

نبرد

جامعه رسانه اسلامی دانشگاه صدا و سیما

ویژه نامه
انتخابات

سال ششم | شماره بیست و چهارم | اسفند ۱۴۰۲



۱

لزم تغییر نگرش جنبش دانشجویی به انتخابات مجلس

۱۴

محمد صالح مفتاح

عدالت انتخاباتی و بی طرفی سیاسی به منزله دو راهبرد



امام خمینی
میزان رأی ملت است

عدالت انتخاباتی و بی‌طرفی سیاسی به منزله دو راهبرد

ستاد انتخابات سازمان صداوسیما، در این باره توضیح داده‌اند.

چهار راهبرد همگانی و اساسی

باید گفت که این چهار راهبرد تنها خطاب به سازمان صداوسیما نیست بلکه خطاب به همه گفته شده است. ایشان گفتند که همه دستگاه‌ها باید راهبردهایشان را با توجه به این‌ها مشخص کنند. خب این چهارراهبرد خیلی اساسی در موضوع انتخابات هستند.



مشارکت، به عنوان پایه‌ای‌ترین راهبرد

مسئله مشارکت که فرمودید هم می‌شود گفت پایه‌ای‌ترین مسئله است چون برون‌داد و بازتاب خیلی عینی و روشنی دارد و این نکته را هم از رای مردم می‌شود سنجش کرد. در موضوعات دیگر مثل

انتخابات، موعدی سرنوشت‌ساز، مهم و تاثیرگذار است. موعدی که رهبر انقلاب (مدظله‌العالی) همیشه مشارکت در آن را مهم و ضروری دانسته‌اند. امسال اما رهبری زودتر از قبل به موضوع انتخابات اسفندماه ورود کردن و در فروردین و خردادماه با تاکید بر ضرورت مشارکت پررنگ در انتخابات، چهار مولفه امنیت، مشارکت، سلامت و رقابت را مطرح نمودند و در دیداری که اعضای شورای نگهبان با

ایشان داشتند، بار دیگر ضرورت مشارکت حداکثری را یادآور شدند. در اینجا با این سوال مواجهیم که برنامه سازمان صداوسیما برای افزایش آمار مشارکت در انتخابات و تبیین جایگاه انتخابات برای مردم و تشریع نقش و اهمیت مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان چیست؟ جناب آقای مفتاح، دبیر

خب صداوسیما در این موضوع نقش‌آفرینی‌های جدی کرده است. همانطور که دوره‌های قبل هم تلاش خود را کرده بود؛ اما بالاخره در نهایت برآیند تمام تلاش‌هایی که همه دستگاه‌ها از جمله صداوسیما انجام دادند، مشارکت‌هایی بوده که در دوره‌های قبل رخ داده است.

عدالت انتخاباتی و بی‌طرفی سیاسی به منزله دو راهبرد

ما تمام تلاش‌مان بر این بوده که با کارهای متفاوتی بتوانیم مسئله مشارکت را ارتقا بدهیم و دو راهبرد هم در این زمینه در نظر گرفتیم: یکی همین بحث عدالت انتخاباتی و فرصت‌های برابر تبلیغاتی که این یک راهبرد بوده و قانون هم به ما این فرصت و امکان را داده که بتوانیم برای اولین بار این ظرفیت را ایجاد کنیم. نکته دوم بی‌طرفی واقعی سازمان صداوسیما است. اینکه سازمان صداوسیما واقعا بی‌طرفانه برخورد کند و خودش را در سطح دعوای سیاسی پایین نیاورد اگر خطایی رخ داده یا رخ می‌دهد این

سلامت و امنیت معمولا اگر مشکل و بحرانی ایجاد بشود، صداوسیما طبیعتا کمتر در این دو حیطه نقش دارد اما در مورد رقابت و مشارکت صداوسیما نقش جدی‌تری دارد.

اهمیت بیشتر، شروعی زودتر

بنابراین امسال رهبری زودتر به موضوع انتخابات ورود کردند و راهبردهای انتخابات را اعلام کردند و به همین خاطر سازمان هم بروز و ظهور زود هنگامی نسبت به موضوعات انتخابات دوره گذشته داشت. تشکیل ستاد انتخابات هم دقیقا فردای صحبت رهبری بود که انجام شد چون این دوره اهمیت انتخابات از نظر ما بیش‌تر بود به همین دلیل چهارماه زودتر شروع کردیم.

