

جهاد تبیین

ویژه انتخابات ۱۴۰۲ - ۶

گاهنامه تبیین

راهبرد مشارکت سیاسی در انتخابات

(چستی مفهومی، رویکرد نظری و راهکارهای عملیاتی سازی مشارکت)



جهاد تبیین

ویژه انتخابات

۱۴۰۲ - ۶

شماره: ۶۰۷

تاریخ: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

راهبرد مشارکت سیاسی

در انتخابات

دبیرخانه قرارگاه جهاد تبیین و روایت

استان تهران

چکیده:

۱- در اصطلاح علوم سیاسی، واژه مشارکت به دخالت مردم و درگیر شدن آنها در سیاست به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، اختیاری یا غیراختیاری، مستقیم و یا غیر مستقیم اطلاق شده است و در تعریف آن گفته‌اند: «مشارکت سیاسی، فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیرمستقیم در سیاست‌گذاری عمومی است.»

۲- اگر بخواهیم اهم موارد سطوح مشارکت سیاسی را برشمریم، به ترتیب اهمیت، از پایین‌ترین تا بالاترین سطوح مشارکت سیاسی را در پنج سطح حق رأی مانند شرکت در انتخابات و گزینش مسئولین سیاسی و اجتماعی، حق فعالیت‌های سیاسی و عضویت در احزاب و گروه‌های سیاسی، حق نامزدی در جهت پُست‌ها و کرسی‌های سیاسی و فعالیت آزاد انتخاباتی، دخالت و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های کلان و تغییرات ساختاری، اقدام و عمل برای تغییرات بنیادین نهادها و ساختارهای نظام حکومتی می‌توان تعریف نمود.

۳- مشارکت گسترده ملت در انتخابات آنقدر بااهمیت است که رهبر معظم انقلاب با صراحت اعلام می‌دارند: «من بارها گفته‌ام که اصل حضور مردم در انتخابات، حتی از انتخاب اصلح هم مهم‌تر است؛ اگرچه انتخاب اصلح هم بسیار اهمیت دارد.» (۸۴/۲/۱۷) این تأکید برخاسته از عمق باوری است که معظم‌له به جایگاه مردم در نظام اسلامی داشته‌اند؛ به نحوی که از تعبیر «نظام مردم سالاری دینی» برای حکومت اسلامی یاد می‌کنند. بر همین اساس است که معظم‌له مشارکت را به عنوان یکی از راهبردهای چهارگانه نظام برای انتخابات اسفندماه ۱۴۰۲ معرفی فرمودند.

۴- نداشتن آگاهی لازم نسبت به اهمیت انتخابات، انگاره عدم تاثیر رای دهی در حل مشکلات، درگیری‌های روزمرگی، نبود فضای رقابتی و ... از دلایلی است که موجب کاهش مشارکت می‌گردد.

۵- آگاه‌سازی، اعتمادسازی، رضایت‌مندسازی و هموارسازی ۴ اصلی است که می‌تواند بسترساز مشارکت حداکثری در انتخابات گردد.

راهبرد مشارکت سیاسی در انتخابات

(چستی مفهومی، رویکرد نظری و راهکارهای عملیاتی سازی مشارکت)

مقدمه

در ابتدای امسال بود که رهبر معظم انقلاب اسلامی در جمع مسئولان کشور که از طیف‌های مختلف سیاسی در آن حضور داشتند، از اهمیت انتخابات اسفندماه چنین سخن گفتند: «این انتخابات خیلی مهم است. انتخابات می‌تواند مظهر قوت ملی باشد. اگر انتخابات درست برگزار نشود، ضعف کشور و ضعف ملت را نشان می‌دهد؛ ضعف دولت را، ضعف مسئولین را، ضعف آحاد مردم را و ضعف کشور را نشان می‌دهد. هر چه ما ضعیف بشویم، تهاجم و فشار دشمنان ما بیشتر خواهد شد. اگر می‌خواهید جلوی فشار دشمن گرفته بشود، باید قوی بشویم. یکی از ابزارهای مهم قوت کشور همین انتخابات است.»

معظم له در آن دیدار از مسئولانی که با امر انتخابات مرتبط هستند، خواستند که «از همین حالا راهبرد مشارکت را، راهبرد امنیت انتخابات را، راهبرد سلامت انتخابات را، راهبرد رقابت انتخابات را مشخص کنند؛ (تا) انتخابات خوب سالم با مشارکت بالایی ان‌شاءالله در آخر سال داشته باشیم.»

در میان راهبردهای چهارگانه فوق بدون شک راهبرد مشارکت در صدر قرار دارد. به واقع مهم‌ترین ملاحظه مورد توجه رهبر معظم انقلاب اسلامی در همه انتخابات‌های جمهوری اسلامی و «در درجه اول، مشارکت بالاست.» (۱۴۰۰/۲/۲۱) مسئله «مشارکت حداکثری» و حضور گسترده ملت در پای صندوق‌های رأی که همواره مورد تأکید ایشان بوده و در این باره اظهار داشته‌اند: «این حرف اول من و مهم‌ترین حرف من در همه دوره‌های انتخابات بوده است، الان هم هست: شرکت همگانی و بانشاط مردم.» (۹۴/۱۰/۳۰) از نگاه ایشان «آنچه که باید به عنوان راهبرد اساسی مورد نظر همه باشد، عبارت است از حضور حداکثری مردم.» (۸۳/۸/۲۴) مشارکت گسترده ملت در انتخابات آنقدر بااهمیت است که معظم له با صراحت اعلام می‌دارند: «من بارها گفته‌ام که اصل حضور مردم در انتخابات، حتی از انتخاب اصلح هم مهم‌تر است؛ اگرچه انتخاب اصلح هم بسیار اهمیت دارد.» (۸۴/۲/۱۷) این تأکید برخاسته از عمق باوری است که معظم له به جایگاه مردم در نظام اسلامی داشته‌اند؛ به نحوی که از تعبیر «نظام مردم سالاری دینی» برای حکومت اسلامی یاد می‌کنند.

در نگاه ایشان چنین حضور گسترده‌ای رمز بقا و تداوم انقلاب اسلامی است؛ چرا که جمهوری اسلامی متکی بر رأی و اعتماد به ملت شکل گرفته است. رهبری در آستانه انتخابات اسفندماه ۱۴۰۲ از تعبیر «معجزه

مشارکت» استفاده کرده و در شرح آن می‌فرمایند: «اگر حضور پُرشور مردم در انتخابات باشد، این وحدت ملی را نشان می‌دهد، این انگیزه ملت ایران را برای حضور در صحنه نشان می‌دهد؛ انگیزه ملت ایران و وحدت ملی، قدرت ملی به وجود می‌آورد؛ قدرت ملی موجب امنیت کشور می‌شود؛ وقتی کشور امنیت پیدا کرد، آن وقت علم در آن کشور پیشرفت می‌کند، اقتصاد در آن کشور به شکوفایی می‌رسد، مشکلات گوناگون فرهنگی و اقتصادی و سیاسی در کشور قابل حل می‌شود؛ مشارکت یک چنین معجزه‌ای می‌کند.»

