالبات خود و حتی توده را از نماینده پیگیری هستند. گروه خویشاوندی در مواقعی از قدرت برخوردار می شود که تا تعیین سیاست ها، راهبردها و تصمیم سازی نماینده مداخله می کند. بنابراین، می توان گفت که این گروه در فضای جغرافیایی ممسنی از طریق طایفه و وابستگی های قومی - خویشی، اعمال نفوذ می کند و تمایل نامزدها و نمایندگان برای استفاده از آن ها در جهت تبلیغ تصمیمات و سیاست هایشان زمینه تثبیت و تقویت جایگاه شان می شود.

۳.۵. نیروهای اجتماعی و انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی

نیروهای اجتماعی که حد واسط توده و کارگزاران هستند، به صورت مستمر و بارز در عرصه سیاسی ممسنی حضور ندارند، چراکه به دلیل ساخت اجتماعی موجود و بافت سنتی، هنوز کاملاً از استقلال رأی برخوردار نیستند و تنها در زمان انتخابات خواسته های خود را مطرح کرده و به مسیر مورد نظر خود جهت می دهند (ضرغامی، حسینی، و صادقی، ۱۳۹۳، ص. ۱۲). این نیروها برای بیان مطالبات، بیش از آنکه مستقل عمل کنند، در بستر جغرافیای سنتی خود و بر بنیاد ساخت محیطی - طایفه ای اقدام می کنند. بدین معنا که طایفه و محلی گرایی، فرصتی مغتنم به شمار می رود تا در پرتو آن در عرصه سیاسی ابراز وجود کنند. یکی از مصادیق آن، صحنه انتخابات مجلس است. در دیگر انتخابات ها یعنی ریاست جمهوری و مجلس خبرگان، رقابت برای این نیروها چندان موضوعیت ندارد؛ اما در انتخابات مجلس برخی از این نیروها از توان بالایی برخوردارند، به نحوی که حتی قادر به بسیج دیگر نیروها و توده هستند. البته برخی از این نیروها به دلیل اینکه با گروه های فشار همراه می شوند، کارآمدی و پویایی لازم را ندارند. بر این پایه، به نظر می رسد در اجتماع ممسنی که عناصر

مدرن به صورت تدریجی در حال شکل‌گیری و بازساخت هستند، نیروهای اجتماعی رفته رفته در میدان سیاسی حضور پیدا می‌کنند؛ اما ساخت طایفه‌ای، وجود کارگزاران و گروه‌های ذی‌نفوذ که تمایلات سستی و طایفه‌ای دارند، مانع از اثرگذاری واقعی آن‌ها می‌شود. از جمله نیروهای اجتماعی فعال در حوزه انتخابیه ممسنی که در انتخابات مجلس نقش فعال یا منفعل دارند می‌توان به «نخبگان^۱»، «روشنفکران^۲»، «بازاریان^۳»، «کشاورزان^۴» و «زنان^۵» اشاره کرد.^۶ این نیروها در شرایطی که گروه‌های ذی‌نفوذ نظیر بزرگان طوایف از سازماندهی لازم برخوردار نیستند، می‌توانند منافع خود و دیگران را تأمین کنند؛ ولی با سازماندهی گروه‌های ذی‌نفوذ برخی از آن‌ها عملاً منفعل و همراه با این گروه‌ها می‌شوند. در یک تقسیم‌بندی، نیروهای اجتماعی، حامیان منفعل و فعال را شامل می‌شوند. این مرزبندی، زمانی نمایان می‌شود که استقلال نیروهای اجتماعی توسط گروه‌های فشار از بین می‌رود. در این شرایط، حامیان فعال تحت رفتار هویتی از درون و منافع گروه‌های ذی‌نفوذ از بیرون به پشتیبانی از نامزد حوزه جغرافیای خود می‌پردازند و فعالانه تبلیغات لازم را برای کارگزاران انجام می‌دهند. نمونه عملکرد این دسته را می‌توان در ایام انتخابات مشاهده کرد که فعالانه به سازماندهی و مدیریت نیروها و جمع‌آوری رأی بیشتر برای نامزدهای مطلوب اهتمام می‌ورزند. این در حالی است که حامیان و پیروان منفعل توان چندانی برای حضور اثربخش ندارند و صرفاً به حمایت از نامزدهای منتسب به زادگاه و طایفه خود می‌پردازند. نمونه این دسته را می‌توان در روز انتخابات و در رفتار افرادی یافت که سرنوشت و حق رأی خود را به دیگران واگذار می‌کنند. در واقع این افراد حمایت منفعلانه خود را به دلیل هویت جغرافیایی و طایفه‌ای انجام می‌دهند تا منافع آن‌ها در بلندمدت حاصل شود.

1. Elite
2. Intellectuals
3. Marketers
4. Farmers
5. Women

۶. این تقسیم‌بندی از منظر شأن اجتماعی (نه طبقه اجتماعی) صورت گرفته است، چراکه ساختار اجتماعی ممسنی بر بنیاد شکاف اجتماعی و به طور مشخص "شکاف طایفه‌ای" است و اساساً "شکاف طبقاتی" نسبت به شکاف طایفه‌ای کم‌رنگتر است.

در میان نیروهای اجتماعی نیز می توان از سه شاخص «نگرش اجتماعی»، «پایگاه اجتماعی» و «میزان سرمایه اقتصادی» سخن به میان آورد. بر بنیاد نگرش اجتماعی، معمولاً نیروهای اجتماعی (بازاریان، کشاورزان، فرهنگیان و غیره) خود را در چارچوب اجتماع (کل گرای) تعریف می کنند. بدین معنا که گروه خود را از سایرین متمایز می سازند. هر یک از نیروهای اجتماعی در تحولات سیاسی نظیر انتخابات در چارچوب تیره و طایفه خود با یکدیگر متحد می شوند؛ ولی در مناسبات اجتماعی و اقتصادی صرفاً منافع مربوط به گروه خود را پی جویی می کنند. از سوی دیگر، پایگاه اجتماعی به معنای منزلت و پرستیژ اجتماعی، شخصیتی، شغلی و غیره است که منجر به تفاوت بنیادین میان نیروهای اجتماعی در شهرستان ممسنی شده است. در این زمینه می توان به منزلت فرهنگیان در مقایسه با کشاورزان اشاره کرد. نقش آفرینی فرهنگیان در مسائل اجتماعی (جشن ازدواج، مراسم عزاداری و غیره) و سیاسی (انتخابات) نسبت به گروه هایی نظیر زنان، مذهبیون و روشنفکران بیشتر است. از نظر سرمایه اقتصادی، معمولاً پزشکان، بازاریان و کشاورزان (عمده مالک و زمین داران بزرگ) در صدر قرار دارند، به طوری که ثروت و دارایی این نیروها در تکریم و پاسداشت آنها نقش بسزایی ایفاء می کند.

