http://ui.ac.ir/en

Journal of Applied Sociology
E-ISSN: 2322-343X
Document Type: Research Paper
Vol. 30, Issue 2, No.74, Summer 2019, pp. 13-14
Received: 08.10.2017 Accepted: 12.11.2018

Collapse of Tribe Sub Conversation and Elective Behavior In Islamic Council Parliament Election: A Case Study of the Boyer Ahmad Provincial Assembly

Jasab Nikfar*
Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran
jnikfar@tvu.ac.ir
Samane Jaberipoor
M.A. of Political Science, Faculty of Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran
jn1351@yahoo.com

Introduction
Electoral behavior is time-based, place-based, and context-based. In the way that voters' behavior varies from one constituency to another and from one election to another. In recent years, the participation of voters in provinces with social tribalism context were high in the Islamic Consultative Assembly election, with the Boyer Ahmad constituency being among the constituencies where voters have a high degree of participation. Many scholars associated this area with the social context and the hegemony of the tribal sub-discourse.
In the present research, the question is whether this sub-discourse has lost its hegemony and has fallen into disrepair or still remains strong?

Material & Methods
To answer this question, the theoretical system approach has been utilized, the theory of electoral behavior and Laclau and Mouffe's discourse analysis have been mixed and the focus group method has been used.

Different social groups were used in Yasuj and the villages around the city, and thus the discursive articulation of the subjectivity of social subjects was identified and their electoral behaviors were estimated. The study groups included housewives, students, employees, non-employed people, deans and village elders, taxi drivers, workers and farmers. This interview was held in early March, 2016.

Housewives make up 62 percent of Yasuj women and its surrounding villages, so their views are important. Workers are also an important part of the community who have simple but noteworthy ideas. Employees as examples of educated people play an important role in shaping the mentality of people and their family members; in addition, the dominant atmosphere of government departments is very effective in shaping the mentality of employees.Non-employed people in the current population form a large population whose participation or lack of participation in the election is influenced by various factors. In the other side, students play an important role in the manner of selecting candidates due to the access to resources such as the Internet, the books, the journals, the discursive space in the university;and they have an undeniable role in the awareness and attitudes of their family members.Deans and elders are also among those people who affect their neighborhood people and are trusted among people. Taxi drivers are also accompanied and in touch with different people. Therefore, some of the social groups selected in the present study form important groups of society, which was a good choice for the present study.Therefore, during this research, a focused and detailed group interview was conducted on these important social groups. Based on the results of previous studies, the tribal sub-discourse wasthe dominant discourse shaping the behavior of voters in the electoral constituency with a tribal structure, including Boyer Ahmad

Discussion of Results & Conclusions
The social stakeholders in these provinces resort to a variety of ways to reproduce their power and seize hegemony; so, election is an opportunity for them to reproduce their power. The influential social groups are trying to consolidate their discourse by encouraging the elements of tribalism and fostering tribal prejudices and stimulating people's sentiments.But fixing signs in a discourse is never permanent and is still changing.Using the analysis of the centralized group interviews conducted in this paper, we have come to the conclusion that the tribal and dominant sub-discourse in Yasuj has been deconstructed, and the discourse of personal and national interests is becoming the dominant discourse.

* Corresponding author: +989126231299
Copyright©2019, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/BY-NC-ND/4.0), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can't change it in any way or use it commercially.
Doi: 10.22108/jas.2018.106108.1182

In other words, the discourse of the tribes lost its credibility, and the discourse of individual and national interests dominated the subjectivity of social subjects. With regards to the interviews, changes in the electoral behavior of subjects became tangible. If relativism played a major role in Beyer Ahmadi's electoral behavior in the past; now, personal interests, especially economic and national interests, have become the central platform for the discourse of the social groups in this constituency.Even those who consider tribalism in the election said that they did do so to reach their personal interests and needs of themselves and their family. In fact, the economic factor and individual interests have become very important in people's voting.

In the group discussions that took place, it was found that subjects in the election choose the right candidateby calculating rationally and evaluating the profits and losses, and this is where the importance of individual and economic interests becomes apparent to other components.

Therefore, the research shows that in the Boyer Ahmad constituency there has been a discrepancy in the tribal sub-discourse. Moreover, although the social structures have not undergone a fundamental change, the central elements have been flawed.Participants in the group discussions focused on their electoral behavior tended to adopt a kind of individualist discourse that is in the interests of individual and national, and the discourse of tribal and tribal affiliations has been rejected and marginalized in their mentality.

Keywords: Elective Behavior, Tribe Sub Conversation, Articulation, Individual-National Interests

References

Ayyobi, H. (1998) *Political Participation*: Tehran: safir press.

Kohgiluyeh and Boyer Ahmad Governorate. (2014) *General Statement of Women in the Province*: Office of Economic Affairs.

Haghighi, M. (2008) *The Impact of Social Splits on Political Participation*: Master's Thesis, Tehran: Shahid Beheshti University.

Deleuporta, D. and Gianni, M. (1999) *Introduction to Social Movements*: Translation by Mohammad Taghi Delfrooz:Tehran: kavir Publishing

Delavari, R. (1999) *Pattern of Political Controversy in Iran*: Ph.D Thesis, Tehran: University of Tehran.

Darabi, A. (2009)" Sociology of Electoral Elections in the Islamic Republic of Iran." *Quarterly Journal of Foreign Policy*, (2): 307-342.

Majidi Karayi, N. (1992) *History and Geography of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad*: Tehran: Scientific and Cultural Publications.

Majidi Karayi, N. (1992) *History and Geography of Mamasani*: Tehran: Scientific and Cultural Publishing.

Akbari, L. (2008) *Investigating factors affecting the affiliation of the tribal elites in the electoral behavior of the people in the city of Kermanshah, Case Study: Election of the 8th session of the Islamic Consultative Assembly*, Tehran: Thesis for Political Science, University of Tehran.

Zia Tavana, M. Shams al-Dini, A. (2010) "Urban Functions in Rural Development, Nurabad Mamasani and Periums Villages", *Human Geography Quarterly*, 2(3): 60-40.

Ramshak, A. (2003) "Sociology of Elective Behavior in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad" *National Journal of Nursing Studies*, 1: 191-226.

Alikhani, A. (1998) "Political participation." Proceedings, Tehran: Safir

Flick, E. (2008) "*An Introduction to Qualitative Research*". Hadi Jalili Translation: Tehran: Ney press.

Golabchi, M. (1996) *Sociological Analysis of Electoral Behavior of Candidates in the Fourth Majles in Tehran*: Master's Thesis: Tarbiat Modarres University.

Golabchi, M. (2005) "The Role of Party Concepts in Electoral Behavior", *The Journal of Political and Economic Information*, 216-215: 163-148.

Khaleghpour, M. (2014) *Investigating the Effect of Cultural Culture on Electoral Behavior of Citizens of Kohkilouyeh and Boyer Ahmad*: Master's Thesis: Allameh Tabataba'i University.

Moghaddas, A. Heidari, R. (2008) "Relationship Between Tribal Identity and National Identity, with Emphasis on Attitudinal Variables in the City of Noorabad Mamsani", *National Iranian Journal*, 9(33) : 178-151.

Kalantari, S. (2002) "Election Analysis of Iranian People in the Seventh and Eighth Presidential Elections" *Journal of Political and Economic Information*, 168-167: 171-166.

Moradi, M. (1998) *Investigation of Social and Cultural Factors Affecting People's Participation in Islamic Consultative Assembly Elections from 1978 to 2003 Dehloran*: Master's Thesis.

Mohammadi, J. (2008) "Television Audience And Collections, Women's Readings from Flight Collection in Derakhbab" *Journal of Cultural Research*, 2: 79-98.

Heywood, A. (2007) "*Politics*". London: Palgrave Macmillan.

laclau, E. and Mouffe, Ch. (2002) *Reforming Marxism: Hegemony and New Political Movements, In Antonio Cramsci: Critical Assessments of Leading Political Philosophy*, (ed) by James Martin, London: Rontledge.

جامعه‌شناسی کاربردی
سال سی‌ام، شماره پیاپی (۷۴)، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۸
نوع مقاله: پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۷/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۸/۲۱
صص ۶۵-۸۴

فروپاشی خرده‌گفتمان عشیره‌ای و رفتار انتخاباتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی؛ مطالعهٔ موردی: حوزهٔ انتخابی بویراحمد در دورهٔ نهم انتخابات مجلس شورای اسلامی

جاسب نیک‌فر*، *استادیار، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران*
jnikfar@tvu.ac.ir
ثمانه جابری‌پور، *کارشناسی‌ارشد علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران*
jn1351@yahoo.com

چکیده

رفتار انتخاباتی زمان‌مند، زمینه‌مند و مکان‌مند است. به بیان دیگر، رفتار رأی‌دهندگان از یک حوزهٔ انتخابی به حوزهٔ انتخابی دیگر و از یک انتخابات به انتخابات دیگر متفاوت است. در سال‌های گذشته مشارکت رأی‌دهندگان در استان‌های دارای بافت و ساخت اجتماعی عشیره‌ای در انتخابات مجلس شورای اسلامی بسیار زیاد بوده است. حوزهٔ انتخابی بویراحمد ازجمله حوزه‌های انتخابی کشور بوده است که در تمام دوره‌های انتخابات مجلس شورای اسلامی بیشترین میزان مشارکت را داشته است. بسیاری از پژوهش‌ها، این میزان زیاد مشارکت را با بافت اجتماعی و هژمونی خرده‌گفتمان عشیره‌ای این حوزه تحلیل کرده‌اند. در این مقاله این سؤال مطرح شده است که آیا گفتمان عشیره‌ای بر رفتار انتخاباتی رای‌دهندگان در یاسوج مسلط است یا این گفتمان هژمونی خود را از دست داده است. به عبارت دیگر، آیا هنوز گفتمان قوم‌گرایی بر رفتار انتخاباتی مردم یاسوج حاکم است یا اینکه رفتار انتخاباتی سوژه‌ها تغییر یافته و گفتمان دیگری جایگزین این گفتمان شده است. در این پژوهش از رویکرد منظومهٔ نظری استفاده می‌شود و با درهم‌تنیدن نظریه‌های رفتار انتخاباتی و تحلیل گفتمان لاکلاو و موفه و استفاده از روش مصاحبهٔ گروهی متمرکز، گروه‌های اجتماعی زنان خانه‌دار، دانشجویان، کارمندان، بیکاران، ریش‌سفیدان و بزرگان روستاها، کارگران و کشاورزان یاسوج و روستاهای اطراف این شهر مطالعه می‌شوند و از این طریق مفصل‌بندی گفتمانی حاکم بر ذهنیت مشارکت‌کنندگان در بحث‌های گروهی دربارهٔ انتخابات مجلس شورای اسلامی بررسی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: رفتار انتخاباتی، خرده‌گفتمان عشیره‌ای، مفصل‌بندی، منافع فردی – ملی

* نویسنده مسؤول: ۰۹۱۲۶۲۳۱۲۹۹

Copyright©2019, University of Isfahan. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/BY-NC-ND/4.0), which permits others to download this work and share it with others as long as they credit it, but they can’t change it in any way or use it commercially.
Doi: 10.22108/jas.2018.106108.1182