معظم له تلاش دارند تا نتایج مشارکت پرشور را برشمارند و از دیگر سو به نتایج منفی مشارکت ضعیف نیز بپردازند تا مشخص شود اگر مردم پای کار نیایند، چه تبعاتی گریبانگیر کشور خواهد شد. لذا در ادامه می‌فرمایند: «اگر مشارکت ضعیف باشد، مجلس ضعیف خواهد شد و مجلس ضعیف توانایی کامل برای رفع مشکلات نخواهد داشت. اگر می‌خواهیم مشکلات برطرف بشود، باید مشارکت را بالا ببریم؛ این وظیفه همه است. هر که می‌خواهد مشکلات کشور برطرف بشود، راهش این است.» (۱۴۰۲/۱۰/۲)

از نگاه رهبری «بین کسانی که به نظام معتقدند و کسانی که مخالف نظامند، در حقوق شهروندی تفاوتی نیست.» (۸۰/۶/۱۵) و برای حضور در پای صندوق رأی لازم نیست که اعتقادی خاص یا گرایش سیاسی ویژه‌ای داشته باشی، لذا «هر کس اسلام را دوست دارد، انقلاب را دوست دارد، نظام را دوست دارد، ایران را دوست دارد باید در انتخابات شرکت کند.» (۹۸/۱۱/۲۹)

مبتنی بر همین منطق است که معظم له می‌فرمایند: «همه بیایند... آن کسانی که ممکن است نسبت به نظام جمهوری اسلامی هم حتی مسئله داشته باشند، نسبت به امنیت کشور که دیگر مسئله ندارند، نسبت به اقتدار کشور که دیگر مسئله ندارند. خب، امروز این نظام، امنیت کشور را حفظ کرده است، پیشرفت کشور را تسریع کرده است، به این ملت عزت داده است؛ اینها که دیگر قابل انکار نیست، اینها را که دوست دارند؛ [پس] وارد این میدان بشوند برای عزت بخشیدن به ایران و ایرانی، برای استمرار امنیت ملی، برای تضمین پیشرفتی که بحمدالله از اول انقلاب شروع شده و تا امروز بی‌وقفه پیش رفته؛ برای اینها باید وارد بشوند. همه باید وارد بشوند.» (۹۴/۱۰/۳۰)

چیستی مشارکت سیاسی

«مشارکت» واژه‌ای عربی و بر وزن مفاعله است که در لغت‌نامه‌های فارسی به معنای شریک شدن، شرکت کردن، انبازی کردن آمده است و از آن به تعیین سود یا زیان دو یا چند نفر که با سرمایه‌های معین در زمان‌های مشخص به بازرگانی پرداخته‌اند، نیز اشاره شده است. در زبان انگلیسی، مشارکت با واژه «Particpate» به معنای شریک شدن و دخالت کردن آمده است.

در اصطلاح علوم سیاسی، واژه مشارکت به دخالت مردم و درگیر شدن آنها در سیاست به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، اختیاری یا غیراختیاری، مستقیم و یا غیر مستقیم اطلاق شده است و در تعریف آن گفته‌اند: «مشارکت سیاسی، فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیرمستقیم در سیاست‌گذاری عمومی است.»^۱

در مورد مشارکت سیاسی نویسندگان فرهنگ جامعه‌شناسی، آن را به صورت شرکت در فرآیندهای سیاسی که به گزینش رهبران سیاسی منجر می‌شود و سیاست عمومی را تعیین می‌کند یا بر آن اثر می‌گذارد، تعریف کرده‌اند.^۲

دایره‌المعارف علوم اجتماعی، مشارکت سیاسی را عبارت از فعالیت‌های داوطلبانه‌ای می‌داند که اعضای یک جامعه در انتخابات حکام به طور مستقیم یا غیرمستقیم و در شکل‌گیری سیاست‌های عمومی انجام می‌دهند.^۳

«مایرون واینر» در مقاله معروف خود در مورد مشارکت سیاسی با ذکر ده مورد از عملیات مشارکتی، این تعریف را ارائه می‌دهد: «مشارکت سیاسی، هر عمل داوطلبانه موفق یا ناموفق، سازمان یافته یا سازمان نیافته، مستمر یا غیر مستمر، شامل روش‌های مشروع یا نامشروع برای تأثیر انتخاب رهبران، سیاست‌ها و اداره امور عمومی در هر سطحی از حکومت محلی یا ملی است.»^۴

بنابراین مشارکت سیاسی، آن دسته از فعالیت‌های شهروندان عادی است که شهروندان از طریق آن درصدد تأثیرگذاری یا حمایت از حکومت و سیاست برمی‌آیند. این تعریف کلی‌تر از غالب تعاریف دیگر است؛ زیرا هم شامل نقش مؤثری می‌شود که مردم برای تأثیرگذاری بر برون دادهای سیاسی ایفا می‌کنند و هم فعالیت‌های حمایتی و تشریفاتی را در برمی‌گیرد.^۵

«مایکل راش» مشارکت سیاسی را «درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی از عدم درگیری تا داشتن مقام رسمی سیاسی می‌داند و آن را با اجتماعی شدن سیاسی مرتبط می‌کند.»^۶

۱ - نسرين مصفا (۱۳۷۵)، مشارکت سیاسی زنان در ایران، نشر وزارت خارجه، تهران، ص ۹.

۲ - نیکلاس آبراکرامی و استفان هیل و بریایان اس. ترنر (۱۳۷۷)، فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حسن پویان، انتشارات چاپخش، تهران، ص ۲۸۶.

۳ - محبوب شهبازی (۱۳۸۰)، تقدیر مردم سالاری ایرانی، انتشارات روزنه، تهران، ص ۵۹.

۴ - سعید کریمی (۱۳۸۲)، رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی، بوستان کتاب، قم، ص ۲۰.

۵ - استرملبرث، ویل ساتومل (۱۳۸۶)، مشارکت سیاسی، ترجمه سید رحیم ابوالحسنی، نشر میزان، تهران، ص ۱۰.

۶ - مایکل راش (۱۳۷۷)، جامعه و سیاست، ترجمه منوچهر صبوری، نشر سمت، تهران، ص ۴۰.

با توجه به تعاریف یاد شده باید گفت، اولاً مشارکت سیاسی، فعل و عمل است و تنها با اراده نفسانی محقق نمی‌شود، دیگر آنکه اراده معطوف به تأثیر و نفوذ در نظام سیاسی از کمترین درجه تا درجات بالای تأثیر را شامل می‌شود.

سطوح مشارکت سیاسی

مشارکت مردم در حوزه مسائل سیاسی از سطح واحدی برخوردار نیست و همه افراد به یک میزان در فعالیت‌های سیاسی مشارکت ندارند. لذا مبتنی بر مؤلفه‌های گوناگونی می‌توان میزان مشارکت سیاسی افراد را مورد سنجش و سطح بندی قرار داد.