۵.۳.۱. نخبگان

در حوزه انتخابیه ممسنی، نخبگان در مقام نیروی اجتماعی فعال در عرصه های مختلف حضور دارند و با توانایی های فکری خود قادر به بسیج توده ها هستند. البته در برخی شرایط، این نخبگان متأثر از گروه های فشار قرار می گیرند و استقلال عمل خود را از دست می دهند. نخبگان ممسنی بیشتر به نخبگان سنتی نزدیک هستند؛ زیرا از نفوذی برخوردارند که برآمده از ساخت اجتماعی، ایده ها و اعتقاداتی است که شالوده در گذشته ای دور دارند و مبتنی بر راه و رسم سنتی است. بدین معنا که آنها علی رغم درک شرایط و شناخت تحولات موجود، همچنان بر ویژگی های سنتی تأکید می کنند که در زندگی اجتماعی و سیاسی نیز نمود پیدا می کند. از جمله این عرصه ها، انتخابات است که شناسه های سنتی مورد نظر نخبگان به آن سرایت پیدا می کند و بر میزان تعارضات و رقابت ها می افزاید. مؤلفه دیگر در رابطه با نخبگان ممسنی به پایگاه اجتماعی آنها مربوط می شود. با توجه به خصوصیات نخبگان می توان افرادی نظیر «کارمندان ادارات»، «معلمان آموزش و پرورش» و «دانشگاهیان» را در زمره

نیروهای نخبه ممسنی در نظر گرفت که در مواقع حساس به‌ویژه در زمان انتخابات (مجلس) ایفای نقش می‌کنند. به نظر می‌رسد پایگاه اول نخبگان ممسنی، کارمندان ادارات هستند که شاید مهمترین دغدغه آنها در درجه نخست، ارتقاء و ترفیع جایگاه در مشاغل خود است. این گروه از فرآیند انتخابات بیشتر در جهت تحقق مطالبات و گروه‌های نزدیک به خود استفاده می‌کند. مهمترین مصداق این امر را می‌توان در انتصابات مشاهده کرد که نماینده پس از پیروزی در انتخابات می‌کوشد تا تمامی مسئولان اداری و اجرایی حوزه انتخابیه را با خود همراه کند و عموماً نیز اطرافیان و حامیان خود را در این ادارات به کار می‌گیرد تا هم دین خود را به حامیان (ترجیحاً مطرح خود) آدا کرده باشد و هم تحولات حوزه انتخابیه را بهتر جهت‌دهی کند (کاویانی‌راد، ۱۳۹۲، ص. ۱۶۳) و بدین ترتیب گروه‌های واجد صلاحیت، کارا و متخصص از دایره مدیریت اداری و اجرایی خارج می‌شوند. دستیابی نخبگان اداری به پست‌های کلیدی و ریاست‌های بخش‌های اداری - اجرایی شهرستان بر بنیاد گزینش‌های محلی و طایفه‌ای گواه آن است که از استقلال عمل آنها فروکاسته و گاه در راستای اهداف گروه ذی‌نفوذ و کارگزاران به کار گرفته می‌شوند.

پایگاه دوم نخبگان ممسنی، معلمان آموزش و پرورش یا فرهنگیان هستند که در ساماندهی انتخابات و راه‌اندازی ماشین تبلیغات نامزدها تا حدودی بیش از دیگر نیروها نقش-آفرینی داشته و به جهت‌دهی و تمهید مردم می‌پردازند (موسوی، ۱۳۹۴، رستمی، ۱۳۹۴، و حیاتی، ۱۳۹۴). در واقع فرهنگیان حوزه انتخابیه ممسنی، بیش از دیگر بازیگران سیاسی در انتخابات، کنش سیاسی معطوف به دفاع از حوزه جغرافیایی خود را دارند. سخنرانی در محافل طایفه خود، همراه کردن گروه‌های بی‌طرف و اقلیت‌ها، اثرگذاری بر اذهان مردم و آماده‌سازی و مدیریت دیگر نیروها از جمله فعالیت‌های فرهنگیان در ایام انتخابات است. ماهیت این کنش‌گری‌ها به گونه‌ای است که بخشی از آنها به موازات تحقق منافع کوتاه‌مدت و برخی دیگر تحت کنترل گروه‌های ذی‌نفوذ نظیر بزرگان طوایف و متنفذان محلی انجام می‌گیرد (حسینی، ۱۳۹۴، جعفری، ۱۳۹۴، و احمدی، ۱۳۹۴). فرهنگیان نیروهای اجتماعی صاحب فکر و ایده هستند و همراستا با تمایلات گُوهری و هویتی گروه‌های فشار اقدام می‌کنند. این گروه بعد از انتخابات در عرصه سیاسی حضور داشته و برخی از آنها از نماینده پیروز اعطای

پست‌های مدیریتی و اجرایی به خود را انتظار دارند. این جماعت که در روزهای انتخابات با مردم در ارتباط بوده و دیگران را نیز با خود هم‌قدم کرده‌اند، پس از انتخابات، پایبند گروه‌های محلی، خویشاوندی و طایفه‌ای نیز می‌شوند.

پایگاه سوم نخبگان ممسنی، دانشگاه است که نقش قابل توجهی در انتخابات دارد. می‌توان ادعا کرد که بخشی از ساماندهی برنامه‌های انتخاباتی نامزدها بر محوریت دانشگاه استوار است. دانشگاه به دلیل پویایی و نشاط و برخورداری از نیروهای جوان و فعال در زمان انتخابات بیش از پیش اهمیت راهبردی پیدا می‌کند و با وجود کارکرد مستقل، بخشی از آن در اختیار گروه‌های ذی‌نفوذ قرار می‌گیرد. از طرفی در بدنه دانشگاه می‌توان به بخش مدیریت و گروه‌های اقلیتی اشاره کرد که قادر به شکل‌دهی و ساخت اذهان نخبگان هستند. به عبارتی، این بخش برای حفظ جایگاه خود و گروه‌های اقلیت به صورت خودآگاه و ناخودآگاه در ترغیب، برنامه‌ریزی، طراحی و ساماندهی نخبگان عمل می‌کنند (ندری، ۱۳۹۴ و دشتی، ۱۳۹۴).

