



شبکه‌های مجازی رقیب جدی صداوسیما

هادی خانیکی؛ گاهی رسانه‌های بزرگ مانند زمان منظره تصویر کنش میان رقبای سیاسی را نشان می‌دهند، گاهی هم با تاکید بیشتر روی بخشی از حرف‌های آنها انگار ه‌ای از نامزدهای مختلف ایجاد می‌کنند و البته آنچه توسط مخاطب درک می‌شود گاهی مستقل از آن قصد اولیای است که رسانه دارد. از سوی دیگر پای رسانه‌های خرد تر مانند شبکه‌های مجازی مطرح است که در چندین انتخابات گذشته به عنوان رقیبی جدی برای صداوسیما مطرح شده است. اما چه رسانه بزرگ و چه رسانه کوچک، نکته مهم این است که عملکرد آنها باید منجر به کنش سیاسی شود. باید بد این رسانه‌ها چه گروه‌هایی را می‌توانند پای صندوق رای بیاورند و چه رای‌ی از آنها بگیرند.

مزارش

تحلیل رفتار رای دهندگان ایرانی در نشست

«انتخابات؛ بررسی فضا و شرایط روندهای سیاسی و رسانه‌ای»

مردم نه شبیه احمدی نژاد هستند نه خاتمی



نماید. بی‌اعتمادی به نتایج می‌تواند جامعه را دچار تنش کند و همه با هر تفکری مجبور به پرداخت هزینه می‌شوند.»

رای دهندگان غیر قابل پیش بینی هستند یا سیاستمداران؟

از جمله مراکزی که در سال‌های گذشته و پیش از انتخابات اقدام به برگزاری نظرسنجی و انتشار آماری از احتمال پیروزی جناح‌ها و نامزدهای مختلف می‌کنند، مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) است. رییس این مرکز که در نشست روز گذشته حضور داشت می‌گوید یکی از باورهایی که در میان جمعی از رسانه‌ها و جامعه‌شناسان وجود دارد این است که رفتار مردم ایران را نمی‌شود پیش‌بینی کرد و نظریات مختلفی در خصوص دلایل این وضعیت غیر قابل پیش‌بینی بودن فرضی مطرح شده است. محمد آقاسی به برخی از دلایل مطرح‌شده اشاره کرد: «یک نظر به هست که می‌گوید افکار عمومی در ایران کوتاه‌مدت است و روح استبداد شرقی در جامعه نمی‌گذارد که بلندمدت فکر کنیم. نظر دیگری هست که می‌گوید باید حتما اتفاقی رخ دهد که ناگهان همه مردم را به سمت یک کاندیدا بکشاند و عده‌ای معتقدند ریاکاری یا پنهانکاری مانع از این شود که نظرسنجی‌ها به نتیجه‌نشینند و گاهی هم اشکال از ناکار آمدی دستگاه نظرسنجی است. عده‌ای معتقدند از مشروطه به بعد رفتار مردم ایران دچار نوعی معماگونه‌گی شده است و عدم وجود نهادهای میانجی مانند احزاب سبب می‌شود که مردم رفتارهای هیجانی داشته باشند. اما آیا واقعاً در این کشور کنش جمعی عقلانی شکل نمی‌گیرد؟»