شرایط منطقه‌ای و داخلی دلیلی برای اهمیت انتخابات

حالا دلیل مهم‌تر بودن آن چیست؟ خب بنا به شرایط مهم منطقه‌ای و شرایط داخل خود کشور و تجربیات سال‌های گذشته در داخل کشور بوده و البته یکی از نکات مهم کاهش مشارکت در دوره‌های پیشین انتخابات است.

آن تاکتیک گفت را معرفی کرده و گفته که ما این کارهای مشخص و کلی را قصد داریم انجام بدهیم. دوم اینکه برای هر دوره فعالیت‌های انتخاباتی پیام روشن گذاشتیم که مثلاً در دوره تبیینی ما قصد داریم چه پیام‌هایی را به مردم منتقل کنیم.

سند انتخاباتی، سندی آسیب‌شناسانه

نکته سوم اینکه فعالیت‌های دوره‌های قبل را آسیب‌شناسی کردیم، توانستیم برای هر کدام از آن آسیب‌ها یک راه‌حلی پیدا کنیم. مثلاً هم‌افزا نبودن شبکه‌ها یا عدم توجه به فضای مجازی و... این مباحث را توی سند انتخابات آوردیم و برای آن جواب نوشتیم از نظر اینکه باید رویکرد ۳۶۰ درجه در خبر وجود داشته باشد، تعاملی باشد و ...

آیا این سند منتشر شده؟

نه هنوز در داخل سازمان بوده و منتشر نشده هرچند که از نظر ما این سند محرمانه هم نیست، ولی راهبردهای سازمان در این سند مشخص است که قصد داریم چکار

از نظر ما باید جلوگیری شود. خوب در دوره‌های قبلی اتفاقاتی افتاده که باعث شده برخی صداوسیما را جزئی از فضای رقابت بدانند در حالی که ما باید خودمان را بالای این سطح رقابت قرار دهیم، و تمهید کننده فضای رقابت بین جریان‌های مختلف سیاسی باشیم و نهایتاً تنها کاری که می‌توانیم انجام بدهیم این است که شاخص‌ها را معرفی کنیم که افراد می‌توانند یا به این شاخص‌ها نزدیک تر باشند و یا دورتر، ولی ما به دسته بندی‌های سیاسی ورود نمی‌کنیم. این که بعضی افراد انتظار داشته باشند صداوسیما ورود کند باید این را بدانند که صداوسیما مطلقاً ورود نمی‌کند که این هم یک راهبرد دیگر ما بود و بیان شد؛ اما در ذیل این دوتا راهبرد کلی (بحث عدالت انتخاباتی و بی طرفی) چند مسئله و به اصطلاح راه کنش جدی پیگیری می‌شود.

سند انتخاباتی، راهنمای مسیر

خب سند انتخاباتی که امسال نوشته شد برای اولین بار علاوه بر اینکه فضای راهبردی و کلی را گفته است یک سری راه کنش که می‌شود به

اتفاقات است که گروه‌های سیاسی پیگیری کردن و کاری که دشمن دارد می‌کند که باعث شده مردم اطمینانشان از دست برود.

اجرای مردمی انتخابات، زمینه سلامت آن

ما در این زمینه هم یک راهبرد داشتیم که بتوانیم انتخابات را واقعی‌تر به مردم نشان

بدهیم، انتخابات یک فرایند کاملاً مردمی است که حتی اجرای

خود انتخابات هم به دست مردم است. حدوداً ۸۰۰ هزار نفر در فرایند

برگزاری انتخابات مشارکت

می‌کنند ولی شما تنها وزیر

کشور، معاون سیاسی وزیر کشور یا سخنگوی ستاد انتخابات و افرادی

از این دست را می‌بینید. در حالی

که انتخابات در کشور ما یک

فرایند بسیار مردمی است و مردم

پایه و اساس هستند. از رئیس یک

حوزه گرفته که مثلاً مدیر یک

مدرسه است تا کسانی که در حوزه

نشسته‌اند و به عنوان عوامل اجرائی

یک صندوق کار می‌کنند خیلی

از آن‌ها کارمند دولت نیستند یا

کنیم و داریم مراقبت می‌کنیم تا پیام واحد از سازمان منتشر شود.