۵. ۳. ۲. روشنفکران

در حوزه انتخابیه ممسنی، استفاده نامزدهای انتخاباتی از تفکرات و تدابیر روشنفکران در پیروزی آن‌ها اثرگذار است. گروه روشنفکران در ممسنی که اغلب افراد تحصیل‌کرده و آگاه به شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هستند، به عنوان نیروی اجتماعی در تصمیم‌سازی‌های سیاسی در زمان انتخابات جریان‌ساز می‌شوند. این گروه را می‌توان به سه بخش «مکانیک»، «آرگانیک» و «انزواطلب» تقسیم کرد. روشنفکران مکانیک افرادی هستند که با وجود داشتن تحصیلات و آشنایی با اندیشه‌های نوین، بر حفظ نظام سنتی و طایفه‌گرایی در انتخابات تأکید می‌کنند. ماهیت این رویکرد منبعت از مؤلفه‌های هویت و منافع است و هویت محلی - طایفه‌ای و احساس و تعلق مکانی و وابستگی به گروه خویشاوندی در روشنفکران مکانیک نهادینه شده است. آن‌ها انتخابات و طرفداری از نامزدهای زیستگاه جغرافیایی خود (طایفه خود) را شرایط مطلوبی می‌دانند که در صورت پیروزی وی، می‌تواند تنگناها و مشکلات آن‌ها را بهتر درک کند و حتی فرصت ارتقای جایگاه را برایشان مهیا سازد. در این چارچوب، تأثیرپذیری از گروه‌های فشار می‌تواند زمینه تبدیل این گروه به ابزار فعالیت‌های اجرایی و تبلیغاتی

نامزدها و رقابت‌های سیاسی و فرهنگی طوایف گردد. از جمله مهمترین روشنفکران مکانیک برخی دانشجویان و اساتید دانشگاه‌ها هستند که در حفظ ساختار دودمانی و طایفه‌ای و تعارضات هویتی نقش دارند. از سوی دیگر، روشنفکران ارگانیک ممسنی جدی‌ترین رسالت خود را ایجاد آگاهی در مردم برای پایان دادن به گرایش‌های هویتی - گوهری می‌دانند. این دسته که در اقلیت هستند، ضمن اهتمام برای شناساندن موقعیت فرهنگی و توسعه‌نیافتگی فضای جغرافیایی ممسنی و مقایسه آن با دیگر فضاهایی که در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی توسعه داشته‌اند، نمی‌توانند چندان تغییری در مسیر طایفه‌گرایی ایجاد کنند. البته این تلاش‌های تدریجی می‌تواند بستر حرکت مردم به سوی انتخاباتی بدون نگرش‌های محلی - جغرافیایی باشد. بنیادی‌ترین اقدامات این دسته انجام کارهای پژوهشی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، معرفت دادن به مردم، نامطلوب انگاشتن طایفه‌گرایی و قلمرومحوری و تأکید بر جایگزین شمردن ارزش‌های ملی به جای ارزش‌های طایفه‌ای - ناحیه‌ای، تأکید بر برابری تمام شهروندان و توسعه متوازن در فضای جغرافیایی شهرستان و نهایتاً مقابله با گروه‌های ذی‌نفوذ و اشخاصی است که در حفظ بافت سنتی موجود (طایفه‌گرایی) و تعارضات محلی نقش دارند.

سومین گروه روشنفکران نیز انزواطلب‌ها هستند. آن‌ها به دلیل یأس از وضعیت موجود هرگونه اهتمام برای کم‌رنگ کردن طایفه‌گرایی را نامقدور می‌دانند و ترجیح می‌دهند در اوضاع مداخله نکنند. آن‌ها در زمان انتخابات مجلس مبنای کار خود را بر عدم ورود به این کارزار قرار می‌دهند و به دلیل ابراز ناامیدی از بهبود وضعیت از انتقاد هم دوری می‌کنند (موسوی، ۱۳۹۴، و دشتی، ۱۳۹۴). در واقع آن‌ها اعتقاد چندانی به حذف طایفه‌گرایی و پیشرفت فضای جغرافیایی ممسنی در آینده را ندارند. نمونه رفتار این گروه را می‌توان در زمان انتخابات یافت که بیشتر ترجیح می‌دهند در حوزه‌های انتخابیه دیگر به پای صندوق رأی بروند و یا در روز انتخابات به اوقات فراغت بپردازند (مطالعات میدانی نگارندگان). این رفتار انتخاباتی را می‌توان به صورت منفعل و به سمت کاهش گرایش‌های طایفه‌ای تصور کرد؛ زیرا این تمایل، درونی است ولی در پیشامدهای سیاسی نمایان نمی‌شوند. این جهت‌گیری بعضاً به اندازه‌ای است که حتی به بدبینی مطلق برخی از آن‌ها نسبت به اشخاص منجر می‌شود.

۳.۳.۵. بازاریان

بازار یکی از بنیان‌های مهم اقتصاد ممسنی است. در این حوزه انتخابیه، بازاریان در زندگی سیاسی به صورت پایدار حضور دارند و در اکثر مواقع بیش از آنکه به صورت مستقل و نیروی اجتماعی فعال عمل کنند در جهت عقاید و منافع دیگران اقدام می‌کنند. البته آن‌ها آینده بازار و تحول در آن را نیز مبنای انتخاب قرار می‌دهند و بر بنیاد سرنوشت بازار، نامزدهایی که در صحنه انتخابات حضور دارند را گزینش می‌کنند. درباره ویژگی و شناسه‌های بازاریان در هم‌آورد انتخاباتی باید گفت که آن‌ها تلاش جدی برای مقابله با رسوم و سنت‌ها انجام نمی‌دهند و تقابل با گرایش‌های طایفه‌ای برای آن‌ها موضوعیت ندارد. این قشر در عرصه انتخابات ضمن مشارکت و فعالیت برای نامزد حوزه جغرافیایی خود، به نظر می‌رسد، بیشتر اجابت‌کننده فرامین گروه‌های ذی‌نفوذی نظیر بزرگان طوایف هستند (ندری، ۱۳۹۴ و حسینی، ۱۳۹۴). اگرچه آن‌ها در عرصه اقتصادی یکی از پایه‌های بنیادی شهرستان ممسنی و به عبارتی، شریان حیاتی اقتصاد آن هستند، لکن در زندگی سیاسی کمتر می‌توانند بر دیگر گروه‌ها اثرگذار باشند. نکته دیگر به پیوند سنتی بازار و گروه‌های طایفه‌ای مربوط می‌شود که بر پایه آن بازاریان ممسنی عمدتاً در زمان انتخابات در چارچوب تقاضاهای اقوام و خویشاوندان عمل می‌کنند. در واقع آن‌ها معتقدند که از این طریق می‌توانند تحصیل درآمد کنند و پیوند عاطفی - خویشاوندی و ارتباط با نمایندگان منتخب می‌تواند راهگشای مشکلات آن‌ها باشد. روی هم رفته، بازار ممسنی نسبت به نخبگان و روشنفکران کمتر می‌تواند در عرصه سیاسی تأثیرگذار باشد و در اکثر موارد نیرویی در خدمت گروه‌ها است.