آقاسی می‌گوید که نباید توانایی در شناخت منطق کنش مردم را به پای پیچیدگی رفتار جامعه گذاشت؛ «در ایسپا ما کاملاً توانستیم بر مبنای نظرسنجی نتایج و سناریوهای انتخابات سال ۸۴ را پیش‌بینی کنیم. باید به منطق کنش مردم پی ببریم. من حتی ثبت‌نام‌های قبلی‌ای در انتخابات ریاست‌جمهوری توسط مردم عادی را هم یک کنش عقلانی می‌بینم. باید این اتفاق را نوعی از اعتراض دانست نه اینکه آن را به پای نمایش احساسی گذاشت. در زمان انتخابات آزادی تجمع و انتقاد برقرار می‌شود و مردم از این فضا که به صورت معمول وجود ندارد برای کنش عقلانی خود بهره می‌گیرند.» او به چند عامل که در طول نظرسنجی‌ها مورد مطالعه قرار می‌گیرند نیز اشاره کرد، عواملی که سبب اقبال مردم به شرکت در انتخابات می‌شوند: «یک عامل فشار ساختاری است، اگر در حوزه‌ای به مردم فشار آمده باشد می‌توانیم منتظر کنش عقلانی و تلاش برای تغییر وضعیت باشیم. یک باور تعمیم‌یافته وجود دارد که رای‌دهنده‌های ما بیشتر سلیبی است تا ایجابی؛ یعنی مردم نمی‌دانند چه کسی را می‌خواهند اما می‌دانند چه چیزی را نمی‌خواهند و برای همین رای می‌دهند. یک عامل شتاب‌دهنده هم وجود دارد مثل حمایت چهره‌های خاص از یک نامزد انتخاباتی که هنوز نشان را در انتخابات سال ۹۲ ریاست‌جمهوری دیدیم، علاوه بر این بسیج برای اقدام که در رای‌دهی تاثیر دارد، مثل سال ۸۸ که میل بسیاری برای گفت‌وگو در خیابان قانع کردن چهره‌به‌چهره رای‌دهندگان وجود داشت.» با همه این‌ها عامل آقاسی معتقد است که می‌توان رد عقلانیت مردم را در تمامی اتفاقات و رفتارهای انتخاباتی پیدا کرد و شاید بشود گفت که اتفاقاً سیاستمداران هستند که پیچیده عمل می‌کنند: «جمعه همین هفته انتخابات بر گزار می‌گردد و هنوز احتمال این هست که تعدادی از نامزدها از رقابت کنار بروند. همین اتفاق سبب می‌شود که با کنار رفتن یک نامزد به نفع نامزد دیگر تلنگری به رای‌دهندگان زده شود و همین موضوع به عنوان یک عامل شتاب‌دهنده روی تعداد رای‌دهندگان در روز انتخابات تاثیر بگذارد.»

به گفته رییس ایسپا پیش‌بینی فعلی برای این است که روحانی با اختلاف کمی رییس‌جمهور شود یا انتخابات به دور دوم کشیده شود اما باید دید که آیا اتفاقی سبب می‌شود که این معادله تغییر کند یا نه: «اسفند سال ۹۲ نتایج نظرسنجی ایسپا نشان می‌داد که روحانی ۲۰ درصد شانس می‌تواند وارد اما از آنجابه بعد عوامل شتاب‌زا و حمایت‌های مختلف بیشتر و بیشتر شدند و تا دوشنبه قبل از انتخابات او را مقام اول نشاندهند. برای همین کسانی که همچنان رای پایین دارند از ما بازنده انتخابات نیستند.»

۶۰ درصد آرای سرگردان

یکی از عواملی که سبب می‌شود رای مردم کشور غیر قابل پیش‌بینی به نظر برسد درصد بالایی از سرگردان است. عباس عبیدی، تحلیلگر مسائل سیاسی و اجتماعی معتقد است که تفاوت میان تصداد آرای سرگردان در ایران و کشورهای اروپایی و آمریکا سبب می‌شود که همیشه

جمعیت مرددها

عبیدی؛ در انتخابات کشورهای اروپایی و آمریکا ۸۰ درصد شرکت کنندگان موضع‌شان از پیش مشخص است و رقابت میان احزاب بر سر رییس‌انجمن سال سنجش و رقابت وجود دارد اگر حزبی ببیند وضعیتش در میان مردم مطلوب نیست اصلاحاتی انجام می‌دهد تا این درصدها ثابت بمانند. در ایران حدود ۴۰ درصد رای‌دهندگان تکلیف‌شان از قبل روشن است و کوشش برای جذب ۶۰ درصد باقیمانده است.