رئیس سازمان به عنوان یک راهبر

برای هماهنگی هم کارهای مختلفی انجام شد از جمله جلسات منظم که نزدیک به چهل جلسه

تا الان برگزار شده و بسیاری از آن‌ها با حضور خود رئیس سازمان انجام شده که با وجود

اینکه رئیس سازمان عضو جلسه نیست

ولی خودشان اهتمام

داشتند که با حضور

خود انجام شود و خیلی

از مسائل با کمک و

راهبری ایشان است که

پیش می‌رود.

راه کنش سازمان برای سلامت انتخابات

نکته بعدی که در مورد راه کنش‌ها

وجود دارد و از نظر مردم در زمینه

انتخابات آسیب تلقی شده بحث

این هست که مردم به سلامت

انتخابات آن‌چنان که باید و شاید

اعتماد و اطمینان ندارند حال

اینکه دلایل رخ دادن این حادثه

چه بوده شامل طیف وسیعی از



برگزار کردیم این چهلمین دوره ماست اما یک فیلم و سریال جدی در مورد انتخابات نساختیم در حالی که این همه خاطره و مسئله وجود دارد به همین دلیل سعی کرده ایم مقدماتی را برای تولیدات تلویزیونی و رادیویی فراهم کنیم، قصد داریم همکاری هایی با مجمع شورای نگهبان و وزارت کشور داشته باشیم که خاطره های مجری ها و ناظران انتخابات ثبت شود. چیزی که در نهایت باید توجه کنیم این است که قالب های قبلی ما محدودند و اگر دست به نوآوری در این زمینه ها نکنیم و با همان قالب های کلیشه ای مواجه شویم بعید است که بتوانیم این کاهش مشارکتی که در دوره های قبلی بوده را جبران کنیم.

در صحبت هایتان فرمودید که باید نوآوری صورت بگیرد. این نوآوری ها مشخصه چیست؟ تفاوتی نسبت به دوره های قبلی دارد؟

ایجاد یک فضای مردمی

یک بخش کار ایجاد یک فضای مردمی به عنوان یک راهبرد است که در نقشه راه آمده است و دارد

حتی در سطوح بالاتر هیئت های اجرایی برگزاری انتخابات، اکثر معتمدین مردمی هستند که سه هیئت اجرایی را شکل می دهند.

خب شما می بینید که چنین فرایندی را ما در کشور داریم و چقدر هم متکثر است که در بحث نظارت هم همین است یعنی شورای نگهبان نماینده هایی دارد که کارمندهای شورای نگهبان نیستند اما کسانی اند که برای پیگیری سلامت انتخابات وقت می گذارند و کسانی که به صورت کارمند رسمی فعالیت می کنند به شدت محدود هستند.

ما تلاش کردیم تا در فرمانداری ها، استانداری ها و... این تصویر را منعکس کنیم و در این دوره برای این بخش کارهایی تولید خواهیم کرد.

تولیدات کم با وجود مسئله و خاطره زیاد

واقعیت این است که تصویری که در ذهن مردم شکل گرفته خیلی تصویر ناقصی است. رسانه ملی کم کاری های جدی دارد، شما حساب کنید ما ۳۹ دوره انتخابات

ونقش خاصی دارند، اما تنها گروه تاثیرگذار بر مردم احزاب نیستند؛ بلکه معلم‌ها، اساتید دانشگاه‌ها و اقشار دیگر هم مهم هستند و ما باید به این‌ها هم به همان اندازه بها بدهیم تا این رقابت شکل بگیرد. اگر ما همه بار را تنها بر دوش احزاب بیندازیم آنها نمی‌توانند این بار وظایف را به دوش بکشند و کار انتخابات پیش نخواهد رفت.

هزینه‌های زیاد و گروه‌های بانفوذ، عامل رقابت ناعادلانه

یکی از مسائل مهم دیگری که ما در نظر گرفتیم همین بحث تبلیغات است. یکی از موضوعات مهمی که در بررسی‌ها متوجه شدیم این است که عدالتی در زمینه کاری که برای انتخابات انجام می‌شود وجود ندارد، یعنی هر کس به میزان پولی که خرج می‌کند، معمولاً برای رای دادن به خود امید دارد؛ از طرفی جریان‌های بانفوذ سیاسی فرد خاصی را حمایت می‌کنند و باعث می‌شوند آن فرد در این رقابت‌ها ارتقا پیدا کند؛ در حالی که افرادی با حرف‌های جدی و به درد بخور حضور دارند، اما به خاطر اینکه

