



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۳، دوره ۷، شماره ۳، صص ۸۰۱-۷۷۴

انتخاباتی در راه است، صلح جهانی اعلام میشود،

و روباه ها علاقه ای صادقانه پیدا میکنند

تا عمر مرغ و خروس ها را طولانی کنند

جرج الیوت

## تحلیل گفتمان تبلیغات نامزدها در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم

سیده محمدحسین حسینی\*<sup>۱</sup>، وحید صادقی<sup>۲</sup>

۱- دکتری روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی

Mh.hossein25@yahoo.com

۲- دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد

Vahidsadeghi86@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۸

### چکیده

تبلیغات یکی از ابزارهای کلیدی نامزدها جهت ارائه برنامه‌ها و راهبردهای خود در رقابت‌های انتخابات محسوب می‌شود. از این رو، برنامه‌ریزی به منظور انجام تبلیغات به بهترین شکل ممکن مورد توجه نامزدها و اتاق‌های فکر آنان قرار دارد. در این راستا، استفاده از نمادها و علائم، کاربرد ویژه‌ای در ستادهای انتخابات نامزدها و گسترش آن در میان حامیان خود دارد. در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم نیز تحولات نامزدها از اهمیت خاصی برخوردار است و تحلیل گفتمان این تبلیغات می‌تواند زوایای پنهان آنها در ایجاد منازعات انتخاباتی را آشکار سازد. بر این بنیاد، گفتمان حاکم بر نگرش هر یک از آنها به منظور انجام تبلیغات در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی مورد پردازش قرار گرفته است. مقاله پیش رو با استفاده از روش تحلیل گفتمان طی مراحل پنج‌گانه «سطح - سطح»، «سطح - عمق»، «عمق - سطح» و «عمیق‌تر» بر این پرسش استوار است که تبلیغات نامزدهای دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم بر کدام دال‌های گفتمانی استوار بوده است؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد در تبلیغات نامزدها در این حوزه انتخابیه، دال‌های گفتمانی همچون شعارهای محلی، نمادهای ایلی - طایفه‌ای، خلق هیجان و احساسات مبتنی بر ساختار عشیره‌ای در نطق‌پردازی و ایراد سخنرانی که منجر به بسیج توده، رویارویی فیزیکی و منازعه میان آنها در کارزار انتخابات می‌شود، نقش برجسته‌ای داشته‌اند.

**واژگان کلیدی:** جغرافیای انتخابات، تحلیل گفتمان، تبلیغات نامزدهای انتخابات، حوزه انتخابیه ممسنی و رستم.

انتخابات در کشورهای غیردموکراتیک، سرشماری احمق‌هاست  
زیگنیف برژینسکی

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

برگزاری انتخابات یکی از شیوه‌های مشارکت سیاسی مردم برای تعیین حق سرنوشت است. بر طبق اصل ۶۲ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مجلس شورای اسلامی از نمایندگان ملت که به طور مستقیم و با رأی مخفی انتخاب می‌شوند، تشکیل می‌گردد (عباسی و دهانی، ۱۴۰۰: ۲۴۷). انتخابات مجلس شورای اسلامی در هر فضای جغرافیایی با شرایط متفاوتی مواجه است و نامزدها با توجه به شناسه‌های خاص آن منطقه به تبلیغ و ارائه برنامه‌های خود می‌پردازند. در حالی که در مناطق مرکزی و کلانشهرها مشارکت رأی‌دهندگان بر بنیاد تصمیم عقلایی و گرایش‌های حزبی و لیستی است، در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم مؤلفه‌ای نظیر ساخت ایلی - عشیره‌ای می‌تواند بر زندگی اجتماعی و سیاسی باشندگان تأثیرگذار باشد. بنابراین، به نظر می‌رسد نامزدها در تبلیغات انتخاباتی خود اقتضائات عشیره‌ای را در نظر می‌گیرند و با توجه به منافع منبعث از آن به ایراد سخنرانی می‌پردازند.

طی دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم به دلیل تکثر نامزدها بر شدت قطب‌بندی طایفه‌ای افزوده شد و هر یک از نامزدها به دنبال ارائه بهترین طرح‌ها در تبلیغات خود بوده‌اند. با توجه به حساسیت و بار معنایی اصطلاحات خاص، استفاده نامزدها از آنها در فضای جغرافیایی ممسنی که مستعد تنش لفظی یا فیزیکی میان ساکنان طوایف مختلف است، در برخی مواقع می‌تواند تشدید قطب‌بندی‌ها و صف‌آرایی‌ها به همراه داشته باشد. از این حیث، تحلیل گفتمان تبلیغات هر یک از نامزدها و زوایای مختلف آن به منظور چگونگی خلق شعار، استفاده از برچسب و نماد و انگاره‌های ایجاد شده توسط آنان در کارزار انتخابات هدف اصلی این پژوهش را تشکیل می‌دهد. این مساله از آن حیث که زمینه ایجاد تنش‌ها و منازعات میان حامیان نامزدها در روز انتخابات را فراهم نموده از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. لذا، فهم معانی مندرج در گفتمان نامزدهای انتخاباتی به منظور جلوگیری از خلق هیجان کاذب در میان رأی‌دهندگان و جلوگیری از ایجاد منازعه و خشونت در کارزار انتخابات ضرورت دارد. مقاله پیش‌رو با استفاده از روش تحلیل گفتمان طی مراحل پنج‌گانه «سطح - سطح»، «سطح - عمق»، «عمق - سطح»، «عمیق» و «عمیق‌تر» بر این پرسش استوار است که تبلیغات نامزدهای دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم بر کدام دال‌های گفتمانی استوار بوده است؟

## ۲. چارچوب نظری

### ۱-۲. تحلیل گفتمان

نظریه گفتمان با نقش معنادار رفتارها و ایده‌های اجتماعی در زندگی سیاسی سر و کار دارد (مارش و استوکر، ۱۳۹۲: ۱۹۵). زلیگ هریس<sup>۱</sup> در سال ۱۹۵۲ م. با بررسی واحدهای بزرگتر از "جمله" در کانون زبان‌شناسی، آن را تحلیل گفتمان نامید (منوچهری، ۱۳۹۲: ۱۰۴). تحلیل گفتمان در معنای فنی‌تر و روش‌شناختی به مجموعه‌ای بی‌طرف از ابزارهای روش‌شناسی برای تحلیل کلام‌ها، نوشته‌ها، مصاحبه‌ها، مباحثات و غیره اشاره دارد (مارش و استوکر، ۱۳۹۲: ۱۹۶).

تحلیل گفتمان به مثابه یک روش با دو نوع زمینه مواجه است: زمینه‌های متنی و فرامتنی. رابطه متن با زمینه‌های دربرگیرنده آن رابطه‌ای نسبی است، یعنی آنچه متن یا زمینه محسوب می‌شود، در شرایط گوناگون و در لایه‌های متفاوت یک متن متغیر است. زمینه‌های متنی ماهیتی سبکی، نحوی و معنایی دارند، ولی زمینه‌های فرامتنی از ماهیتی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برخوردارند. بر این شالوده، مهم‌ترین ویژگی‌های تحلیل گفتمان عبارتند از: مفصل‌بندی، تعیین زمان و مکان، فضای تخاصم، منازعات معنایی و تحولات اجتماعی، معنا و متن، کشف ارتباط معنا و متن با کردارهای اجتماعی (حسینی فر، ۱۳۹۳: ۵۹-۵۵).

عکس ۱) زلیگ هریس، زبان‌شناس آمریکایی



<sup>۱</sup> . Zellig Harris

## ۲-۲. جغرافیای انتخابات

پیشینه نظریه جغرافیای انتخابات به دهه اول سده بیستم باز می‌گردد. آندره زیگفرد آفرانسوی، پیشگام نخستین این نظریه است و از آن به پدر جغرافیای انتخابات نام می‌برند. زیگفرد جغرافیدان و دانشمند علوم سیاسی که آوازه‌اش گذشته از جغرافیای انتخابات، بیشتر مدیون تفسیرهای او از سیاست در ایالات متحده، کانادا و بریتانیا است، در شهر لوآور واقع در ناحیه نورماندی اولیا در فرانسه زاده شد. مطالعات و پژوهش‌های زیگفرد درباره رأی‌دهی در فرانسه که در مقیاس ملی و به سال ۱۹۱۳ صورت گرفت، تأثیر جغرافیا بر میزان رأی‌آوری احزاب را نشان می‌داد. وی در کتاب تابلوی سیاسی غرب فرانسه در یک همسنجی، میزان مقبولیت احزاب را با عوامل زمین‌شناسی مرتبط می‌دانست: «در شمال فرانسه، بالاترین میزان حمایت از حزب راست، در مکان‌هایی دیده می‌شود که جنس سنگ‌های آن گرانیته است. حال آنکه حزب چپ در مکان‌های دارای سنگ گچ، بیشترین مقبولیت را دارد (Siegfried, 1913:13). برداشت «زمین‌شناسی رفتار رأی‌دهی» الزاماً متأثر از جبر جغرافیایی نیست. در بررسی‌های زیگفرد، زمین‌شناسی از طریق عواملی همچون الگوهای محلی مالکیت زمین (شامل کوچکی یا پهناوری وسعت مزرعه، روستاییان مالک یا وابسته به زمین و تأثیر آن بر الگوهای محلی طبقات اجتماعی) و مکان‌های صنعتی (که خود یک طبقه خاص محلی به وجود می‌آورند) بر رفتار رأی‌دهی تأثیر می‌گذارند. مجموعه این عوامل که بازتاب اثر فضا بر کنش‌های سیاسی به شمار می‌روند، شالوده جغرافیای انتخابات را شکل داد. برای او دانسته‌های جغرافیایی و زمین‌شناسی، آگاهی‌هایی را فراهم می‌کرد که به فهم وی از جامعه کمک می‌کرد (کاویانی‌راد و قره‌بیگی، ۱۳۹۶:۲۱۶).

جغرافیای انتخابات، رویکردی جغرافیایی به مقوله دموکراسی و انتخابات است که در آن الگوهای رفتار سیاسی شهروندان که برخاسته از تنوع نگرش و مطالبات آنها از ساختارهای اقتصادی، فرهنگی، حقوقی حاکم است به صورت نقشه در می‌آید و بررسی می‌شود (حافظ‌نیا و کاویانی‌راد، ۱۳۹۳:۲۶۳). در واقع، جغرافیای انتخابات، به عنوان زیر مجموعه دانش جغرافیای سیاسی، به مطالعه و واکاوی اثرگذاری تفاوت‌های فضایی در رفتار سیاسی می‌پردازد (Estes, 2005:78).