عبیدی خانیکی استاد ارتباطات دانشگاه تهران و رییس انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، محسن شریف‌زاده مولف کتاب رفتار انتخاباتی مردم ایران و عباس عبیدی روزنامه‌نگار و تحلیلگر مسائل سیاسی و اجتماعی در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران حاضر بودند تا در روزهای پایانی منتهی به انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری تحلیل خود را از رفتار رای‌دهندگان، نقش مناظرهای تلویزیونی در تصمیم آنها و رفتار جناح‌ها و نامزدها ریاست‌جمهوری آرایه دهند.

«مردم مطالب مطرح شده در مناظره‌ها را خیلی جدی نمی‌گیرند، می‌دانند رقبا بساری حذف یکدیگر حرف‌های زیادی می‌زنند و موضوعات تندی مطرح می‌کنند اما اگر فقط ۱۰ درصد از مطالب مطرح‌شده از سوی نامزدها هم صحیح باشند باید باور کنیم که با وضعیت خطرناکی مواجه هستیم. حتی ۱۰ درصد از مطالب بیان شده در مناظره نشان می‌دهد که فارغ از جناح‌چپ و راست یک جریان از فساد نفوذ کرده است و به خاطر منافعش هر کاری می‌کند. با دیدن مناظره‌ها نباید خوشحال شویم، چون شاهد پدیده‌ای هستیم که روی حال و آینده ما تاثیر می‌گذارد.»

شریف‌زاده که مطالعات ۲۰ سال گذشته خود روی موضوع رفتارهای در کتاب «رفتار انتخاباتی مردم ایران» منتشر کرده است می‌گوید که در میان مردم وزن جناح راست و چپ تقریباً مساوی است، مردم حد وسط هستند و گاهی این حد وسط بودن به سمت یک جناح کشیده می‌شود: «خوبی‌ها این دغدغه را دارند که چگونه مردمی که خاتمی را برای ریاست‌جمهوری انتخاب کردند به احمدی‌نژاد هم رای می‌دهند؟ می‌پرسند مردم ما کدام هستند؟ خاتمی یا احمدی‌نژاد؟ مردم شبیه هیچ‌کدام نیستند؛ نه خاتمی، نه روحانی و نه احمدی‌نژاد، مردم میانگین سیاستمداران هستند. ۳۵ درصد مردم رای‌گیری‌ها شرکت می‌کنند، ۲۰ درصد در انتخابات مهمان از جمله ریاست‌جمهوری شرکت می‌کنند و از میان کسانی که پای ثابت رای دادن هستند عمدتاً طرفدار اصولگرایان هستند و برای همین معمولاً جریان اصلاح‌طلب است که همیشه باید نگران عدم مشارکت مردم باشد.»

شریف‌زاده می‌گوید که این اصل تقریباً مشخص است و برای همین باید برای آن برنامه بلندمدت داشت. او با نقد رفتار انتخاباتی اصلاح‌طلب گفت که نباید این تلاش برای کشاندن مردم به پای صندوق رای تنها خلاصه‌شده بود به زمان انتخابات: «هواداران دولت و رسانه‌های اصلاح‌طلب در هفته‌های اخیر مدام در حال انتشار آمارهایی از فعالیت‌ها و دستاوردهای دولت هستند. حالا باید پرسیم در این چهار سال کجا بودند و چرا این آمارها را نمی‌دیدیم؟ مثل این است که دارویی را که برای بهبود باید هر روز و فاش‌قاشق مصرف کنیم به یکباره به حلق مردم مرم بریزیم.»