کارهای مختلفی انجام می‌شود. مثلاً معاونت استان‌ها از فعالین هر حوزه انتخابی یک اطلس را تدارک دیده مثلاً در هر شهرستان مهم‌ترین جریان‌های حوزه مردمی که در شهر و آن استان وجود داشته و چهره‌های اجتماعی-فرهنگی مراکز تجمع مردم، هیئت‌ها، گروه‌ها و... را شناسایی کرده و این اتفاقی است که ما می‌توانیم مبتنی بر آن دست به تولید بزنیم

بازنمایی نقش اقشار مختلف جامعه در انتخابات

ما پیش از این احزاب را به عنوان تنها گروه انتخابات به رسمیت می‌شناختیم که نگرش سیاسی داشتن ولی در این زمان متوجه هستیم که میزان نفوذ این احزاب در بین مردم کاهش پیدا کرده و به همین دلیل شاید نتوانند آن هدفی که ما داریم را به طور کامل تحقق ببخشند؛ بنابراین ما داریم فکر می‌کنیم که انتخابات را در کنار احزاب به گروه‌های دیگر از جمله گروه‌های مردمی هم بسپاریم که باینده وسط و آن‌ها را هم پوشش بدهیم. چون درست است که احزاب مهم هستند

حاضر به نظر نمی‌رسد که دائمی بشوند، چون بالاخره نگهداری ظرفیت نیروی انسانی و نداشتن دفتر در شهرستان‌ها مسئله است ولی این ظرفیت برای سازمان باقی می‌ماند. ما در این مورد فکر کردیم تا فضای رقابت را در کشور عادلانه تر کنیم و این باعث ایجاد شور در انتخابات می‌شود و در نهایت این رقابت عادلانه به افزایش مشارکت منجر خواهد شد.

خب آقای مفتاح ما در چند وقت اخیر ملاحظه کردیم که آمار مخاطبان تلویزیون کاهش پیدا کرده. می‌توانید توضیح دهید که چگونه تلویزیون می‌تواند با این شرایط اثرگذاری چشمگیری داشته باشد؟ همچنین در مورد فضای مجازی و تمهیداتی که برای این فضا انجام شده هم توضیح بدهید.

ببینید حوزه فضای مجازی خیلی متفاوت از فضای عادی هست و به‌نظرم سازمان در این زمینه خیلی عقب است و بحث امروز و دیروز هم نیست. یکی از دلایلش هم این است که نیروهای سازمان متناسب با شرایط فضای مجازی آموزش ندیدند و تجربه کسب

هزینه‌های هنگفت را نمی‌توانند پرداخت کنند، قادر به ادامه دادن نیستند و از رقابت کنار می‌روند. ما داریم تلاش می‌کنیم که این میزان هزینه را کاهش دهیم و فرصت تبلیغات تلویزیونی را فراهم کنیم، و در اختیارشان قرار دهیم. البته الان قانون هم دامنه حقوقی که پیش روی ما است را برداشته مثلاً ماده ۵۹ قانون انتخابات قدیم می‌گفت که صداوسیما و ارگان‌های دولتی حق ندارند هیچ امکاناتی را برای تبلیغات در اختیار کسی قرار بدهند. اما با پیگیری‌هایی که انجام دادیم این ممنوعیت برداشته شد و در ماده ۷۴ یک امر جایگزین آن شد که فرصت‌های برابر تبلیغاتی ایجاد شود و دستگاه‌های دولتی می‌توانند امکانات را به صورت مساوی در اختیار نامزدها قرار دهند. بر همین اساس این فرصت را ایجاد کردیم که ۲۰۰ شبکه تلویزیونی در اختیار نامزدها قرار بدهیم، یعنی به ازای هر حوزه انتخاباتی یک شبکه. این اتفاق مهمی است که از هر نظر یک انقلاب تلقی می‌شود.

هرچند این شبکه‌ها در حال

نامزدهای انتخاباتی فرصت برابر داده می‌شود و اینکه صفحه‌هایی در تلویزیون برای نامزدها ایجاد می‌کنیم و همه می‌توانند محتوا بارگذاری کنند و با هم برابرند. بالاخره تلویزیون یکی از پلتفرم‌ها و بسترهای پرمخاطب کشور در زمینه فیلم و ویدیو است و این ظرفیت وجود دارد که ما این ظرفیت را برای افزایش مشارکت و در خدمت انتخابات به کار خواهیم گرفت.