مشارکت از نظر کمی می‌تواند در سطوح مختلف خرد (فردی)، میانی (سازمانی) و کلان (اجتماعی) انجام پذیرد و از لحاظ کیفیت نیز می‌تواند به سه صورت طبیعی و خودجوش، اجباری و همچنین داوطلبانه و ارادی باشد. از نظر انگیزه نیز می‌تواند مبتنی بر یک ضرورت عقلی باشد؛ چرا که اصولاً انسان بالطبع اجتماعی است و طبیعت اجتماع، داشتن رابطه یا نوعی از تعامل و مشارکت است. از این جهت یک حق شهروندی محسوب می‌شود. یا از یک روحیه و احساس تعلق ناشی شود که به تعصبات و پیوستگی‌های ملی و قومی باز می‌گردد. در عین حال می‌تواند بر پایه باورهای دینی و ارزش‌ها و بایسته‌های مذهبی باشد که دو نوع اخیر نوعی تکلیف محسوب می‌شود.

در یک جمع بندی اگر بخواهیم اهم موارد سطوح مشارکت سیاسی را برشمردیم، به ترتیب اهمیت، از پایین‌ترین تا بالاترین سطوح مشارکت سیاسی را در پنج سطح ذکر می‌کنیم:

سطح یک: حق رأی و شرکت در انتخابات و گزینش مسئولین سیاسی و اجتماعی،

سطح دو: حق فعالیت‌های سیاسی و عضویت در احزاب و گروه‌های سیاسی،

سطح سه: حق نامزدی در جهت پُست‌ها و کرسی‌های سیاسی و فعالیت آزاد انتخاباتی،

سطح چهار: دخالت و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های کلان و تغییرات ساختاری،

سطح پنج: اقدام و عمل برای تغییرات بنیادین نهادها و ساختارهای نظام حکومتی.

در ارزیابی این سطوح باید گفت، از لحاظ اولویت و اهمیت و نیز میزان تأثیرگذاری سطح پنجم تأثیرگذارترین و پر اهمیت‌ترین سطح است؛ ولی از لحاظ پراکندگی در سطح اول بیشترین میزان مشارکت سیاسی وجود دارد. بنابراین احتمال رخداد سطح پنجم که می‌تواند منجر به تغییر نظام شود در مقایسه با چهار سطح دیگر کمتر است. به بیانی دیگر، می‌توان گفت هرچه میزان فعالیت سیاسی بالا رفته و شدت پذیرد، از

میزان مشارکت افراد کاسته می‌شود؛ یعنی میان سطح فعالیت سیاسی و شدت آن با میزان مشارکت سیاسی رابطه‌ای معکوس برقرار است.

در همه سطوح مذکور، وجود برخی صلاحیت‌ها برای افراد جامعه ضروری به نظر می‌رسد. البته هرچه سطح مشارکت و تأثیرگذاری بر سیاست افزایش یابد، باید انتظار داشت که به همان اندازه شاخصه صلاحیت‌ها بالا رفته و بدین معنا جمع کمتری از افراد بتوانند بالفعل در آن سطح از مشارکت نقش آفرین باشند، مگر آنکه قبل از آن صلاحیت‌های لازم را کسب کنند.

برای نمونه، درباره سطح اول از مشارکت می‌توان گفت در بسیاری از کشورهای غربی در نیم قرن اخیر زنان حق رأی پیدا کرده‌اند. در سوئیس تا ۱۹۷۱ و در انگلستان تا ۱۹۷۸ زنان از حق دادن رأی محروم بودند. امروز نیز افراد زیر ۱۸ سال در اغلب کشورهای جهان از دادن رأی محرومند.

صلاحیت‌های مذکور در هر نظام سیاسی مبتنی بر دستگاه ایدئولوژیک آن جامعه شکل می‌گیرد. در نظام‌های لیبرالیستی، این آموزه‌های فردگرایانه و کاپیتالیستی لیبرالیسم است که شاخص‌ها را مشخص می‌کند. اما در نظام مردم‌سالاری اسلامی، مکتب اسلام و دستگاه ارزشی آن است که صلاحیت‌ها را تعریف می‌کند. در این نگاه اخلاق و علم مهم‌ترین مؤلفه برای تعیین شاخصه‌های صلاحیت هستند. هرچه میزان اثرگذاری در مشارکت سیاسی بالا رود، به همان اندازه تأکید بر فضایل اخلاقی و توانایی‌های علمی و آگاه به آموزه‌های دینی بالاتر خواهد رفت.

نکته اساسی در این میان آن است که وجود شروط برای احراز صلاحیت به معنای وجود نگاه طبقاتی به قدرت و محرومیت بخشی از افراد جامعه از مشارکت سیاسی نیست، چرا که شرایط مشخص شده برای احراز صلاحیت، همگی اکتسابی است و موانع ذاتی برای رسیدن به آن وجود ندارد.

مشارکت سیاسی به مثابه حق، به مثابه تکلیف

یکی از مسائل مهم در بررسی مفهوم مشارکت سیاسی توجه به ماهیت آن در نظام سیاسی اسلام است که می‌توان تفاوت ماهوی آن را با آنچه در اندیشه سیاسی غرب تحت همین عنوان آمده است، آشکار کند و نشان دهد که چگونه مفاهیمی از این قبیل در دستگاه معانی اسلامی ارتقای معنا داده اند.

در نظام سیاسی اسلام از مشارکت سیاسی به عنوان حق و تکلیف مردم یاد شده است. طبق تعبیری که از بزرگان آمده، انتخاب کردن و رأی دادن هم به عنوان یک حق برای مردم معرفی شده و هم از آن به یک تکلیف شرعی در ردیف دیگر تکالیف شرعی و شاید بالاتر از برخی از تکالیف دیگر یاد شده است.

در نگاه اسلامی منشأ تمامی حقوق خداوند است و اوست که نظام حقوق و تکالیف را برای زندگی بشر تعریف کرده و از طریق فطرت و ارسال شریعت نبوی در اختیار بشریت قرار داده است. یکی از این حقوق، «حق تعیین سرنوشت» است که در نظام سیاسی اسلام به منزله یکی از ارکان مهم شکل گیری حکومت اسلامی محوریّت دارد. از آنجا که در اسلام رأی و انتخاب ملت در عرصه نصب کارگزاران حکومت اسلامی اعتبار دارد، ملت حق دارند در انتخابات حاضر شده و به نامزد مورد علاقه خود رأی دهد. هیچ کس نیز در جایگاهی نیست که بتواند مانع تحقق این حق شود. به واقع آنچه در نظام‌های غربی مبتنی بر منشأیی خیالی چون «قرارداد اجتماعی» شکل گرفته است، در اسلام اساس و بنیانی محکم داشته و مستظهر به آموزه‌های الهی است.

از سوی دیگر مشارکت سیاسی فعال در جامعه که مصادق بارز آن حضور در عرصه انتخابات است، به عنوان یک ضرورت شرعی و تکلیف الهی مورد تأکید قرار گرفته است، چرا که اولاً نظام سیاسی اسلام بدون حضور ملت در صحنه معنا نمی‌یابد و ثانیاً این حضور موجب حفظ و تقویت نظام اسلامی که به فرموده حضرت امام حفظ آن از اهم واجبات است، شده و آن را در برابر تهدیدات مختلف مصون می‌کند.