مقدمه و بیان مسئله

هراکلیتوس، فیلسوف پیش از سقراط مکتب تغییرات پیاپی، شعار معروفی دارد که می‌گوید: همه‌چیز در جهان در سیلان است؛ تا آنجا که نمی‌توان از یک رودخانه دو بار عبور کرد (گاتلیب، ۱۳۸۴). در حوزهٔ سیاست این شعار بیش از همه دربارهٔ رفتارهای انتخاباتی صادق است. اگرچه یک گونه از انتخابات به‌تناوب در یک حوزهٔ جغرافیایی برگزار می‌شود، رفتارهای رأی‌دهندگان می‌توانند در دوره‌های مختلف رأی‌دهی دچار تغییرات ژرفی شوند؛ به همین دلیل بسیاری پژوهشگران مشارکت سیاسی و انتخاباتی، از تغییر رفتار انتخاباتی سخن می‌گویند؛ درواقع، تغییر در رفتار انتخاباتی از عوامل مختلف و تغییر فضای گفتمانی یک جامعه نشئت می‌گیرد: یک خرده‌گفتمان هژمونی خود را از دست می‌دهد و اعتبارش میان سوژه‌های اجتماعی کمرنگ می‌شود و خرده‌گفتمانی دیگر خود را بر ذهن سوژه‌های اجتماعی هژمون می‌کند. به بیان دیگر، رأی‌دهندگان سوژه‌های گفتمان‌هایی‌اند که در دسترس آنهاست و از نظر آنها اعتبار دارد؛ اما این گفتمان به دلایل مختلف دچار تغییر می‌شود، اعتبارش را از دست می‌دهد و گفتمان دیگری جایگزین آن می‌شود. چنین تغییراتی در نظم گفتمانی سوژه‌ها، ترجیح‌های سیاسی رأی‌دهندگان را نیز دچار تغییر می‌کند. در سال‌های گذشته مشارکت رأی‌دهندگان در استان‌های دارای بافت و ساخت اجتماعی عشیره‌ای در انتخابات مجلس شورای اسلامی بسیار زیاد بود. استان کهگیلویه و بویراحمد ازجمله این استان‌ها محسوب می‌شود که در هفت دورهٔ انتخابات مجلس شورای اسلامی با مشارکت بیش از ۹۰ درصد پرمشارکت‌ترین استان کشور بوده است (وزارت کشور، ۱۳۹۵). بسیاری پژوهش‌ها، میزان زیاد مشارکت در این استان را به بافت اجتماعی و هژمونی خرده‌گفتمان عشیره‌ای این استان نسبت داده‌اند. یاسوج یکی از شهرهای استان کهگیلویه و بویراحمد است که مشارکت بسیار زیادی در شرکت در انتخابات (به‌ویژه انتخابات مجلس شورای اسلامی) داشته است. این شهر یکی از شهرهای دارای بافت عشیره‌ای است. براساس پژوهش‌های انجام‌شده، خرده‌گفتمان عشیره‌ای و قومیت‌گرایی، گفتمان حاکم در حوزهٔ انتخابی بویراحمد بود و رفتار انتخاباتی مردم براساس گفتمان عشیره‌ای و قومیت‌گرایی شکل گرفته بود. در نظم گفتمانی عشیره‌ای رفتارها بر عمل جمعی مبتنی‌اند و کنش‌های مدرنی چون رأی‌دهی نیز راهبرد فردی تلقی نمی‌شدند؛ بلکه راهبردی گروهی محسوب می‌شدند که به‌ناچار بدون محاسبهٔ سود یا زیان باید به انجام آنها همت گماشته شود. چنین نگاهی همسو با تعریف گمانشافت و نقطهٔ مقابل جامعهٔ گزلشافت فردینانند تونیس محسوب می‌شود (سیف‌زاده، ۱۳۸۶)؛ اما همانند همهٔ ساخت‌های اجتماعی، ساخت اجتماعی نظام عشیره‌ای نیز با تأثیرگرفتن از تحول در منابع مختلف و عوامل جامعه‌پذیری دچار تغییر می‌شود. این پژوهش قصد دارد به این سؤال پاسخ دهد: آیا هنوز خرده‌گفتمان عشیره‌ای بر رفتار انتخاباتی مردم حوزهٔ انتخابی یاسوج حاکم است یا اینکه خرده‌گفتمان عشیره‌ای دچار واسازی و تحول شده و در مفصل‌بندی جدید جای خود را به خرده‌گفتمان دیگری داده است.

پیشینهٔ پژوهش

پژوهش‌هایی که دربارهٔ رفتار انتخاباتی در انتخابات محلی ازجمله انتخابات مجلس شورای اسلامی در مناطق قومی ایران و شهر یاسوج انجام شده‌اند، مؤلفه‌های فرهنگ قومی را مهم‌ترین متغیر بسیج‌کنندهٔ توده‌ها برای مشارکت در انتخابات و شکل‌دهی ترجیح‌ها و درنهایت رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان می‌دانند. بیشتر این پژوهش‌ها از منظری جامعه‌شناختی شکاف‌های مناطق قومی ایران را شکاف‌هایی سنتی می‌دانند که رقابت در تمام ساحت‌های زیست جهان پیرامون محور مبانی چنین ساختی شکل می‌گیرد و نظام اجتماعی و رفتارهای سیاسی را نیز امتداد همین شکاف‌ها می‌دانند و بر این نکته تأکید می‌کنند که ساخت اجتماعی، طایفه‌ای – عشیره‌ای، متغیر اصلی مشارکت انتخاباتی در مناطق قومی – ایلی ایران است و هرچه ساخت اجتماعی طایفه‌ای – عشیره‌ای شدیدتر باشد، میزان مشارکت در انتخابات بیشتر

است (مرادی، ۱۳۷۷؛ اکبری، ۱۳۸۷، رامشک، ۱۳۸۲؛ خالق‌پور، ۱۳۹۳).

بخشی از این پژوهش‌ها نیز از منظری روان‌شناختی، چگونگی رفتار انتخاباتی رأی‌دهندگان مناطق قومی را بررسی کرده‌اند؛ اما درنهایت پندارها را به‌منزلهٔ امری روانی به ساختار نسبت می‌دهند و چنین استنتاج می‌کنند که پندارها چون معلول ساختارهای محیطی‌اند، کارکردهایشان در طول زمان فرق نخواهد کرد. بدین سان طبیعی است که در دوره های گوناگون انتخابات نتایج متفاوتی بروز نکند. در چنین نوشته‌هایی نظام اجتماعی حاکم بر مناطق ایلی ایران قبل از «نوسازی» به ویژه اصلاحات ارضی، نظامی ایلی، سلسله مراتبی و منحصر به روابط محدود و چهره‌به‌چهره و ازدواج‌های فامیلی یا درون‌گروهی معرفی می‌شود (مجیدی‌کرایی، ۱۳۷۱). همچنین نوعی تطابق بین جهان‌بینی، نگرش‌های فرهنگی – اجتماعی، تقدیرگرایی و شرایط عینی زندگی لحاظ می‌شود (مقدس و حیدری، ۱۳۸۷) و چنین استنتاج می‌شود که در درجهٔ نخست در این نظام اجتماعی هر یک از افراد خود را به یک ایل و طایفه متعلق می‌دانند که باید به رسوم، هنجارها و دیگر قراردادهای اجتماعی موجود در این سیستم متعهد و پایبند باشند (امان‌اللهی‌بهاروند، ۱۳۸۳: ۳۵۵). در درجهٔ دوم، زندگی قبیله‌ای از درک زندگی مدنی بر پایه‌های دموکراسی و مشارکت فعال تمام افراد برای رسیدن به جامعهٔ مدنی غافل است؛ درنتیجه، در چنین ساختاری هنگام انتخابات و مشارکت افراد در فعالیت‌های سیاسی – اجتماعی، ورای داشتن هرگونه مرام سیاسی، تعلق طایفه و اعتقادات ایدئولوژیک، کسانی که عضو یک ایل و طایفه اند، بر مبنای حسِ «تعلق طایفه یا تعلق مکانی» باید به شخص هم‌طایفه‌ای خود رأی دهند؛ به عبارت دیگر، شرکت در انتخابات با تکیه بر آگاهی افراد نیست؛ بلکه به گرایش به روابط خاص و عاطفی یا سنتی‌بودن جامعه برمی‌گردد که افراد با توجه به ارزش‌های سنتی خویش نماینده را انتخاب می‌کنند و نماینده نیز در یک خاص‌گرایی ویژه منابع مادی و خدماتی را به‌سمت آنها سوق می‌دهد (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۷۵-۲۷۴).

در پژوهش‌های انجام‌شده به‌طور عمده چنین نتیجه گرفته می‌شود که میزان مشارکت رأی‌دهندگان مناطق قومی در انتخابات محلی نسبت به انتخابات ملی کم بوده و این مشارکت با تأثیرگرفتن از انگیزه‌های قومی صورت گرفته است. حتی مشارکت انتخاباتی زیاد در مناطق قومی نشان‌دهندهٔ برجستگی‌های قومی و قبیله‌ای در یک رأی‌گیری ملی و داشتن توجه بیشتر افراد به منافع قومی و قبیله ای در مصاف با منافع ملی است (کلانتری، ۱۳۸۰: ۱۷۱-۱۶۶). افراد در انتخابات محلی چون مجلس شورای اسلامی با این اندیشه که هرکسی در قبیلهٔ ماست باید با ما و همگام ما باشد و هرکس در هویت قبیله یا طایفهٔ دیگری است علیه ماست، حاضر به پذیرش او به‌منزلهٔ خودی نیستند و – گاهی اوقات – همین عقیده مبنایی برای تصمیم‌گیری‌های سیاسی – اجتماعی در سطوح محلی، ناحیه‌ای و حتی ملی می‌شود. درنهایت تکرار این روند و انتخاب‌نکردن بر مبنای خردگرایی[1] و شایسته‌سالاری[2] در درازمدت زمینه‌ساز ضعف در عملکرد مدیریت و به‌پیروی از آن توسعه‌نیافتگی بخش‌های وسیعی از جامعه می‌شود (ضیاءتوانا و شمس‌الدینی، ۱۳۸۹).

چنین پژوهش‌هایی با تکیه بر ساختار اجتماعی، رأی‌دهی در مناطق محلی را بر راهبرد جمعی و گروهی مبتنی می‌دانند؛ اما درون این راهبرد از خردگرایی و الزامات آن غفلت می‌شود و افراد تنها با تکیه بر همبستگی عشیره‌ای بدون توجه به منافع فردی یا ملی اقدام به رأی‌دهی می‌کنند؛ البته چنین تحلیل‌هایی بخشی از واقعیت‌های اثرگذاری ساخت اجتماعی بر کردارها و رفتارها را نشان می‌دهند؛ اما تغییرات دوره‌ای شکاف‌های اجتماعی را از نظر دور داشته‌اند.

چارچوب نظری: تحول شکاف‌های اجتماعی و تحول نظم گفتمانی

چنانچه در نظریه‌های شکاف‌های اجتماعی تأکید می‌شود، ساختارها هم با ایجاد انواع وابستگی هم با ایجاد پتانسیل برای بروز برخورد میان منافع بر عمل جمعی اثر می‌گذارند