هر چند این راه از نظر او نتیجه نمی‌دهد همچنان معتقد است که روحانی در حال حاضر از بخت بالایی برای پیروزی برخوردار است و به احتمال زیاد در دور اول به عنوان منتخب مردم معرفی خواهد شد: «پیش‌بینی من این است که آقای روحانی با اختلاف کمی می‌تواند از آقای ریسی و قالیباف پیشی بگیرد اما مساله مهم این است که نتایج انتخابات با جزئیات و دقیق به مردم اعلام شود. مانند اتفاقی که در سال ۹۰ و در انتخابات مجلس رخ داد و آرا به تفکیک صندوق‌ها در دسترس بود و می‌توانستید آرای هر نماینده را در حوزه‌های مختلف شهرش ببینید. امیدوارم این کار به صورت جدی با بگرد تا جایی برای بی‌اعتمادی



عبیدی؛ در انتخابات کشورهای اروپایی و آمریکا ۸۰ درصد شرکت کنندگان موضع‌شان از پیش مشخص است و رقابت میان احزاب بر سر رییس‌انجمن سال سنجش و رقابت وجود دارد اگر حزبی ببیند وضعیتش در میان مردم مطلوب نیست اصلاحاتی انجام می‌دهد تا این درصدها ثابت بمانند. در ایران حدود ۴۰ درصد رای‌دهندگان تکلیف‌شان از قبل روشن است و کوشش برای جذب ۶۰ درصد باقیمانده است.

عبیدی خانیکی استاد ارتباطات دانشگاه تهران و رییس انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، محسن شریف‌زاده مولف کتاب رفتار انتخاباتی مردم ایران و عباس عبیدی روزنامه‌نگار و تحلیلگر مسائل سیاسی و اجتماعی در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران حاضر بودند تا در روزهای پایانی منتهی به انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری تحلیل خود را از رفتار رای‌دهندگان، نقش مناظرهای تلویزیونی در تصمیم آنها و رفتار جناح‌ها و نامزدها ریاست‌جمهوری آرایه دهند.

«مردم مطالب مطرح شده در مناظره‌ها را خیلی جدی نمی‌گیرند، می‌دانند رقبا بساری حذف یکدیگر حرف‌های زیادی می‌زنند و موضوعات تندی مطرح می‌کنند اما اگر فقط ۱۰ درصد از مطالب مطرح‌شده از سوی نامزدها هم صحیح باشند باید باور کنیم که با وضعیت خطرناکی مواجه هستیم. حتی ۱۰ درصد از مطالب بیان شده در مناظره نشان می‌دهد که فارغ از جناح‌چپ و راست یک جریان از فساد نفوذ کرده است و به خاطر منافعش هر کاری می‌کند. با دیدن مناظره‌ها نباید خوشحال شویم، چون شاهد پدیده‌ای هستیم که روی حال و آینده ما تاثیر می‌گذارد.»

شریف‌زاده که مطالعات ۲۰ سال گذشته خود روی موضوع رفتارهای در کتاب «رفتار انتخاباتی مردم ایران» منتشر کرده است می‌گوید که در میان مردم وزن جناح راست و چپ تقریباً مساوی است، مردم حد وسط هستند و گاهی این حد وسط بودن به سمت یک جناح کشیده می‌شود: «خوبی‌ها این دغدغه را دارند که چگونه مردمی که خاتمی را برای ریاست‌جمهوری انتخاب کردند به احمدی‌نژاد هم رای می‌دهند؟ می‌پرسند مردم ما کدام هستند؟ خاتمی یا احمدی‌نژاد؟ مردم شبیه هیچ‌کدام نیستند؛ نه خاتمی، نه روحانی و نه احمدی‌نژاد، مردم میانگین سیاستمداران هستند. ۳۵ درصد مردم رای‌گیری‌ها شرکت می‌کنند، ۲۰ درصد در انتخابات مهمان از جمله ریاست‌جمهوری شرکت می‌کنند و از میان کسانی که پای ثابت رای دادن هستند عمدتاً طرفدار اصولگرایان هستند و برای همین معمولاً جریان اصلاح‌طلب است که همیشه باید نگران عدم مشارکت مردم باشد.»