رهبر معظم انقلاب به این حقیقت چنین اشاره دارند: «... هم حق و هم تکلیف مردم است که بیایند و سرنوشت کشورشان را به دست خودشان معین کنند؛ زیرا که کشور متعلق به مردم است. مردم باید بیایند و با انتخاب صحیح و آزادانه، قانونگذارانشان را در قوهی مقننه معین کنند؛ مجریان خودشان را با ترتیبی که در قانون معین شده است، معین کنند. این حق مردم است و متعلق به آنهاست؛ اما تکلیف هم هست. این‌طور نیست که یکی بگوید من نمی‌خواهم از این حق استفاده کنم؛ نه، سرنوشت نظام بسته‌ی به احقاق و استنفاذ این حق است؛ این تکلیف است؛ باید همه شرکت کنند.» (۷۸/۱۱/۲۶)

در به کارگیری تعبیر تکلیف نکته دیگری نیز نهفته است و آن اینکه عمل به تکلیف مستلزم رعایت چارچوبی است و با رعایت اصول و قواعدی معنا می‌یابد. لذا مکلف باید ضمن آشنایی با الزامات تکلیف مورد نظر، کار را به بهترین نحو به ثمر رساند. در نگاه تکلیف‌مدارانه حضور در انتخابات، فرد باید به اصول دیگری نیز توجه کند که از آن جمله می‌توان به اصل شایسته‌سالاری و انتخاب کاندیدای اصلح اشاره کرد. به این تعبیر رهبری: «همچنان که اصل انتخابات یک تکلیف الهی است، انتخاب اصلح هم یک تکلیف الهی است.» (۷۶/۲/۳۱)

به واقع با نگاه تکلیف‌مدارانه به انتخابات، رأی و گزینش ملت با توصیه‌ها و رهنمودهای دینی در مسیری صحیح و کم‌اشتباه قرار گرفته و این «حق انتخاب» با رهنمودهای الهی بارور شده و به سوی کمال و شایسته‌گزینی سوق می‌یابد.

عوامل مؤثر در کاهش مشارکت سیاسی

مشارکت سیاسی مفهومی تشکیکی است که در هر اجتماعی می‌تواند دچار افزایش و کاهش شود. در این میان عواملی هستند که موجب ترغیب ملت به سوی مشارکت سیاسی شده و برعکس عواملی از انگیزه‌های ملت برای حضور در عرصه‌های مشارکت بکاهد.

به نظر می‌رسد تلاش برای تأثیرگذاری بر سرنوشت سیاسی - اجتماعی موضوعی نیست که برای تبیین ضرورت آن برای انسان امروز باید استدلال کرد. این مسئله آنقدر بدیهی است که شرح اهمیت و ضرورت آن را بیان واضحات و بدیهیات می‌توان دانست، اما با وجود به ظاهر بدیهی بودن این مسئله، باز هم در جامعه شاهد آن هستیم که بخش قابل توجهی از صاحبان حق مشارکت، ترجیح می‌دهند تا از این حقوق خود بهره‌نجام ندهند و در پای صندوق‌های رأی حاضر نباشند. برای شناخت این موانع بد نیست تا برای این سؤال که «چرا یک شهروند در روز انتخابات به پای صندوق رأی حاضر نمی‌شود؟» پاسخی درخور بیابیم.

۱- اولین سطح از علل حضور نیافتن افراد در پای صندوق‌های رأی؛ نداشتن آگاهی لازم نسبت به اهمیت انتخابات است. هرچند امروز آموزش‌های عمومی و اطلاع‌رسانی رسانه‌های فراگیر، آگاهی و دانش را در تمامی وسعت جامعه منتشر کرده است، ولی همچنان هستند افرادی که در مواجهه با چرایی عدم حضور در پای صندوق رأی، به ندانستن اهمیت این امر اشاره می‌کنند.

۲- سطح دوم افرادی هستند که هر چند نسبت به اهمیت حضور در انتخابات آگاهند، ولی رأی و حضور خود را مؤثر نمی‌دانند. کسانی که بین آمدن و نیامدنشان فرقی نمی‌بینند و رأی خود را صاحب تأثیر نمی‌دانند.

۳- بخش دیگری از کسانی که در انتخابات شرکت نمی‌کنند، کسانی هستند که آنقدر در مسائل دیگر زندگی غرق هستند که مشارکت سیاسی و شرکت در انتخابات برای آنها دیگر مسئله نخواهد بود. برای نمونه از فردی که هنوز نتوانسته نیازهای اولیه خود را رفع کرده و غرق در محرومیت و تلاش برای رفع آن است، کمتر می‌توان انتظار داشت که به نیازها و حقوق ثانویه خود همچون مشارکت سیاسی بیندیشد.

۴- علت بخشی از عدم مشارکت‌ها (هرچند محدود) را می‌توان «موانع فیزیکی» دانست که آن را نیز در محاسبات میزان مشارکت‌ها باید توجه کرد. به همراه نداشتن شناسنامه و کارت هویت به دلایل مختلف (مثلاً برای افرادی که در سربازخانه‌ها حضور دارند)، مسافرت‌ها، ناتوانی‌های جسمی از جمله کهولت سن و بیماری‌ها، و ... نیز هرچند موارد معدودی هستند، اما از عواملی به شمار می‌آیند که نتیجه‌ای جز کاستن از مشارکت نخواهد داشت.

۵- بخش دیگری از افراد به دلیل آنکه فضای انتخابات را فضای رقابتی نمی‌بینند، لذا برای خود حق‌گزینشی نیافته و از حضور در پای صندوق‌های رأی صرف نظر می‌کنند. مبتنی بر نگاه این بخش معنای حقیقی انتخابات، برگزیدن از میان گزینه‌های مختلف است و در صورت وجود تنوع و تکثر است که رقابت معنا می‌یابد. این بخش از افراد چون فضای انتخابات را رقابتی ندانسته، حاضر به شرکت در انتخابات نیستند.

۶- دسته دیگری از افراد، اعتماد نداشتن به ساختار انتخابات و سلامت برگزاری آن را بهانه‌ای برای حضور نیافتن خود می‌دانند. این افراد معتقدند در انتخابات امکان تقلب وجود داشته و از درون صندوق کسانی بیرون می‌آیند که نظام سیاسی خواستار انتخاب آنان است. لذا حضور در انتخابات بیهوده بوده و به واقع فرآیند مذکور بیش از آنکه «انتخاب» باشد، «انتصاب» است و به واقع انتخابی صورت نمی‌گیرد!

۷- دسته دیگری غایبان در انتخابات، کسانی هستند که مدعی‌اند، هرکس انتخابات شود نخواهد توانست کاری از پیش برده و بر مشکلات و موانع موجود فائق آید. این نگاه بدبینانه از وجود قدرت برتر پشت پرده‌ای سخن می‌راند که با تفوق و هژمون خود مانع فعالیت اصلاح مسئولان پایین دستی است، لذا حضور در انتخابات بیهوده بوده و منجر به تغییر و تحول اساسی در کشور نخواهد شد.