[1]- Wisdom Sagccious
[2]- Suitability Worthiness

(دلاپورتا و دیانی، ۵۱:۱۳۷۷)؛ البته ساختار هر جامعه‌ای یکپارچه نیست و دستخوش اشکال مختلفی از شکاف‌های اجتماعی و سیاسی است (دلاوری، ۱۳۷۸: ۱۶۸). از این منظر هیچ جامعه‌ای را نمی‌توان یافت که بدون شکاف یا تنها دارای یک شکاف اجتماعی باشد (حقیقی، ۱۳۸۷: ۶۲)؛ اما شکاف‌های اجتماعی به‌تدریج می‌توانند از یک شکل به شکل دیگر درآیند و به‌طور طبیعی محتوای عمل جمعی را نیز دچار تغییر کنند. شکاف‌ها را در یک تعریف کلی می‌توان به شکاف‌های خشن و شکاف‌های نرم تقسیم کرد. گونهٔ نخست، شکاف‌های به‌طور عمده هویتی و دستهٔ دوم شکاف‌های غیرهویتی‌اند؛ البته هرکدام از شکاف‌های اجتماعی گونه‌ای از علایق انسان‌ها را نمایندگی می‌کنند. دستهٔ نخست علایق غیرملموس و دستهٔ دوم علایق عینی و ملموس کنشگران شکاف‌های اجتماعی را نمایندگی می‌کنند (بشیریه، ۱۳۸۵)؛ ازاین‌رو، شکاف‌های سنتی و هویتی به‌طور معمول خشن‌اند؛ اما گونهٔ دوم شکاف‌های نرم‌اند. به‌طور معمول شکاف‌های قومی، عشیره‌ای و مذهبی جزء حوزهٔ شکاف‌های هویتی‌اند؛ اما شکاف‌های دستهٔ دوم به‌طور معمول ماهیتی اقتصادی دارند. هرکدام از این شکاف‌ها با سطح توسعهٔ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع پیوند محکمی دارند. شکل و هیئت شکاف‌ها در جوامع کمتر توسعه‌یافته به‌طور عمده هویتی است. آن دسته از جوامع که در حال توسعه یا در حال گذارند، به‌طور معمول ترکیبی از هر دو دسته شکاف‌ها را در خود دارند؛ اما شکل شکاف در جوامع توسعه‌یافته به‌طور معمول ماهیت اقتصادی دارد و با منافع مادی و عینی ارتباط دارد. منازعه در این جوامع رقابت برای تحرک اجتماعی و اقتصادی است. در هرکدام از جوامع رفتارهای اجتماعی و سیاسی به‌شدت از شکل و ترکیب همین شکاف‌ها اثر می‌گیرد و ذهنیت سوژه‌ها و درنهایت رفتار آنها متأثر از همین شکاف‌هاست. همسو با همین تقسیم‌بندی از جوامع، الگوهای مختلفی برای تحلیل رفتار انتخاباتی در هرکدام از این جوامع ارائه شده‌اند. در بررسی الگوهای رفتارهای انتخاباتی به دیدگاه‌های متفاوتی اشاره شد که هرکدام متغیرهایی را برای تحلیل رفتار رأی‌دهی افراد بیان کردند. همان گونه که ذکر شد، آنچه از مجموع نظرها و دیدگاه‌ها برمی‌آید این است که عوامل متفاوتی به‌صورت همزمان در رفتار رأی‌دهی افراد مؤثرند و تأکید بر یک یا چند عامل نمی‌تواند بیان‌کنندهٔ دلیل واقعی انتخاب افراد باشد. در یک دسته‌بندی نظری می‌توان به عوامل بیرونی و درونی مؤثر بر رفتار سیاسی و انتخاباتی افراد اشاره کرد. در مراحل نخست توسعه، مشارکت سیاسی و جلوهٔ بارز آن یعنی رأی‌دادن بیشتر ناشی از بسیج بیرونی است؛ یعنی به‌طور عمده از عوامل اجتماعی چون احزاب، گروه‌های مذهبی و قومی، انجمن‌های صنفی و... اثر می‌گیرد؛ اما در فرایند بلندمدت توسعه عواملی چون سطح بالای تحصیلات، مهارت‌ها و اطلاعات که عموماً فردی‌اند، نقش بیشتری بر ترجیح‌های رأی‌دهندگان دارند یعنی عوامل درونی (گلابچی، ۱۳۷۵: ۱۶؛ گلابچی، ۱۳۸۴)؛ ازاین‌رو، در الگوی جامعه‌شناختی، ساختارها بر وضعیت و جهت‌گیری‌های سیاسی مردم تأثیر می‌گذارند و گرایش‌های ثابت دارند که در محیط خانوادگی، زندگی شغلی و محیط فرهنگی آنان ریشه دارد (ایوبی، ۱۳۷۷: ۱۷-۱۶). در الگوی جامعه‌شناختی تحلیل رفتار انتخاباتی، بین ویژگی‌های اجتماعی از یک طرف و رفتار رأی‌دهی ازطرف دیگر، رابطه برقرار و چنین استنتاج می‌شود که چگونه رأی‌دادن مردم تا اندازهٔ چشمگیری محصول جامعه‌پذیری سیاسی است (علیخانی، ۱۳۷۷: ۲۰). لازارسفلد معتقد است عوامل اجتماعی، تعیین‌کنندهٔ گرایش‌های سیاسی فردند؛ ازاین‌رو، در الگوی جامعه‌شناختی توجه عمده به نقش ساختارهای اجتماعی و تصمیم‌های فرد مربوط است و به انگیزه‌های فردی کمتر توجه می‌شود. عضویت گروهی فرد انتخاب‌کننده، طبقهٔ اجتماعی، وابستگی مذهبی، پیوندهای جغرافیایی و قومی، سن و جنس فرد در این رهیافت اهمیت دارد (Lazarsfeld et al., 1968).

در الگوی روان‌شناختی موضوع عمده بررسی تأثیر شخصیت افراد بر سیاست است. به اعتقاد روان‌شناسان عوامل روانی در شکل‌گیری رفتارهای اجتماعی و سیاسی مردم تأثیر بسزایی دارند و روابط عاطفی و احساسی که بین کاندیدها و رأی‌دهندگان وجود دارد، نقش اصلی را بازی می‌کنند

(کلانتری، ۱۳۸۰: ۱۶۸-۱۶۷). این نظریه بر جامعه‌پذیری اولیه تأکید فراوانی دارد؛ بدین معنا که خانواده ابزار مهمی است که ازطریق آن وابستگی‌های سیاسی درست می‌شوند و بعدها به‌وسیلهٔ عضویت گروهی و تجارت اجتماعی تقویت می‌شود (Heywood, 2007: 242).

در گفتمان روان‌شناختی، انگیزه‌های فردی و وابستگی حزبی در انتخاب نامزد مدنظر تأثیر بسزایی دارد. در این دسته از نظریه‌ها (برخلاف نظریه‌های جامعه‌شناختی)، انگیزه‌های فردی و سیاسی، درون حزب محبوب عامل مهم در تصمیم‌گیری‌ها محسوب می‌شوند؛ اما در هر دو نظریهٔ جامعه‌شناختی و روان‌شناختی، فرد نقش کم‌رنگی دارد و وابستگی حزبی بسیار اثرگذار است.

در مقابل، گفتمان اقتصاد سیاسی هنگام تحلیل با ردکردن محصوربودن انسان‌ها در ساختارهای بستهٔ الگوهای روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، رفتار رأی‌دهی را به باد انتقاد گرفتند. آنان معتقدند این الگوها انسان را اسیر جبر محیطی و احساسات می‌کنند و ارادهٔ انسان را نادیده می‌گیرند. طرفداران الگوی اقتصادمحور تأکید می‌کنند رأی‌دادن، عملی مبتنی بر محاسبات عقلانی است و فرد سود و زیان را محاسبه می‌کند. این دیدگاه در تفکرات فردگرایانه ریشه دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مربوط به شهروندان یاسوجی از روش کیفی استفاده شده است. از میان رویکردهای کیفی نظریهٔ تحلیل گفتمان، از گفتمان لاکلاو و موفه برای تحلیل متن استفاده شده است. گفتمان در تعریف این دو متفکر کلیت ساخت‌یافته‌ای است که حاصل عمل ترکیب‌بندی است و جهان اجتماعی را برمی‌سازد و معنا می‌بخشد (Laclau & Mouffe, 2002: 112). هر گفتمانی برای اینکه بتواند نظامی منسجم ارائه کند، ناگزیر است معنای نشانه‌ها را به معنایی واحد بکاهد. گفتمان‌ها نقاط محوری خاص خود را در ذهن سوژه‌ها تثبیت می‌کنند؛ اما بعد از مدتی سوژه‌ها می‌توانند در موقعیت سوژگی قرار بگیرند و گفتمان‌هایی پیرامون نقاط محوری دیگر برای دفاع از منافع و ارزش‌های خود به وجود آورند. تثبیت معنای نشانه‌ها در یک گفتمان هیچ‌گاه دائمی نیست. گفتمان‌ها هیچ‌وقت به ساخت‌یافتگی کامل نمی‌رسند. به همین دلیل، گفتمان مسلط همواره در معرض ترکیب‌زدایی و واسازی قرار دارد و معناهای مرجح و تثبیت‌شدهٔ آن می‌تواند وارونه شود. سیاست نیز معنایی جز این ندارد (Laclau & Mouffe, 2002: 34). از طرف دیگر، لازمهٔ هژمونی یک گفتمان، دردسترس‌بودن دال‌های شناور است که توسط گفتمان‌های موجود تثبیت نشده‌اند. هنگامی که یک گفتمان در حال شکل‌گیری است، مفاهیمی که در آن مفصل‌بندی می‌شوند پیرامون یک مفهوم اصلی به گردش درمی‌آیند که دال مرکزی نامیده می‌شود. در یک گفتمان دال‌های دیگری هم وجود دارند که عناصر نامیده می‌شوند؛ درواقع، عناصر نشانه‌هایی‌اند که معنای آنها تثبیت نشده‌اند و گفتمان‌های مختلف سعی دارند به آنها معنا دهند. وقته‌ها مفهوم‌های دیگری‌اند که لاکلاو و موفه برای نشان‌دادن وضعیت تثبیت معنایی به کار می‌برند. ازنظر آنها، وقته‌ها برخلاف عناصر موقعیت‌هایی‌اند که درون یک گفتمان مفصل‌بندی شده‌اند و به هویت و معنایی موقت دست‌یافته‌اند (Laclau & Mouffe, 1985: 127-134).

ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبهٔ گروهی متمرکز است. مصاحبهٔ گروهی متمرکز روش کارآمدی برای گردآوری داده‌های کیفی است (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۱۲). در این نوع از مصاحبه ازطریق ایجاد حالت غیررسمی، بحث با مصاحبه‌شوندگان به پیش برده می‌شود. مدیر جلسه فضایی آزاد به وجود می‌آورد تا اعضا بتوانند آزادانه نظرها و تجربیاتشان را ابراز کنند (فلیک، ۱۳۸۷: ۲۲۱). اطلاعات گردآوری‌شده براساس بحث گروهی متمرکز، با چارچوب روشی و نظری تحلیل گفتمان همسویی دارند؛ بدین معنا که مجموعهٔ گفتگوها با مصاحبه‌شوندگان براساس چارچوب گفتمان لاکلاو و موفه تحلیل می‌شوند.

واسازی ذهنیت گروه‌های اجتماعی دربارهٔ انتخابات مجلس شورای اسلامی

در پژوهش حاضر، به گروه‌های واقعی موجود در جامعه مراجعه و با آنها بحث و مصاحبه شد. گروه‌هایی که برای مصاحبه انتخاب شدند، در برساختن ایده‌ها، ارزش‌ها و شکل‌دادن به ذهنیت افراد نقش دارند. تلاش شده است مصاحبه‌های گروهی متمرکز، بدون هر نوع القای ایده‌ای خاص یا پیش‌داوری انجام گیرد. در ضمن کوشیده شده است جهت بحث به‌سوی پرسش‌های مدنظر مؤلفان سوق داده شود. مصاحبه‌ها دو هفته قبل از برگزاری نهمین دورهٔ انتخابات مجلس شورای اسلامی انجام شده‌اند.

زنان خانه‌دار

زنان خانه‌دار ۶۲ درصد از زنان یاسوج و روستاهای اطراف آن را تشکیل می‌دهند (استانداری کهگیلویه و بویراحمد، ۱۳۹۳: ۱۶) که نظرهای آنان دربارهٔ انتخابات و رأی‌دهی بسیار جالب‌توجه است. یک مصاحبهٔ گروهی متمرکز با زنان خانه‌دار (۸ نفر) انجام شد که در روستاهای اطراف یاسوج زندگی می‌کردند. این بحث دربارهٔ انتخابات در اوایل اسفند سال ۱۳۹۴، قبل از انتخابات مجلس شورای اسلامی صورت گرفت. مشخصات این ۸ نفر به ترتیب جدول زیر است:

جدول ۱- مشخصات زنان خانه‌دار مشارکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
محل سکونت	نره‌گاه	نره‌گاه	نره‌گاه	موردراز	موردراز	موردراز	سروک	اکبرآباد
وضعت مسکن	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	اجاره‌ای
درآمد خانواده	۸۰۰هزار	۶۵۰هزار	۴۰۰هزار	۶۵۰هزار	۶۰۰هزار	۷۰۰هزار	۴۰۰هزار	۷۵۰هزار
سن	۳۴	۴۰	۳۲	۳۳	۶۰	۳۵	۴۰	۲۷
مقطع تحصیلی	سیکل	سوم ابتدایی	دوم راهنمایی	دیپلم	بی‌سواد	دیپلم	بی‌سواد	کاردانی
استفاده از ماهواره	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر
استفاده از اینترنت	بله	خیر	خیر	خیر	خیر	بله	خیر	بله
خواندن روزنامه و مجله	بله	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر	بله
طایفه	قائدگیوی	تامرادی	گودرزی	قائدگیوی	خالویی	قائدگیوی	دشمن‌زیاری	تامرادی

زنان خانه‌دار تمایل چندانی به بحث دربارهٔ انتخابات نداشتند؛ بنابراین، سعی شد با طرح نکاتی دربارهٔ رفتار مردم

در انتخابات، به مشارکت در بحث ترغیب شوند. بحث دربارهٔ شرکت در انتخابات یاسوج و نحوهٔ گزینش نامزدها، با تأثیر طایفه‌گرایی در انتخاب نامزد شروع شد. هدف این بحث آن بود که نکات پرسش‌های مؤثر در فرایند پژوهش مطرح شود. در این میان یکی از خانم‌ها (کد ۲) بحث را ادامه داد:

«به نظر من باید در انتخابات شرکت کرد. اینکه از طایفهٔ ما باشد یا از طایفهٔ دیگر، فرقی نمی‌کند. تنها باید باایمان باشد و کارکرد خوبی داشته باشد. وقتی از طایفهٔ خودم باشد؛ ولی گرفتاری و مشکل ما را حل نکند، چه سودی دارد؟ خیابان‌های روستای ما بدون کیفیت است. بیشتر مردم اینجا فقیرند و مدرسهٔ بچه‌ها دور است و به‌دلیل تنگدستی حتی نمی‌توانند برای فرزندانشان سرویس بگیرند. باید کسی روی کار بیاید که این مشکلات را برای اهالی اینجا رفع کند».