<sup>2</sup> . André Siegfried

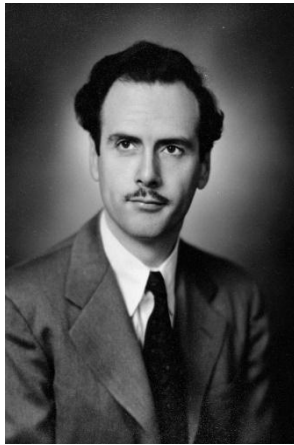
عکس ۲) آندره زیگفرید، پایه‌گذار جغرافیای انتخابات



### ۲-۳. تبلیغات انتخابات

تبلیغات انتخابات یکی از مهمترین وجوه انتخابات است که ترویج و در موارد لازم، اصلاح آن، گامی در راه توسعه آرمان‌های دموکراتیک در میان دول است (درستی، ۱۳۹۳:۸۹). تبلیغات انتخاباتی با تکیه بر نقش آگاهی بخش خود به گزینش افراد لایق و کارآمد و دستیابی آنها به لایه‌های اقتدار در نظام سیاسی و در نهایت تحقق دموکراسی به نحو شایان توجهی خدمت می‌کنند. تبلیغات سیاسی در دوران انتخابات چند کار عمده را در نظر دارد: جلب مردم به مشارکت در انتخابات؛ افزایش آگاهی‌های سیاسی رأی‌دهندگان از طریق نشر اطلاعات سیاسی؛ معرفی سیاست‌ها؛ تبلیغات منفی (سلطانی‌فر، ۱۳۹۱:۱۷). به طور کلی تبلیغات انتخاباتی به دو دسته رسانه‌ای و غیررسانه‌ای تقسیم می‌شوند. تبلیغات رسانه‌ای عبارت‌اند از: رسانه‌های چاپی مانند روزنامه، مجله و کتاب و رسانه‌های پخش مانند رادیو، تلویزیون، رسانه‌های کامپیوتری مانند اینترنت، پیام کوتاه، شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات غیررسانه‌ای که شامل تبلیغات دهان به دهان و سخنرانی نامزدها است. بیشتر تحقیقات بازاریابی سیاسی بر روی رأی‌دهندگان متمرکز است، آنان به عنوان ذی‌نفعان کلیدی انتخابات محسوب می‌شوند و به همین دلیل رأی‌دهندگان در چرخه انتخابات از اهمیت زیادی برخوردارند (Ormrod and Henneberg, 2010:382).

عکس ۳) مارشال مک لوهان، اصطلاحاتی مانند رسانه پیام است و دهکده جهانی را نوآوری کرد



### ۳. روش شناسی

به منظور تحلیل گفتمان تبلیغات نامزدهای دهمین دوره حوزه انتخابیه ممسنی و رستم از روش پدام (روش عملیاتی تحلیل گفتمان) استفاده شده است زیرا با کمک این روش می‌توان از تحلیل ذهنی صرف خودداری کرد و مؤلفه‌های عینی را نیز مدنظر قرار داد. یک متن را معمولاً می‌توان به دو لایه سطحی و عمیق تقسیم کرد. ظواهر ملموس، عینی و مشاهده‌شدنی از اصطلاحات تا ساختار جملات و ارتباط بین بخش‌های گوناگون گزاره‌ها را که از طریق حروف ربط برقرار می‌شوند، در لایه سطحی می‌توان مشاهده کرد. ساختارهای جهان-شمول و مشخص روایتی که از کیفیت عینی برخوردار نیستند و ماهیتی مجرد دارند، در عمق متن قرار دارند. دو لایه مذکور را در اصطلاح «لایه‌های متنی» می‌نامند. در ورای این لایه‌ها، ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، دانش، نظام ادراکی مخاطب و مؤلف متن قرار دارد. هر لایه عمیق‌تر زمینه‌ای است که لایه فوقانی خود را دربرمی‌گیرد. این مبحث در مطالعات گفتمانی معمولاً تحت‌عنوان رابطه متقابل متن با محتوا و زمینه توضیح داده می‌شود (حسینی فر و امیری‌پریان، ۱۳۹۳: ۵۵). در این راستا روش پدام مورد توجه نگارندگان است که از سه مرحله کلان «توصیف»، «تفسیر» و «تبیین» و پنج سطح تحلیل «سطح - سطح»، «سطح - عمق»، «عمق - سطح»، «عمیق» و «عمیق‌تر» تشکیل شده است.

سه سطح اول نوعی توصیف است که با تکیه به اصل متن، معناهای هژمونیک و ضمنی متن با انتخاب جملات همسو با هدف تحلیل، کشف رابطه میان معناهای مشترک در جملات همگرا در متن و نهایتاً قرائت معناهای جملات همسو در متن با سایر معناهای مستخرج از جملات دیگر متن به طور کلی است. به عبارتی، این مرحله، حرکت در داخل متن از سه جهت: متن هدف‌دار، متن همسو و متن موجود است. در این مرحله

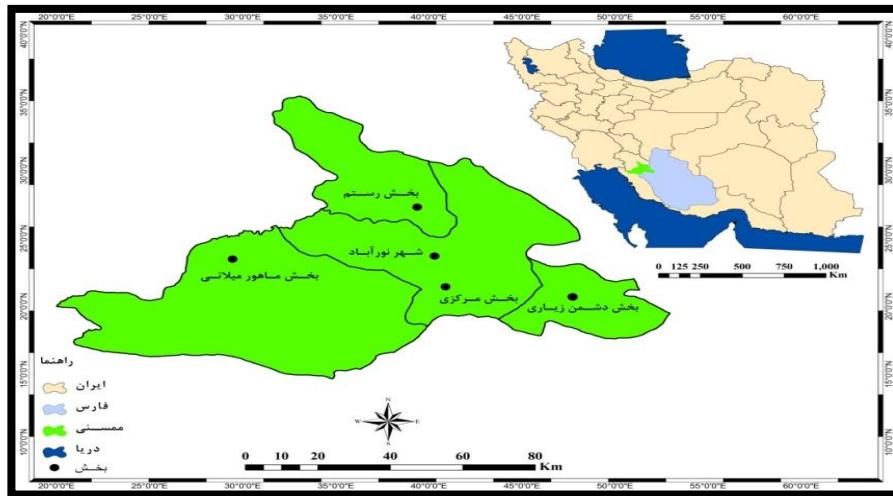
مهم‌ترین مسئله، کشف دال‌های مرکزی و ایجاد مفصل‌بندی‌های مناسب میان متون گوناگون است. روابط مفصل‌بندی شده در متون مختلف (متن هدف‌دار، متن همسو و متن موجود) نوعی از روابط میان معنای هژمونیک، تحت‌اللفظی و ضمنی است که می‌توانند در تحلیل بعدی مؤثر باشند. از این‌رو، پنج مرحله یاد شده با استفاده از اطلاعات فرامتنی نظیر اطلاعات سیاسی و نظری دیگر، نتیجه تحلیل گفتمان را مشخص می‌سازد (بشیر و حسنیلو، ۱۳۹۴: ۹۵).

بر این شالوده، نگارندگان با توجه به روش پدام و بشیر به تحلیل گفتمان تبلیغات ۱۱ نامزد در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم پرداخته‌اند. به عبارتی، تعداد ۱۱ سخنرانی در دهمین دوره انتخابات که در استادیوم لشکری شهر نورآباد (مرکز حوزه انتخابیه ممسنی و رستم) انجام شد، مورد پردازش قرار گرفته است. با توجه به اینکه در هر سخنرانی، واژگانی مبتنی بر ساختار عشیره‌ای شهرستان‌های ممسنی و رستم یافت می‌شود، تأکید نگارندگان بر دال‌های گفتمانی است که در خلق احساسات و هیجانات طایفه‌ای در بازه زمانی انتخابات تأثیرگذار بوده‌اند. از این‌رو، بر بنیاد پنج سطح تحلیل یعنی «سطح - سطح»، «سطح - عمق»، «عمق - سطح»، «عمیق» و «عمیق‌تر» به تحلیل گفتمان تبلیغات نامزدها در این دوره از انتخابات پرداخته خواهد شد.

#### ۴. محیط‌شناسی تحقیق

شهرستان ممسنی در شمال غربی استان فارس و غرب رشته کوه زاگرس قرار دارد. عمده ساکنان نواحی شمال غربی و غرب استان فارس گویش لری دارند. ممسنی نیز شامل سه گروه زبانی لری، ترکی قشقایی و عربی است (حبیبی‌فهلپانی، ۱۳۷۱: ۵۱). این شهرستان ۵/۴ درصد مساحت استان را دارد. مجموع جمعیت شهرستان‌های ممسنی و رستم ۱۶۱۹۱۳ نفر است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس، ۱۳۹۳: ۱۵۳-۱۵۴). حوزه انتخابیه ممسنی و رستم دربرگیرنده این دو شهرستان به مرکزیت نورآباد فارس است که طی آن طوایف پنج‌گانه بکش، جاوید، رستم، دشمن‌زیاری و ماهور میلاتی به کنشگری در کارزار انتخابات می‌پردازند.

نقشه ۱) موقعیت جغرافیایی شهرستان ممسنی و رستم



منبع: (صادقی، ۱۳۹۳: ۵۴)

در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم، انتخابات مجلس شورای اسلامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه الگوی رأی شهروندان بیش از آنکه مبتنی بر عقلانیت و هزینه و فایده باشد، بر بنیاد هیجانات و احساسات ناشی از ساخت جغرافیایی و طایفه‌ای استوار است. بر این پایه، هر یک از نامزدها با توجه به گرایش‌های محلی و طایفه‌ای موجود در شهر و رقابت هیجانی افراد با یکدیگر، به تدوین تبلیغات و برنامه‌های انتخاباتی خود می‌پردازند. به عبارتی، تبلیغات متناسب با وضعیت حوزه انتخابیه می‌تواند پشتوانه نامزدها را در این کارزار تقویت سازد. استفاده از کلیدواژه‌های بنیادین یا نمادهایی که در تحریک رأی‌دهندگان نقش دارد، در تبلیغات نامزدها قابل ردیابی است. در این چارچوب می‌توان به دهمین دوره انتخابات اشاره کرد که هر یک از نامزدها با سخنرانی در ستادها، نشست‌ها و سلسله‌جلسات سعی در قانع کردن توده مردم و بسیج هیجانی آنها به سود خود داشته‌اند.

##### ۵. یافته‌ها؛ تحلیل گفتمان تبلیغات نامزدها در انتخابات مجلس شورای اسلامی

با توجه به اینکه استخراج اطلاعات مربوط به سخنرانی نامزدها متضمن جمع‌آوری و توصیف دقیق محتوای آنها است، بر پایه روش تحلیل گفتمان ابتدا سه مرحله اول پدما که مبتنی بر توصیف است در جدول شماره ۱ مطرح شده‌اند. در این مرحله به بررسی تبلیغات ۱۱ نامزد حوزه انتخابیه ممسنی و رستم در سه لایه «سطح - سطح»، «سطح - عمق» و «عمق - سطح» پرداخته می‌شود. در لایه نخست، سخنان نامزدها مطرح شده و در لایه‌های بعدی تحلیل نگارندگان در زمینه چگونگی تبلیغات نامزدها ارائه شده است.