آقاسی؛ یک باور

تعمیم یافته وجود دارد که رای‌دهنده‌های ما بیشتر سلبی است تا ایجابی؛ یعنی مردم نمی‌دانند چه کسی را می‌خواهند اما می‌دانند چه چیزی را می‌خواهند

حذفش کنند. انتخابات آنها را از آن خود می‌کند و نتیجه اینکه بعد از دو دهه می‌بینی آنچه در ابتدا بود تغییر کرده است. قبلاً می‌گفتند ارزش این است و باید قبولش کنید، حالا قاعده بازی عوض شده باید یک سری ارزش‌ها را بپذیرند تا رای بگیرند.»

دانشگاه سرد شده است

سالن مطهری دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه تهران نیمه‌خالی است. نام انتخابات و اسم‌های مطرح حاضران در نشست هم نتوانسته است شور انتخابات را به دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران بکشاند. هادی خانیکی، استاد ارتباطات و فعال اصلاح‌طلب این حضور کم‌رنگ حاضران در نشست را تعبیر به کلاس‌های درس دانشگاه کرد: «من به خودم، اساتید و دانشجویان به خاطر محتاطانه برخورد کردن با موضوع انتخابات نقد دارم. اگر موضوع انتخابات به عنوان موضوع پایان‌نامه و پژوهش مورد توجه نباشد پس چه موضوعی باید مورد توجه قرار بگیرد؟ چرا وقتی خارج از محیط دانشگاه در مورد انتخابات صحبت می‌کنیم آدم‌ها حاضر می‌شوند و با ولع می‌شوند اما در محیط آکادمی می‌زان شرکت‌کنندگان در چنین نشست‌ی تنها به اندازه یک کلاس درس است؟ اگر از من پرسیدید، یکی از سرترین فضاهای انتخاباتی در دانشگاه است. قبلاً دانشگاه قلب تپنده انتخابات بود و حالا باید از خود پرسیم چرا این اتفاق در دانشگاه افتاده؟» خانیکی پس از این مقدمه به سراغ همان بحثی رفت که در خصوص رفتار رای‌دهندگان ایرانی مطرح شده بود. او با اشاره به اینکه تغییر رفتار رای‌دهندگان در کشورهای دیگر هم مشاهده می‌شود گفت: «یکی از مسائل آمریکا نظری پروزی ترامپ بر خلاف نظرسنجی‌ها بود، بعد مشخص شد بخش‌هایی از جامعه آمریکا به او رای داده‌اند که از گفتن اینکه به او رای خواهند داد شرمند بودند و نمی‌خواستند انتخاب خود را علنی کنند.» او با اشاره به اینکه برخی ایرانی‌ها را «زند» تلقی می‌کنند و برخی دیگر با نگاهی منفی می‌گویند جامعه ایرانی یا آنچه را در دل دارد به زبان نمی‌آورد یا حرفی می‌زند و خودش بر خلاف آن عمل می‌کند، گفت که برای نتیجه‌گیری بهتر باید روندهای انتخاباتی را بیشتر از درصدها مورد توجه قرار داد: «یکی از مسائل ما نگاه درصدی به انتخابات است. این روزها هر جا وارد می‌شوی در کشورها شاهد درصد وجود و درصد شانس فانی را می‌بینی؟ اما کشورشان سیاسی باید شهادت ورود به مقاله‌ها و وندها را داشته باشند.

می‌کین می‌گوید: «آینده را کشف نمی‌کنند، آینده را می‌سازند.» همین تلاش برای ساختن است که بحث چرخش‌ها را در انتخابات مطرح می‌کند، اسفند سال ۷۵ وقتی از آقای خاتمی پرسیدند: شما که می‌دانید شانس برای پیروزی شما کم است؟ او گفت: از کجا معلوم که پیروزی نشود؟ و خرداد ۷۶ انتخاب شد.» این استاد دانشگاه با اشاره به رای‌های سرگردان مهم‌ترین عامل برای جذب، آنها را القای حس امنیت دانست: «آن ۶۰ درصدی که دوستشان می‌گویند زمانی تصمیم‌گیر می‌گیرند که احساس امنیت کنند، زمانی پای صندوق می‌آیند که فکر

نکنند رای دادن برای‌شان هزینه ایجاد می‌کند که رای دادن شان موثر است. حالا هم باز چشم همه به مردها دوخته شده و البته باید به یاد داشته باشیم که در روزهای آخر انتخابات شکل‌گیری موج رای‌دهندگان قابل مشاهده است. مانند دوره قبل ریاست‌جمهوری که کنارگیری از آفاق عارف به نفع روحانی و حمایت اصلاح‌طلبان از ایشان و البته تقویتش در مناظره‌ها عده بسیاری را پای صندوق آورد.»