۳.۵. ۴. کشاورزان

پایه اقتصادی مهم دیگر ممسنی، کشاورزی است. کشاورزان یکی از نیروهای اجتماعی با اهمیت در حوزه انتخابیه ممسنی هستند؛ زیرا بخش اصلی اقتصاد آن عمدتاً بر بنیاد کشاورزی است و شماری از مردم شهرستان از این طریق امرار معاش می‌کنند. جمعیت زیاد کشاورزان همواره در زندگی سیاسی ممسنی مورد توجه سایر نیروها و گروه‌های ذی‌نفوذ بوده است. در حقیقت کشاورزان بیش از آنکه در تحولات سیاسی - اجتماعی نقش‌آفرین باشند، از سوی دیگر نیروها بسیج می‌شوند (صادقی و حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۲۰). نمود عینی آن را می‌توان در

ادوار مختلف انتخابات مجلس مشاهده کرد. علت این موضوع را بیشتر باید در مسائل هویتی از یک طرف و ضعف آگاهی دقیق کشاورزان از تحولات موجود دانست. در زمینه هویت می‌توان به برساختگی و شکل دادن ذهنیت آن‌ها توسط نخبگان و گروه‌های ذی‌نفوذی اشاره کرد که در جهت علایق خود و استفاده از کشاورزان عمل می‌کنند. افزون بر این، شکل‌گیری و ساخت تفکر مبتنی بر محق بودن خود نسبت به غیر، در تشدید تمایلات محیطی - طایفه‌ای کشاورزان نقش اساسی دارد و آن‌ها پیروزی نامزد زادگاه خود در انتخابات را عاملی برای ابراز وجود نسبت به دیگر مناطق قلمداد می‌کنند. به عبارتی، کشاورزان ممسنی در انتخابات و به‌ویژه انتخابات مجلس و حتی انتخابات شوراهای شهر و روستا مُنفعَل هستند؛ اما به طایفه‌گرای گرایش دارند که آن را باید برآمده از احساسات درونی و ترغیب بیرونی دانست. شاخص دیگر در زمینه وابستگی‌های محلی - طایفه‌ای کشاورزان، ضعف آگاهی از رقابت‌ها و تعارضاتی است که به دلیل نامأنوس بودن با شناسه‌های زندگی مدرن و توسعه صورت می‌گیرد. در واقع تسلط طولانی زندگی سنتی و عشیره‌ای در حوزه انتخابیه ممسنی آن‌ها را در حفظ و حمایت از این شیوه زندگی مُصمم کرده و هر تغییری را مبارزه با سنت‌های خود قلمداد کرده و در مقابل آن مقاومت می‌کنند. بنابراین، کشاورزان ممسنی در انتخابات مشارکت وافر؛ اما مُنفعَل دارند و پیروزی صرف زیستگاه خود برایشان کفایت می‌کند؛ زیرا گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی محدوده جغرافیایی خود را برتر دانسته و سخنان و کنش‌های آن‌ها را کاملاً بر حق می‌پندارند.

۵.۳.۵. زنان

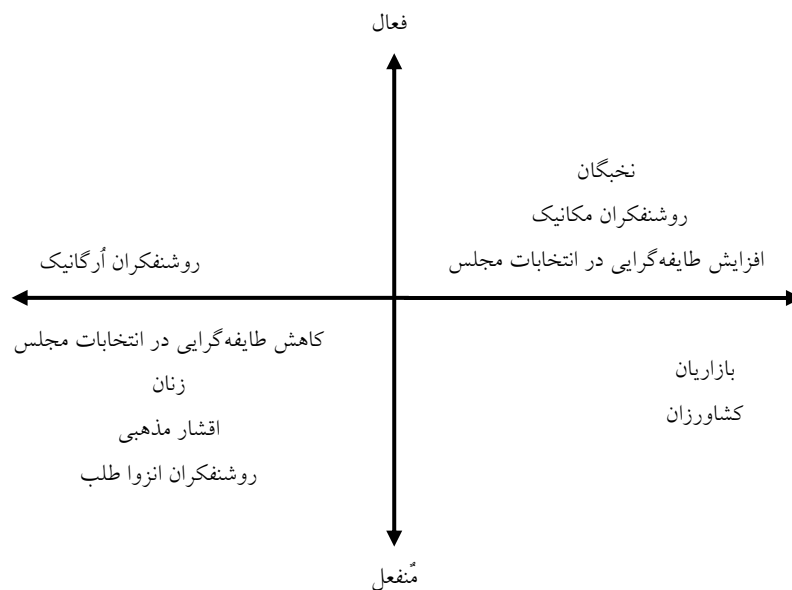
در حوزه انتخابیه ممسنی، مشارکت زنان در ادوار انتخابات و به‌ویژه انتخابات مجلس ملموس بوده است. آن‌ها فرصت تکاپو در عرصه سیاسی را داشته‌اند؛ اما در اکثر موارد این فعالیت‌ها تحت تأثیر شاخص‌های سنتی، مردسالاری و پدرسالاری بوده است. داده‌ها و دیده‌ها نشان می‌دهد فضای جغرافیایی ممسنی، رُخساره‌ای «مردانه» دارد. در این شرایط زنان در انتخابات مجلس از خانواده خود تبعیت کرده و استقلال رأی برای حمایت از یک نامزد خاص نداشته‌اند (حسنی، ۱۳۹۴ و احمدی، ۱۳۹۴). در بیشتر ادوار انتخابات، زنان با وجود حضور چشمگیر، در جهت تصمیمات مردان و سنت‌های موجود عمل می‌کنند و سخت می‌توانند بر