جدول ۱) استخراج اطلاعات تبلیغات نامزدها بر بنیاد سه مرحله اول پدام

نامزد	سطح - سطح	سطح - عمق	عمق - سطح
مسعود گودرزی	امروزه مردم با زبان دموکراسی و انتخابات صحبت می‌کنند و سرنوشت خود را از این طریق مشخص می‌کنند. همین صندوق‌های رأی امید به اصلاحات و بهبود وضعیت را زنده می‌کنند. مهم‌ترین معضل محیط‌زیست ممسنی و رستم زمین-خواری و قطع درختان است. با صراحت اعلام می‌کنم در صورت موفقیت منافع ملی را بر همه چیز برتر بدانم. نماینده‌ای نخواهم بود که بیسوادی‌اش در دنیا باعث سرافکندگی ایران در دنیا شود. ساختار اجتماعی ما شدیداً نیازمند تقویت تشکل‌های فرهنگی دارد. نگرانی خود را از گسترش مسائلی چون اعتیاد و طلاق را اعلام می‌کنم و تلاش می‌کنم جهت کاهش این ناهنجاری‌ها وضعیت معیشتی خانواده‌ها را بهبود بخشم. برای مردم ممسنی و رستم نماینده‌ای نخواهم بود که در مجلس وابسته بوده و نتواند از حق مردم دفاع کند. در شأن فرهنگ مردم ممسنی و رستم در مجلس عمل خواهم کرد. لازم می‌دانم از حمایت‌های بی‌دریغ مردم که تفکر و عقلانیت را انتخاب کرده‌اند تشکر کنم. بنده به‌عنوان کاندیدای مورد حمایت اصلاح‌طلبان و اعتدال‌گرایان پا به عرصه انتخابات نهاده‌ام و اعتقاد دارم که در سپهر سیاست خارجی موفقیت‌های دولت یازدهم در ایجاد اقتدار برای ایران و تعامل سازنده با جهان به واسطه تیم مذاکره‌کننده و به‌ویژه دکتر ظریف رقم خورد (گودرزی، ۱۳۹۴).	مردم تفکر و عقلانیت را در انتخابات برگزیده‌اند و برای تأمین معیشت مردم با ناهنجاری‌های اجتماعی نظیر طلاق و اعتیاد گام خواهم برداشت. در زمینه محیط زیست نیز دلایل آن مورد بررسی قرار خواهد گرفت. رویکرد تعاملی در سیاست خارجی نیز اهمیت خاصی دارد.	عوامل ملی نظیر دموکراسی، مشارکت حداکثری، برخورداری از پشتوانه گفتمان اعتدال‌گرایی و اصلاح طلبی، تعامل و برقراری روابط سازنده با جهان، مقابله با معضلات اجتماعی و زیست‌محیطی در شهرستان ممسنی را باید مورد توجه ویژه قرار داد.
عبدالرضا مرادی	شهرستان ممسنی در بعضی از شاخص‌ها بسیار عقب است و مردم توقع پیگیری دارند. در دوره هشتم مجلس از نظر شاخص توسعه از رتبه ۱۷ به رتبه ۱۴ رسیده بودیم. در آن دوره پروژه‌های متعددی خصوصاً در روستاها اجرا می‌شد که متأسفانه بسیاری از آن پروژه‌ها اکنون خوابیده است و باید دوباره برای	شهرستان ممسنی در ابعاد توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از سایر	توجه به توسعه رمز پیشرفت شهرستان است. یکی از مهم‌ترین

<p>دلایل عقب-ماندگی عدم پیگیری نماینده وقت شهرستان طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ بوده است که به دلیل رویکرد منفعل خود نتواسته است پروژه های عمرانی را به سرانجام برساند. از این رو، فعال-سازی پروژه ها نیمه کاره و ارائه طرح های جدید عمرانی را باید در دستورکار قرار داد. اجرای شدن این طرح ها مشروط به امنیت انتخابات و دوری گزیدن از خطمشی طایفه-ای است. استعاره پنج پیر برای</p>	<p>شهرستان های استان فارس عقب افتاده است. باید طرح ها و پروژه-های ملی را در شهرستان ممسنی اجرایی کرد. بسیاری از این طرح ها در دوره نمایندگی عبدالرضا مرادی پیگیری شده است ولی به دلیل پایان دوره نمایندگی ایشان ناتمام باقی مانده است. طرح های جدید نظیر صنعت ذوب آهن، احداث راه آهن، گردشگری، سالن های ورزشی، ایجاد سدهای معیشتی و منطقه ویژه اقتصادی راهگشای توسعه</p>	<p>بازساخت آنها کاری کرد. در دوران مجلس هشتم قریب به ۴۰۰ پروژه عمرانی در ممسنی و رستم فعال بود. جاده میشان به گناوه در زمان بنده از ردیف ملی برخوردار بود و اعتباراتش در نظر گرفته بود. جاده دالین به نورآباد در زمان بنده ردیف ملی گرفت. جاده نورآباد - مشایخ - خانه زنیان علی رغم برخورداری از ردیف ملی متوقف شد. برای باند دوم بابامیدان به گچساران و یاسوج ردیف ملی گرفت. علاوه بر کارهای معطل مانده و تعطیل شده پروژه های راه آهن گذرنده از ممسنی و رستم باید پیگیری شود. نماینده منفعل نمی تواند نماینده خوبی برای مردم ممسنی و رستم باشد. ایجاد منطقه ویژه اقتصادی از برنامه های من است و در صورتی که به مجلس وارد شوم آن را پیگیری خواهم کرد. در این زمینه ممسنی و رستم پتانسیل خوبی برای تبدیل شدن به منطقه ویژه اقتصادی دارد. بنا دارم با حمایت شما مردم پس از پیروزی بحث منطقه ویژه و یا منطقه آزاد تجاری - صنعتی را عنوان کنم. بحث اشتغال برای ممسنی و رستم حیاتی بوده و یکی از دغدغه های مهم مردم است. مطالعات یک طرح صنعتی بزرگ را در دستور کار دارم و آن هم ایجاد مجتمع صنعتی ذوب آهن است. عبور ۴ خط لوله گاز از ممسنی شرایط خوبی را برای ایجاد ذوب آهن فراهم کرده است. باید به مسئله گردشگری شهرستان توجه ویژه داشت. معتقدم باید کاخ لیدوما احیا شود تا از آن برای بحث گردشگری استفاده شود. نکته ای مهم برای جوانان روستایی و شهری ممسنی و رستم این است که پتانسیل-های ورزشی بالا و امکانات پایین داریم. باید در مناطق پرجمعیت ورزشگاه و سالن های ورزشی احداث شود. پدیده شوم طایفه گرایی باعث افت شاخص های فرهنگی و اجتماعی در سطح استان هستند و در جایگاه ۲۳ استان هستیم. طوایف ممسنی مانند پنج پیر یک پرنده هستند. قول می دهم بعد از</p>
--	--	--

<p>طوایف بیانگر رویکرد ضد طایفه‌ای است.</p>	<p>شهرستان ممسنی و جبران عقب-ماندگی هستند.</p>	<p>موفقیت شاهد طایفه‌گرایی در ممسنی و رستم نخواهد بود. از حامیانم خواستارم با عوامل اجرایی انتخابات نهایت همکاری را داشته باشید. باید نسبت به ایجاد سدهای معیشتی کوچک در خصوص نگهداری سیلاب‌ها حساس بود و در این خصوص پیگیری خواهیم کرد. آبخیزداری در هر دو شهرستان باید به نحو صحیح اجرا شود (مرادی، ۱۳۹۴).</p>	
<p>طایفه‌گرایی نقش بسزایی در عقب-ماندگی شهرستان ممسنی ایفاء می‌کند و باید با تبعیض مقابله کرد. فعال ساختن بخش-های مختلف نیز مستلزم به-کارگیری نخبگان و عدم وجود نگاه طایفه‌ای در توزیع قدرت و ثروت در مناطق مختلف است.</p>	<p>مقابله با طایفه-گرایی مهم‌ترین پیش‌زمینه توسعه شهرستان ممسنی است. افزون بر این، توجه به جایگاه بانوان و به کارگیری آنها می‌تواند حائز اهمیت باشد. کشاورزی و صنعت، گردشگری و غیره باید در شهرستان ممسنی و رستم فعال باشند.</p>	<p>عهد می‌بندیم پس از اعلام نتایج، طایفه و طایفه‌محوری و نگاه طایفه‌ای رنگ خواهد باخت. در فردای ممسنی در سامانه تصمیم‌گیری کشور دیدگاه نخبگان است که سرلوحه تصمیمات قرار می‌گیرد. دغدغه جوانان را دارم، به تقویت جایگاه بانوان می‌اندیشیم. جامعه زنان ما به میزان توان خویش در مسائل سیاسی و اجتماعی و مقام و منصب‌های جامعه ضعیف بوده است و به دنبال برجسته‌تر کردن جایگاه زنان هستیم. ممسنی ظرفیتی بیشتر از کشاورزی دارد، به صنعت و اشتغال پایدار در ممسنی و رستم می‌اندیشیم. در اقلیم ممسنی به علت کم‌کاری-های گذشتگان جاده‌های ما از وضعیت بدی برخوردار است و به سامان دادن به وضعیت نابسامان جاده‌ها نگاه داریم. گردشگری را با ایجاد کارگروه‌های مختلف پیگیری می‌کنیم. تقویت و افزایش فضاهای ورزشی و حمایت از ورزش‌های گروهی و مقام‌آوران ورزشی در برنامه‌های من است و در پی افزایش فضاهای فرهنگی هستیم. باید به سیستم حمل و نقل شهری و بین‌شهری خود نگاه ویژه داشته باشیم. در جلسات دو سال اخیر مرتب و مکرر از اجحاف‌هایی گفته شده است که نتیجه عدم بکارگیری نخبگان است و به نوبه خود تبعیض را از بین خواهیم برد (انصاری، ۱۳۹۴).</p>	<p>مجید انصاری</p>

