



پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت
گروه سیاست‌پژوهی حقوق و سیاست

گزارش نشست سیاستی

بهمن ۱۳۹۸



چشم انداز یازدهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی: مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی

وبگاه

www.hekmatac.ir

شبکه‌های اجتماعی



@hekmatac

شماره تماس

۰۲۱-۶۶۹۷۴۳۲۸

عنوان	چشم‌انداز یازدهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی (مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی)
برگزارکننده	گروه سیاست‌پژوهی حقوق و سیاست - کارگروه تحولات سیاسی
برنامه سالانه مربوط	جامعه‌شناسی سیاسی انتخابات مجلس شورای اسلامی
نوع نشست	سیاستی
سخنرانان	دکتر حامد سروری (معاون پژوهشی پژوهشکده چشم‌انداز و آینده‌پژوهی) - هوشنگ شیخی (تحلیل‌گر پژوهشکده حکمت)
زمان برگزاری	۱۴ بهمن ماه ۱۳۹۸، ساعت ۱۳:۳۰ تا ۱۶:۰۰

مقدمه

یکی از کارکردهای نشست‌های سیاستی، ارائه دستاوردهای طرح‌های پژوهشی و سیاست‌پژوهی به گروه‌های گوناگون است. با توجه به برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی در اسفندماه ۱۳۹۸، طرح سیاست‌پژوهانه «جامعه‌شناسی سیاسی انتخابات مجلس شورای اسلامی با تأکید بر چشم انداز انتخابات اسفند ۹۸» در گروه سیاست‌پژوهی حقوق و سیاست پژوهشکده حکمت انجام شد. براساس این طرح، راهبردهایی در سطوح گفتمانی، رسانه‌ای و شبکه‌ای برای حضور در عرصه انتخابات ارائه شده است. در همین امتداد، نشست «چشم‌انداز یازدهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی: مشارکت سیاسی و رفتار انتخاباتی» با حضور دکتر حامد سروری، معاون پژوهشکده چشم‌انداز و آینده‌پژوهی و هوشنگ شیخی، تحلیل‌گر پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت برگزار شد. اطلاع‌رسانی نشست با اطلاعیه عمومی در فضای مجازی صورت گرفت و ۳۰ نفر از پژوهشگران پژوهشکده، اصحاب رسانه، نامزدهای انتخابات و پژوهشگران مرتبط در نشست حضور داشتند.

تحلیل‌ها و گفتگوها

دکتر حامد سروری ضمن مرور پیشینه طرح‌های پژوهشی انجام‌شده با موضوع انتخابات‌های مختلف کشور با همکاری تیم‌های پژوهشی پژوهشکده‌های حکمت و چشم‌انداز، به ارائه روش، چارچوب نظری و دستاوردهای طرح پژوهشی «بررسی مدل‌های رقابتی در انتخابات مجلس» پرداخت. وی گفت: برای بررسی و ارائه راه‌حل درباره پدیده انتخابات در ایران باید از زوایای مختلف و ابعاد مختلف آن را واکاوی و نباید از مدل‌های انتخاباتی کشورهای دیگر استفاده کرد؛ مانند مدل ماسکوییتا که مدل انتخاباتی معتبر و موفق ریاست جمهوری آمریکا است. همچنین، در تحلیل انتخابات در ایران نباید از یک مدل تحلیلی استفاده شود. براساس نتایج این طرح پژوهشی، نظام انتخاباتی کشور در طول دهه‌ها شکل گرفته و عادی شده است. بنابراین، تغییر آن به‌طور آنی و یکباره و بی‌ملاحظه مدل‌های رقابتی در کشور