خانیکی با اشاره به نقش رسانه در انتخابات به دو دسته رای‌دهنده‌ها پرداخت: رسانه‌های بزرگ که در کشورمان منظور رادیو و تلویزیون است و رسانه‌های کوچک یعنی شبکه‌های مجازی: «گاهی رسانه بزرگ مانند زمان مناظره سیاست‌ها، ریسی و قالیباف می‌گویند روحانی و جهانگیری به‌دستند اما باین جریان سلبی نمی‌توان به تنهایی حرکت ایجاد کرد. علاوه بر این واکنش‌ها به نوعی تاخعی است، جریان مدرن نمی‌گوید، وضع مالی تو چگونه است؟ می‌گوید در مورد نظرات و شفافیت صحبت کنید.» به گفته عبیدی مناظره اول و دوم تاثیر معناداری روی مردم نداشته است و هر کسی همان چیزی را دیده است که ترجیح می‌داده ببیند اما مناظره سوم تفاوت بسیاری ایجاد کرد: «ریسی و قالیباف به خاطر راهبردی که انتخاب کردند افت آرا دارند قالیباف خودش جزو یک درصدی‌ها است، او که نمی‌تواند هی با گفتن ۴ درصدی‌ها خودش را نماینده ۹۶ درصدی‌ها بداند. برای همین پیش‌بینی من این است که در تهران روحانی بالای ۵۵ درصد رای دارد و بلاشتم این است که در این دوره میان تهران و سایر شهرها تفاوت معناداری وجود ندارد. نظرم این است که انتخابات در دور اول تمام می‌شود اما باین وجود باید به نظرسنجی‌های روزهای آینده با دقت بیشتری پرداخت.»

عباس عبیدی معتقد است که جریان اصولگرایی به صورت کلی دچار مشکل شده است و این رای‌ی‌توان از انتخاب نامزد این جناح در ریافت: «این همان اتفاقی است که در سال ۸۴ برای اصلاح‌طلبان افتاد. آن زمان هم جریان اصلاحات فکر کرد در انتخابات ریاست‌جمهوری به هر حال رای می‌آورد و می‌توان استیصا‌لش را بیوشاند اما اشتباه می‌کردند. اصولگرایی هم حالا دچار اضمحلال شده است. قالیباف رای اصولگرایان را ندارد و انتخاب ریسی نشان‌دهنده استیصال است، چون این جریان پس از بحران احمدی‌نژاد هنوز نتوانسته خودش را بازسازی کند. چهره‌های قدرتمند اصولگرایان مانند لاریجانی و ناطق‌نوری کنار رفته‌اند و نیروهای تندرو در پشت‌پرده مشغول فعالیت هستند. اصولگرایی درجه یکی مانند باهنر حتی برای نمایندگی مجلس قدم جلو نمی‌گذارد و در نبود نامزد سیاسی مناسب باید یک نفر را از دستگاه دیگری بیاورند تا آنها را نمایندگی کند.»