<p>پاسداشت یاد شهدای حرم ممسنی و رستم در این دوره از انتخابات نباید مخدوش نشود و با ایجاد توازن و شایسته‌سالاری از گسست طایفه‌ای در این شهرستان-ها جلوگیری کرد. شکاف طایفه‌ای را کاهش خواهد داد.</p>	<p>چهره ممسنی و رستم در این دوره از انتخابات نباید مخدوش نشود و با ایجاد توازن و شایسته‌سالاری از گسست طایفه‌ای در این شهرستان-ها جلوگیری کرد.</p>	<p>یاد شهدای حرم ممسنی و رستم را گرامی می‌دارم. انتخابات راه آشتی و امتداد ارتباط ملت با حاکمیت است. انتخابات فرصتی است تا چهره دوره گذشته را ترمیم نماییم. ممسنی در دوره قبل هزینه بسیار زیادی پرداخت کرد. شهرستان ممسنی صاحب تمدن و استعداد های درونی است. در اتفاقات انتخابات دوره قبل متأسفانه چهره شهرستان به نوعی زیر سوال رفت و خط قرمز معرفی شد. این دوره فرصت مناسبی است که این زخم سیاسی و اجتماعی را بهبود بخشیم. لذا همه در تولید این فرصت تلاش کنند. شهرستان‌های ممسنی و رستم دچار گسست اجتماعی و طایفه‌ای شده است و امیدوارم بتوانم با شایسته‌سالاری، توازن را در عرصه‌های مختلف مدیریتی ایجاد نمایم (حسینی، ۱۳۹۴).</p>	<p>سیدیداله حسینی</p>
<p>تأکید بر اصلاح-طلبی و ریشه دوانیدن آن در تفکر افراد نقش بسزایی در پیش-برد امور دارد و نامزدهای امضاء کننده (مسعود گودرزی) آیین-نامه اصلاح طلبی، اصطلاح طلب واقعی نیستند.</p>	<p>رویکرد اصلاح-طلبی تنها محدود به شرایط حساساس انتخابات نیست، بلکه باید آن را به صورت یک بینش و تفکر در نظر گرفت که صرفاً در راستای منافع شخصی افراد و گروه‌ها نیست.</p>	<p>اینجانب با تکیه بر توانایی و تجربه ۳۷ ساله که ۷ سال را در بحث امنیت ملی صرف کرده‌ام، اعلام می‌کنم که تفکر اصلاح-طلبی دارم و خواهم داشت. نه می‌شود یک شبه اصلاح طلب شد و نه می‌شود اصلاح طلبی کسی را از او گرفت. اصلاح طلبی رنگ نیست، بلکه یک بینش است که باید با محک تاریخ اثبات کرد نه با یک امضا. ما نباید انسان‌ها را به جرم متعلق به طایفه‌ای خاص بودن محکوم کنیم. از تمام نخبگان و بزرگان طوایف ممسنی و رستم دعوت می‌کنم تا شکاف و فاصله‌های ناشی از طایفه‌گرایی را رفع کرده و به آنها پایان دهند. هاشمی در محضر شما و خدا پیش از اینکه نتیجه انتخابات برسد با شجاعت ابراز می‌کند اگر بخواهد آتی به نظامش خائن باشد آن روز، روز آخر زندگی‌اش خواهد بود. امیدوارم جریان‌های فسادی که در مجلس شکل گرفته است، ریشه‌کن شود (هاشمی، ۱۳۹۴).</p>	<p>سیدجعفر هاشمی</p>
<p>دوره در نمایندگی نوزر</p>	<p>با توجه به شرایط اقتصادی</p>	<p>چون دلم پر از درد است آمده‌ام در اینجا صحبت کنم و ناگفته‌ها را به مردم بگویم. در بدترین شرایط اقتصادی مسئولیت را</p>	<p>نوزر شفیعی</p>

<p>پذیرفتم و در بررسی گزارش عملکردم این را در نظر نمی‌گیرند. زمانی هر بشکه نفت در عالی‌ترین شرایط بود و آنها هیچ کاری نکردند و حال مرا نقد می‌کنند اما با توجه به اوضاع و احوال خراب اقتصادی بیش از آن دوره‌ها فعالیت کردم. من صادقانه می‌گویم در دشمن‌زیاری کمتر کار کردم اما بدانید بسیاری از کارها را پیگیری کردم. اولین کاری که پیگیری کردم موضوع گاز دشمن‌زیاری بود، ولی هزینه آن بسیار بالا بود و در مقابل وضعیت اقتصادی کشور نامناسب به حساب می‌آمد. من از مدیران دوران مسئولیت با آغوش باز استقبال کردم و هرگز به آنها فشار نیاوردم که فلان کار را انجام بدهید یا ندهید. خواستم مدیران برای خود آقا باشند. اما حالا این مدیران کجا هستند؟ انگار یاد گرفته‌اند که آقا نباشند و باید زور بالای سرشان باشد. خودتان نخواستید که آقا باشید. بخاطر هر چیزی از جمله عدم پاسخگویی تلفن و غیره که تعمدی نبوده از همه عذرخواهی می‌کنم. همه مردم را با یک دید نگاه کردم. می‌توانستم در هر روستا افراد نفوذدار را ببینم، ولی خواستم مردم خود آگاه باشند. خیلی‌ها تلاش دارند بگویند شفیعی مخالف برجام است. مگر نمی‌گویید بیکاری و ازدواج و افسردگی زیاد است. از برجام حمایت کردم تا چرخ اقتصادی بچرخد، معضلات اجتماعی کم شود و کسی شب گرسنه سر بر بالین نگذارد. امروزه نماینده شما یکی از بهترین تحلیل‌گران منطقه است. نماینده ممسنی رئیس مجمع نمایندگان فارس انتخاب شده است. نظر نماینده شما در عزل و نصب استاندار مؤثر است، بروید پرسید شفیعی چقدر مؤثر بر انتصاب افشانی بود. امروزه نام ممسنی در ایران و فارس می‌درخشد. باید مشخص شود نماینده چه کسانی هستم، باید بدانند مردم ممسنی و رستم محروم هستند و می‌خواهم نماینده-ای عمل‌گرا باشم در چارچوب نظام تا به دور از موضع‌گیری‌های</p>	<p>نامطلوب کشور، به گرسی پارلمان تکیه زده‌ام و بودجه لازم به منظور اجرای پروژه‌های عمرانی در ممسنی و رستم وجود ندارد. با وجود این، با حضور در صدا و سیما و تحلیل مسائل منطقه و حمایت از برجام توانسته-ام محبوبیت خود را میان مردم حفظ نمایم. طرح سوال در حین سخنرانی به منظور یادآوری اقدامات خود به توده مردم است تا با جهت‌دهی مجدد به ذهنیت آنان بتواند بر میزان آراء خود در انتخابات بیفزاید. با توجه</p>	<p>شفیعی پیگیری-هایی در زمینه طرح‌های عمرانی صورت گرفته است که به دلیل عدم عملیاتی شدن آنها فرصت لازم از دست رفته است. از این‌رو، ایشان با بیان مجدد این طرح‌ها به دنبال خرید زمان است تا در دوره بعدی انتخابات بتواند به اجرای پروژه-های ناتمام بپردازد. گلايه-های نوذر شفیعی از مردم و مسئولان بیانگر اذعان ایشان به ناکارآمدی چهار سال دوره نمایندگی خود از یکسو و ترس از شکست در این</p>
---	---	--

<p>دوره از انتخابات از سوی دیگر است. عذرخواهی مکرر از مردم و واکنش تند و سریع نسبت به نقدهای وارد بر نوذر شفیعی بیانگر شدت عصبانیت ایشان و عدم وجود آرامش و تسلی خاطر در بیان اقدامات خود است. تاکید وی بر نقاط قوت خود نظیر صداقت در رابطه با عدم اجرای پروژه‌ها در بخش دشمن‌زیاری، تحلیل مسائل روز در شبکه خبری صدا و سیما و عدم اختلاس بیت- المال و پیگیری</p>	<p>به اینکه نوذر شفیعی به بیان برابری همه مردم در دروه نمایندگی خود می پردازد، خود را شخصیتی مدیر و مدبر می‌پندارد که تنها ناجی شهرستان ممسنی و رستم است و مردم مجدداً باید ایشان را راهی مجلس شورای اسلامی نمایند. مقصر دانستن دیگران اعم از مسئولین و مردم از جمله نکات برجسته سخنرانی نوذر شفیعی به شمار می‌رود. عواملی نظیر عدم پیگیری نمایندگان دوره قبل، گران قیمت بودن طرح‌های عمرانی و عدم</p>	<p>افراطی سیاسی به پارکینگ بروم و این موضع‌گیری‌ها به درد ممسنی و رستم محروم نمی‌خورند. می‌خواهم نام ببرم. دو سد و دو بیمارستان فعال شد. از مردم رستم می‌پرسم، آیا یادتان می‌آید پیگیر یک درمانگاه ده تخت‌خوابه بودید و گیرتان نیامد؟ و دیدید که برایتان آوردیم؟ صفر تا صدش را خودم آوردم. درمانگاه تأمین اجتماعی باید سال‌ها قبل می‌آمد تا رایگان درمان شوید، ولی نیامد. برای یک استخر باید به شهرهای دیگر می‌رفتید که در همین استادیوم در حال ساخت است، آیا نمی‌شد قبلاً انجام داد. بازنشستگان عزیز یادتان است چقدر نگران بودید خانه مهر نداریم و در اماکن استیجاری به سر می‌بریم و الان دیدید که چه خانه مهتری در حال تأسیس است. جاده قائمیه به بابامیدان، یادتان است چقدر تصادف می‌شد و همشهریان پُرپر می‌شدند، رفتم بودجه‌اش را تأمین کردم، می‌گویند طرحی ملی است، اگر ملی بود چرا قبلاً انجام نشد. برای ساخت جاده ممسنی - میشان - گناوه ؛ ۱۰۴ میلیارد تومان بودجه آوردم و از ردیف ملی نبوده و از شرکت نفت بوده است. ۱۷/۵ میلیارد بودجه برای جاده دشمن‌زیاری به خانه‌زنیان از ردیف ملی بود. جاده دالین با بودجه مستمر هفت سال طول می‌کشید و وزارت راه گفته است فقط یکی از راه‌های مورد نظر را می‌توان ساخت. اول باید از آنکه پتروشیمی را آورده است، تقدیر کرد. مشکل پتروشیمی ممسنی عدم پیگیری نیست، بلکه خوراک آن باید از طریق پلی- اتیلن تأمین شود و اول باید پتروشیمی گچساران ساخته شود و بعد از آن پتروشیمی‌های دیگر ساخته شود که علت آن سهل انگاری‌هایی هستند که خط پلی‌اتیلن غرب را از دست دادند. الان نزدیک به ۱۵۰ نفر از معلمان پیش‌دبستانی ممسنی جذب آموزش و پرورش شدند. تصفیه‌خانه ۱۷ سال طول کشید تا</p>
---	--	---