در این میان خانم (کد ۱) گفت:

«ولی بیشتر نامزدهای انتخاباتی فقط وعده می‌دهند. برای من هم اهمیتی ندارد که از طایفه‌ام باشد. من هم با نظر ایشان (خانم کد ۲) موافقم. نمایندهٔ یاسوج باید مشکلات مردم و به‌ویژه جوانان را ببیند و به آنها رسیدگی کند. در خانوادهٔ ما کسانی هستند که از شخصی خاص حمایت کنند و شاید در ظاهر به‌دلیل احترام به نظرشان بگوییم به آن شخص رأی می‌دهیم؛ ولی درنهایت به کسی رأی می‌دهم که صلاحیت داشته باشد. در نره‌گاه، ورزشگاه و ... نیست تا جوانان خود را سرگرم کنند و به‌طور کلی در بعد فرهنگی اصلاً کار نشده است. به کسی رأی خواهم داد که صلاحیت رسیدگی در تمام این زمینه‌ها را داشته باشد».

در این میان خانم (کد ۳) با اعتراض گفت:

«اما باید به نظر بزرگ‌ترها احترام گذاشت. من به کسی رأی می‌دهم که پدرم پیشنهاد دهد. مگر می‌شود بدون اجازهٔ پدر یا شوهر از خانه بیرون رفت؟! بنابراین بدون اجازهٔ آنها هم نمی‌توان به شخص دلخواه رأی داد؛ به هر حال من کاری به کسی ندارم و اصلاً اطلاعی از وعده‌ها و برنامه‌های نامزدهای انتخاباتی ندارم. اگر می‌شد به پدرم می‌گفتم شناسنامه‌ام را ببرد و به هرکسی بخواهد رأی دهد».

سپس خانم (کد ۵) که از اهالی روستای موردراز بود، چنین گفت:

«ولی این اصلاً درست نیست. باید به کسی رأی داد که کاردان باشد. از طایفه و اقوام ما کسی هست که کاندید شده باشد؛ ولی اصلاً به او رأی نخواهم داد. پسر من فوق‌لیسانس دارد و چندین سال است که در خانه بیکار است. به کسی رأی می‌دهم که مشکل بیکاری جوانان را رفع کند. انتظار دارم به نامزدی که رأی می‌دهم بتواند مشکل پسرم و به‌طور کلی مشکل بیکاری جوانان را رفع کنند».

خانم (کد ۷) با تأیید صحبت‌های او ادامه داد:

«حرف‌های ایشان درست است. من حتماً در انتخابات شرکت خواهم کرد. ما باید راه شهدا را ادامه دهیم. به کاندیدی رأی خواهم داد که مشکلات مستضعفان و بی‌سرپرستان را حل کند و باکفایت و باعرضه باشد. فرد هرچقدر باخداتر باشد شایسته‌تر است. اگر ریش‌سفیدی کاندیدی را تأیید کند که واقعاً صلاحیت داشته باشد، به آن کاندید رأی خواهم داد؛ اما اگر حتی از طایفه و اقوام باشد ولی بی‌ایمان و بی‌کفایت باشد، به او رأی نخواهم داد».

خانم (کد ۵) گفت:

«در هر صورت من محال است در انتخابات شرکت کنم. ۶ سال است در انتخابات شرکت نمی‌کنم؛ چون فایده‌ای ندارد. فرقی هم ندارد که از طایفهٔ ما باشد یا طایفهٔ دیگری. به هر صورت شرکت نخواهم کرد؛ زیرا فقط وعده و وعید می‌دهند و به هیچ‌یک از وعده‌ها عمل نمی‌کنند».

خانم (کد ۴) گفت:

«من در انتخابات به‌دلیل آیندهٔ فرزندم شرکت می‌کنم. کاندیدی انتخاب خواهم کرد که به جوانان و خواسته‌های آنان توجه کند. اگر از طایفه‌ام کسی کاندید باشد به او رأی می‌دهم؛ چون شناخت بهتری نسبت به او دارم و می‌تواند به منافعمان رسیدگی کند».

و بالاخره خانم (کد ۶) گفت:

«من باید با شوهرم حتماً مشورت کنم. به هرکسی که ایشان صلاح دانست رأی خواهم داد».

سپس از آنها پرسیده شد: با تمام این صحبت‌ها فکر می‌کنید طایفه‌گرایی در یاسوج نسبت به سال‌های گذشته کمتر شده است یا خیر؟ نظر بیشتر آنان نظر این بود که طایفه‌گرایی و انتخاب طایفه‌ای در یاسوج کمتر از سال‌های گذشته شده و شدتش کاهش یافته است. حتی یکی از آنان بیان کرد که قبلاً

اگر طبق نظر شوهرم عمل نمی‌کردم و به نامزد مدنظرش رأی نمی‌دادم، کتک می‌خوردم؛ ولی اکنون خیلی بهتر شده است و دیگر برایش فرقی نمی‌کند طبق نظرش عمل کنم یا نه.

سپس از آنها خواسته شد نظرشان را دربارهٔ میزان اثرگذاری جریان‌های سیاسی اصلاح‌طلب و اصول‌گرا و نامزدهای مستقل بر میزان گرایششان به رأی‌دهی و انتخاب نامزد نهایی بگویند.

خانم (کد ۸) اینگونه بیان کرد:

«من خودم اصلاح‌طلب هستم و در مقابل دوست دارم نامزدی رأی بیاورد که رگه‌هایی از اصلاح‌طلبی داشته باشد؛ بنابراین، این جریانات سیاسی بر انتخاب من تأثیرگذارند».

خانم (کد ۴) گفت:

«اصول‌گرا و اصلاح‌طلب مهم نیست. مهم این است که به فکر مردم و منافع ملت باشد».

خانم (کد ۱) با خنده بیان کرد:

«من که اصلاً از این جریانات سر درنمی‌آورم و نظری هم راجع به آنها ندارم».

بقیهٔ خانم‌ها هم سکوت را برگزیدند که در این میان بحث به میزان تأثیرگذاری رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و فضای مجازی) و تبلیغات میدانی (دیدارهای خانگی، جلسات کاندیداها با مردم) در انتخاب نهایی افراد کشانده شد.

خانم (کد ۶) گفت:

«به نظر من رسانه‌ها به‌ویژه فضای مجازی خیلی تأثیرگذار بودند. من خودم عضو یکی از شبکه‌های مجازی هستم که دربارهٔ انتخابات و کاندیداها مطالبی می‌گویند. در آن شبکه تبلیغات وسیعی می‌شود. در اقوام هم افرادی هستند که تبلیغات شبکه‌ها در انتخاب فرد مدنظرشان تأثیر زیادی داشته است».

خانم (کد ۸) با تأیید حرف ایشان گفت:

«بله کاملاً درسته. رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های مجازی احساسات مردم را برمی‌انگیزند و حتی به‌جرئت می‌توانم بگویم در انتخاب فرد مدنظر بنده و اینکه از چه طیفی باشد تأثیر بسزایی دارند».

خانم (کد ۱) گفت:

«مردم بیش از اینکه به‌دنبال مطبوعات باشند، به اینترنت و فضای مجازی علاقه دارند و از آن استفاده می‌کنند؛ ولی فضای مجازی روی انتخاب بنده تأثیر چندانی ندارد و خودم هم اصولاً به اینگونه بحث‌ها علاقهٔ زیادی ندارم، چه برسد به اینکه بخواهم تبلیغاتشان را دنبال کنم».

خانم (کد ۲) گفت:

«اما به نظر من هنوز دیدارهای خانگی و جلسات کاندیداها با مردم روستا در اینجا بسیار تأثیرگذارتر از رسانه‌هاست. مردم در جلسه با کاندیداها آشنایی زیادی کسب می‌کنند و برخی از آنها بعد از اتمام جلسه ممکن است کاملاً نظرشان تغییر کند. من برخی از این تغییرات را به چشم خودم دیدم».

در ادامه دربارهٔ سطح تحصیلات کاندیداها از آنها سؤال شد.

خانم (کد ۲) گفت:

«برای من و امثال من اصلاً اهمیت ندارد که کاندیدمان چه میزان تحصیل داشته باشد. همین که بدانم خدمتگزار است کافی است».

خانم (کد ۸) که تحصیلات بالاتری نسبت به بقیهٔ خانم‌ها داشت، با لحنی معترضانه گفت:

«این چه حرفیه که می‌گویید؟! هرچه کاندید سواد بیشتری داشته باشد، نسبت به انجام وظایف خود متخصص‌تر است. نباید تأثیر سواد در روند کار را نادیده گرفت».

نظر خانم‌های (کد ۴، ۳ و ۱)دربارهٔ سطح تحصیلات مشابه خانم (کد ۲) بود و بقیهٔ خانم‌ها نظری همانند خانم (کد ۸) داشتند.

قرائت کارگران

کارگران بخش مهم و زحمتکش جامعهٔ ما را تشکیل می‌دهند. نظرهای آنان در عین سادگی، بسیار جالب و تأمل‌برانگیز بودند. بحث گروهی متمرکز در اوایل اسفندماه سال ۱۳۹۴ با حضور ۵ نفر از کارگران برگزار شد. مشخصات کارگران مشارکت‌کننده در بحث در جدول ۲ بیان شده است:

جدول ۲- مشخصات کارگران (مرد) مشارکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد / مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵
محل سکونت	نره‌گاه	سروک	سروک	بلهزار	مادوان سفلی
وضع مسکن	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی
درآمد خانواده	۵۰۰ هزار	۴۵۰ هزار	۵۰۰ هزار	۶۰۰ هزار	۵۰۰ هزار
سن	۵۳	۴۰	۵۴	۳۳	۵۷
مقطع تحصیلی	بی‌سواد	سوم ابتدایی	بی‌سواد	دوم دبیرستان	چهارم ابتدایی
استفاده از ماهواره	خیر	خیر	خیر	بله	خیر
استفاده از اینترنت	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر
خواندن مجله و روزنامه	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر
طایفه	زیلایی	سلیمانی	دشمن‌زیاری	سرکایکی	کشکولی

یکی از کارگران (کد ۳) بحث را شروع کرد:

«به نظر من انتخابات یک تکلیف است که باید انجام دهیم. جمهوری اسلامی حق انتخاب را به ملت داده است. برای من مهم نیست که کاندیدی که انتخاب می‌کنم از طایفه‌ام باشد. به هرکس دلم بخواهد رأی می‌دهم و کاری هم به نظر دیگران و اقوامم ندارم. حتی اگر برادرم کاندید شود و بدانم کاری برای من و مردم انجام نمی‌دهد ،به او رأی نخواهم داد».

یکی دیگر از کارگران (کد ۱) با تأیید همین صحبت‌ها گفت:

«ما هزاران شهید دادیم. هدف ما آسایش کشور است. از طایفهٔ من کسی کاندید شده ولی به او رأی نمی‌دهم؛ چون می‌دانم صلاحیت ندارد».