دیگر نیروهای اجتماعی اثرگذار باشند (حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۹۷). در حقیقت آنان نظیر بازاریان و کشاورزان موضوع تحولات قرار می‌گیرند و از ایفای نقش واقعی در عرصه اجتماعی و سیاسی باز می‌مانند (صادقی و حسینی، ۱۳۹۴، ص. ۲۰). کنش سیاسی این نیروی اجتماعی همانند بازاریان و کشاورزان به صورت منفعل است، با این تفاوت که آن‌ها تمایلات کمتری به هویت‌های محلی - طایفه‌ای نشان می‌دهند. به عبارتی، در حالی که طایفه‌گرایی برای بازاریان و کشاورزان مؤلفه‌ای بنیادی است؛ اما زنان توجه کمتری به آن نشان می‌دهند و بیشتر منفعلانه از سوی دیگر گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی بسیج می‌شوند. در مجموع، زنان در فضای جغرافیایی ممسنی به دلایل قرار گرفتن در یک جامعه مردسالار و ضعف شناخت کافی از تحولات اجتماعی و سیاسی چندان در تشدید طایفه‌گرایی نقش ندارند و همراستای اهداف دیگران عمل می‌کنند. مصداق این امر را می‌توان در روز انتخابات مشاهده کرد که زنان مشارکت دارند؛ اما رأی آن‌ها همسو با عقاید همسران و یا توسط بزرگان طوایف، گروه‌های خویشاوندی و متنفذین محلی جهت‌دهی می‌شود.

۵. ۳. ۶. افشار مذهبی

روحانیت شیعه در ایران از دوره صفویه به بعد یکی از گروه‌های تأثیرگذار به شمار می‌رفته و در مقایسه با دیگر گروه‌های اجتماعی از جایگاه اجتماعی بالاتری برخوردار بوده‌اند. با وجود این، به نظر می‌رسد نقش مذهبیون در زندگی سیاسی ممسنی نسبت به نیروهای دیگر کم‌رنگ‌تر است؛ زیرا آن‌ها در چارچوب ساخت طایفه‌ای عمل نمی‌کنند و در جهت‌گیری‌های خود مخالف طایفه‌گرایی هستند. آن‌ها در روزهای انتخابات، نخبگان و مردم را به آرامش دعوت کرده و طایفه‌گرایی را مذموم و در مقابل، همگرایی و اتحاد را محترم و مغتنم می‌دانند و بر برادری افراد تأکید می‌کنند. استوارترین پایگاه این نیروی اجتماعی در تریبون‌های "ائمه جمعه" مشاهده می‌شود که مردم را به کاهش تمایلات منفی طایفه‌ای توصیه می‌کنند. از لحاظ جامعه‌شناختی، این نیروها منفعل هستند؛ زیرا در زمان انتخابات حضور فعالی در جهت‌دهی آراء ندارند و مسیر حرکت آن‌ها به سمت ایجاد آرامش و کاستن و مذموم شمردن گرایش‌های منفی طایفه‌ای است. علاوه بر ائمه جمعه می‌توان به شخصیت‌های مذهبی دیگر نیز اشاره کرد که وحدت در میان مردم را اصل بنیادین تلقی می‌کنند و با تأکید بر آیات و روایات مبنی بر

برادری انسان‌ها به نکوهش ابعاد تفرقه‌افکن طایفه‌گرایی اشاره دارند. این نیروی اجتماعی در انتخابات تلاش می‌کند تا بی‌طرفانه قضاوت کند و با اشاره به برون‌داد نابهنجار طایفه‌گرایی، ذهن افراد را به سوی همگرایی و انسجام در جامعه سوق دهد. اصلی‌ترین مکان و تربیون مذهبیون در مساجد و منابر است که آگاه‌سازی مردم را فریضه شرعی می‌دانند؛ اما به دلیل اینکه این امر به صورت مستمر در جامعه ممسنی تداوم ندارد؛ نمی‌توان نقش کاملاً فعالی برای آن‌ها در نظر گرفت. روی هم رفته نقش مذهبیون در ساخت سیاسی ممسنی همانند سطح کلان که در عرصه انتخابات حضور دارند، نیست بلکه آن‌ها در سطح خرد و در یک جامعه مبتنی بر پیوندهای خویشاوندی به این مهم بسنده می‌کنند که در انتخابات رویکرد بی‌طرفانه و مبتنی بر استقلال رأی را دنبال کنند. بنابراین، در حوزه انتخابیه ممسنی به دلیل طایفه‌گرایی و کارکرد گروه‌های ذی‌نفوذ و نیروهای اجتماعی، بیش از آنکه مذهب افراد مهم باشد، وابستگی‌های طایفه‌ای - خویشاوندی تأثیرگذار است.



شکل ۴- ویژگی نیروهای اجتماعی در حوزه انتخابیه ممسنی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۶

۵. میزان تأثیرگذاری گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات حوزه ممسنی

در خصوص نحوه و چگونگی تأثیرگذاری بازیگران سیاسی در فضای جغرافیایی ممسنی باید اشاره کرد که گروه‌های ذی نفوذ به صورت ثابت و پایدار و نیروهای اجتماعی به صورت فعال و منفعل از طریق هویت و تعلق مکانی و ساخت طایفه‌ای و تماس با کارگزاران در فرآیند انتخابات مجلس و جهت‌دهی به آراء مردم در حوزه انتخابیه ممسنی ایفای نقش می‌کنند که در این میان نقش گروه‌های ذی نفوذ پُررنگ‌تر است. از طرفی، برای سنجش میزان تأثیرگذاری هر یک از گروه‌های ذی نفوذ و نیروهای اجتماعی در انتخابات حوزه انتخابیه ممسنی، مطالعات میدانی با طراحی، توزیع و تکمیل پرسش‌نامه توسط ساکنان شهرستان ممسنی در دو سطح فضای جغرافیایی شهری و روستایی انجام شد. جامعه آماری برای مناطق شهری ۱۰۹ نفر و برای مناطق روستایی ۱۶۶ نفر بود که بر اساس نظرات پاسخ‌دهندگان، میزان تأثیرگذاری این گروه‌ها و نیروها مورد سنجش قرار گرفت. مشخصات جامعه آماری پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه در مناطق شهری در جدول شماره ۵ قابل مشاهده است:

جدول ۵- مشخصات پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه در مناطق شهری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

شغل	میزان تحصیلات											اعضای خانوار		جنسیت		تعداد
	کارشناس	خانه‌دار	بازنشسته	بیکار	شاغل	ارشد و بالاتر	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	راهمایی	ابتدایی	خواندن و نوشتن	سواد پایه	بی‌سواد	زن	
	۲۱	۹	۴	۲۲	۵۳	۲۱	۴۵	۱۴	۱۲	۸	۴	۵	۲۲	۸۷	۴۴	۶۵
مجموع	۱۰۹					۱۰۹						۱۰۹		۱۰۹		