<p>طرح‌هایی نظیر کارخانه قند، سد پارس‌سیان، بیمارستان رستم و ساخت و ساز جاده‌ها به منظور سرپوش گذاشتن بر نقاط ضعف خود است.</p>	<p>وجود بودجه کافی در کشور از جمله توجهات ایشان در تبلیغات انتخاباتی محسوب می‌شود.</p>	<p>زمانی آمدم ۴۰ درصد ساخته شده بود که الان در حال بهره‌برداری است. اکنون کاری کردیم که کارخانه قند تحت حمایت قرار گیرد. منطقه ویژه اقتصادی ممسنی در حال پیگیری است. گفتند کارخانه سیمان نمی‌سازیم، ولی در حال پیگیری است. بالاترین نرخ تحصیل کرده را داریم و بالاترین نرخ بیکار. پیشنهاد دادند جوانان ممسنی و رستم جزو ظرفیت ۵۰ درصد بومی در استخدامی‌های پارس جنوبی شوند. ممسنی و رستم در سیستم کشوری جزو شهرستان‌های توسعه‌یافته بود که این را اصلاح کردیم تا بودجه بیشتری با آن تخصص یابد. در دشمن‌زیاری کارهایی انجام شد، ولی صاقانه می‌گویم کافی نبود. اولین پروژه-ای که پیگیری کردم علت تعلل آن گران‌قیمت بودن طرح است و با این حال در آینده تکمیل خواهد شد. می‌گویند پروژه‌هایی بود که پیگیری نکرده‌ام، بگویند کدام پروژه؟ قسم می‌خورم که به اندازه یک برگ کاغذ از بیت‌المال تان خیانت نشد (شفیعی، ۱۳۹۴).</p>	
<p>محمد محمودی از دو زاویه به سخنرانی پرداخته است. در درجه نخست به دنبال ایجاد جو و فضای هیجانی است تا افراد بیشتری را به سمت خود جذب کند. از سوی دیگر به</p>	<p>محمد محمودی با استفاده از جملاتی پیرامون شغل خود (قاضی) به مطرح کردن مشکلات در شهرستان ممسنی و رستم پرداخته است. تأکید بر ایجاد کارگاه‌های تولیدی بزرگ و</p>	<p>مشروعیت و کارآمدی دو کلیدواژه نظام جمهوری اسلامی است. باید صنعت توریسم، پزشکی و درمانی را جدی گرفت. در حوزه ثبت اسناد ممالک زیادی بدون سند هستند. ۸۵ درصد تحصیل-کردگان بانوان ممسنی بیکار هستند. اصلاً آیا می‌دانیم ممسنی اداره فرهنگ و ارشاد دارد، چراکه وضعیت مناسب نیست. در پی کاهش دامپروری‌هایی هستیم که به ضرر شهرستان هستند. ممسنی و رستم ضعف زیرساخت‌های ورزشی دارد. افراد در روستا اکثراً بالای ۴۰ سال هستند و خیلی از روستاها خالی از سکنه هستند و خبری از مدرنیته نیست و به علت مهاجرت ممسنی تبدیل به یک روستای بزرگ شده است. آمده‌ام کاندیدای اخلاق باشم. در اولین اقدام در ۲۲ بهمن به جای لشکرکشی‌های صوری به پیشواز دیگر کاندیدا رفتیم. در روز ۵۰۰ طلاق توافقی</p>	<p>محمد محمودی</p>

<p>دنیال تخریب یکی از نامزدهای اصلی انتخابات (مسعود گودرزی) است که هم برچسب اصلاحات را دارد و هم توانسته است از طریق ائتلاف با طایفه جاوید میزان آراء نامزدهای این طایفه نظیر محمد محمودی را به شدت کاهش دهد. خلق اصطلاح خوانین نوظهور و خیانت آنان نیز به همین دلیل است. سخنان ایشان ظاهری ضد خوانین ولی بن‌مایه‌ای طایفه-ای دارد.</p>	<p>خط‌مشی اصلاح-طلبی در دستورکار ایشان قرار گرفته است. همچنین تأکید بر اینکه رأی کامل طایفه جاوید و ۷۰ درصد رأی طوایف بکش و رستم متعلق به ایشان است، به دنیال محبوبیت چهره خود در انتخابات بوده است. جایگزینی شهدا با خوانین-نوظهور، معامله-گران و منفعت-طلبان در این راستا قابل ارزیابی است. اصطلاح فقر سیاه و ربط دادن آن به عملکرد نمایندگان سابق نیز جهت ایجاد هیجان است.</p>	<p>در کشور داریم. امنیت و اقتصاد دو بال پرنده یک کشور است. به حل مشکلات مردم باید توجه شود. راهکارهای حل مشکلات در مدیریت است. در مناطقی از نورآباد خانواده‌هایی هستند، ماهانه سی هزار تومان درآمد ندارند. مجلس به جای انداختن مدال بر گردن ظریف از وی سوال می‌پرسند، چرا از قبلی نپرسیدند؟ مجلس نیاز به افرادی آزاده‌ای چون مطهری دارد. باید در مجلس بانفوذ و کارآمد باشد. مصمم هستم با کسب مجوز کارگاه‌های تولیدی، ممسنی و رستم را به یک کارگاه تولیدی بزرگ تبدیل کنم. مشی قاضی مشی اعتدال است و نسبت به همه طوایف اعتدال را رعایت خواهم کرد. خوانین نوظهور در ممسنی، آمده‌ام رعیت مردم باشم همچون پدرم. عده‌ای دنیال اربابی هستند، ای کاش فقط نماینده اینطور بود. عده‌ای نیز با شورای شهر ارباب‌بازی درمی‌آورند. خوانین نوظهوری که خود را بزرگ طوایف اعلام می‌کنند، بزرگ طوایف شهید ستار محمودی، سیفی، قاجاری، حیدری، داوودی، زمانی و غیره هستند نه شما. اگر بزرگ بودید خیانت نمی‌کردید. اگر بزرگ بودید ۲۸ هزار رأی را به ۶ هزار رأی نمی‌فروختید، اگر بزرگ بودید مشکل خودتان را حل می‌کردید، اگر بزرگ بودید با مردم همراه می‌شدید. آمده‌ام خوانین نوظهور و معامله‌گرها و منفعت-طلبان را در ممسنی و رستم جمع کنم. رأی جاوید مال من است و دنیال اخذ ۷۰ درصد آراء بکش و رستم با صداقت، و شجاعت هستم. اصلاح‌طلبی یک تفکراس است و عده‌ای با یک امضا خود را اصلاح‌طلب می‌دانند و به نظر من برای گدایی رأی اصلاح طلب شده‌اند و من اصلاح‌طلب اصلاح‌طلب از جنس باهنر هستم. مانند بازیکن دقیقه نود اگر پاس دهند گل طلایی را خواهم زد. وقت من تموم نیست، وقت من زمانی بود که باید تأیید می‌کردند. ممسنی دچار فقر سیاه شده است. با دستانی با وضو و</p>
---	---	---

		<p>نیتی پاک آمده‌ام تا اشک را از چشمان شیرزنان ممسنی و رستم پاک کنم. ممسنی یک نماینده شجاع، کارآمد و پیگیر از گچساران کم دارد (محمودی، ۱۳۹۴).</p>	
<p>توزیع عادلانه قدرت و ثروت راهگشای توسعه خواهد بود. نخبگان فنی و مهندسی به دلیل ورود به کمیسیون عمران بهتر می‌توانند به توسعه زیرساخت‌ها بپردازند. تأکید بر استقلال مالی نیز به منظور برجسته ساختن وضعیت مطلوب اقتصادی خود و بیان استقلال شخصیتی از گروه‌های اجتماعی است.</p>	<p>معضلات فرهنگی در شهرستان را باید جدی گرفت و با طایفه‌گرایی مقابله کرد. شایسته‌سالاری و تقسیم بندی عادلانه اعتبارات می‌تواند در توسعه شهرستان مؤثر واقع شود. همچنین باید توسعه اقتصادی، گردشگری و صنعتی را جهت اشتغال‌زایی در اولویت قرار داد. این اقدامات تنها توسط یک نخبه فنی (محسن غلامی) امکان‌پذیر است.</p>	<p>سهمیه فرهنگی مردم ممسنی با تقسیم بودجه و اعتبارات بر آمار جمعیتی شهرستان کمتر از یک شکلات است. در صورت موفقیت با جدیت معضلات فرهنگی را پیگیری خواهم کرد. یکی از مشکلات اصلی در حوزه فرهنگ مربوط به طایفه‌گرایی است. طایفه‌گرایی هم‌دلی و هم‌زبانی را از بین برده و توسعه-یافتگی را متوقف کرده است. در صورت موفقیت در انتخابات برنامه‌هایی دارم که به‌طور کامل طایفه‌گرایی در ممسنی و رستم رفع خواهد کرد. در چپ‌مدیران شهرستان سعی می‌کنیم افراد شایسته و از تمام طوایف انتخاب کنیم و تقسیم‌بندی اعتبارات بر اساس رعایت اعتدال خواهد بود. در شرایط پسابرجام باید به دنبال توسعه اقتصادی و گردشگری و صنعتی باشیم. پیگیر هدایت کشاورزی و دامداری شهرستان از سنتی به مدرنیته خواهم بود. از لحاظ صنعتی، ممسنی و رستم غیرصنعتی بوده و با ایجاد صنعت در ممسنی و رستم می‌توان فضای اشتغال‌زایی جوانان را مهیا کرد. ممسنی و رستم با داشتن آثار تاریخی و باستانی، شرایط طبیعی و آب و هوایی چهارفصل از زیرساخت مهم گردشگری برخوردار است. علی‌رغم توسعه عمرانی و زیربنایی از گذشته تا کنون به علت پراکندگی روستاها در ممسنی و رستم بسیاری از آنها از نعمت‌های زیادی محروم هستند. تا کنون فردی از جوامع فنی و مهندسی به‌عنوان نماینده مردم ممسنی و رستم به مجلس راه نیافته است. تمام هزینه‌های مالی انتخابات و ستاد را با هزینه شخصی پرداخت کرده‌ام و وام‌دار هیچ گروه و شخصی نیستم و نخواهم بود (غلامی، ۱۳۹۴).</p>	<p>محسن غلامی</p>

<p>سا سان سالاری خود را چهره‌ای ورزشی، اجتماعی و سیاسی می‌پندارد که با شناخت از حوزه‌های مختلف می‌تواند به حل مشکلات شهرستان بپردازد. تأکید بر اشتغال‌زایی در عرصه گردشگری، بهداشت، خدمات و مقابله با طایفه‌گرایی مورد توجه ایشان بوده است. ولی این تبلیغات با تخصص ایشان همخوانی چندانی ندارد.</p>	<p>باید برای بیکاری جوانان تلاش کرد و اشتغال‌زایی از طریق اجرای پروژه‌های عمرانی نظیر سد پارسیان و فعال‌سازی بخش گردشگری، صنعت، خدمات، بهداشت و غیره حاصل خواهد شد. از این‌رو، نخبه پروری و مقابله با طایفه- گرایی راه‌حل مناسبی برای رفع تبعیض در شهرستان محسوب می‌شود. استفاده از جوانان نیز بسیار اهمیت دارد.</p>	<p>خوشحالم که در خانه دوم خود یعنی استادبوم شهید لشکری حضور یافته‌ام و ناراحت‌م که تنها زمین چمن این شهرستان به چنین وضعیتی رسیده است. استفاده از ظرفیت‌های فعلی را از راه‌های برون‌رفت جوانان از بیکاری بدانیم. جذب سرمایه‌های خارجی و اصلاح نظام اداری برای تأمین معیشت کارکنان، تأمین شغلی آنها و حذف مدیریت‌های موازی و پیش‌گیری از مفاسد اداری مؤثر است. همان‌گونه که در دامپزشکی و ورزش شهرستان خدماتی را ارائه داده‌ام، به جوانانی که از بیکاری رنج می‌کشند، کمک خواهم کرد. اقتصاد کشاورزی شهرستان نیاز به کمک و حمایت‌های ارزان صندوق توسعه ملی دارند. در کمیسیون کشاورزی تلاش بیشتری برای احقاق حق کشاورزان شهرستان خواهم کرد. پیگیر تکمیل سد پارسیان خواهم بود. ممسنی و رستم زیرساخت‌های فراوان گردشگری دارد که تا کنون توجه خاصی به آن نشده و در صورت موفقیت به جد پیگیری می‌کنم؛ چراکه صنعت توریسم یکی از راه‌های مهم رونق اقتصادی است. صنایع دستی و گردشگری علاوه بر اشتغال زنان بر وضعیت معیشتی خانوار مؤثر خواهد بود که می‌تواند جذب- کننده سرمایه‌های خارجی باشد. پیگیر رفع مشکلات زیرساختی و فضاهای ورزشی برای نقاط مختلف شهرستان و بانوان خواهم بود. در بخش درمان پیگیر ارتقاء وضعیت بهداشتی شهرستان خواهم بود. با تبعیض مخالفت خواهم کرد. خواهان نخبه‌پروری در سطوح مختلف مدیریتی هستم. امیدوارم که به کسانی که نماینده مردم می‌شوند بدون در نظر گرفتن طایفه رأی داده شود. به مسئولان فرهنگی و اقتصادی شهرستان توصیه می‌کنم که جوانان را باور کنند (سالاری، ۱۳۹۴).</p>	<p>ساسان سالاری</p>
---	--	---	-------------------------