به جز تلویزیون برنامه خاصی نیست؟

خیلی چیزهایی که می‌گوییم برای پروژه‌های بزرگ است. در همان فضای مجازی سازمان فعالیت‌هایی در حوزه شبکه‌های اجتماعی داریم، و یک سری تولیدات صورت گرفته است. یک شبکه تلویزیونی آرا هست که فعال خواهد شد. خود همین شبکه‌های انتخاباتی هم کارای دیگری انجام می‌دهند و آمادگی لازم را دارند. ضمن اینکه در جاهای مختلف سازمان جلسات منظمی برگزار می‌شود و برای هماهنگی محتوایی تلاش‌هایی صورت خواهد گرفت.

نکردن و همه تجربه‌ای که دارند به آنتن و فضای رادیو و تلویزیون برمی‌گردد؛ چون در اینجا انحصار وجود دارد ولی در آنجا رقابت خیلی جدی است و به واسطه اینکه صداوسیما محدودیت‌های مختلفی دارد از جمله محدودیت‌های خط قرمزی. از طرفی نوع نگاه و نگرشی که به سازمان بوده به عنوان یک سازمان حاکمیتی شناخته می‌شده است. خب این موارد دست سازمان را برای فعالیت‌های نوآورانه روی آنتن در خیلی مواقع بسته است. حالا در فضای مجازی هم همین بحث امتداد پیدا کرده بنابراین دست سازمان بسته است و تجربیاتی هم که دارد کفایت نمی‌کند تا در فضای مجازی بتواند سهم جدی داشته باشد؛ حال این که بالاخره سازمان باید یک تلاش جدی می‌کرد، برای این انتخابات چند اتفاق افتاده است و چند مورد دیگری هم در حال رخ دادن است. مهمترین اتفاقی که قطعی است اینکه انشاءالله برای همان بحث توسعه رقابت و عدالت انتخاباتی تلویزیون هم یکی از آن بسترهایی باشد که به کمک می‌آید و می‌تواند کار کند و به همه

مختلف است. ما باید یک نقش قرارگاهی در این موضوع ایفا کنیم و تبدیل به یک قرارگاه بشویم که بتواند بقیه را هم دور خودش جمع کند.

صداوسیما در نقش یک قرارگاه و ایده‌دهنده

سازمان‌های فرهنگی-آموزشی هم باید کمک کنند تا یک اتفاق خوب رقم بخورد. یعنی سازمان صداوسیما در این نقش و جایگاه قرارگاهی‌اش باید به بقیه ایده، فکر و رویکرد رسانه‌ای به آن‌ها بدهد چون خیلی از آن‌ها رویکرد رسانه‌ای درستی ندارند.

مثلا شما می‌روید همایشی که در آن قرار است راهپیمایی با موضوع غزه برگزار شود، اما پرچم فلسطین دست کسی نیست، آن کسی که پشت دوربین نشسته است می‌فهمد که اگر قرار است این تصویر بخواهد پیام خود را کامل منتقل کند باید پرچم فلسطین داشته باشد و خیلی اتفاقات شبیه به آن که باید رخ بدهد. صداوسیما هم در این نقش قرارگاهی خود باید این رویکرد رسانه‌ای را داشته

دستورالعمل‌های ایجابی و سلبی در کنار هم

دستورالعمل‌هایی که در دوره‌های قبل داده شده سلبی است، ما تلاش کردیم خطوط ایجابی را خیلی پررنگ تر از گذشته کنیم. نمی‌شود بگوییم رویکرد سلبی وجود ندارد، سلبی هست مثلا دروغ نگویند، تهمت زنید و مسائلی از این قبیل هست ولی این همه مایه‌آلود نیست.

راهبردهای قرارگاهی در اولویت است

کلی ظرفیت‌های تازه وجود داشته که ما آمدم و هم‌افزایشان کردیم. راهبردهای ما نگرش قرارگاهی را به عنوان یکی از مهم‌ترین نکات حقوقی مد نظر قرار داده که بالاخره ما تنها مدعیان آن نیستیم ... خیلی جاهای دیگر در کشور هم این ظرفیت را دارند و می‌توانند بیایند در کنار ما قرار بگیرند و این انتخابات پیش برود.