عبیدی در پایان صحبت‌هایش اضافه کرد: «از حضور در انتخابات دفاع می‌کنم چون دیگری است که همه چیز در آن می‌جوشد و به رنگ آن می‌آید. اصولگرایان به خاطر همین انتخابات دارند دچار تحول می‌شوند، نمی‌توانند

سنجید و نتیجه این شد که ضعف ساختار، رویکرد این مناظره را به سوی کسب رای کشاند.» خانیکی در بخشی از صحبت‌های خود به تغییرات اجتماعی منعکس شده در مناظره‌ها اشاره کرد: «دعوا بر سر مسائل فرهنگی و موضوعاتی از جمله حجاب و غیره جای خودش را به مسائل سیاسی داده است، آن هم نه مسائل بنیادی بلکه موضوعاتی که گروه‌های رای‌دهنده را هدف گرفته است، گروه‌هایی که گمان می‌کنند قرار است سرنوشت انتخابات تنها توسط آنها مشخص شود. باید در نشست مفصل نسبت میان برگزاری انتخابات و تغییرات اجتماعی در ایران را مورد بررسی قرار دهیم.» او با اشاره به پژوهش‌ها و مطالعات انجام‌شده بر رفتارهای جامعه که نتایج آن با عنوان گزارش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان منتشر شد گفت که در نظام تر ترجیحات جامعه تغییرات ارزشی رخ داده است: «سوگیری جامعه به سمت ترجیح فردیت و مادیات است و این تغییر روند اجتماعی با نهادهای سیاسی دچار گسست شده است و حالا این نهادهای باید جامعه‌ای را جذب کند که ترجیحات فردی و مادی دارد.» او معتقد است که آنچه با عنوان گفتمان اصلاح‌طلبی شناخته می‌شود تبدیل به گفتمان غالب جامعه شده است: «این گفتمان حتی بر تشکیلات اصلاح‌طلبی هم پیشی گرفته‌است و خودش را در جامعه غالب کرده است. برای همین شعارهای اصلاح‌طلبی تبدیل به شعارهایی شده است که حالا گروه‌های رقیب هم آنها را سر می‌دهند: ازادی، جامعه مدنی و... و این ساله بسیار مهمی است.»

حیران ماندن در نبود احزاب

در طول نشست بحث بر سر ۶۰ درصد رای‌دهنده مرد باقی ماند، رای‌دهندگان که مردد به شرکت در انتخابات هستند و رای‌دهندگان که مردد در انتخاب یک نامزد نهایی هستند. چرا این تفاوت در میان جامعه ایرانی و کشورهای اروپایی و آمریکا وجود دارد؟ چرا می‌زان مرددان در ایران از میزان آنباهی که از پیش تصمیم خود را گرفته‌اند بیشتر است؟ رییس انجمن جامعه‌شناسی می‌گوید: «در ساختارهای دموکراتیک، احزاب نهادهایی کاملاً شکرک گرفته هستند و بازنمای علایق و منافع گروه‌های مختلف جامعه به شمار می‌روند. هر کسی با توجه به ایدئولوژی و آرمان و علایش حزبی را انتخاب می‌کند که می‌تواند خواسته‌های او را نمایندگی کند. رای‌دهندگان می‌دانند کدام حزب به نظرشان نزدیک‌تر است و حمایت آنها از حزب‌شان

مشخص است. سراج‌زاده ضعف انتخابات در ایران را نامشخص بودن این سازوکار در ایران دانست: «ایران فاقد ساختار سیاسی نهاده‌بند شده است. زمان انتخابات به جای اینکه افرادی با عقیده مشخص حزب و موضع نامزد شوند کسانی می‌آیند که تازه باید در مورد آنها جست‌وجو کنیم. از طرف دیگر شاید هم ۶۰ درصد از مردم در مورد علایق و منافع خودشان هم دچار تردید باشند اما به نظر می‌رسد که همان عامل اول یعنی نپاید نشدن ساختار لازم برای به جریان افتادن انتخابات سبب شده که این درصد بزرگ از مردم هنوز