کارگر دیگر (کد ۵) بیان کرد:

«ما خودمان از قوم‌گرایی بیزار و خسته شده‌ایم و انتظار داریم که دیگر انتخابات براساس قوم‌گرایی نباشد. اگر از طایفه‌ام کسی کاندید شده باشد که خداترس و باصلاحیت باشد، به او به‌دلیل صلاحیتش رأی خواهم داد، نه به‌دلیل اینکه از اقوامان است».

کارگر دیگر (کد ۲) گفت:

«برای من منافع اقتصادی مهم است. اگر هم از طایفه‌ام باشد به آن رأی خواهم داد؛ چون اگر از قوم‌وخویش باشد حتماً به نیازها و خواسته‌هایم رسیدگی خواهد کرد».

کارگر (کد ۴) که تا این زمان ساکت بود، گفت:

«من به کاندیدی رأی خواهم داد که قوم‌گرا نباشد.کارخانه‌ای بزند تا جوانان در آن مشغول به کار شوند. اولویت من هم منافع اقتصادی است؛ ولی برخلاف این آقا (کد ۲) برایم فرقی نمی‌کند از قوم باشد یا نه. هرچند که در فامیل ما هنوز طایفه‌گرایی حاکم است».

در ادامه کارگر (کد ۴) همچنان بر نظر خود پافشاری می‌کرد. تا اینکه بحث به‌سمت میزان اثرگذاری جناح‌های اصلاح‌طلب و اصول‌گرا و مستقل در رأی‌دهی افراد کشیده و از آنها در این زمینه سؤال پرسیده شد که متأسفانه بیشتر آنها اطلاع چندانی در این زمینه نداشتند.

کارگر (کد ۳) گفت:

«من حتی اسمشان را به‌زور می‌توانم بر سر زبان بیاورم و نمی‌دانم کاندیداها از کدام جریان هستند».

کارگرهای شرکت‌کننده در بحث، از اینترنت و فضای مجازی و مطبوعات استفاده نمی‌کردند و در این زمینه هم اطلاعی نداشتند و تنها معتقد بودند استفاده از اینترنت و... در سال‌های اخیر در مناطق زندگی‌شان روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شود.

دربارهٔ سطح تحصیلات، بیشتر آنها دربارهٔ تأثیرگذاری سطح تحصیلات نامزدها در انتخاب فرد (به‌ویژه قشر جوان) اتفاق نظر داشتند.

کارمندان

کارمندان نمونه‌ای از اقشار تحصیل‌کرده‌اند که نقش مهمی در شکل‌دهی به ذهنیت‌ها و نگرش مردم و اعضای خانوادهٔ خود ایفا می‌کنند. علاوه بر این، فضای حاکم بر ادارات دولتی، بر شکل‌دهی ذهنیت کارمندان بسیار مؤثراست. بحث گروهی متمرکز در اوایل بهمن‌ماه سال ۱۳۹۴ با حضور ۷ نفر از کارمندان برگزار شد. مشخصات آنان در جدول ۳ آمده است:

جدول ۳- مشخصات کارمندان مشارکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
محل سکونت	نره‌گاه	موردراز	سروک	سروک	راهنمایی	گلستان	سالم‌آباد
وضع مسکن	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	اجاره‌ای	اجاره‌ای	شخصی
درآمد خانواده	۱میلیون به بالا	۱میلیون به بالا	۱میلیون به بالا	۱میلیون به بالا	۳میلیون به بالا	۱میلیون به بالا	۳میلیون
سن	۴۸	۴۵	۵۴	۵۶	۲۷	۳۰	۳۴
جنس	مذکر	مذکر	مذکر	مذکر	مؤنث	مؤنث	مؤنث
مقطع تحصیلی	کاردانی	کاردانی	کاردانی	دیپلم	کارشناسی	کارشناسی	کارشناسی
استفاده از ماهواره	خیر	خیر	خیر	خیر	بله	خیر	خیر
استفاده از اینترنت	خیر	بله	خیر	خیر	بله	بله	بله
خواندن مجله و روزنامه	گاهی اوقات	بله	گاهی اوقات	گاهی اوقات	بله	بله	بله
طایفه	مشایخ	قائدگیوی	آقایی	آقایی	تامرادی	دشمن‌زیاری	تیرتاجی

بحث با یکی از کارمندان زن (کد ۵) آغاز شد:

«چیزی که در انتخاب کاندید مدنظرم برایم اهمیت بالایی دارد، تقوای بالای سیاسی، تهذیب و تزکیهٔ نفس و پایبندبودن به ارزش‌هاست. در انتخابات نظر خودم اولویت دارد. من از قبل شروع به بررسی سوابق و برنامه‌های کاندیداها می‌کنم و هر کاندیدی که به نظرم اصلح بود، انتخاب می‌کنم».

در این میان چند معیار برای ایشان مطرح شد تا به ترتیب اهمیتی که برایش دارد، آنها را اولویت‌بندی کند. معیارهای مطرح‌شده عبارت بودند از: کارکرد افراد، شعارهای انتخاباتی، هویت حزبی و جناحی، طایفه و قبیله، سابقهٔ سیاسی، مقبولیت اجتماعی، ارزش‌ها و باورهای نامزد، عقلانیت، تخصص و تعهد مسئولانه. ایشان گفتند: «عقلانیت، تعهد مسئولانه،

تخصص، ارزش‌ها و باورهای کاندیدا به ترتیب برایم اهمیت دارد و به بقیهٔ موارد هم اعتقادی ندارم».

کارمند بعدی (کد ۱) در ادامه گفت:

«شرکت در انتخابات یک وظیفهٔ شرعی است. در تمام مراسمات و تشکیلات شرکت می‌کنم. اصلاً برایم مهم نیست که از چه طایفه‌ای باشد. من خودم مستقل عمل می‌کنم و کسی را انتخاب می‌کنم که پاسخگوی مردم باشد و از نظام و ولایت پشتیبانی کند».

کارمندهای (کد ۲ و ۳) هم همین نظرها را بیان کردند و بر عدالت و صلاحیت نامزدهای انتخاباتی تأکید فراوان داشتند.

کارمند (کد ۴) گفت:

«اگر نامزد انتخاباتی از اقوامان باشد و اصلح هم باشد، دروغ نمی‌گویم و حتماً به آن رأی خواهم داد؛ ولی اگر اصلح نباشد خیر. منافع اقتصادی و اشتغال جوانان برای من بسیار اهمیت دارد و در انتخاب کاندید خود حتماً برنامه‌هایش را در نظر خواهم گرفت».

برای شرکت‌کردن دو کارمند کد ۶ و ۷ در بحث، معیارهای مطرح‌شده برای کارمند (کد ۵) تکرار شد و از دو کارمند خانم دیگر خواسته شد آنها هم این معیارها را به ترتیب اهمیتی که برای هرکدام قائل‌اند، اولویت‌بندی کنند.

کارمند (کد ۷) پاسخ داد:

«تخصص، تعهد مسئولانه، کارکرد افراد، مقبولیت اجتماعی، عقلانیت، سابقهٔ سیاسی و ارزش‌ها و باورهای کاندیدا به ترتیب برایش اهمیت دارد»

او در ادامه بر شاخصه‌های عدالت و مردم‌مداری بسیار تأکید کرد.

اولویت‌های کارمند (کد ۶) به ترتیب عبارت بودند از: «تعهد مسئولانه، کارکرد، ارزش‌ها و باورهای کاندیدا، مقبولیت اجتماعی، سابقهٔ سیاسی افراد، هویت حزبی و جناحی، شعارهای انتخاباتی و طایفه و قبیله».

نظرشان دربارهٔ میزان تأثیرگذاری جریان‌های سیاسی اصول‌گرا، اصلاح‌طلب و نامزدهای مستقل در انتخاب نهایی افراد پرسیده شد که کارمند (کد ۳) شروع به صحبت کرد:

«به نظر من در یاسوج تبلیغات جناحی هنوز جاافتاده نشده است و تأثیر چندانی ندارد و مردم بیشتر به سمت و سویی می‌روند که منافعشان، به‌ویژه منافع اقتصادی‌شان تأمین شود».

کارمند (کد ۷) بیان کرد:

«اما با وجود این، نسبت به انتخابات قبلی به نظر من جریان‌های سیاسی تأثیرشان در انتخاب نهایی افراد بیشتر شده است. این را می‌توان در فضای مجازی و اینترنت به‌خوبی احساس کرد».

بدین ترتیب کارمند (کد ۷) بحث تأثیر رسانه‌ها را مطرح کرد. کارمند (کد ۲) گفت:

«من به‌وضوح می‌بینم که برخی مردم خارج از طایفه‌ای که قرار دارند، برای نامزد وابسته به جریان سیاسی موردعلاقهٔ خود تبلیغ می‌کنند. در شبکه‌های مجازی هم به تبلیغات گسترده می‌پردازند و تأثیر بسیاری به‌ویژه بر جوانان دارد و می‌تواند به حزبی‌شدن رفتار انتخاباتی مردم کمک کند».

در این میان از آنها سؤال شد که به نظر آنها تبلیغات رسانه‌ای تأثیرگذاری بیشتری بر اذهان افراد دارند یا تبلیغات میدانی (دیدارهای خانگی، جلسات کاندیداها با مردم یاسوج و روستاها)؟

کارمند (کد ۷)گفت:

«بسیار مشخص است که تأثیر فضای مجازی نسبت به دوره‌های قبل بیشتر شده است؛ زیرا گوشی موبایل همواره و در همهٔ زمان‌ها و مکان‌ها در دسترس مردم قرار دارد و مردم دائم در اینترنت‌اند؛ پس به‌طور مشخص چیزی که بیست‌وچهارساعته در ذهن افراد کار می‌کند و همواره به تبلیغ می‌پردازد، تأثیرگذاری بیشتری دارد نسبت به جلساتی که هرچند وقت یک بار تشکیل می‌شود».

کارمندهای (کدهای ۷، ۶ و ۲) همین نظرها را تأیید کردند؛ اما کارمند (کد ۳) بر نظر خود اصرار می‌ورزید و تبلیغات میدانی مثل دیدارهای خانگی و ارتباط‌های رودررو را در شکل‌دهی رفتار انتخاباتی مهم می‌دانست و کارمندهای (کدهای ۴ و ۱) هم با او هم‌عقیده بودند و به تأثیرگذاری تبلیغات میدانی اعتقاد بیشتری داشتند. دربارهٔ تبلیغات میدانی معتقد بودند رسانه‌هایی مثل مطبوعات، رادیو و تلویزیون تأثیر بیشتری دارند. ازنظر آنان مردم دوست دارند خواسته‌های خود را رودررو برای نامزدهای انتخابات مطرح کنند و بلافاصله پاسخ آنها را نیز بشنوند.

افراد غیرشاغل

بیکاران در جامعهٔ کنونی جمعیت بالایی هستند و مشارکت‌داشتن یا مشارکت‌نداشتن آنها در انتخابات از عوامل مختلفی اثر می‌گیرد. بدین ترتیب نظر آنان دربارهٔ انتخابات

برای این پژوهش، مهم و قابل‌توجه بود. بحث گروهی متمرکز در اوایل اسفند سال با حضور ۴ نفر از افراد بیکار یاسوج صورت گرفت که بیشتر آنان گلایه‌های زیادی از مسئولان داشتند. مشخصات این گروه در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴- مشخصات افراد جویای کار (مرد) شرکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد / مشخصات	۱	۲	۳	۴
محل سکونت	سروک	موردراز	سروک	شرف‌آباد
وضع مسکن	شخصی	شخصی	شخصی	اجاره‌ای
درآمد خانواده	۴۰۰ هزار تومان	۳۰۰ هزار تومان	۳۰۰ هزار تومان	۳۰۰هزار تومان
سن	۵۵	۲۸	۴۰	۲۷
مقطع تحصیلی	دوم ابتدایی	دیپلم	بی‌سواد	کارشناسی
استفاده از ماهواره	خیر	بله	خیر	بله
استفاده از اینترنت	خیر	بله	خیر	بله
خواندن مجله و روزنامه	خیر	خیر	خیر	بله
طایفه	تیرتاجی	قائدگیوی	تامرادی	آقایی

بیکار (کد ۴) رشتهٔ کلام را در دست گرفت و با گلایهٔ بسیار شروع به صحبت کرد:

«چرا باید در انتخابات شرکت کنم؛ در صورتی که مسئولان به هیچ‌یک از وعده‌های خود عمل نمی‌کنند؟ من سه سال است که مدرک لیسانس خود را گرفته‌ام و بیکار در خانه نشستم. از بیکاری خسته شدم. به هر دری می‌زنم فایده‌ای ندارد. همهٔ نامزدهای انتخاباتی فقط به فکر منافع خودشان هستند. مهم نیست که از چه طایفه‌ای باشند، مهم این است که فقط منافع خود و رسیدن به صندلی قدرت را در نظر دارند؛ ولی وقتی‌که بر صندلی قدرت نشستند، دیگر همهٔ شعارها و وعده‌هایشان را از یاد می‌برند».