<p>در سطح کلان باید به سرمایه- گذاری در بخش- های مختلف کشورهای مختلف جهان پرداخت تا بتوان زمینه های لازم را برای توسعه فراهم ساخت. به کارگیری نخبگان از تمامی ظرفیت های بومی و نظیر نخبگان و راه اندازی صنعت گردشگری باشیم.</p>	<p>باید به سرمایه- گذاری در بخش- های مختلف کشورهای مختلف جهان پرداخت تا بتوان زمینه های لازم را برای توسعه فراهم ساخت. به کارگیری نخبگان از تمامی ظرفیت های بومی و نظیر نخبگان و راه اندازی صنعت گردشگری باشیم.</p>	<p>پتانسیل های بومی، گردشگری، تقویت روستاها و حمایت از اشتغال را باید مد نظر قرار داد. باید به استعدادهای درونی تکیه کرد و اقتصاد مقاومتی را ایجاد کرد. به استعدادهای جامعه و قشر جوان توجه نماییم و دلبسته جامعه غربی نباشیم. باید در مدیریت به شایسته سالاری و نیروهای تخصصی توجه کرد. در بعد سیاسی هدف ما صلح و آرامش در تمام کشورها است. با تلاش تیم مذاکرات توانسته ایم ارتباط و تعامل خوبی با جهان ایجاد کنیم. در بعد فرهنگی قصد داریم شورایی با حضور نخبگان تمام طوایف تشکیل دهیم و مدیران را بر اساس شایسته- سالاری انتخاب کنیم. در بعد اقتصادی هدف مان بهبود وضعیت درآمد گردشگری است. در بعد مدیریتی برخی از نمایندگان چندان موفق نبوده اند و انتظار می رود برپایه شایسته سالاری اقدام شود. در صورت پیروزی، شورایی از نخبگان و معتمدین شهرستان از طوایف مختلف تشکیل خواهیم داد. سیستم مدیریتی در شهرستان تقریباً ضعیف بوده است (زارع خفری، ۱۳۹۴).</p>	<p>فریدون زراع خفری</p>
<p>انتخابات در حوزه انتخابیه ممسنی را نباید صرفاً به طایفه، حزب و گروه محدود کرد، بلکه باید ارزش های دینی، مذهبی و خون شهدا را در نظر گرفت. استفاده از شعارهای نمادین</p>	<p>شهرستان ممسنی یک نقطه جغرافیایی راهبردی است که باید از پتانسیل- های آن نظیر کشاورزی استفاده کرد. استفاده از آرمان های انقلاب نظیر شهدای مدافع حرم، توجه به ایام فاطمیه و</p>	<p>مردم ممسنی و رستم در انتخابات بی تجربه نیستند، بلکه به مقوله های انتخابات نگاه های جدی دارند. ما ظرفیت ها و استعدادهایی داریم که در ممسنی و رستم در سه بخش نسل جوان، تحصیل کرده و نخبگان مسئولیت پذیر در این دو شهرستان و در اکثر نقاط کشور حضور دارند. ممسنی و رستم از نظر جغرافیایی یک منطقه مهم و استراتژیک است. این دو شهرستان پتانسیل های کشاورزی فراوان دارند. واقعیت های موجود که در ممسنی و رستم جاری هستند آرمان ها و ارزش های مردم با بیش از ۶۰۰ شهید و شش شهید مدافع حرم، نخبگان و غیره تعیین کننده نتیجه انتخابات نیستند، بلکه بعضی سعی در دو قطبی کردن مردم دارند که ریشه در منافع حزبی و گروهی دارد. مردم تجربه حضور نمایندگان اصولگرا و اصلاح طلب در مجلس را دارند،</p>	<p>محمد گودرزی</p>

<p>در انتخابات و راه‌اندازی کاروان‌های تبلیغاتی از طریق خرید رأی افراد و دشمن جلوه دادن سایر نامزدها نمی‌تواند راهگشای توسعه ممسنی و رستم باشد. در مقابل باید به ترسیم چشم‌انداز شهرستان در برنامه ۱۴۰۴ زمین‌های ورزشی و کشاورزی، پرداخت.</p>	<p>جلوگیری از ضربه زدن به گفتمان راست اصول‌گرا می‌تواند راهگشای توسعه ممسنی و رستم باشد. در تبلیغات انتخاباتی نباید به راه‌اندازی کاروان‌های عریض و طویل و کاهش ارزش رأی‌دهندگان پرداخت. این اقدامات و استفاده از جملات کتابی و زیبا صرفاً درد و رنج مردم را دوچندان می‌کند.</p>	<p>ولی ممسنی و رستم خط قرمز انتخابات است. در دوره‌ای مردم ممسنی کسی را انتخاب کردند تا دردها و رنج‌های مردم را کمتر کند و شاهد مخالفت مردم با او بودیم. امروز عده‌ای سعی دارند چراغ سبز راست را بزنند، ولی زمانی خاص به طرف چپ حرکت می‌کند. شایعات و تبلیغات کذایی و راه‌اندازی کاروان‌هایی کذایی در اذهان مردم باعث شده تفکر پیروزی را به فکر مردم بیندازند. عده‌ای ادعای نوکری مردم و اشتغال‌زایی می‌کنند. در بعضی از روستاها جوانانی می‌گفتند روزی ۷۰ تا ۸۰ هزار تومان می‌گیرند تا در کاروان‌ها شرکت کنند و در بعضی مناطق شاهد پخش گوشت و برنج هستیم و متأسفانه قیمت مردم را در جاهایی تا حد کباب و پپسی کاهش داده‌اند. در ایام فاطمیه در مناطقی شاهد تبلیغات و پایکوبی‌های تعدادی کاروان بودیم که بگویند ما پیروز میدان هستیم. شعارهای کذایی از جمله سد و پتروشیمی، فرمانداری ویژه، به شعارهای جدید راه‌آهن، گاوآهن و ذوب‌آهن تغییر کرده است. کتابی صحبت کردن و جمعیت آن-چنانی و دیگران را داعشی خطاب کردن را مطرح کردند. چشم-شان را بر کارخانه قند رستم بستند. چرا خبری از ورزشکاران این دو شهرستان نیست. باید به زیرساخت‌های کشاورزی شهرستان‌های ممسنی و رستم که فاقد کارگاه‌های زود بازده است توجه شود. اهدافم در صورت موفقیت؛ تبیین و ترسیم نقش شهرستان‌های ممسنی و رستم در برنامه ۱۴۰۴ و تقویت هم‌دلی بین اقشار مختلف است (گودرزی، ۱۳۹۴).</p>
---	--	--

### ۱-۵. تحلیل عمیق

در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم هر یک از نامزدها با برجسته ساختن حوزه‌های مختلف سعی در جهت‌دهی به افکار عمومی داشته‌اند. در واقع نامزدها با ایجاد هیجان یا تمرکز بر مسائلی که از حساسیت ویژه‌ای میان توده مردم برخوردارند، در پی تقویت پایگاه رأی خود بوده‌اند. استفاده از کاروان‌های عریض و طویل

جهت راه‌اندازی موج (همراهی دیگران با خود)، نمادها و برچسب‌ها، اشعار محلی همراه با اصطلاحات خاص، رقص و پایکوبی، هلهله و شادی، شلیک گلوله در اُفق توسط رأی‌دهندگان متعصب، قربانی حیوانات و غیره بیانگر هیجان در تبلیغات نامزدها است. از سوی دیگر حضور متنفذین محلی در ستادهای انتخاباتی و ارائه مشاوره به نامزدها جهت بکارگیری واژگان خاص در سخنرانی خود نشان‌دهنده تمرکز آنها بر مسائل ویژه است. در این راستا، مسعود گودرزی با استفاده از گفتمان اصلاحات و اعتدال و نماد این جریان (رنگ بنفش میان‌هواداران) توانست تا حدودی روش تصمیم‌گیری عقلایی را در میان مشارکت‌کنندگان حاکم سازد. در واقع، برخلاف آدوار قبلی انتخابات در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم که تبلیغات و سخنرانی نامزدها کاملاً مبتنی بر ارزش‌های ایلی - عشیره‌ای بود، مسعود گودرزی توانست با مانور بر روی گرایش اصلاح‌طلبانه و تأکید بر ورود خود به لیست امید به جذب آراء برخی از نخبگان و روشنفکران شهرستان پردازد. هرچند در تحلیل فضایی رأی‌نهایی ایشان، انتشار آراء انتخابات به تفکیک دهستان‌ها نشان داد که پایگاه آراء مسعود گودرزی بیشتر برخاسته از زیستگاه و زادگاه جغرافیایی خود (تیره بوان) است، لکن نمی‌توان میزان آراء اصلاح‌طلبی ایشان که به واسطه سخنرانی و دعوت از چهره‌های سرشناس اصلاح‌طلبان (نظیر محمدرضا عارف، سید ابراهیم امینی، غلامرضا تاج‌گردون و بهرام پارسایی) اخذ شد، را نادیده انگاشت. از سوی دیگر، عبدالرضا مرادی با نمایش پنج پر یک پرنده به مثابه اتحاد و همبستگی پنج طایفه ممسنی به دنبال اثبات رویکرد بی‌طرفانه و فراطیفه‌ای خود بوده است؛ چراکه در دوره نمایندگی ایشان در مجلس هشتم، توده مردم معتقد به رویکرد متعصبانه وی در قبال زیستگاه خود (طایفه بکش) بودند. مواردی نظیر تخصیص بیشترین میزان بودجه و اعتبارات جهت انجام پروژه‌های عمرانی و انتصاب اشخاص هم‌طایفه‌ای به سمت‌های کلیدی حوزه انتخابیه مورد تأکید ساکنان ممسنی بوده است.