جریان‌های مردمی وجود دارد، همچنین جبهه فرهنگی انقلاب پر از عناصر خلاق و توانمندی‌های

مختلف این بوده که بنزین گران می‌شود یا ارزان؟ کی گران می‌شود؟ چقدر گران می‌شود و...؟
خب این مسائل برای مردم سوال است که باید برطرف بشود. ما سوال می‌کنیم که شما راهکارتان برای این مسئله چیست؟ و این سوال و جواب‌ها می‌تواند به مردم حق انتخاب بدهد.

مردم می‌توانند این‌ها را مطالبه کنند که آیا در مجلس این مطالبه می‌شود یا نه و آیا کسی که رفته آنجا دیدگاه مردم و مسائل آنها را زندگی کرده و می‌فهمد یا نه.

این ۲۰۰ شبکه‌ای که در موردش بحث شد چجوری هستند؟ آیا براساس حوزه انتخابی تقسیم‌بندی شدند؟

بله بر اساس حوزه انتخابی هستند. ما چندین حوزه انتخاباتی داریم که پنج تا از آن‌ها متعلق به حوزه انتخاباتی اقلیت‌های دینی است. از جمله کلیمیان، آشوریان، زرتشتیان و... که حوزه جدا دارند. ما تلاش داریم تمام حوزه‌های انتخابی را تحت پوشش قرار دهیم حالا برای بعضی از این حوزه‌ها تمهیدات متفاوتی می‌اندیشیم که اگر این

باشد و مجموعه‌های دیگر را هم کمک و تقویت کند و از ظرفیت آن‌ها هم استفاده کند.

جریان مردمی اگر دارد اتفاق می‌افتد صداوسیما باید پوشش بدهد و در حوزه مشارکت و در قالب تلویزیون نشان بدهد که موضوع انتخابات به آحاد مردم مرتبط است. این یکی از آن راهبردهای اساسی ماست که بنظر می‌رسد قبلاً نبوده که چگونه سازمان صداوسیما بتواند نقش قرارگاهی ایفا کند. در حال حاضر همه تلاش می‌کنند تا به نحوی در جهت قرارگاهی شدن صداوسیما گام بردارند.

یک نکته ای در میان صحبت‌تان گفتید که در دوره‌های قبلی کسانی بالا می‌آمدند که یا صاحب پول بودن یا نفوذ بالایی داشتن خوب الان تکلیف ۲۰۰ شبکه انتخاباتی دقیقاً به چه شکلی است؟

ما قالب‌هایی را در نظر گرفتیم که افراد به صورت برابر و به سوالاتی یکسان در مورد مسائل مهم کشور پاسخ بدهند، مثلاً از لحاظ انرژی مسئله مردم یا کشور در سال‌های

یک جریان سیاسی حمایت کنیم، شاخص‌ها و راهبردها را خاطرنشان کنیم و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و امکانات دیگر را فراهم کرده و تقویت کنیم. اولویت ما چهارراهبرد رهبری است، مسئله انتخاب یک فرد اصلح اولویت بعدی است.

مشارکت بیشتر مردم هدف است

این مسئله قطعاً اهمیت دارد، بالاخره بین همه کسانی که صلاحیت قانونی و صلاحیت مورد تایید شورای نگهبان داشتن می‌آیند در عرصه رقابت و قاعدتاً مسئله اساسی و مهم ما این است که مردم در عرصه رقابت و انتخابات مشارکت داشته باشند و حضور پیدا کنند و الا اگر ما نتوانیم انتخابات را با مشارکت مردم داشته باشیم بنظر می‌رسد که به هدف نرسیدیم و دچار خسران هزینه می‌شویم.

بنظر شما هم اگر مشارکت مردم زیاد بشود خود به خود فرد اصلح انتخاب می‌شود و روی کار می‌آید؟

قطعاً همین است اگر یک فرد صالح با آرای بالا انتخاب شود بهتر

تمهیدات ما به نتیجه برسد فضای متفاوتی در کشور پیش خواهد آمد.