- مناظره‌ها به لحاظ ساختاری مشکل دارند و بیشتر شبیه مسابقه «از کی برسم؟» شده‌اند. سوال‌هایی که پرسیده شدند سوالاتی نیستند که تفکر نامزدها را درست نشان دهند و برای همین است که مناظره کنندگان از هر فرصتی برای اینکه حرف خودشان را بزنند استفاده کردند. از سویی ادعاهایی که در این مناظره‌ها مطرح شدند را نمی‌توان سنجید و نتیجه این شد که ضعف ساختار، رویکرد این مناظره را به سوی کسب رای کشاند.
- در ایسپا ما کاملاً توانستیم بر مبنای نظرسنجی نتایج و سناریوهای انتخابات سال ۸۴ را پیش‌بینی کنیم. باید به منطق کنش مردم پی ببریم. من حتی ثبت‌نام‌های قبلی‌ای در انتخابات ریاست‌جمهوری توسط مردم عادی را هم یک کنش عقلانی می‌بینم. باید این اتفاق را نوعی از اعتراض دانست نه اینکه آن رای‌ی‌توان‌ها به پای نمایش احساسی بگذاریم. در زمان انتخابات آزادی تجمع و انتقاد برقرار می‌شود و مردم از این فضا که به صورت معمول وجود ندارد برای کنش عقلانی بهره می‌گیرند.
- شعارهای قالیباف و نحوه ورودش به انتخابات ساختار شکنانه است. او تصویر سیاهی از جامعه اراهه بدانی یعنی آتقدیر سیاه که آدم فکر می‌کند حتی ضعیف‌ترین دولت هم نمی‌تواند مسوول این همه فقر و تباهی و فلاکت در عرض چهار سال باشد.
- اصولگرایی هم حالا دچار اضمحلال شده است. قالیباف رای اصولگرایان را ندارد و انتخاب ریسی نشان‌دهنده استیصال است. چون این جریان پس از بحران احمدی‌نژاد هنوز نتوانسته خودش را بازسازی کند. چهره‌های قدرتمند اصولگرایان مانند لاریجانی و ناطق‌نوری کنار رفته‌اند و نیروهای تندرو در پشت‌پرده مشغول فعالیت هستند.

حیران باشند که از چه کسی حمایت کنند و کدام نامزد واقعا نماینده آنها است.» سراج‌زاده با اشاره به اینکه هیچ فردی از حق انتخاب محروم نیست توضیح داد که سال‌ها است کسانی به دنبال این بودند که با ایجاد محدودیت در این حق و تفسیرهای مختلف راه دیگری بروند. «در سنت دینی جامعه ما دو جریان فکری خود را مطرح کردند: کسانی که معتقد به شکل‌گیری احزاب و نهادهای مدنی هستند و به دنبال اینکه شفافیت شکل بگیرد و در مقابل کسانی که ترجیح می‌دهند این اتفاق رخ ندهد و برایش اشکال تراتشی می‌کنند. انتخاب میان روحانی و قالیباف و ریسی می‌تواند به مشخص شدن این حوزه کمک کند. پس از این انتخاب شاید ۶۰ درصد جمعیت ما روزه هر روز کوچک‌تر شود و رقابت‌ها در صحنه حزبی مشخص ادامه پیدا کند.»

این استاد جامعه‌شناسی با اشاره به اینکه برخی اصلاح‌طلبان را ساختار شکن دانسته‌اند، گفت که ساختار شکنی را اتفاقاً باید در حرف‌های محبدقار قالیباف دید: «شعارهای قالیباف و نحوه ورودش به انتخابات ساختار شکنانه است. او تصویر سیاهی از جامعه اراهه داد یعنی آتقدیر سیاه که آدم فکر می‌کند حتی معریف‌ترین دولت هم نمی‌تواند مسوول این همه فقر و تباهی و فلاکت در عرض چهار سال باشد.»

سراج‌زاده با اشاره به این موضوع که مسائل اقتصادی اغلب بحث‌های مناظره‌ها را به خود اختصاص داده بودند، توضیح داد: «با وجود اینکه به نظر می‌رسد اصولگرایان هم سعی می‌کنند بیشتر از مسائل ارزشی به مسائل اقتصادی توجه کنند اما باید گفت که این کار برای کسب آرای معلق است چون فراتر از مناظره‌ها و در جمع هواداران خودشان همچنان دغدغه ایدئولوژیک بر آمده از نظام فکری آنها وجود دارد و در موردش صحبت می‌کنند.»