شایان ذکر است که مجید انصاری بر بنیاد دال‌های گفتمانی مذهبی (ایام فاطمیه، شهدا و غیره)، سید جعفر هاشمی با تمرکز بر اصلاحات، نوذر شفیعی با طرح سؤال‌های مکرر و تلاش برای یادآوری فعالیت‌های دوره نمایندگی خود به مردم، محمد محمودی با یورش به متنفذین محلی (الصاق برچسب خوانین نوظهور به آنان)، محسن غلامی با تأکید بر رشته تحصیلی خود (مهندسی عمران)، ساسان سالاری با نمادهای ورزشی (استادیوم شهید لشکری) و مذهبی (به گردن آویختن چفیه رزمندگی)، فریدون زارع‌خفری با تأکید بر مدیریت حوزه‌های مختلف و محمد گودرزی با گفتمان مذهبی (شهدا و عدالت) تبلیغات انتخاباتی خود را سامان بخشیده‌اند. در مجموع، مسعود گودرزی و عبدالرضا مرادی به دلیل ایجاد هیجان بیشتر در سخنرانی‌های خود در انجام تبلیغات

موفق‌تر بوده‌اند، زیرا با تأثیرگذاری عمیق بر رأی‌دهندگان و جلب توجه آنان به خود توانستند به ترتیب با کسب ۲۶۳۶۱ و ۲۲۳۹۵ رأی به مرحله دوم انتخابات راه پیدا کنند (فرمانداری ممسنی، ۱۳۹۴).

## ۲-۵. تحلیل عمیق‌تر

هر یک از نامزدها در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم تلاش کرده‌اند با تمرکز بر حوزه‌هایی که بیشترین میزان جذابیت را برای رأی‌دهندگان دارد به ایراد سخنرانی بپردازند. این فرآیند معمولاً با بسیج توده‌های حامی خود به مراکز سخنرانی (ستادهای انتخاباتی، استادیوم، نشست‌های تیره‌ها و طوایف) همراه بوده است. بنابراین، خلق شور و هیجان از طریق سخنرانی‌های احساسی در دستورکار نامزدها قرار داشته است. اضافه بر این، می‌توان به استفاده ابزاری نامزدها از چهره‌های علمی، ارزشی، ورزشی در مراسم سخنرانی خود اشاره کرد. در این زمینه می‌توان به نامزدهای اصلی دهمین دوره انتخابات اشاره کرد که با حضور شخصیت‌های برجسته سعی در افزایش آراء خود داشته‌اند. سخنرانی اشخاصی نظیر زهرالسادات حسینی (عضو حزب اعتدال و توسعه)، احمد انصاری‌فهلپانی (شاعر برجسته ممسنی)، مهران کرمی (روزنامه‌نگار و فعال اصلاح‌طلب)، سیدابراهیم امینی (عضو هیئت رئیسه مجلس ششم و نایب‌رئیس سابق شورای شهر تهران)، غلامرضا تاجگردون (نماینده گچساران)، بهرام پارسایی (نماینده شیراز) در حمایت از مسعود گودرزی نقش کلیدی در پیروزی ایشان در این دوره از انتخابات داشته است. تلاش مسعود گودرزی به‌منظور سخنرانی در زمینه مسائل سطح کلان نظیر برجام و پیوند خود با اصلاح‌طلبان در موفقیت ایشان مؤثر بوده است. بکارگیری واژگانی نظیر دموکراسی، مشارکت حداکثری مردم در انتخابات و اعتدال‌گرایی در جهت بیان دیدگاه روشنفکرانه خود و جذب آراء توده مردم به‌ویژه قشر جوان بوده است.

از سوی دیگر عبدالرضا مرادی کمتر توانست از چهره‌های شاخص و سرشناس در سخنرانی‌های خود بهره گیرد و تنها افرادی نظیر متنفذین تیره‌ها به ایراد سخنرانی پرداختند. بنابراین، عبدالرضا مرادی صرفاً بر سطح خرد نظیر معضلات مربوط به شهرستان ممسنی و رستم تأکید کرده است. در سطح کلان وابستگی ایشان به جریان اصول‌گرایی و سخن به میان آوردن از دال‌های گفتمانی این جریان نظیر رعایت عدالت و حفاظت از منافع مردم در مجلس چندان در تقویت تبلیغات و پایگاه رأی ایشان تأثیری نداشته است. با وجود این، استفاده از لوگوی تبلیغاتی (پنج‌پر یک پرنده)، پخش کلیپ‌های تبلیغاتی هیجانی در شب‌های آخر و واپسین لحظات مانده به روز انتخابات (با پیش‌زمینه آهنگ فوق‌هیجانی دزدان دریایی کارائیب)، تشدید فعالیت کاروان‌های انتخاباتی، استفاده نمادین از پرچم‌ها و سوارکاران سلحشور تیره‌ها، سخنرانی در نشست بزرگ تیره‌های مُتَسَب

به طایفه بکش (گرایی و عمل)، وعده‌های ایدئالی در استادیوم شهید لشکری (راه‌اندازی راه‌آهن، صنعت ذوب‌آهن و پیگیری مجدد طرح‌های ناتمام در دوره نمایندگی خود در مجلس هشتم)، انتقاد ضمنی از نماینده وقت (نوذر شفیعی) به دلیل ناتوانی در عملیاتی کردن طرح‌ها و پروژه‌های ملی در شهرستان ممسنی و رستم، نمایش کوه سیاه و متنفذین محلی در فیلم تبلیغاتی خود در قلمرو طایفه رستم، انتخاب لقب «شکارچی بودجه» برای خود، استفاده از لباس و کلاه محلی عشایر ترک‌تبار ماهور میلّتی، حضور شعرا و خوانندگان محلی در همایش ستاد انتخاباتی و حضور در سایر قلمروهای طوایف در تقویت تبلیغات انتخاباتی و به تبع آن بهبود پایگاه رأی ایشان مؤثر بوده است.

در رابطه با تبلیغات مجید انصاری، تمرکز ایشان بر مسئله طایفه‌گرایی و ارائه راهکار به‌منظور مقابله با آن بوده است. از این‌رو، استفاده از ظرفیت‌های جغرافیایی ممسنی و رستم نظیر گردشگری، صنعت و نیروی کار بانوان را در سخنرانی خود اعمال کرده است. همچنین استفاده مشارکت‌کنندگان از پرچم ایران به‌منظور تفکیک مرد و زن در استادیوم (بیانگر خط‌مشی اصول‌گرایی مجید انصاری)، ذکر صلوات به جای شادی و هلهله در ایام فاطمیه، سخنرانی شخصیت‌هایی نظیر پرفسور قائدی (طایفه جاوید) از دانشمندان جهانی رشته شیمی و دهقان (به نمایندگی از جمعی از وکلای ممسنی و رستم) در تقویت تبلیغات ایشان نقش داشته‌اند.

از سوی دیگر سیدیداله حسینی تلاش کرد با تمرکز بر مسائل ارزشی و دینی، انتقاد از فرهنگ سنتی (طایفه‌گرایی) و بهره‌گیری از چهره‌های برجسته، وضعیت تبلیغاتی خود را بهبود بخشد. در این زمینه می‌توان به تأکید وی بر شهدای مدافع حرم، مخدوش شدن سیمای شهرستان به‌دلیل طایفه‌گرایی و از بین رفتن امنیت انتخابات اشاره کرد. افزون بر این، سخنرانی شخصیت‌هایی از سایر طوایف (نظیر جعفری از ماهور میلّتی، پرنور از طایفه بکش، خداداد افشاریان داور فوتبال، حمیدرضا دهقان نامزد انصرافی طایفه رستم)، در استادیوم لشکری ممسنی نقش کلیدی در افزایش کیفیت تبلیغات ایشان داشته است.

سید جعفر هاشمی در سخنرانی خود بیشتر بر سطح کلان و گفتمان اصلاحات تمرکز کرده است. در واقع، بیشترین میزان وقت ایشان صرف اثبات گرایش اصلاح‌طلبانه خود شده است. همچنین این نامزد به دنبال بیان عدم صلاحیت اصلاح‌طلبی مسعود گودرزی در سخنرانی‌های خود بوده است تا ذهنیت توده مردم را به سوی خود به‌عنوان نامزد اصلی اصلاح‌طلبان سوق دهد. هرچند این نوع سخنرانی در ایجاد شفافیت در زمینه نامزد اصلاح‌طلبان اهمیت دارد، ولی همواره زمان را از سید جعفر هاشمی به‌منظور بیان نکات ارزنده در سطح خرد (مشکلات حوزه انتخابیه) گرفته و کمتر توانسته است بر موضوع شکاف طایفه‌ای تمرکز نماید.

سخنرانی نوذر شفیعی توأم با طرح پرسش و پاسخ نسبت به منتقدین خود است. در واقع، ایشان با تأکید بر در اختیار نداشتن زمان لازم به منظور اجرای طرح‌های عمرانی در دوره نمایندگی خود به دنبال پیدا کردن مَقْصَرِ اصلی و تبریئه خویش بوده است. از این رو، انگشت اتهام را به سوی سایر نامزدها نشانه رفته تا عملکرد و فعالیت‌های عمرانی خود را به آنان گوش زد کند. از این رو، می‌توان از سخنان هیجانی، خطابه‌مآبانه و کوبنده در بیانات نوذر شفیعی در این دوره از انتخابات سخن به میان آورد؛ چراکه شکست در این عرصه به منزله فروکش کردن شأن و منزلت سیاسی ایشان بوده است. پرسش و پاسخ شفیعی از توده مردم در سخنرانی خود صرفاً جهت یادآوری پیگیری پروژه‌های عمرانی به آنان بود تا بتواند ضمن تحریک و وارد ساختن شوک به حامیان و هم‌قطاران خود، پایگاه رأی خود را بهبود بخشد. مطرح ساختن نقاط قوت در سخنرانی خود نظیر حضور در رسانه ملی، عدم خیانت به بیت‌المال و حمایت از برجام جهت آسایش و رفاه مردم بیانگر تزلزل در دوره نمایندگی نوذر شفیعی است، زیرا وی با بیان کردن جنبه‌های مثبت اقدامات خود به دنبال سرپوش گذاشتن بر ناکارآمدی‌ها در اجرای پروژه‌های عمرانی در اقصی نقاط شهرستان ممسنی و رستم بوده است.