و ویژگی‌های مناطق مختلف ممکن نیست. معاون پژوهشی پژوهشکده چشم‌انداز با تأکید بر لزوم چندوجهی دیدن پدیده انتخابات گفت: هر حوزه انتخابیه مختصات و ویژگی‌های خاص و مدل تحلیل خود را دارد؛ به عبارت دیگر، هر حوزه انتخابیه یک موجود زنده مستقل است که قواعد مخصوصی دارد. ۲۸ مدل رقابتی در سراسر کشور برای حوزه‌های انتخابیه شناسایی شده است. برخی از آن‌ها عبارتند از: مدل رقابت بین بومی و غیربومی یا اصیل و غیر اصیل؛ مدل رقابتی مرکز و پیرامون؛ مدل رقابتی جناحی؛ مدل رقابتی کامل؛ مدل رقابت شهرستانی. از این‌رو، مدل رأی‌دهی متناسب با مدل رقابت است. متغیرهایی نظیر: بافت اجتماعی، جغرافیای سیاسی، مذهب، قومیت، طایفه، مهاجرت، شهرنشینی و روستانشینی، اثرپذیری از موج ملی، معیشت، شاخص مپ (مداخله‌پذیری و پیش‌بینی‌پذیری) بر مدل رقابت و در نتیجه مدل رأی‌دهی اثرگذارند. همچنین، مدل رقابت از نسبت بین بافت اجتماعی و کنش سیاسی استخراج می‌شود. مذهب، قومیت، طایفه، شهرنشینی و روستانشینی و اقتصاد که همه با هم ماتریسی را شکل می‌دهند و مدل‌های رقابت از آنها استخراج می‌شوند. علاوه بر مدل رقابتی، شاخص‌های دیگری در رفتار انتخاباتی مردم تأمل‌برانگیز است. یکی از این شاخص‌ها، مدل رأی‌دهی است، شامل مدل‌هایی مانند: تغییر نامزد در هر دوره، مدل زیگزاگی و مدل رأی ثابت به یک نامزد. شاخص دیگر، مداخله‌پذیری و پیش‌بینی‌پذیری است و رابطه این دو معمولاً برعکس است؛ یعنی، زمانی که نتیجه حوزه انتخاباتی پیش‌بینی‌پذیرتر باشد، امکان مداخله در نتیجه انتخابات کمتر است. همچنین، شاخص اثرپذیری از موج ملی را می‌توان در نظر گرفت.

هوشنگ شیخی، تحلیل‌گر گروه حقوق و سیاست پژوهشکده حکمت، سخنران دیگر این نشست سیاستی بود. او ضمن معرفی طرح «جامعه‌شناسی سیاسی انتخابات مجلس شورای اسلامی با تأکید بر چشم‌انداز انتخابات اسفند ۹۸» گفت: این طرح در گروه سیاست‌پژوهی حقوق و سیاست و با نظارت دکتر رضا عزیزی، مدیر گروه، انجام شده است. در بخش اول پژوهش، دو گفتمان اصلی «اصلاح‌طلبی» و «اصول‌گرایی» (در این انتخابات با عنوان نیروهای انقلاب) با روش تحلیل گفتمان بررسی و آسیب‌شناسی شده‌اند. در بخش دوم، با روش توصیفی‌تحلیلی به بررسی مجلس شورای اسلامی،

سازوکارهای انتخابات مجلس و مشارکت انتخاباتی در انتخابات مجلس پرداخته شده است. نتایج طرح بیانگر آن است که تحول گفتمانی در هر دو گفتمان کشور رخ داده است که در راهبردهای گفتمانی و تبلیغاتی خود را نشان داده و شامل موارد زیر است: ظهور رادیکالیسم؛ تنگ‌تر شدن تعریف از خود؛ توسعه قلمرو تعریف از دیگری. دال مرکزی گفتمان نیروهای انقلابی عبارت است از: ارزش‌های انقلاب و دال مرکزی گفتمان اصلاحات، دموکراسی است. آسیب‌های گفتمان جبهه انقلاب عبارتند از: کثرت دال‌های انتزاعی، ضعف دال‌های انضمامی، نداشتن قابلیت دسترسی دال‌های گفتمانی. آسیب‌های گفتمان اصلاحات عبارتند از: ضعف در دال‌های گفتمانی دارای قابلیت اعتبار برای جامعه امروز. با توجه به زوال سرمایه اجتماعی اصلاحات به‌علاوه تجربه ناموفق دولت، مجلس و شورای شهر کنونی تهران و همچنین نارضایتی حاشیه‌نشینان همسو با نیروهای انقلابی و دارای پایگاه رأی، هر دو جناح در حال حاضر با ریزش آرا روبرو هستند. این آسیب‌های گفتمانی افزون بر تداخل‌های ساختاری قوای دیگر با مجلس، ضعف‌های ساختاری در نظارت مجلس، ضعف‌های کارگزاران قوه مقننه و آسیب‌های سازوکارهای انتخابات مجلس (مانند: به کارنگرفتن فناوری‌های نوین در برگزاری انتخابات، گسست بین قانون احزاب و قانون انتخابات و حذف گروهی ناشی از نظام اکثریتی)، انتخابات مجلس شورای اسلامی را با مسائل مختلفی روبرو کرده است که حل آن‌ها، نیازمند ارائه راهبردها و اصلاحاتی در سطوح ساختاری، قانونی، گفتمانی و جناحی است.