تحلیل آماری نتایج حاصل از پاسخ شهروندان مناطق شهری حوزه انتخابیه ممسنی نیز در

جدول شماره ۶ بیان شده است:

جدول ۶- سهم تأثیرگذاری هر یک از گروه‌ها و نیروهای در انتخابات در مناطق شهری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

گروه‌های ذی نفوذ/نیروهای اجتماعی	جامعه آماري	حد متوسط	میانگین	انحراف معیار	آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری
گروه‌های ذی نفوذ	مُتفَذین محلی	۳	۴,۳۰	۸۸	۱۱,۰۴	۱۰۸	.۰۰۰
	گروه‌های خویشاوندی	۳	۴,۱۵	۸۵	۱۵,۳۳	۱۰۸	.۰۰۰
	بزرگان و ریش- سفیدان طوایف	۳	۳,۹۳	۸۸	۱۴,۶۹	۱۰۸	.۰۰۰
نیروهای اجتماعی	معلمان	۳	۳,۸۲	۱,۰	۸,۴۰	۱۰۸	.۰۰۰
	کارمندان ادارات	۳	۳,۶۵	۱,۱۰	۱۵,۳۳	۱۰۸	.۰۰۰
	کارمندان دانشگاهی	۳	۳,۶۱	۱,۲۱	۴,۲۳	۱۰۸	.۰۰۰
	دانشجویان	۳	۳,۵۱	۱,۱۰	۴,۸۶	۱۰۸	.۰۰۰
	بازاریان	۳	۳,۴۷	۱,۱	۵,۲۷	۱۰۸	.۰۰۰
	کشاورزان	۳	۳,۴۵	۱,۳۲	۱,۷۸	۱۰۸	.۰۰۰
	اساتید دانشگاه	۳	۳,۴۱	۱,۲۴	۳,۴۵	۱۰۸	.۰۰۰
	زنان	۳	۳,۲۱	۱,۲۳	۳,۶۵	۱۰۸	.۰۰۰
	اقشار مذهبی	۳	۲,۴۵	۱,۳۰	-۴,۲۷	۱۰۸	.۰۰۰

بر اساس نتایج بدست آمده و ارائه شده در جدول شماره ۶، بیشترین میزان تأثیرگذاری بر انتخابات در حوزه انتخابیه ممسنی، در میان گروه‌های ذی نفوذ به ترتیب مربوط به متفذان محلی با ۴,۳۰ درصد، گروه‌های خویشاوندی با ۴,۱۵ درصد و بزرگان و ریش سفیدان طوایف با ۳,۹۳ درصد است. در میان نیروهای اجتماعی نیز بیشترین اثرگذاری مربوط به معلمان با میانگین ۳,۸۲ درصد و کمترین میزان تأثیرگذاری مربوط به اقشار مذهبی با ۲,۴۵ درصد است. در مناطق روستایی نیز مشخصات جامعه آماری پاسخ دهندگان به پرسش نامه به شرح جدول شماره ۷ است:

جدول ۷- مشخصات پاسخ دهندگان به پرسش نامه در مناطق روستایی

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۶

عنوان	جنسیت		اعضای خانوار		میزان تحصیلات							شغل				
	مرد	زن	یک تا پنج نفر	شش تا ده نفر	خواندن و نوشتن	ابتدایی	راهمایی	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	ارشد و بالاتر	شاغل	بیکار	پارتنرسته	خانه دار	کارشناس
تعداد	۱۱۶	۵۰	۵۵	۱۱۱	۲	۵	۷	۳۶	۶۷	۳۵	۱۳	۳۰	۶۵	۲۰	۴۱	۱۰
مجموع	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶	۱۶۶

نتایج تحلیل آماری پاسخ شهروندان مناطق روستایی حوزه انتخابیه ممسنی نیز در جدول شماره ۸ بیان شده است:

جدول ۸- سهم تأثیرگذاری هر یک از گروه ها و نیروهای در انتخابات در مناطق روستایی

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۶

گروه های ذی نفوذ	گروه های اجتماعی	جامعه آماری	حد متوسط	میانگین	انحراف معیار	آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری
گروه های ذی نفوذ	منتفذين محلی	۱۶۶	۳	۴,۰۵	۱,۲۹	۱۰,۷۳	۱۶۴	۰,۰۰۰
	گروه های خویشاوندی	۱۶۶	۳	۴,۱۵	۱,۰۶	۱۳,۹۱	۱۶۶	۰,۰۰۰
	بزرگان و ریش سفیدان طوایف	۱۶۶	۳	۴,۲۹	۱,۰۸	۱۱,۶۶	۱۶۵	۰,۰۰۰
نیروهای اجتماعی	معلمان	۱۶۶	۳	۴,۰۱	۱,۱۴	۱۱,۳۹	۱۶۶	۰,۰۰۰
	کارمندان ادارات	۱۶۶	۳	۳,۷۳	۱,۲۹	۷,۳۸	۱۶۶	۰,۰۰۰
	کارمندان دانشگاهی	۱۶۶	۳	۳,۸۶	۱,۲۵	۸,۰۷	۱۶۶	۰,۰۰۰
	دانشجویان	۱۶۶	۳	۳,۷۸	۳,۳۵	۴,۹۷	۱۶۶	۰,۰۰۰
	بازاریان	۱۶۶	۳	۳,۷۴	۱,۲۳	۱,۹۸	۱۶۶	۰,۰۰۰
	کشاورزان	۱۶۶	۳	۳,۹۸	۱,۴۲	۵,۵۳	۱۶۶	۰,۰۰۰
	اساتید دانشگاه	۱۶۶	۳	۳,۷۱	۱,۴۵	۶,۳۰	۱۶۶	۰,۰۰۰
	زنان	۱۶۶	۳	۳,۶۸	۱,۳۸	۶,۰۹	۱۶۶	۰,۰۰۰
	اقتشار مذهبی	۱۶۶	۳	۲,۴۹	۱,۴۱	-۴,۶۱	۱۶۵	۰,۰۰۰

بر اساس این نتایج، در مناطق روستایی، بیشترین میزان تأثیرگذاری گروه‌های ذی‌نفوذ در انتخابات حوزه انتخابیه ممسنی، به ترتیب مربوط به بزرگان و ریش‌سفیدان طوایف با ۴,۲۹ درصد، گروه‌های خویشاوندی با ۴,۱۵ درصد و متنفذان محلی با ۴,۰۵ درصد است. در تشریح این نتیجه و ترتیب گروه‌های تأثیرگذار در مناطق روستایی باید عنوان کرد؛ با توجه به ساختار سنتی فضای روستاها، به تبع حرف‌شنوی افراد از بزرگان و ریش‌سفیدان طوایف نسبت به دیگر گروه‌ها بیشتر است. در میان نیروهای اجتماعی نیز بیشترین میزان تأثیرگذاری بر انتخابات متعلق به معلمان با میانگین ۴,۰۱ درصد و کمترین درصد مربوط به اقشار مذهبی با ۲,۴۹ درصد است.