بیکار (کد ۱) که ازلحاظ سنی مسن‌تر بود، در جواب گفت:

«مشکل تنها از مسئولان نیست. من حتماً در انتخابات شرکت می‌کنم و کسی را انتخاب خواهم کرد که واقعاً صادق باشد و برنامه‌های اقتصادی در وعده‌هایش گنجانده شده باشد و اینکه از قوم و طایفه‌ام باشد، برایم اصلاً مهم نیست».

بیکار (کد ۴) همچنان مشغول بحث‌کردن با بیکار (کد ۱) بود که در این میان (کد ۲) گفت:

«اما به نظرم اگر کاندید از فامیل و طایفهٔ خودمان باشد بهتر است و من به او رأی خواهم داد حتی اگر منافعی برایم نداشته نباشد».

بیکار (کد ۳) نظرهایش مشابه بیکار (کد ۱) بود و حرف‌های او را تأیید کرد و همچنین بر مسئلهٔ عمران و آبادی و اشتغال تأکید زیادی داشت.

از آنها خواسته شد نظرشان را دربارهٔ میزان تأثیرگذاری جریان‌های سیاسی در انتخاب نهایی افراد، میزان تأثیرگذاری

تبلیغات رسانه‌ای و میدانی و تأثیر سطح تحصیلات نامزدها بیان کنند.

بیکار (کد ۴) که دلگیر و ناراحت بود، دوباره رغبت‌نداشتن به شرکت در انتخابات را تکرار و بیان کرد که دربارهٔ این موضوعات هم نظر خاصی ندارد.

بیکار (کد ۱) گفت:

«من که از اینترنت استفاده نمی‌کنم؛ ولی به نظرم تبلیغات رادیو و تلویزیون مؤثر بوده است. در دیدارهای خانگی هم کاندیداها وعده‌هایی به افراد خانواده می‌دهند که تأثیر زیادی در انتخاب نهایی افراد دارد؛ اما سطح تحصیلات نمی‌تواند اهمیت چندانی داشته باشد؛ زیرا تقریباً همهٔ نامزدها در یک سطح هستند».

بیکار (کد ۳) بیان کرد:

«به نظرم اینترنت و فضای مجازی تأثیر زیادی در جهت‌دهی به اذهان مردم داشته است. برنامه‌های مختلف در فضای مجازی دربارهٔ جریانات سیاسی، سبب اتصال هریک از افراد به جناح خاص و گزینش فرد وابسته به آن جناح شده است. هرچند که در یاسوج هنوز دیدارهای خانگی رواج دارند».

دانشجویان

دانشجویان به‌دلیل دسترسی به منابع گفتمانی مانند اینترنت، کتاب، نشریه، فضای گفتمانی دانشگاه و... نقش مهمی در نحوهٔ گزینش نامزدهای انتخاباتی ایفا می‌کنند. آنها به‌منزلهٔ قشر فرهیخته و جوان کشور در نوع نگرش افراد خانواده و آگاهی‌بخشیدن به آنان نقش بسزایی دارند. در این پژوهش بحث گروهی متمرکز دربارهٔ انتخابات مجلس شورای اسلامی یاسوج ۱۳۹۴، با دانشجویان در اوایل بهمن‌ماه همین سال انجام شد که گزارش آن در ادامه آورده می‌شود. این جلسه با حضور ۶ نفر از دانشجویان یاسوجی انجام شد که دو نفر از آنها در دانشگاه دولتی، یک نفر در دانشگاه آزاد اسلامی و دو نفر در دانشگاه پیام نور مشغول تحصیل بودند. مشخصات دانشجویان به شرح جدول ۵ است:

جدول ۵- مشخصات دانشجویان شرکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد / مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵	۶
محل سکونت	جهاد کشاورزی	اکبرآباد	گلستان	سالم‌آباد	بلهزار	تل خسرو
وضع مسکن	شخصی	اجاره‌ای	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی
درآمد خانواده	۴میلیون	۱میلیون	۲میلیون	۵میلیون	۱میلیون	امیلیون به بالا
سن	۲۰	۲۱	۲۰	۲۱	۲۵	۲۲
جنس	مؤنث	مؤنث	مذکر	مذکر	مذکر	مؤنث
مقطع تحصیلی	کارشناسی	کارشناسی	کارشناسی	کارشناسی	کارشناسی‌ارشد	کارشناسی
استفاده از ماهواره	خیر	خیر	خیر	بله	خیر	خیر
استفاده از اینترنت	بله	بله	بله	بله	بله	بله
خواندن مجله و روزنامه	بله	گاهی اوقات	بله	بله	بله	خیر

یکی از دانشجویان (کد ۱) بحث را آغاز کرد:

«من در انتخابات شرکت خواهم کرد؛ ولی اصلاً از نحوهٔ گزینش کاندیداهای انتخاباتی راضی نیستم».

از او خواسته شد دلیل نارضایتی خود را از نحوهٔ گزینش کاندیداها بیان کند. او در جواب گفت:

«درواقع، برای اینکه واقعیت‌ها در جامعه نمود پیدا کند لازم است به مواردی که در هر زمینه نیاز است، عمل کنند. به وضعیت کاندیداها در هر عرصه توجه نمی‌شود. باید فارغ از هرگونه گرایش قومی و قبیله‌ای آگاهی مردم را بالا برد تا تنها به اساس صحبت‌های کاندیداها توجه کنند. به نظر من مهم‌ترین معیار در انتخاب کاندید، توجه به ارزش‌ها و باورهای اوست؛ زیرا اگر این مورد وجود داشته باشد، انتخاب اصلح است و می‌تواند در دیگر حیطه‌ها عملکرد خوبی را به نمایش گذارد».

دانشجوی دیگر (کد ۳) گفت:

«به نظر من داشتن تعهد به انقلاب و اسلام در اولویت قرار دارد؛ زیرا احساس مسئولیت و درک مردم، ریشه در تعهد به انقلاب و اسلام دارد و انگیزهٔ کافی برای خدمت به مردم را فراهم می‌کند. بدین ترتیب اصلاً اهمیتی ندارد که آن نامزد انتخاباتی از طایفهٔ ما باشد یا خیر».

دانشجوی دیگر (کد ۲)گفت:

«به نظر من در انتخاب کاندیدا نگرش به برنامه‌ها و وعده‌هایی که می‌دهند، اهمیت بسیار دارد. انجام کارهای عمرانی در شهر یاسوج مسئلهٔ مهمی است. همچنین ایجاد کارگاه‌ها و کارخانه‌ها برای اشتغال جوانان مهم است». از او پرسیده شد آیا از نحوهٔ گزینش کاندیداهای انتخاباتی رضایت دارید؟ او در پاسخ گفت: «خیر راضی نیستم؛ زیرا با وجود اینکه هم‌اکنون طایفه‌گرایی نسبت به سال‌های پیش کاهش یافته است، باز هم کم‌وبیش نحوهٔ گزینش‌ها براساس روابط فامیلی و عشیره‌ای انجام می‌گیرد، نه صلاحیت واقعی آنها».

دانشجوی دیگر (کد ۵) همین دیدگاه را داشت و بر خدمت برای مردم تأکید کرد.

دانشجوی (کد ۶) مصاحبه را ادامه داد:

«ازنظر من معیار اصلح‌بودن، ولایت‌مداری و داشتن تخصص لازم برای درک قوانین و تصویب یا رد آنهاست. به انتخاب براساس طایفه و قبیله هم اصلاً اعتقادی ندارم و خوشبختانه خانواده‌ام هم اینگونه نیستند و به هرکسی دلشان بخواهد رأی می‌دهند».

دانشجوی (کد ۴) بیان کرد:

«تعهدگرایی و قانون‌مداری و متخصص‌بودن در زمینهٔ کاری خود، برای انتخاب اصلح اولویت دارد. من معتقدم باید مردم را به روش‌های مختلف از انتخاب اصلح مطلع کرد و زمینه‌های آگاهی‌بخشی به مردم فراهم شود. من که در این کار کوتاهی نخواهم کرد. باید به مردم فهماند که گزینش طایفه و قبیله‌ای جایی در انتخاب درست ندارد».

برای آگاهی از دیدگاه دانشجویان – که قشر تحصیل‌کردهٔ جامعه‌اند – دربارهٔ میزان اثرگذاری جریان‌های سیاسی بر انتخاب نهایی افراد، تأثیر تبلیغات رسانه‌ای و میدانی و سطح تحصیلات نامزد در انتخابشان پرسیده شد.

دانشجوی (کد ۱) گفت:

«جریان‌های سیاسی اصلاح‌طلب، اصول‌گرا و مستقل‌ها در انتخاب نهایی افراد، چه بخواهیم چه نخواهیم، تأثیرگذارند. امروزه تبلیغات رسانه‌ای و فضای مجازی سطح آگاهی مردم را بالا برده‌اند و افراد با اینگونه جریان‌ها و مبانی فکری‌شان آشنا می‌شوند. می‌توان گفت اینترنت و فضای مجازی در تبلیغات رسانه‌ای نقش بیشتری ایفا می‌کنند و به نظر بنده بسیار تأثیرگذارند. هرچند در یاسوج هنوز تبلیغات میدانی ازجمله دیدارهای خانگی و جلسات نامزدها با مردم نقش مهمی دارند، تأثیر فضای مجازی بر قشر جوان و تحصیل‌کرده بیشتر شده است. درنهایت سطح تحصیلات کاندیدا بیشتر برای اقشار تحصیل‌کرده اهمیت دارد تا عوام».

دانشجوی (کد ۳) گفت:

«به نظر من اهمیت ندارد که نامزد انتخاباتی فوق‌لیسانس داشته باشد یا اینکه دکتری. چون به هر حال هر دو تحصیل‌کردهٔ دانشگاهی هستند. آنچه اهمیت دارد وجدان کاری و احساس مسئولیت و خدمت به مردم است».

بقیهٔ دانشجویان نیز صحبت او را تأیید کردند. در ادامه گفت:

«امروزه تبلیغات رسانه‌ای نقش زیادی در جامعه‌پذیری و آگاهی افراد دارند؛ بنابراین، تأثیر آن را نمی‌توان انکار کرد. مطبوعات و نشریات بیشترین

تأثیر را بر گروه تحصیل‌کرده می‌گذارند؛ البته متأسفانه اکنون درصد کتاب‌خوانی و گرایش به مطالعهٔ روزنامه‌ها و مجلات با آمدن غولی به نام اینترنت (فضای مجازی ،شبکه‌های اجتماعی) به‌شدت کاهش یافته است. همان طور که دوستمان (کد ۱) گفتند، تبلیغات رسانه‌ای و رادیو و تلویزیون مردم را نسبت به جریان‌های سیاسی مختلف آگاه کرده‌اند و مردم بیشتر از قبل، به‌سوی این جریانات گرایش دارند؛ البته هرکس نسبت به مبانی و اصول فکری خود، به جریان خاصی متصل می‌شود».