۸- ناکارآمدی مسئولان و معضلات اقتصادی - اجتماعی، عامل مؤثر دیگری در حضور نیافتن بخشی از مردم در پای صندوق‌های رأی است. این افراد که بیشتر از طبقات آسیب‌پذیر اجتماعند، تلاش دارند تا اعتراض خود را به عملکردها و ناکارآمدی‌ها در قالب حاضر نشدن در پای صندوق رأی نشان دهند. رفتار این قشر به معنای مخالفت با نظام سیاسی نیست، بلکه صرف وجود مشکلات و فضاهای اقتصادی است که خود را در قالب پرخاشگری‌هایی، چون عدم حضور در پای صندوق‌های رأی نشان می‌دهد.

۹- برخی دیگر حضور نیافتن در انتخابات را از جنس «تحریم انتخابات» دانسته و به دلیل مخالفت و معاندت با نظام سیاسی، و به جهت کاستن از مشروعیت آن، به طور آگاهانه از حضور در پای صندوق‌های رأی امتناع می‌کنند. این افراد تحریم را نوع ابزار مبارزاتی بدون خشونت علیه رژیم دانسته و پیام آن را اعتراض به نظام موجود و نامشروع جلوه دادن آن می‌دانند.

راهبردهای افزایش مشارکت سیاسی

برای ساماندهی به ۹ دسته مختلف طیف غایبان، سه دسته علل را برای عدم حضور ایشان در پای صندوق‌های رأی می‌توان در نظر گرفت، که توجه به آنها می‌تواند رمز عبور از موانع مشارکت حداکثری باشد. این عوامل را می‌توان به ترتیب چنین برشمرد: ۱- ناآگاهی، ۲- بی‌اعتمادی، ۳- نارضایتی. ۴- ناتوانی که برای مقابله با آن سیاست آگاه‌سازی، اعتمادسازی و رضایتمندسازی پیشنهاد می‌شود:

۱. آگاه‌سازی

اولین مانعی که موجب می‌شود تا فرد با بی‌حوصلگی و تنبلی از حضور در پای صندوق رأی طفره رود، ناآگاهی است. همانطور که گفته شد بخشی از افراد جامعه آنقدر از جایگاه اجتماعی خود بی‌اطلاعند که نمی‌دانند تأمین بخش قابل توجهی از حقوق خود با مشارکت در امور سیاسی از جمله انتخابات حاصل می‌شود. گاه فرد اطلاعاتی نیز از این جایگاه دارد، ولی این آگاهی تا آن حد نیست که فرد را به اقدام وادار کند. بیشتر این افراد از اقبال کم سواد جامعه بوده که در مسیر آموزش‌های جامعه‌پذیری سیاسی در مدارس و مراکز آموزشی قرار نگرفته‌اند و در این زمینه نیازمند آگاهی بخشی و آموزش‌اند.

راه مساعدت برای حضور چنین افرادی در پای صندوق رأی «آگاه‌سازی» است.

- شرح اهمیت جایگاه مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری در نظام تصمیم‌گیری کشور،

- شرح اهمیت حضور و مشارکت حداکثری در پای صندوق‌های رأی،

- شرح میزان تأثیرگذاری رأی تک‌تک افراد در انتخابات مجلس و اینکه گاه یک رأی می‌تواند سرنوشت

انتخاباتی را دگرگون کند،

- شرح ابعاد شرعی ضرورت حضور در انتخابات،

- شرح وضعیت حساس کشور در مواجهه با استکبار جهانی در آستانه انتخابات مجلس و نقشی که

مشارکت حداکثری می‌تواند در شکست نقشه‌های شوم دشمن داشته باشد،

- تبیین نقش مشارکت حداکثری در افزایش مشروعیت و اقتدار جمهوری اسلامی، و ...

بخشی از آگاهی‌هایی است که می‌تواند در این زمینه سودمند باشد.

داستان آگاه‌سازی نسبت به جایگاه و اهمیت مجلس خبرگان رهبری شاید حتی بیش از مجلس شورای

اسلامی باشد. اغلب مردم به درستی نمی‌دانند که مجلس خبرگان رهبری به چه کار می‌آید. فاصله هشت ساله

انتخابات این مجلس، در کنار عدم اطلاع رسانی مستمر و شفاف از عملکرد موجب شده تا ذهن جامعه از

فلسفه وجودی این مجلس خالی باشد و در نتیجه میل به مشارکت در انتخابات این مجلس کاهش یابد.

مجلسی که تصمیم‌گیری در مورد مهمترین رکن قدرت در کشور را برعهده دارد و بر جایگاه و بلیت فقیه و

رهبری نظام اسلامی نظارت دارد و می‌تواند آن جایگاه را عزل و نصب نماید.

وظیفه اصلی آگاه‌سازی در این زمینه بر عهده اصحاب رسانه است که در رأس آن صاحبان منبر و تریبون،

مطبوعات، سایت‌های خبری و رسانه ملی قرار دارند، که انتظار می‌رود با انجام وظیفه قانونی خود در این زمینه

مشر ثمر باشند. همچنین گروه‌های مرجع و تأثیرگذار بر اقشار مختلف جامعه نیز در این زمینه نقش کلیدی و مهمی برعهده دارند.

به فرموده حکیم انقلاب اسلامی «همه کسانی که مخاطبانی دارند، وظیفه دارند مردم را به انتخابات دعوت کنند. علمای اعلام، اساتید دانشگاه، اساتید حوزه، صداوسیما، مطبوعاتی‌ها، جوان‌ها، افراد در داخل خانواده، اینها همه می‌توانند منادی انتخابات باشند و مخاطبان خودشان را به انتخابات دعوت کنند؛ آن‌وقت انتخابات، انتخابات پُرشوری خواهد شد.» (۱۴۰۲/۱۰/۲)

۲. اعتمادسازی

دسته دیگری از افراد جامعه کسانی هستند که نسبت به اهمیت مشارکت سیاسی و حضور در انتخابات آگاهند، اما به دلیل «بی‌اعتمادی» حاضر نیستند در رأی‌گیری شرکت کنند. منشأ این بی‌اعتمادی را می‌توان در تجربیات تلخ فردی، برخی حوادث در انتخابات گذشته و القائات و شبهه‌افکنی‌های دشمنان نظام اسلامی دانست که ذهن افراد را تحت تأثیر قرار داده و اراده آنان برای حضور در انتخابات را سست می‌کنند.

تلاش‌های رسانه‌های دشمنان انقلاب اسلامی در قالب طرح ادعای تقلب، رقابتی نبودن، نمایشی بودن، فرمایشی بودن، مهندسی شده بودن آرا و ... از جمله ترفندهایی است که اذهان عمومی را نشانه رفته است. اوج این سناریوی تبلیغاتی را می‌توان در قالب کودتای مخملین سال ۱۳۸۸ مشاهده کرد که چطور ادعای «تقلب» به رمز آشوب فتنه گران مبدل شد.