در مورد انتخاب اصلح و نکاتی پیرامون آن چطور؟

ما اولین موضوعی که برایمان مسئله اساسی بوده بحث مشارکت است. مشارکت مردم باید به نحو احسن اتفاق بیفتد. از طرفی در بین کاندیدهایی که شورای نگهبان صلاحیت آنها را تایید کرده کدامشان رای بیاورند اولویت دوم و بعدی ماست؛ پس اولویت اول ما چهار راهبردی است که رهبری فرمودند. یعنی اینکه انتخابات امن و سالم برگزار بشود، رقابتی عادلانه وجود داشته باشد و مشارکت بالایی را مشاهده کنیم. تصور مردم هم باید همین باشد و اصلاحش کنیم، باید به مردم اطلاعات دقیق و تصویری جامع بدهیم تا نگرش درست جا بیفتد. انتخابات باید رقابتی و مشارکت مردم نیز بالا باشد.

چهار راهبرد رهبری به عنوان خط مشی

در حوزه انتخاب اصلح ما حتماً تلاشمان این خواهد بود که به جای اینکه خودمان برویم و از

نمی‌کردند و رای دیگری داشتند ولی رهبری، امام و شهید بهشتی و... که این حرف‌ها را زدند یک چارچوب به انقلاب دادند که تبلور آن بحث مردم سالاری دینی هست. اگر کسی امروزه مسئله مشارکت را مد نظر قرار ندهد بنظر من از این چارچوب ترسیم شده دور است. اما انتخاب فرد اصلح مهم است؛ اما اگر این انتخاب‌ها ما را از هدف اصلی که مشارکت حداکثری است دور کند بی‌راهه است.

از این است که کسی در انتخاباتی با مشارکت کم رای آورده باشد. برای ما بحث مشارکت و حضور مردم در صحنه مهم است.

اصلا امتداد انقلاب به حضور مردم است. مسئله راهپیمایی هر ساله هم این است که ما مردم را به عرصه می‌آوریم که در هیچ کجای دنیا اینطور نیست.

در پایان اگر کسی تلاش کند که این مسئله را کم اهمیت جلوه بدهد، خپ مبانی انقلاب را درک نکرده و الا دیدگاه‌های دیگری هم هست که مفهوم جمهوریت و اسلامیت را به این مفهوم درک



لزوم تغییرش نگرش جنبش دانشجویی به انتخابات مجلس

رضا ندری

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه



پای صندوق‌های رای می‌آوردند دیگر مقبولیت کمتری نسبت به گذشته دارند و بسیاری از مردم و نخبگان نسبت به کارآمدی و صداقت آنها معتقد نیستند. در این شرایط مسئله چیست؟ آیا نظارت استصوابی شورای نگهبان، تنور انتخابات را سرد می‌کند یا شرایط اقتصادی اخیر عامل این سردی است؟ به نظر می‌آید مسئله عمیق‌تر از این‌ها باشد. مشارکت در برخی ادارات و مجلس و ریاست جمهوری بیشتر از اینکه بر آگاهی و عقلانیت نسبت

این روزها داغ‌ترین خبر محافل سیاسی اجتماعی کشور ما، انتخابات مجلس شورای اسلامی است. اما کسی نمی‌تواند سردی انتخابات‌های اخیر را نسبت به قبل انکار کند. علی‌رغم در پیش بودن یکی از اتفاقات سیاسی مهم در کشور، عده زیادی از مردم دیگر شور و اشتیاق سابق در ایام انتخابات را ندارند. احزاب و گروه‌های سیاسی که سابقاً با ترندهای مختلف حامیان خود را



قدرت و ثروت و صرفاً از سر تکلیفی که نسبت به انقلاب اسلامی دارد وارد صحنه انتخابات شده و هر آنچه که به شفافیت فضای انتخابات، شفافیت عملکرد و پاسخگو کردن نمایندگان مجلس، ترویج و گفتمان کردن ویژگی‌های نماینده اصلاح و برجسته کردن مسئله‌های اساسی کشور به جای دعوای حاشیه‌ای، فضای انتخابات را از این هیجان ساختگی که به ضرر مشارکت آگاهانه مردم تمام خواهد شد پاک کند و این امکان را فراهم آورد که حقیقتاً مردم حضورشان را در صحنه انتخابات، دارای اثر جدی در رقم خوردن آینده کشور بدانند.