دانشجوی (کد ۵) گفت:

«به نظر من هرکس برحسب منافعی که به دنبالش است، به‌سمت جریان‌های سیاسی می‌رود؛ زیرا من موارد زیادی سراغ دارم که با وجود تضاد فکری با جریانی خاص، به تبلیغ آن جریان سیاسی می‌پردازد و حتی در فضای مجازی شبکه‌ای را برای تبلیغ این جریان اختصاص داده است؛ زیرا جریان مدنظر منافعش را بیشتر تأمین می‌کند. تبلیغات میدانی هنوز در یاسوج به‌ویژه روستاهای اطراف، جایگاه خود را دارند و دیدارهای خانگی، جلسات نامزدها با مردم وسیله‌ای برای رایزنی کاندیداها شده است. در این جلسات وعده‌های زیادی به مردم داده می‌شود».

نظرهای بقیهٔ دانشجویان مشابه نظرهای ذکرشده بود. بدین ترتیب بحث با دانشجویان در فضایی کاملاً منطقی به اتمام رسید.

ریش‌سفیدان و بزرگان طوایف و روستا

بزرگان طوایف و روستا ازجمله افراد ریش‌سفیدی‌اند که مردمان محلهٔ زندگی‌شان روی حرف آنها حساب باز می‌کنند و برایشان احترام خاصی قائل‌اند. بحث گروهی متمرکز با بزرگان روستا در اسفندماه ۱۳۹۴ با شرکت ۵ نفر از ریش‌سفیدان روستاهای اطراف یاسوج صورت گرفت.

جدول ۶- مشخصات بزرگان طوایف و روستاهای شرکت‌کننده در بحث گروهی متمرکز

کد / مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵
محل سکونت	نره‌گاه	سروک	اکبرآباد	تل خسرو	بلهزار
وضع مسکن	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی	شخصی
درآمد خانواده	۱میلیون به بالا	نهصد هزار	امیلیون	هفتصد هزار	۱میلیون
سن	۷۴	۸۲	۶۹	۷۸	۸۳
مقطع تحصیلی	سوم ابتدایی	بی‌سواد	دوم ابتدایی	بی‌سواد	بی‌سواد
استفاده از ماهواره	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر
استفاده از اینترنت	خیر	خیر	خیر	خیر	خیر
خواندن مجله و روزنامه	گاهی اوقات	خیر	گاهی اوقات	خیر	خیر

ریش‌سفید (کد ۳) بحث را آغاز کرد:

«شرکت در انتخابات وظیفهٔ دینی ماست. من حتماً در انتخابات شرکت می‌کنم و همه را به شرکت در انتخابات دعوت خواهم کرد. برای من اصلاً اهمیت ندارد که نامزد انتخاباتی از طایفه‌ام باشد. همین که خدمتگزار مردم باشد و به مشکلات مردم با جان‌ودل رسیدگی کند کافی است».

چند تا از ریش‌سفیدان خیلی آرام داشتند با هم صحبت می‌کردند و زمزمه‌هایشان به گوش می‌رسید. ریش‌سفید (کد ۳) به آنها گفت بلندتر صحبت کنید تا ما هم از صحبت‌هایتان استفاده کنیم.

ریش‌سفید (کد ۵) گفت:

«من برخلاف نظر شما، به نامزدی رأی خواهم داد که از طایفه‌ام باشد؛ زیرا شخصیت و موقعیت طایفه‌ام را بالا خواهد برد و بیشتر می‌تواند به درد من و خانواده‌ام بخورد».

ریش‌سفید (کد ۲) هم حرف او را مبنی بر اینکه به کاندیدی رأی خواهد داد که از طایفه‌اش باشد، تأیید کرد.

اما ریش‌سفید (کد ۳) با اعتراض به این دو گفت:

«این همه سال مردم در یاسوج و اطراف یاسوج تعصب قومی داشتند؛ ولی برایشان چه فایده‌ای داشته؟! آیا به این شهر آن‌طور که باید رسیدگی شده»؟

ریش‌سفید (کد ۵) پاسخ داد:

«شاید رسیدگی چندانی به شهر نکرده باشند؛ ولی دست‌کم به درد طایفه و فامیل خودشان خورده‌اند».

بحث همین طور بین ریش‌سفیدان ادامه داشت که ناگهان ریش‌سفید (کد ۱) لب به سخن گشود:

«چرا بحث بی‌فایده می‌کنید؟! به نظر من که اصلاً مهم نیست نماینده از طایفهٔ من یا طایفهٔ خاص دیگری باشد. همین که ایمان داشته باشد، دلسوز مردم باشد و به مشکل جوانان رسیدگی کند، کافی است. مگر مردم توقعی بیشتر از این دارند»؟

ریش‌سفید (کد ۴) هم صحبت ایشان را تأیید کرد و بقیه هم سکوت اختیار کردند. بعد از مدتی سکوت، از آنها خواستم نظرشان را دربارهٔ جریان‌های سیاسی و میزان اثرگذاری در انتخابات شهر یاسوج و روستاهای اطراف بگویند.

ریش‌سفید (کد ۱) گفت:

«به نظرم تأثیرگذاری جریان‌های سیاسی در انتخابات اینجا در سال‌های اخیر بیشتر از قبل شده است و مردم بیش از اینکه تمایل داشته باشند کاندیدشان از طایفهٔ خودشان باشد، دلشان می‌خواهد از جریان سیاسی موردعلاقه‌شان باشد».

بقیهٔ ریش‌سفیدان دربارهٔ این مبحث سکوت کردند و نظر خاصی نداشتند. بحث به تبلیغات رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون و...) و تأثیر دیدارهای خانگی و جلسات نامزدها با مردم روستا سوق داده شد.

بزرگ (کد ۴) گفت:

«در دیدارهای خانگی و جلسات کاندیداها با مردم دربارهٔ برنامه‌ها و وعده‌های انتخاباتی نامزدها بحث می‌شود که به نظرم بر رأی‌دهی و انتخاب افراد شایسته تأثیرگذار است و مردم می‌توانند نسبت به نامزدها آگاه شوند».

یکی از بزرگان (کد ۳) بیان کرد:

«به نظر من تبلیغات رادیو و تلویزیون خیلی می‌تواند بر انتخاب فرد تأثیر داشته باشد. این روزها همه در خانه رادیو و تلویزیون دارند و از کوچک تا بزرگ از آنها استفاده می‌کنند».

بقیه هم این سخنان را تأیید می‌کردند. از آنها خواسته شد نظرشان را دربارهٔ سطح تحصیلات نامزدها و تأثیرگذاری آن بر انتخابات بگویند که یکی از آنها (کد ۳) گفت:

«این روزها به‌ویژه برای جوانان بسیار مهم است نامزدی را انتخاب کنند که تحصیلات بالا داشته باشد. متأسفانه خیلی‌ها فریب تحصیلات و وعده‌های کاندیداها را می‌خورند و به کسی رأی می‌دهند که شایستگی ندارد».

ریش‌سفید (کد ۱) گفت:

«اما یکی از شروطی که نامزدها دارند این است که تحصیلات بالایی داشته باشند؛ بنابراین، سطح تحصیلات تمام کاندیداها بالاست و به نظر من نکتهٔ بسیار خوبی است؛ زیرا هرچه تحصیلات بالاتر باشد، برنامه‌ریزی‌ها دقیق‌تر می‌شود».

ریش‌سفید (کد ۳) در جواب گفت:

«درسته سطح تحصیلات همهٔ کاندیداها بالا هست؛ ولی همین هم کم‌وزیاد دارد. مثلاً یکی از آنها فوق‌لیسانس

است، یکی دیگر دکتر».

تحلیل یافته‌ها

نتایج یافته‌ها نشان می‌دهند دسترسی گفتمانی نمونه‌های بررسی‌شده متفاوت بوده است. برخی شرکت‌کنندگان در بحث‌های گروهی به ابزارهای گفتمانی مختلف دسترسی دارند و برخی نه. بین دسترسی افراد به ابزارهای ارتباطی مانند ماهواره، اینترنت، خواندن روزنامه و مجله و دیدگاه آنان در انتخابات در سال‌های اخیر رابطه وجود دارد. بدین ترتیب که با گذشت زمان و افزایش دسترسی به اینترنت و ماهواره، مردم حوزهٔ انتخابی بویراحمد به‌نوعی خودآگاهی سیاسی رسیده‌اند و با آگاهی به‌وجودآمده ازطریق افزایش اطلاعات به‌وسیلهٔ استفاده از ماهواره و اینترنت، گرایش به منافع فردی و ملی را در ذهنیت خود پررنگ کردند. همچنین سن و میزان تحصیلات افراد بر دیدگاه آنان دربارهٔ انتخابات اثرگذار است. در نظم گفتمانی مسلط بر گفتار افراد مصاحبه‌شونده‌ای که سنشان کمتر و تحصیلاتشان بیشتر بود، نسبت به افرادی که سواد کمتری داشتند، دال منافع فردی و ملی برجسته و در مقابل دال خویشاوندگرایی طرد و به حاشیه رانده شده است؛ البته به‌طور مطلق نمی‌توان این را اثبات کرد؛ زیرا افرادی هم بودند که با وجود سن زیاد و میزان تحصیلات اندک بر منافع فردی و ملی در انتخابات پافشاری می‌کردند. گویا آنان هم به‌وسیلهٔ تجربهٔ کسب‌کرده در انتخابات سال‌های گذشته به این نتیجه رسیده بودند که خویشاوندگرایی در انتخابات برای آنان هیچ سودی نداشته است. کسانی که تعلق طایفه‌ای بیشتری نسبت به بقیه داشتند، دیدگاهشان دربارهٔ انتخابات بیشتر خویشاوندگرا بود. بدین ترتیب که این افراد می‌خواستند با انتخاب نامزدی از طایفهٔ خود، میزان تعصب خود نسبت به طایفه‌شان را اثبات کنند؛ با این حال، همهٔ افراد مصاحبه‌شونده مثل هم فکر نمی‌کردند و می‌توان آنها را به چند دسته تقسیم‌بندی کرد:

دستهٔ نخست: این افراد که بیشترین میزان را تشکیل می‌دهند، بر این عقیده بودند که منافع فردی – ملی آنها در انتخاب نامزدها در اولویت قرار دارد؛ به عبارت دیگر، آنها از خویشاوندگرایی و طایفه‌گرایی در انتخابات خسته شده‌اند و دل بریده‌اند. در منظومهٔ مفاهیم این دسته از مصاحبه‌شوندگان، دال‌های منافع ملی، منافع فردی، آزادی انتخاب، توسعهٔ شهری و روستایی و شایستگی‌های فردی نامزدها زنجیرهٔ اثبات گفتمانی را شکل داده است. در زنجیرهٔ نفی گفتمانی این دسته از مصاحبه‌شوندگان دال‌های تعصب عشیره‌ای، فامیل‌گرایی، منافع قومی و محلی‌گرایی قرار دارد.

دستهٔ دوم: افرادی‌اند که هنوز هم سوژهٔ گفتمان طایفه‌ای و خویشاوندگرایی در انتخابات‌اند. ترجیح عشیره، خویشاوندگرایی و حرکت جمعی فامیلی در کانون گفتمان این دسته از مصاحبه‌شوندگان قرار داشته است. آنها دوست دارند به خویشاوندگرایی در انتخابات ادامه دهند و از هرگونه تبلیغ برای انتخاب نامزدی که از طایفه‌شان باشد، دریغ نمی‌کنند؛ اما با توجه به پژوهش انجام‌شده این نکته را باید ذکر کرد که حاملان این گفتمان در بحث‌های گروهی متمرکز کم بوده‌اند؛ البته نکتهٔ مهم‌تر آن است که این دسته از فعالان انتخابات نیز به‌دنبال بیشینه‌کردن منافع خودند؛ اما با ابزار سنتی خویشاوندگرایی.

دستهٔ سوم: دستهٔ سوم را افراد تابع تشکیل می‌دهند. افرادی که تابع نظر بزرگ‌تر خود در انتخابات‌اند؛ مانند زن خانه‌داری که در این پژوهش اظهار کرد رأی من، رأی پدرم است و بدون اجازهٔ پدر و شوهر تصمیم نمی‌گیرم. ذهنیت این بخش از شرکت‌کنندگان در بحث‌های گروهی متأثر از منافع جمعی طایفه و خانواده است و برای تحقق منافع از راهبرد گروهی پیروی می‌کنند؛ بنابراین، دال خویشاوندگرایی معنایی بر خود حمل می‌کند که با منطق معنایی فرهنگ عشیره‌ای همخوانی ندارد. زیرا خویشاوندگرایی تنها در صورتی درکنش عملی این دسته نقش دارد که منافع گروهی آنها را تأمین کند.