۶. نتیجه‌گیری

بررسی‌های علمی انجام شده نشان می‌دهد که گروه‌های ذی‌نفوذ در حوزه انتخابیه ممسنی از توان بیشتری نسبت به نیروهای اجتماعی در تأثیرگذاری بر انتخابات برخوردارند. این گروه‌ها به صورت غیررسمی و بر بنیاد گروه‌های خویشاوندی و طایفه‌ای شکل گرفته‌اند. آن‌ها در ایام انتخابات بیشترین نقش‌آفرینی را دارند و ضمن کنشگری برای نامزدهای حوزه جغرافیایی خود، نیروهای اجتماعی را با خود همراه می‌کنند. در واقع این گروه‌ها در آشکال مختلف بزرگان طوایف، متنفذان محلی و گروه‌های خویشاوندی به گونه‌ای عمل می‌کنند که اضافه بر ایجاد مقبولیت برای خود در میان اعضای طایفه، منافع و علایق خویش را نیز تأمین می‌کنند. نکته قابل توجه این است که گروه‌های ذی‌نفوذ به صورت مستمر در تحولات سیاسی ممسنی حضور دارند و با استفاده از ساخت طایفه‌ای بر نفوذ خود می‌افزایند. در ارتباط با نقش نیروهای اجتماعی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در حوزه انتخابیه ممسنی اقشار مختلف به صورت فعال و یا منفعل از طریق کارگزاران و ساخت طایفه‌ای حاکم در انتخابات مجلس ایفای نقش می‌کنند. از گروه‌های فعال در میان نیروهای اجتماعی، نخبگان و روشنفکران هستند که در بافت سنتی ممسنی قادرند بر دیگر نیروهای اجتماعی اثرگذار باشند. گروه نخبگان علاوه بر ترغیب برای مشارکت در انتخابات به سود نامزد خاص، اهداف خود را نیز پیگیری می‌کنند. این گروه در آشکال فرهنگی، اداری و دانشگاه‌ها تلاش خود را در جهت

بسیج سایر نیروهای اجتماعی و توده به کار می گیرد. از مهمترین ابزارهای آنها نیز استفاده از تریبون های مختلف در محافل عمومی و خصوصی و تبلیغات است که در بلندمدت می تواند زمینه ارتقای آنها را فراهم کند. نیروی اجتماعی دیگر، روشنفکرانی هستند که فعالانه در مسیر طایفه گرایی عمل می کنند و با گروه های ذی نفوذ در صحنه انتخابات همراه می شوند. گاهی اقدامات و تعصبات طایفه گرایانه این نیروی اجتماعی در روز انتخابات به خشونت های خیابانی کشیده می شود. البته در میان روشنفکران، گروه اقلیتی حضور دارند که در جهت آگاه سازی مردم و مقابله با بافت سنتی موجود (طایفه گرایی) تلاش می کنند که می تواند در بلندمدت مؤثر واقع شود. یافته های دیگر پژوهش گویای آن است که نیروهای اجتماعی دیگری نظیر کشاورزان، بازاریان و زنان در جامعه ممسنی حضور دارند که در انتخابات مجلس به صورت منفعل و در خدمت دیگر گروه ها عمل می کنند؛ با این تفاوت که گروه اول و دوم تمایل به طایفه گرایی دارند و حضور آنها در صحنه سیاسی از طریق ساخت طایفه های و کارگزاران است. اقشار مذهبی نیز در طیف گروه هایی هستند که با وجود مخالفت با ابعاد منفی طایفه گرایی و تأکید بر رعایت اصل برادری در فضای انتخابات، به دلیل عدم استمرار فعالیت ها برای مقابله با طایفه گرایی در طیف فعالان قرار نمی گیرند. برآیند مطالعات صورت گرفته نشان داد که گروه های ذی نفوذ به صورت ثابت و پایدار و نیروهای اجتماعی به صورت فعال و منفعل از طریق هویت و تعلق مکانی و ساخت طایفه ای و تماس با کارگزاران، فرآیند انتخابات مجلس در حوزه انتخابیه ممسنی را تحت تأثیر قرار داده و برای اعمال نفوذ بیشتر تلاش می کنند. از طرفی، میزان نقش آفرینی بازیگران سیاسی متفاوت است. در بین گروه های ذی نفوذ در مناطق شهری و روستایی به ترتیب متنفذان محلی و ریش سفیدان از بیشترین و ریش سفیدان و متنفذان محلی از کمترین میزان تأثیرگذاری برخوردار هستند. در میان نیروهای اجتماعی در مناطق شهری و روستایی به ترتیب بیشترین اثرگذاری مربوط به معلمان و کمترین میزان تأثیرگذاری مربوط به اقشار مذهبی است.