جنبش دانشجویی به دلیل ویژگی‌های ذاتی‌اش مثل آرمان‌خواهی، فساد ستیزی و آزادگی شاید مناسب‌ترین نیروی اجتماعی باشد که صحنه کنونی انتخابات طلب می‌کند. در این لحظه که امکان ایجاد تحول به دلیل ناکارآمدی روندهای گذشته سیاسی در کشور پدید آمده، اگر جنبش دانشجویی با پشت سر گذاشتن کلیشه‌های بیست

به مسئله‌های اساسی کشور و افراد شایسته برای حل این مسائل استوار باشد، بر هیجانات کاذب سیاسی که عمدتاً توسط دو جریان اصولگرا و اصلاح طلب و دو قطبی‌سازی‌های آنها استوار بوده و مردم ایران به درستی از این مرحله عبور کرده‌اند و نسبت به این وضعیت غیرمنطقی اینگونه واکنش می‌دهند که دیگر حمایت و طرفداری از این جریان‌ها ارزش خود را از دست داده است. به همین خاطر چه بسا این بی رغبتی مردم به افتادن در دو قطبی‌های مرسوم سیاسی و مشارکت هیجانی در انتخابات، نه تنها عامل بدی نبوده بلکه فرصتی استثنایی برای عبور از این جریان‌های سیاسی ناکارآمد را فراهم کرده است.

به نظر می‌رسد در فضایی که تاکنون توسط احزاب و رسانه‌های وابسته به باندهای قدرت اجازه شفافیت عملکرد نمایندگان و بالارفتن آگاهی مردم برای شایسته‌گزینی داده نمی‌شد نیاز به نیروی اجتماعی جدیدی داریم که بدون هرگونه وابستگی به جریان‌های

باید متعهدانه چهار سال مجلس را رصد کند، مدام به مردم وضعیت حقیقی مجلس را گزارش دهد، تریبون افراد صالح بی‌تریبون شود و چهره واقعی کسانی که با رای مردم ولی برای منفعت شخصی به مجلس راه می‌یابند را با آمار و اسناد متقن نشان دهد.

به امید اینکه روزی برسد که جوانان دلسوز انقلاب اسلامی آنقدر در صحنه سیاست، حضور متعهدانه داشته باشند که دیگر این احزاب ناکارآمد که فقط شب انتخابات به یاد مردم و مسائل مردم می‌افتند نتوانند با وعده‌های دروغ و ترساندن مردم از رقبا، پیروز صحنه انتخابات شوند. رسالت جنبش دانشجویی در این صحنه، فراهم آوردن امکان مشارکت آگاهانه، برجسته کردن مسئله‌های بنیادین در راستای پیشرفت حقیقی کشور و مبارزه با جریان‌های پرهیاهو و بی‌خاصیت رسانه‌ای و سیاسی است.

سال گذشته که صرفاً در اعتراض و مطالبه‌گری از مسئولین ختم می‌شد بتواند هویتی متناسب با نیاز امروز انقلاب اسلامی بیابد، قاعدتاً باید ورودی متعهدانه به صحنه انتخابات‌های جمهوری اسلامی داشته باشد. ورودی که با رسالت منطقی و عقلانی کردن فضای انتخابات شروع خواهد شد و نهایتاً منجر به حضور آگاهانه مردم در پای صندوق رای می‌شود. ادراک این رسالت خطیر، جنبش دانشجویی را از اقدامات شب انتخاباتی نجات خواهد داد و آن را به نهادی تبدیل خواهد کرد که نه فقط دو هفته مانده به انتخابات به فکر مشارکت مردم و مطالبه از نمایندگان مجلس باشد، بلکه طی چهارسال خود را عنصری بداند که به یاری انقلاب اسلامی آمده و جایگاه حلقه میانی بودن خودش را فهمیده و این مسئولیت را پذیرفته که وظیفه میانجی‌گری و برقراری اتصال بین حاکمیت و مردم را باید انجام دهد. به نظر می‌آید جنبش دانشجویی دیگر بیش از اینکه صرفاً صدای خود را در جلساتی نمایشی روی مسئولین بلند کند

نبض صدا و سیما در دستان شماست..

  @IRIBnabz



شناسنامه

صفحه آرایی:
حسین سعادت‌میراد

گرافیک:
مهدیارولی زاده

هیات تحریریه:
مینا صهبائی، رضاندی

ویراستار:
زینب امیری

سرمدیر:
فاطمه تقوی

مدیر مسئول:
رضاندی