اغلب اقشار این دسته را جوانان، دانشجویان و طبقات متوسطی تشکیل می‌دهند که بیشتر در معرض شبهه‌پراکنی رسانه‌های بیگانه و تأثیرپذیری از فضای مجازی قرار دارند و می‌توانند بر دیگر اقشار جامعه نیز تأثیرگذار باشند. لذا مواجهه با این معضل یکی از ضروریات نظام سیاسی است تا مانع شیوع بیماری «بی‌اعتمادی سیاسی» در جامعه شود. در این راستا به ملاحظات زیر می‌توان توجه نمود:

۱. راه مقابله با این معضل، «اعتمادسازی» است. اعتمادسازی هم از طریق ارائه پاسخ‌های اقناعی و مستدل حاصل می‌آید که این امر بر عهده رسانه‌های عمومی و تریبون‌های مختلف است.

۲. در اعتمادسازی گروه‌های مرجع و تأثیرگذار و ذی‌نفوذ در میان توده‌های ملت از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، چرا که در اغلب مواقع فرد بی‌اعتماد به نظام سیاسی تنها از این گروه‌های مرجع حرف‌شنوی دارد. لذا نقش محوری در اعتمادسازی را در جایی که رسانه ملی و مطبوعات داخلی به دلیل قرار داشتن در درون سیستم، از اعتبارشان نزد مخاطب کاسته شده است، گروه‌های مرجع باید بر عهده بگیرند.

۳. نقش جهاد تبیین در عرصه اعتمادسازی شاید بیش از دیگر عوامل موثر در افزایش مشارکت موثر خواهد بود. باید تلاش شود تا سوالات و ابهاماتی که موجب بی‌اعتمادی اذهان عمومی شده احصاء شده و برای آن پاسخ‌های درخوری متناسب با شرایط ذهنی مخاطب ارائه گردد.

۴. همچنین برای مقابله با رسانه‌های شبهه‌افکن بیگانه نیز باید چاره‌ای اندیشید و ضمن مقابله سخت‌افزارانه با آنها، ابعاد پشت پرده و اغراض منفعت‌طلبانه آنها را برای مخاطبان واکاوی کرد.

۵. برای اعتمادسازی، نهادهای قانونی متولی برگزاری انتخابات باید ضمن شفاف‌سازی در حوزه عملکردی و پاسخگویی به شبهات احتمالی مطروحه، با حساسیت کامل از هر اقدامی که به ترویج شایعات بالاخص در آستانه انتخابات کمک می‌رساند، پرهیز کنند.

به عنوان نمونه یکی از مهمترین مواضع ایجاد شبهه و ایجاد بی‌اعتمادی در فرآیند انتخابات، آنجایی است که برخی از نامزدهای انتخاباتی تایید صلاحیت نمی‌شوند. شورای نگهبان دلایل ردصلاحیت را به افراد اعلام می‌کند، اما به دلیل رعایت اصول اخلاقی، شرعی و قانونی در سطح افکار عمومی اطلاع‌رسانی نمی‌کند! همین محدودیت موجب شده تا برخی از فرصت‌طلبان، طلبکارانه مدعی برخورد جناحی شورای نگهبان شوند. در حالی که اگر شورای نگهبان دلایل ردصلاحیت شان را اعلام کند، افکار عمومی به حقیقت موضوع پی خواهد برد! در این ماجرا بنظر می‌رسد که شاید خوب باشد شورای نگهبان با بررسی همه ابعاد مساله تجدیدنظری در این رویه داشته و در برخی موارد، دلایل ردصلاحیت افراد را اعلام عمومی نماید تا فرصت برای تخریب از بین برود. بدون شک ایجاد چنین شفافیتی در روند بررسی صلاحیت‌ها موجب خواهد شد تا روند اعتمادبخشی تسریع گردد.

۶. رقابتی کردن صحنه انتخابات و وجود نامزدهای متعدد با گرایش‌های سیاسی متنوع، خود عاملی است که موجب افزایش اعتماد افکار عمومی به واقعی بودن انتخابات است و حکایت از این دارد که انتخاب مردم حائز اهمیت است و امکان انتخاب برای آنها وجود دارد.

۷. فراموش نباید کرد بی‌اعتمادی، فرآیندی دفعی نیست که یکباره بوجود آمده باشد، بلکه فرآیندی طولانی است که به تدریج و گام به گام حاصل شده است که گاه به بهانه یک رخداد سر باز می‌زند! لذا رفع آن و جلب اعتماد افراد نیز زمان بر و تدریجی خواهد بود.

۸. بی‌اعتمادی حالتی روحی - روانی است که با عواطف و احساسات و هیجانات نیز در آمیخته است. لذا راه درمان آن تنها استدلال و اقناع نیست. لذا همدلی و همزبانی و عطوفت و مهربانی می‌تواند در متقاعد سازی افراد نقش کلیدی داشته باشد.

۳. رضایت‌مندسازی

بخش اصلی از میان کسانی که در روز انتخابات به پای صندوق‌های رأی نمی‌آیند، آنهایی نیستند که بی‌اطلاع بوده یا تحت تأثیر القائات بی‌اعتماد شده باشند؛ بلکه کسانی هستند که به دلیل مشکلات متنوع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی که وجود بخشی از آن طبیعی و بخشی دیگر حاصل سوء مدیریت‌هاست، حاضر نیستند به پای صندوق‌های رأی روند. فشارهای اقتصادی اعم از گرانی و تورم و عدم ثبات قیمت‌ها، بوروکراسی تنبل و اذیت‌کننده ادارات، وجود بیکاری، شکل‌گیری فسادهای اقتصادی و معضلاتی این‌چنینی آنان را در صف عدم رأی‌دهندگان قرار داده است.

۱. برای کسب رضایت این افراد و رفع کدورت‌های ایجاد شده، بیش از هر کس مسئولان و دستگاه‌های اجرایی وظیفه دارند که با اصلاح رفتار و ارائه پاسخ و عذرخواهی از سوءمدیریت‌ها و تلاش برای جبران کاستی‌ها برای کسب رضایت تلاش کنند.

۲. معتمدان ملت و کارشناسان متخصص وظیفه دارند تا با توجیه این بخش از جامعه، این مهم را برای افراد جا بیندازند که اتفاقاً راه حل صحیح حل معضلات موجود مشارکت سیاسی و تلاش برای انتخاب کاندیدای اصلح و کنار گذاشتن ناکارآمدان است نه قهر با صندوق‌های رأی!

۳. در کنار راهکارهای اصلی، برخی اقدامات مقطعی نیز می‌تواند به بهبود رضایت عمومی در آستانه برگزاری انتخابات‌ها کمک کند:

- تبلیغات مؤثر نامزدهای انتخاباتی و توجه ایشان به نیازهای اصلی جامعه، و داشتن برنامه‌های برای حل مشکلات کشور

- پرهیز از سیاه‌نمایی و امیدوار کردن ملت به حل مشکلات،

- پاسخگو بودن نمایندگان کنونی مردم و ارائه گزارش کار از آنچه مجلس یازدهم انجام داده است.

- پاسخ به این سوال که مجلس یازدهم چه کرده است؟ و به نفع مردم و برای حل مشکلات کشور چه مصوباتی داشته است؟ که این مهم وظیفه رسانه‌های اثرگذار اعم از رسانه ملی، مطبوعات و فضای مجازی است.