دستهٔ چهارم: این دسته را افرادی تشکیل می‌دهند که از انتخابات و رأی‌دهی دل بریده‌اند و اظهار کردند که به‌دلایل

مختلف در انتخابات شرکت نمی‌کنند. این دسته از افراد یا برایشان فرقی نمی‌کرد که چه کسی در انتخابات پیروز شود یا اینکه شرکت‌نکردن در انتخابات را نوعی اعتراض نسبت به وضع موجود می‌دانستند. ناکارآمدی نظام انتخاباتی، نقد قوم‌گرایی و نقد خویشاوندگرایی عناصر اصلی گفتمان این دسته از شرکت‌کنندگان در بحث‌های گروهی متمرکز بود.

نتیجه

براساس نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، خرده‌گفتمان عشیره‌ای گفتمان مسلط در شکل‌دهی رفتار رأی‌دهندگان حوزه‌های انتخاباتی دارای بافت طایفه‌ای ازجمله حوزهٔ انتخابی بویراحمد بوده است. عاملان اجتماعی دارای نفوذ در این استان‌ها برای بازتولید قدرت خود و به‌دست‌گرفتن هژمونی به شیوه‌های مختلفی متوسل می‌شوند. انتخابات یکی از فرصت‌های طلایی برای بازتولید قدرت گروه‌های بانفوذ دارای علایق عشیره‌ای محسوب می‌شود. گروه‌ها و عاملان اجتماعی دارای نفوذ اجتماعی در این حوزهٔ انتخابی در انتخابات مجلس شورای اسلامی، با تشویق مؤلفه‌های طایفه‌گرایی و دامن‌زدن به تعصبات عشیره‌ای و تحریک احساسات مردم در پی تثبیت گفتمان خود برمی‌آیند؛ اما تثبیت معنای نشانه‌ها در یک گفتمان هیچ‌گاه دائمی نیست. با استفاده از تحلیل مصاحبه‌های گروهی متمرکز، این نتیجه به دست آمد که خرده‌گفتمان عشیره‌ای و مسلط در یاسوج دچار واسازی شده است و خرده‌گفتمان منافع فردی ملی در حال تبدیل‌شدن به گفتمان مسلط است. به عبارت دیگر، تحلیل ذهنیت گروه‌های مطالعه‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد خرده‌گفتمان عشیره‌ای اعتبار خود را از دست داده است و خرده‌گفتمان منافع فردی و ملی بر ذهنیت سوژه‌های اجتماعی مسلط شده است. در میان هر یک از گروه‌های اجتماعی مطالعه‌شده، با توجه به ترکیب‌بندی هویتی شهروندان، قرائت‌های متفاوتی از انتخابات وجود داشت؛ اما همان طور که دیده شد، شاهد تغییر در رفتار انتخاباتی سوژه‌ها هستیم. اگر در گذشته خویشاوندگرایی نقش اصلی را در رفتار انتخاباتی این شهروندان ایفا می‌کرد، اکنون منافع فردی (به‌ویژه اقتصادی) و ملی دال مرکزی گفتمان گروه‌های اجتماعی شده است. دیگر برای بیشتر شهروندان مهم نیست نامزدی که انتخاب می‌کنند، از طایفه و عشیرهٔ خودشان باشد. آنچه مهم است، تأمین منافع فردی و اقتصادی آنان است و دست‌یابی به منافع فردی، مهم‌ترین هدف برای انتخاب نامزد انتخاباتی مدنظرشان را تشکیل می‌دهد. حتی آنهایی که هنوز با معیار طایفه‌گرایی دست به گزینش می‌زدند، دلیلش را رسیدن به منافع فردی و وعده‌هایی که به آنان داده شده بود، بیان می‌کردند و از این طریق می‌خواستند نیازهای خود و خانواده‌هایشان را برآورده کنند. عامل اقتصادی و منافع فردی اهمیت بسزایی در رأی‌دادن افراد نسبت به گذشته پیدا کرده است. چنانچه بحث‌های گروهی انجام‌شده نشان می‌دهند، سوژه‌ها در کردارهای جمعی مربوط به انتخابات با محاسبهٔ عقلانی و بررسی سود و زیان، نامزدها را انتخاب می‌کنند و اهمیت منافع فردی و اقتصادی در رفتار انتخاباتی را در مقایسه با مؤلفه‌های دیگر بیشتر برجسته می‌کنند. مصاحبه‌شوندگان در بحث‌های خود بارها تأکید کرده‌اند که رأی‌دهندگان بیشتر به شخصی رأی می‌دهند که منافع فردی‌شان را تأمین کند؛ ازاین‌رو، می‌توان گفت «منافع» به‌منزلهٔ دال مرکزی گفتمان شرکت‌کنندگان در بحث گروهی، جایگزین دال تعلق طایفه‌ای شده است. حاصل این معنازدایی در کنش عملی رأی‌دهندگان این است که رأی‌دهندگان به فردی رأی می‌دهند که منافع فردی و اقتصادی‌شان را تأمین کند، خواه از طایفهٔ خودشان باشد، خواه نباشد. حتی دلیل بیشتر افرادی که به نامزد انتخاباتی طایفهٔ مدنظرشان رأی می‌دهند، تأمین منافعشان است، نه علقه‌ها و تعصبات طایفه‌ای.

تحصیلکردگان مشارکت‌کننده در بحث‌های گروهی، بیشتر بر طرد نظام معنایی گفتمان طایفه‌گرایی و انتخاب براساس قوم‌گرایی تأکید می‌کردند. مشارکت‌کنندگانی که به ابزارهای ارتباطی جدید دسترسی دارند نیز سوژهٔ گفتمان «منافع فردی و

ملی» هستند و در ذهنیت آنها تعلقات محلی و عشیره‌ای در مشارکت و رفتار انتخاباتی به حاشیه رانده شده است. بدین ترتیب به‌ویژه گروه‌های جدید اجتماعی نظام معنایی گفتمانی را برجسته می‌کنند که بیش از هرچیز منافع فردی و ملی آنها را تأمین کند. نتیجهٔ این پژوهش نشان می‌دهد در حوزهٔ انتخابی بویراحمد خرده‌گفتمان عشیره‌ای دچار واسازی شده است و اگرچه ساختارهای اجتماعی دچار تغییر اساسی نشده‌اند، عناصر محوری آن دچار ساخت‌شکنی شده‌اند و مشارکت‌کنندگان در بحث‌های گروهی متمرکز در رفتار انتخاباتی به‌سوی نوعی گفتمان فردگرایانه تمایل دارند که جویای منافع فردی – ملی است و گفتمان مروج تعلقات عشیره‌ای – طایفه‌ای در ذهنیت آنها طرد و به حاشیه رانده شده است.

منابع

استانداری کهگیلویه و بویراحمد. (۱۳۹۳). گزارش وضعیت عمومی زنان در استان، دفتر امور اقتصادی.

اکبری، ل. (۱۳۸۷). *بررسی عوامل مؤثر بر وابستگی‌های عشیره‌ای در رفتار انتخاباتی مردم شهرستان کرمانشاه؛ مطالعهٔ موردی: انتخابات دورهٔ هشتم مجلس شورای اسلامی*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد علوم سیاسی، دانشگاه تهران.

امان‌اللهی‌بهاروند، س. (۱۳۸۳). «تضاد بین قوانین دولتی و قوانین سنتی ایلات لرستان و پیامدهای آن»، در *مجموعه مقالات اولین همایش ملی طرح مسائل جامعه‌شناختی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

ایوبی، ح. (۱۳۷۷). «مشارکت انتخاباتی (علل و انگیزه‌ها)»، در *مجموعه مقالات مشارکت سیاسی*، به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، تهران: سفیر. ص ۱۸-۳.

بشیریه، ح. (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی سیاسی*، تهران: نشر نی.

چلبی، م. (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی نظم*، تهران: نشر نی.

حقیقی، م. (۱۳۸۷). *بررسی تأثیر شکاف‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید بهشتی تهران.

خالق‌پور، م. (۱۳۹۳). *بررسی تأثیر فرهنگ عشیره‌ای بر رفتار انتخاباتی شهروندان استان کهگیلویه و بویراحمد*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

دلاپورتا، د. و دیانی، م. (۱۳۷۷). *مقدمه‌ای بر جنبش‌های اجتماعی*، ترجمهٔ محمدتقی دلفروز، تهران: کویر.

دلاوری، ر. (۱۳۷۸). *الگوی منازعهٔ سیاسی در ایران*، پایان‌نامهٔ دکتری، دانشگاه تهران.

رامشک، ع. (۱۳۸۲). «بررسی جامعه‌شناسی رفتار انتخاباتی در کهگیلویه و بویراحمد»، *فصلنامهٔ مطالعات ملی*، ش ۱، ص ۱۹۱-۲۲۶.

سیف‌زاده، ح. (۱۳۸۶). *نوسازی و دگرگونی سیاسی*، تهران: ققنوس

ضیاءتوانا، م. و شمس‌الدینی، ع. (۱۳۸۹). «کارکردهای شهری در توسعهٔ روستایی؛ مورد مطالعه: نورآبادممسنی و روستاهای پیرامون»، *فصلنامهٔ جغرافیای انسانی*، س ۲، ش ۳، ص ۶۰-۴۰.

علیخانی، ع. (۱۳۷۷). «مبانی مشارکت مردم در حکومت در سیرهٔ امام علی (ع)»، در *مجموعه مقالات مشارکت سیاسی*، تهران: سفیر، ص ۳۷-۱۹.

فلیک، الف. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمهٔ: هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

کلانتری، ص. (۱۳۸۰). «تحلیل رفتار انتخاباتی مردم ایران در هفتمین و هشتمین دورهٔ انتخابات ریاست جمهوری»، *مجلهٔ اطلاعت سیاسی – اقتصادی*، ش ۱۶۸-۱۶۷، ص ۱۷۱-۱۶۶.

گاتلیب، آ. (۱۳۸۴). *رؤیای خرد: تاریخ فلسفهٔ غرب از یونان باستان تا رنسانس*، ترجمهٔ: لیلی سازگارا، تهران: ققنوس.

گلابچی، م. (۱۳۸۴). «نقش پندارهای حزبی در رفتار انتخاباتی»، مجلهٔ *اطلاعات سیاسی و اقتصادی*، ش

۲۱۶-۲۱۵، ص ۱۶۳-۱۴۸.

گلابچی، م. (۱۳۷۵). *تحلیل جامعه‌شناختی از رفتار انتخاباتی کاندیداهای دورهٔ چهارم مجلس شورای اسلامی در شهر تهران*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.

مجیدی‌کرایی، ن. (۱۳۷۱). *تاریخ و جغرافیای کهگیلویه و بویراحمد*، تهران: علمی و فرهنگی.

مرادی، م. (۱۳۷۷). *بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مشارکت مردم در انتخابات مجلس شورای اسلامی از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۸۲ حوزهٔ انتخابی دهلران*، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

مقدس، ع. و حیدری، الف. (۱۳۸۷). «رابطهٔ هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی»، *فصلنامهٔ مطالعات ملی*، س ۹، ش ۳۳، ص ۱۷۸-۱۵۱.

وزارت کشور. (۱۳۹۵). گزارش تحلیلی مشارکت انتخاباتی استان‌ها، تهران: دفتر تحقیقات و مطالعات سیاسی.

Heywood, A. (2007) *Politics*. London: Palgrave Macmillan.

Laclau, E. & Mouffe, C. (2002) *Recasting Marxism: Hegemony and New Political Movements, In Antonio Cramsci: Critical Assessments of Leading Political philosophies, (Ed) by James Martin*. London: Rontledge

Lazarsfeld, P. Bbernard, B. & Hazel, G. (1968) *The Peoples Choice: How the Voter Makes Up His Mind in Presidential Campaign*, Columbia: Columbia University Press.