محمد محمودی یکی از تحریک‌برانگیزترین سخنرانی‌ها را در تبلیغات انتخاباتی خود اعمال کرده است. در واقع، ایشان علی‌رغم تأخیر جهت حضور در حوزه انتخابیه ممسنی توانست نقاط هدف را به خوبی شناسایی کند و نقدهایی در قبال آن مطرح سازد. این نامزد با بیان پیشینه تاریخی شیوه زندگی خود (زندگی طاقت‌فرسا به لحاظ اقتصادی و مالی) به همذات‌پنداری با حضار پرداخته است. در واقع، وی ضمن اشاره به محورهای سطح کلان نظیر موفقیت محمدجواد ظریف در مذاکرات و گرایش اصلاح‌طلبی خود، در سطح خُرد نیز جولان داده است. مطرح ساختن انگاره "خوانین نوظهور، معامله‌گران و فرصت‌طلبان" و اشاره به شهدای مدافع حرم شهرستان ممسنی در توجه افکار عمومی به ایشان نقش داشته است. همچنین محمد محمودی با هویدا ساختن ائتلاف طایفه جاوید با تیره بوان به شیوه‌ای سهمگین (فروختن ۲۸ هزار رأی طایفه جاوید به ۶ هزار رأی تیره بوان) به دنبال برگرداندن آراء ساکنان طایفه جاوید به سبد خود بوده است.

محسن غلامی کوشش کرد تا با مطرح ساختن مسائل سطح خُرد نظیر طایفه‌گرایی و توزیع ناعادلانه قدرت و ثروت در اقصی نقاط شهرستان ممسنی و رستم ذهنیت توده مردم را به سوی رعایت عدالت جغرافیایی سوق دهد. همچنین به دنبال بیان اصطلاح "نخبه فنی و مهندسی" در جهت برجسته ساختن تحصیلات تکمیلی خود (رشته مهندسی عمران) بوده است تا بتواند به جذب آراء بیشتر بپردازد. از سوی دیگر، ساسان سالاری با انداختن چَفیه به گردن خود در پی مطرح ساختن چهره مذهبی خویش بوده است. وی با بیان ظرفیت‌های بومی

شهرستان نظیر کشاورزی، صنعت، بهداشت و خدمات به دنبال جلب توجه افکار عمومی بوده، ولی حضور هواداران اندک در استادیوم لشکری ممسنی بزرگترین پاشنه آشیل وی شد.

فریدون زارع خفری با تمرکز بر سطوح خرد و کلان و تقسیم ابعاد توسعه (فرهنگی، اقتصادی و غیره) تلاش کرد تا خود را چهره‌ای متفکر در بخش‌های مختلف جلوه دهد. با وجود این، جمعیت اندک حاضر در سخنرانی ایشان بیانگر ناکامی در رقابت‌های انتخاباتی بوده است. سرانجام، محمد گودرزی که هیچ تصویری از حضور هوادارانش منتشر نشد، اکثر مسائل را به اندیشه‌های دینی و مذهبی متصل ساخت و با انتقاد از نوع تبلیغات سایر نامزدها (نظیر راه‌اندازی کاروان‌ها و دریافت دستمزد از نامزدها) به دنبال جذب آراء بوده است.

## ۶. نتیجه‌گیری

مطالعه موردی تبلیغات نامزدها در دهمین دوره انتخابات حوزه انتخابیه ممسنی و رستم با استفاده از سه سطح تحلیل پدام و روش بشیر بیانگر این است که هر یک از نامزدها به دنبال برجسته ساختن مسائل خاصی بوده‌اند. در روش بشیر تفکیک لایه‌های زیرین و نهانی این تبلیغات صورت گرفته که به دلیل برخورداری از مرحله «عمیق‌تر» بسیار جامع است. بر این بنیاد، گفتمان غالب در تبلیغات نامزدها مبتنی بر «نمادها و شعارهای هیجانی» بوده است. انگاره‌های ایجاد شده توسط هر یک از نامزدها حکایتگر اهتمام آنها به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار مخاطبان (رأی‌دهندگان)، است. اساساً، نامزدها با استفاده از این نمادها، تقویت پایگاه رأی خود را دنبال کرده‌اند. در این میان، مسعود گودرزی و عبدالرضا مرادی بیشتر توانسته‌اند با سر دادن شعارهایی در سطوح ملی و محلی و بهره‌مندی هدفمند از نمادها، پایگاه رأی خود را بهبود بخشند و در دومین مرحله دور دهم انتخابات نیز حضور داشته باشند.

بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که تبلیغات انتخاباتی نامزدها متأثر از نمادها، شعارها و تلاش جهت خلق انگاره‌ها صورت گرفته است. از این‌رو، نامزدهایی که سخنرانی هیجانی‌تر داشته‌اند، توانسته‌اند تبلیغات موفق‌تری داشته باشند و نظر توده مردم را به خود جلب نمایند. در این زمینه می‌توان به تبلیغات هیجانی محمد محمودی اشاره کرد که علی‌رغم ورود دیرنگام به رقابت‌های انتخاباتی توانست رأی قابل توجهی کسب نماید. در مجموع، مقایسه تبلیغات ۱۱ نامزد در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی و رستم بیانگر این است که آنها با توجه فضای عشیره‌ای و طایفه‌ای حاکم بر شهرستان به ایراد سخنرانی پرداخته و توانسته‌اند علی‌رغم سر دادن شعار مبارزه با طایفه‌گرایی، رفتار هیجانی را در میان حامیان خود نهادینه

سازند که به وقوع برخی تنش‌ها و منازعات طایفه‌ای میان هواداران‌شان منجر شد. از این‌رو، نمادها و شعارها مهم‌ترین ابزار نامزدها بوده است.

جدول ۲) انگاره‌های ایجاد شده در تبلیغات نامزدهای حوزه انتخابیه ممسنی و رستم

نامزدها	انگاره‌ها
مسعود گودرزی	اعتدال‌گرایی، اصلاح‌طلبی و پاسداشت دموکراسی جهت حل مشکلات سطوح ملی و محلی
عبدالرضا مرادی	پیگیری طرح‌های عمرانی، خدماتی و مقابله با طایفه‌گرایی
مجید انصاری	توزیع عادلانه قدرت و ثروت به‌منظور مقابله با طایفه‌گرایی و در پی گرفتن توسعه در عرصه‌های مختلف
سید یدالله حسینی	پاسداشت انگاره‌های دینی - مذهبی و مقابله با شکاف طایفه‌ای
سید جعفر هاشمی	پاسداشت گفتمان اصلاحات
نوذر شفیعی	گلایه از مسئولین و خرید زمان برای جبران در دوره بعدی انتخابات
محمد محمودی	خلق فضای هیجانی در جهت جذب آراء بیشتر در طایفه خود (جاوید)
محسن غلامی	رویکرد عمرانی و خدماتی از طریق عدالت مکانی و فضایی
ساسان سالاری	اشتغال‌زایی و مقابله با طایفه‌گرایی
فریدون زارع‌خفری	استفاده از نخبگان بومی و راه‌اندازی صنعت
محمد گودرزی	پاسداشت ارزش‌های دینی و تدوین چشم‌انداز جهت توسعه شهرستان

(تدوین از نگارندگان)

## ۷. منبع مالی

مراکز تحقیقاتی و ارگان‌ها و نهادهای مسئول نظارتی و متولی برگزاری انتخابات می‌توانند با حمایت مالی نویسندگان، پرده بر آن دسته تحرکات انتخاباتی نامزدها که موجب تحریک توده و بالطبع خشونت طایفه‌ای می‌شود، بردارند. در صورتی که تبلیغات انتخابات ضمن آنچه که معنای دموکراسی رقابتی انتخاباتی است را شامل می‌شود، در راستای قانون باشد می‌توان شاهد انتخاباتی دموکراتیک بود.

## ۸. تقدیر و تشکر

نویسندگان از افرادی که اطلاعات دقیق و مستندی درباره موضوع تحقیق در اختیار آنها قرار دادند، تشکر می‌کنند. همچنین شایسته است از دوستان و آدم‌هایی که وجودشان در چنین شرایط سخت زندگی، مایه امید و انگیزه است، قدردانی شود.

## ۹. فهرست منابع

- بشیر، حسن؛ حسنلو، مسعود (۱۳۹۴)؛ «پرونده هسته‌ای ایران و اعتمادسازی برای دولت آمریکا تحلیل صفحه سخنگوی وزارت امور خارجه در فیس‌بوک»، نشریه دانش سیاسی، دوره یازدهم، شماره ۱.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ کاویانی‌راد، مراد (۱۳۹۳)؛ فلسفه جغرافیای سیاسی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- حبیبی‌فهلپانی، حسن (۱۳۷۱)؛ ممسنی در گذرگاه تاریخ، شیراز: انتشارات نوید.
- حسینی‌فر، عبدالرحمن (۱۳۹۳)؛ «تحلیل گفتمان به مثابه روش»، فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر، سال پنجم، شماره ۱.
- درستی، هاجر (۱۳۹۳)؛ «آسیب‌شناسی تبلیغات انتخاباتی مجلس شورای اسلامی در پرتو اصول حقوقی حاکم بر تبلیغات»، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و یکم، شماره ۸۰.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس (۱۳۹۵)؛ گزارش برآورد جمعیت شهرستان‌های استان فارس به تفکیک شهرستان از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵، شیراز: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس.
- سلطانی‌فر، محمد؛ مظفری، افسانه؛ هاشمی، شهناز؛ هداوندخانی، سمانه (۱۳۹۱)؛ «بررسی شیوه‌های تبلیغات سیاسی در فضای مجازی از نظر دانشجویان ارتباطات»، مجله مطالعات رسانه‌ای، دوره هفتم، شماره ۱۶.
- صادقی، وحید (۱۳۹۳)؛ بررسی تاثیر طایفه‌گرایی بر الگوی رأی‌دهی مطالعه موردی: شهرستان ممسنی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: گروه جغرافیای سیاسی دانشگاه تربیت مدرس.
- عالم، عبدالرحمن (۱۳۹۰)؛ بنیادهای علم سیاست، تهران: نشر نی.
- عباسی، فرید و دهانی‌ادهم (۱۴۰۰)؛ «نقش حقوق شهروندی و دموکراسی در مدیریت سیاسی فضا»، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره چهارم، شماره ۳.
- فرمانداری ممسنی (۱۳۹۴)؛ صورتجلسه گزارش نتیجه مرحله اول دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه ممسنی، شهرستان ممسنی.
- کاویانی‌راد، مراد و قره‌بیگی، مصیب (۱۳۹۶)؛ جغرافیای انتخابات، بنیادها، مفاهیم و رویکردها، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مارش، دیوید؛ استوکر، جری (۱۳۹۲)؛ روش و نظریه در علوم سیاسی، ترجمه امیرمحمد حاجی‌یوسفی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- منوچهری، عباس (۱۳۹۲)؛ رهیافت و روش در علوم سیاسی، تهران: انتشارات سمت.
- Estes, T (2005), Where the Votes Are: The Electoral Geography of the Coming Democratic Majority, Oakland University, Accessed on: <http://www.beperss.com>.



- Ormrod, Robert P & Henneberg, Stephan C (2010), An Investigation into the Relation Between Political Activity Levels and Political Market Orientation, European journal of marketing, Vol. 44, No. 3/4.