- کنار گذاشتن اختلافات بین مسئولان و قوای سه‌گانه که موجب تشویش اذهان عمومی و نابسامانی در بازار می‌شود،

- پرهیز از تصویب و اجرای قوانینی که در آستانه انتخابات می‌تواند موجب افزایش فشار بر توده‌های ملت شود،

- کنترل و ایجاد ثبات در اقتصاد در آستانه انتخابات، و جلوگیری از شکل گیری هرگونه شک به بازار که می تواند موجب نوسانات غیرعادی باشد و افکار عمومی را بیازارد.
- اتمام و راه اندازی پروژه هایی که می تواند موجب افزایش خدمات عمومی شود.
- و ... نمونه ای از این قبیل اقدامات است.

۴. هموارسازی

یکی از عوامل کاهش مشارکت، موانعی است که گاه می تواند از رسیدن رای مردم به صندوق رای جلوگیری به عمل آورد. عواملی که باید برای مرتفع کردن آنان چاره اندیشی نمود.

۱. بخشی از رای دهندگان به خاطر برخی بیماری ها و محدودیت های جسمی، ناتوان از حضور در پای صندوق رای هستند. برای این قشری در قانون فعال سازی صندوق های سیار دیده شده است که باید در این زمینه هم اطلاع رسانی کافی صورت گیرد و هم امر دسترسی به این صندوق ها هموار گردد. متأسفانه در ادوار گذشته موارد متعددی وجود دارد که اغلب مردم از این موارد ناآگاهند، و یا آنکه با تماس های مکرر، واحدهای سیار برای رای گیری نیامده اند!

۲. از طرفی برخی به دلیل حضور در خدمت سربازی، مناطق دور دست مرزی، مناطق دریایی و کشتی های تجاری و نظامی، زندان، و هر جایی که دسترسی به صندوق رای وجود ندارد، امکان مشارکت ندارند. برای رای گیری از این افراد نیز باید تدبیر نمود و تمهیداتی فراهم نمود.

۳. برخی دیگر فاقد مدارک لازم برای رای دادن هستند و به هر دلیل دسترسی به مدارک لازم ندارند. این امر می تواند برای مسافران و همه آنها که دور از خانه هستند معضلی جدی باشد. برای حل این مشکل طبق تدبیری که در این دوره از انتخابات شده، با کارت ملی، گواهینامه، کارت پایان خدمت و گذرنامه هم می توان در انتخابات شرکت کرد. این امر می تواند کمک موثری در رای دادن افرادی باشد که به مدارک خود دسترسی ندارند.

۴. برخی دیگر حوصله و تحمل صفوف طولانی رای گیری را ندارند و آنقدر در رای دادن جدی نیستند که حوصله داشته باشند تا ساعاتی از روز تعطیل خود را پای صندوق رای بگذرانند، لذا به سادگی از حضور در انتخابات منصرف می شوند. نکته قابل تأمل آنکه دو انتخابات با هم همزمان شده است (برخلاف دوره گذشته در سال ۱۳۹۸ که تنها یک انتخابات بود)، افراد زمانی بیشتری را برای رای دادن باید اختصاص دهند و این امر موجب افزایش ترافیک در پای صندوق رای خواهد شد. به این موضوع بیفزاییم که در انتخابات مجلس شورای اسلامی باید از میان دهها یا صدها نامزد انتخاباتی (که این آمار در شهرهای بزرگ بیشتر نیز هست) نام فرد

مورد نظر را پیدا کرد و بر روی برگه رای نشود که واقعا کار سخت و آزاردهنده‌ای محسوب می‌گردد (برخلاف انتخابات ریاست جمهوری که نام یک فرد از قبل تعیین شده و غیرمشابه نوشته می‌شود) این وضعیت در مورد انتخابات مجلس خبرگان رهبری نیز در سطح ضعیف‌تری وجود دارد. برای حل این معضل باید تلاش نمود تا: اولاً در نقاط پر جمعیت معضل کمبود صندوق رای را مرتفع نمود. در این دوره از انتخابات اقداماتی در این راستا انجام شده است. معاون سیاسی وزارت کشور اعلام داشته در انتخابات امسال چهار هزار شعبه بیشتر از گذشته در نظر گرفتیم تا سهولت در امر رأی‌گیری صورت بگیرد. ستاد انتخابات کشور ۶۵ هزار شعبه اخذ رای در کل کشور پیش بینی کرده است. قرار است شعب اخذ رأی، در بوستان‌ها، پارک‌ها، بیمارستان‌ها، پادگان‌ها و کارخانجات هم فعال شود. در هر شعبه اخذ رای، دو صندوق وجود دارد که صندوق درب قرمز مختص مجلس خبرگان و صندوق درب آبی مختص انتخابات مجلس است.

۱۲۱۸ هیات اجرایی و ۲۰۸ حوزه انتخابی اصلی در سراسر کشور وجود دارد و ۷۵۰ هزار نفر در فرایند اجرای انتخابات با وزارت کشور همکاری می‌کنند. در ادوار گذشته، ضرب مٔهر در شناسنامه برای انتخابات الزامی بود و رأی‌دهنده حتماً باید شناسنامه خود را به حوزه اخذ رای ارائه می‌داد؛ اما در انتخابات مجلس دوازدهم این الزام حذف شده است. امسال برگه رأی انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری، تجمیع و در یک برگه ادغام شده است. رأی‌دهنده یک برگه تعرفه دریافت می‌کند که از وسط قابل جدا شدن است. انتهای تعرفه مربوط به انتخابات خبرگان و قسمت بالا مربوط به مجلس شورای اسلامی است. ثانیاً؛ زمان انتخابات بالاخص در ساعت پایانی به اندازه کافی تمدید گردد و از همه آنهایی که خود را به پای صندوق رای رسانده‌اند، رای اخذ گردد. و حتی مطالعاتی صورت گیرد که آیا امکان برگزاری انتخابات در شهرهای بزرگ دو روز هم ممکن است یا خیر؟

ثالثاً؛ باید توجه داشت زیست فردی و اجتماعی ایرانیان نیز دچار تغییرات اساسی شده و به موازات تحولات جهانی و تحول وسایل ارتباطی، جامعه جدید و شهروندان نوینی شکل گرفته‌اند؛ جامعه شبکه‌ای شده و شهروندان دیجیتال شده‌اند. شهروندان امروزی عمده امور روزمره خود را با برنامه‌هایی چون اسنپ، دیجی کالا، همراه بانک و... انجام می‌دهند. حال سؤال این است که چگونه این شهروندان دیجیتال را می‌توان در روز رأی‌دهی به صورت فیزیکی و حضوری به پای صندوق‌های رأی برد؟ مردمی که عادت کرده‌اند امور روزمره خود را با فشردن صفحه تلفن همراه خود انجام دهند، چگونه می‌توان به صورت حضوری و ادار به مشارکت در انتخابات کرد؟ به واقع ممکن است بخشی از مردم بخواهند در انتخابات شرکت کنند اما دیگر مانند دوران گذشته حوصله قرار گرفتن در صف رأی‌دهی را نداشته باشند. بنابراین، باید شیوه رأی‌گیری هم تغییر کند.