تحلیلگر پژوهشکده حکمت با اشاره به مدل‌های رقابتی بیان‌شده از سوی دکتر سروری، آن‌ها را معتبر دانست و گفت: در طرح سیاست‌پژوهی پژوهشکده حکمت نیز اقتضایی بودن رفتار انتخاباتی در نظر گرفته و تأیید شده است. ولی نباید از دو روند «نارضایتی حاشیه‌نشینان» و «موج قوم‌گرایی در کشور» غافل شد که از دو مسئله اساسی «توزیع» و «شناسایی» در کشور ناشی می‌شوند. ریزش آرای هر دو جناح اصلی کشور بر این اساس محتمل است.

جبهه نیروهای انقلابی باید در طرح بازاریابی سیاسی خود به «الگوی همانندی در نمایندگی» (یعنی: در نظر گرفتن ترکیب قومی، مذهبی، حاشیه‌نشینی، جوانان و زنان در لیست تهران) و «برجسته‌سازی

نظام مسائل حوزه‌های مختلف» توجه نمایند. هرچند، پیش‌بینی می‌شود که در حوزه تهران با شرایط کنونی، یک لیست همه کرسی‌ها را از آن خود نخواهد کرد و منتخبان حداقل از دو لیست خواهند بود. طرح سیاست‌پژوهی «جامعه‌شناسی سیاسی انتخابات مجلس شورای اسلامی با تأکید بر چشم‌انداز انتخابات اسفند ۹۸» در شش جلسه از آذرماه ۹۸ تاکنون به سران و اعضای مختلف شورای ائتلاف نیروهای انقلاب ارائه شده است و در سه سطح گفتمانی، شبکه‌سازی و رسانه‌ای پیشنهادها ارائه شده‌اند که برخی را نیز به کار گرفته‌اند. بر اساس این پژوهش، پیشنهادهایی برای اصلاح آئین‌نامه مجلس شورای اسلامی، اصلاح قانون و به کارگیری فناوری‌های نوین در انتخابات نیز ارائه شده‌اند که به مخاطبان آن، یعنی مجلس و شورای نگهبان و وزارت کشور، ارائه خواهند شد.

پیشنهاد‌های سیاستی

براساس آنچه بیان شد و پرسش و پاسخ‌های انجام‌شده، موارد زیر را به‌عنوان خروجی‌های این نشست می‌توان به سیاست‌گذاران پیشنهاد نمود:

۱. لزوم توجه به هر حوزه انتخابیه به‌عنوان موجودی زنده و منحصر بفرد: از این‌رو، اقتضایی بودن تبلیغات و رفتار رأی‌دهی باید در نظر گرفته شود که ۲۸ الگوی رقابت در کشور برای آن شناسایی شده است.
۲. لزوم توجه به الگوی همانندی نمایندگی در تدوین لیست‌های انتخاباتی: از این‌رو، توجه به حاشینه نشینان، اقوام، اهل سنت، زنان و جوانان دهه هفتاد در لیست‌بندی و تبلیغات و پروژه بازاریابی سیاسی جبهه نیروهای انقلابی ضرورت دارد.
۳. لزوم توجه به نظام مسائل حوزه‌های مختلف: به‌طوری‌که مسائل هر حوزه برجسته شوند و طرح‌های در نظر به‌عنوان روش‌های حل مسئله و رفع معضلات کشور از سوی نیروهای انقلابی برجسته شوند.

۴. برجسته‌سازی دال‌های انضمامی گفتمان: شورای ائتلاف نیروهای انقلاب در تبلیغات خود

باید به دال‌های انضمامی گفتمان (ملموس و فهم‌پذیر برای مخاطب) بیشتر توجه کند و دال‌های

انتزاعی گفتمانی باید به حاشیه رانده شوند.