کتاب‌نامه

۱. احمدی، م. (۱۳۹۴). کارشناس انجمن و اولیاء و مربیان آموزش و پرورش شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۶/۲۴.
۲. احمدی پور، ز؛ کریمی، م. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی انتخابات در ایران؛ مطالعه موردی: انتخابات مجلس شورای اسلامی. مجموعه مقالات همایش ملی جغرافیای انتخابات. تهران. انتشارات دانشگاه خوارزمی. ۱۰ اردیبهشت. صص. ۲۷۷-۲۵۸.
۳. بشیریه، ح. (۱۳۸۱). درس‌های دموکراسی برای همه. تهران: نشر نگاه معاصر.
۴. بشیریه، ح. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی سیاسی. تهران: نشر نی.
۵. پیکری، ر. (۱۳۹۴). فرماندار سابق شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۳/۱۵.
۶. جعفری نژاد، م؛ بابانسیب، ح؛ ربیعی، ش. (۱۳۹۰). تحلیل رفتار انتخاباتی (مطالعه موردی: دهمین دوره ریاست جمهوری حوزه انتخابیه هریس). فصل‌نامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۷ (۳)، ۲۰۸-۱۵۹.
۷. جعفری، ح. (۱۳۹۴). کارشناس سابق تعاون و رفاه اداره آموزش و پرورش شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۶/۲۴.
۸. جونز، م؛ جونز، ر؛ وودز، م. (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر جغرافیای سیاسی. (ترجمه، ز. پیشگاهی فرد؛ ر. اکبری). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۹. حافظ‌نیا، م. ر؛ کویانی‌راد، م. (۱۳۹۳). فلسفه جغرافیای سیاسی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۰. حسینی، ر. (۱۳۹۳). حراست سابق فرمانداری شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۳/۳/۷.
۱۱. حسینی، ز. ا. (۱۳۹۴). جایگاه زنان در ساختار سیاسی امروز. فصل‌نامه فرهنگی - اجتماعی فراسو، ۸، ۲۷-۲۸.
۱۲. حسینی، س. س؛ بهرامی لایق، ل؛ قشمی س. ح. (۱۳۹۶). رابطه بین توسعه‌یافتگی اقتصادی استان-ها با رفتار انتخاباتی مردم در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی. پژوهش‌نامه علوم سیاسی، ۳ (۱۲)، ۱۰۷-۱۲۶.
۱۳. حسینی، س. ع. (۱۳۹۳). رئیس وقت سازمان ثبت احوال شهرستان ممسنی، مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۳/۲۰.

۱۴. حیاتی، ن. (۱۳۹۴). رئیس سابق اداره آموزش و پرورش شهرستان ممسنی، مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۳/۱۰.
۱۵. دُسون، ر. (۱۳۸۲). *درآمدی به جامعه‌شناسی انسانی*. (ترجمه، ج. نجفی‌زند). تهران: نشر دوران.
۱۶. دشتی، ع. (۱۳۹۴). رئیس اداره مخابرات شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۷/۶.
۱۷. دوورژه، م. (۱۳۷۶). *جامعه‌شناسی سیاسی*. (ترجمه، ا. قاضی). تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
۱۸. رستمی، س. م. ر. (۱۳۹۴). کارشناس و مسئول سابق آموزش متوسطه اداره شهرستان ممسنی، مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۱۰/۳.
۱۹. رومینا، ا؛ صادقی، و. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر طایفه‌گرایی بر الگوی رأی‌دهی (مطالعه موردی: شهرستان ممسنی). *فصل‌نامه ژئوپلیتیک*، ۳ (۱۱)، ۸۴-۱۱۶.
۲۰. رهنورد، ف. ا؛ مهدوی‌راد، ن. ا. (۱۳۸۹). *مدیریت انتخابات*. تهران: انتشارات اطلاعات.
۲۱. ساعی، ا. (۱۳۸۹). *توسعه در مکاتب متعارض*. تهران: نشر قومس.
۲۲. سال‌نامه آماری استان فارس. (۱۳۹۰). آمار مربوط به جمعیت شهرستان‌های استان فارس.
۲۳. صادقی، و. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر طایفه‌گرایی بر الگوی رأی‌دهی (مطالعه موردی: شهرستان ممسنی). پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد رشته جغرافیای سیاسی. دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۲۴. صادقی، و؛ حسینی، س. م. ح. (۱۳۹۴). سرچشمه‌های تولید طایفه‌گرایی در شهرستان ممسنی (استراتژی مقابله با آن). *فصل‌نامه فرهنگی - اجتماعی فراسو*، ۸، ۲۷-۲۸.
۲۵. ضرغامی، ب؛ حسینی، س. م. ح؛ صادقی، و. (۱۳۹۳). تحلیل رابطه طایفه‌گرایی و حقوق شهروندی (مطالعه موردی: شهرستان ممسنی). «همایش منطقه‌ای چالش‌ها و توسعه پایدار ممسنی و رستم. شهرستان ممسنی: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد ممسنی. ۳۰ اردیبهشت ماه. صص. ۱۰-۲۷.
۲۶. عالم، ع. ا. ر. (۱۳۹۰). *بنیادهای علم سیاست*. تهران: نشر نی.
۲۷. قوام، س. ع. ا. ع. (۱۳۹۲). *سیاست‌های مقایسه‌ای*. تهران: سمت.
۲۸. کاویانی‌راد، م. (۱۳۹۲). *جغرافیای انتخابات؛ با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری*. تهران: انتشارات خوارزمی.

۲۹. کاویانی راد، م؛ قره‌بیگی، م. (۱۳۹۶). *جغرافیای انتخابات؛ بنیادها، مفاهیم و رویکردها*. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳۰. کاویانی راد، م. (۱۳۸۶). *جغرافیای انتخابات. فصل‌نامه مطالعات راهبردی*، ۳۷ (۱۰). ۴۸۱-۵۰۵.
۳۱. کوئن، ب. (۱۳۸۶). *درآمدی به جامعه‌شناسی. چاپ جدید با اصلاحات*. (ترجمه، م. ثلاثی). تهران: نشر توتیا.
۳۲. موسوی، سیدابوالقاسم. (۱۳۹۴). *معاون اسبق فرمانداری شهرستان ممسنی (دور ششم)*. مصاحبه نگارندگان با ایشان. ۱۳۹۴/۷/۴.
۳۳. میرزائی تبار، م؛ حسینی، س. م. ح؛ صادقی، و. (۱۳۹۶). *تبیین رابطه طایفه‌گرایی و حقوق شهروندی؛ (نمونه پژوهی: انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی)*. *مجله پژوهش‌های جغرافیای سیاسی*، ۲ (۲)، ۲۵-۵۴.
۳۴. میرزائی تبار، م؛ صادقی؛ حسینی، س. م. ح. (۱۳۹۴). *تبیین رابطه فرهنگ سیاسی و توسعه اقتصادی؛ مطالعه موردی: شهرستان ممسنی. دوفصل‌نامه دانش سیاسی*، ۲۲ (۱۱)، ۱۶۹-۲۰۸.
۳۵. ندری، عبدالحمید. (۱۳۹۴). *رئیس سابق اداره کار و تعاون شهرستان ممسنی. مصاحبه نگارندگان با ایشان*. ۱۳۹۴/۷/۱۴.
۳۶. نقیب‌زاده، ا. (۱۳۸۹). *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی*. تهران: سمت.
۳۷. هیوود، ا. (۱۳۹۵). *سیاست*. (ترجمه، ع. عالم). تهران: نشر نی.

38. Davarpanah, H. (2009). *English for the student of political science (2)*. Tehran: samt.