ابزارهای انجام امور روزمره شهروندان تغییر کرده و رأی‌دهی هم نمی‌تواند از این تغییر مصون بماند. لذا یکی از راههای تسهیل در امر رأی‌دهی، غیرحضور و اینترنتی کردن رأی‌دادن است. مکانیزمی که با توجه به پیشرفت‌های فضای سایبری در بخشی از کشورهای دنیا محقق شده است.

در این میان شرایط لازم برای تحقق این امر طراحی و آماده‌سازی زیرساخت‌ها و مقدمات نرم‌افزارانه‌ای است که این امر را ممکن می‌سازد. در این میان مهمترین مساله تامین و تضمین امنیت و سلامت آن است که نیازمند پرتکل‌هایی اطمینان‌بخش است. لذا باید ابتدا تلاش شود تا در این زمینه وفاق و اعتماد عمومی شکل‌گیرد. مادامی که این اتفاق نیفتد، تلاش در این زمینه بی‌نتیجه خواهد بود. فراموش نکنیم جریانی سیاسی که رأی‌های فیزیکی پای صندوق را بی‌اعتبار می‌خواند و پس از شکست ادعای تقلب می‌کند، آیا در صورت ناکامی حاضر خواهد بود که نتیجه انتخابات اینترنتی را بپذیرد؟! با این توضیح تحقق چنین راهکاری به انتخابات ۱۴۰۲ نخواهد رسید.

ملاحظات پایانی

در سطوح راهبردی نگاهی به مساله افزایش مشارکت داشتیم. در این میان مواردی را هم به عنوان تکنیک می‌توان مورد توجه قرار داد.

۱. توجه به رأی‌اولی‌ها در انتخابات عاملی است که می‌تواند عاملی برای افزایش مشارکت به حساب آید. تمایل به ثبت اولین تجربه سیاسی و حضور رأی‌اولین بار در پای صندوق‌های رأی، کافی است تا موتور محرکی برای مشارکت در انتخابات باشد. در این میان ممکن است عواملی ذهنی که اغلب محصول عملیات روانی دشمن در ایجاد یاس و ناامیدی و بی‌انگیزگی و ... است موثر بوده و آنها را از درک این اولین تجربه منصرف کرده باشد که این حالت چندان قوام ندارد و با سخنرانی‌های انگیزشی می‌توان آنها را ترغیب به شرکت در انتخابات نمود.

۲. نکته دیگر آنکه باید توجه داشت که کسی را که تمایل به شرکت در انتخابات ندارد را دعوت به مشارکت می‌کنند نه دعوت به رأی‌دادن به فردی خاص. چرا که دعوت به فردی خاص گاه ممکن است که خود مانعی برای مشارکت باشد. فرد را دعوت به حضور در انتخابات باید کرد تا از سبده گسترده نامزدها، به هر کس دوست دارد رأی دهد.

۳. ملاحظه دیگر، تلاش برای به اشتراک گذاشتن تجربیات مختلف در دعوت مردم به مشارکت است. بدون شک افراد مختلف در مسیر دعوت دیگران به مشارکت از شگردها و استدلال‌هایی بهره می‌گیرند که برخی از آنها نتیجه‌بخش است. چه خوب که این شگردها به اشتراک گذاشته شود تا دیگران نیز از آن بهره‌مند شوند و در مواجهه با آنها بی‌تردید دارند بکار ببرند.

۴. ملاحظه دیگر توجه به ملاحظات انتخابات مجلس شورای اسلامی است که به شدت متاثر از مسایل منطقه‌ای است. لذا راهکارهای دعوت مردم به مشارکت نیز متاثر از این شرایط است. شاید راهکاری برای یک حوزه انتخابیه مفید باشد، اما همان راهکار برای حوزه انتخاباتی دیگری بکار نیاید.

۵. برای ایجاد مشارکت، گام اول و موثر مخاطب شناسی است. بدون شناخت درست از مخاطب نمی‌توان از تاثیرگذاری بر آن سخن گفت. در این فرآیند حداقل در مورد دو چیز باید آگاه بود:

اول آنکه مخاطب چه اعتقاداتی دارد و دستگاه ارزشی او چگونه شکل گرفته است و چه پیش فرض‌هایی را در حوزه سیاست قبول دارد. بدون شک برای اقناع سازی کسی که فردی متشرع است و مبانی مذهبی دارد، باید از مسیری رفت و کسی که متشرع نیست مسیری. برای قانع کردن کسی که انقلاب را قبول دارد و کسی که ضدانقلاب است باید با دو منطق استدلال کرد.

دوم آنکه معلوم گردد آنکه پای صندوق رای نمی‌آید، ناآگاه است، یا بی‌اعتماد، یا آنکه از عملکردهای ناراضی است، که برای مواجهه با هر کدام از آنها باید مسیر استدلالی متفاوتی را طی نمود.

بی‌توجهی به این تفاوت‌ها، تلاش ما برای اقناع سازی را کم اثر خواهد کرد. شاید بهترین راه برای دستیابی به این اطلاعات، پرسیدن این سوال از مخاطب باشد که چرا ترجیح می‌دهد در انتخابات شرکت نماید. و دادن فرصتی به وی که دلایل خود را بازشمارد و ما گوش شنوایی برای شنیدن درد دل‌های آنها باشیم. آنگاه خواهیم توانست با شناخت دقیقتری به ارائه پاسخ پردازیم.

۶. دگرگونی شرایطی زیستی جامعه، تغییراتی را در گروه‌های مرجع ایجاد کرده است. بخشی از گروه‌های مرجع سنتی که پیش از این معتبرترین‌ها در جامعه به حساب می‌آمدند، دچار کاهش اعتبار شده و گروه‌های مرجع جدید، پدید آمده‌اند که بر بخش عمده‌ای از جامعه بالاخص نسل جوان اثرگذارند. مثال برجسته این مراجع نوظهور، سلبریتی‌ها هستند که به واسطه رسانه‌های نوین روز به روز بر طیف مخاطب بیشتری سیطره فکری - ذهنی دارند.

بنظر می‌رسد برای رسیدن به مشارکت نیازمند تعامل با سلبریتی‌ها و مدیریت و مهار آنان است. بدون شک دشمن نیز برای به خدمت گرفتن آنان برنامه دارد و رهاسازی آنان در انتخابات می‌تواند بستر را برای بهره برداری دشمن علیه انتخابات فراهم آورد. از انسو بکارگیری سلبریتی‌های ورزشی و هنری می‌تواند کمک کار افزایش مشارکت و عاملی برای ترغیب مردم گردد.

۷. موفقیت‌های ملی نیز عاملی برای افزایش مشارکت سیاسی است. بدون شک هر موفقیتی که بتواند حال جامعه را بهتر از دیروز کند می‌تواند بستر را برای مشارکت بیشتر مردم فراهم آورد. در این میان مسابقه بزرگی چون جام ملت‌های آسیا که در طول ۴۸ سال گذشته ایان نتوانسته است به جام قهرمانی آن دست یابد، می‌تواند عاملی برای ایجاد شور و نشاط در جامعه گردد. مسابقاتی که آغاز شده است و چشم‌های بخش زیادی از فوتبال دوستان کشورمان که جمع کثیری هستند را به خود خیره کرده است.