



ایران در آستانه انتخابات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شورای اجتماعی کشور

جستارهایی در
ایران در آستانه انتخابات

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ۱۳۹۴

جستارهایی در

ایران در آستانه انتخابات

به سفارش شورای اجتماعی کشور

رصد فرهنگ و اجتماع - ۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ماه ۱۳۹۴

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات / [تهیه و گردآوری] پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، رصد فرهنگ و اجتماع؛ [برای] شورای اجتماعی کشور. - تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۴.

۳۶۶ ص.؛ جدول، نمودار. - (رصد فرهنگ و اجتماع؛ ۳)

موضوع: ۱. ایران. مجلس شورای اسلامی - انتخابات - مقاله‌ها و خطابه‌ها ۲. ایران. مجلس شورای اسلامی - انتخابات - جنبه‌های جامعه‌شناختی ۳. انتخابات - ایران
شناسه افزوده: الف. ایران. وزارت کشور. معاونت اجتماعی. شورای اجتماعی کشور ب. فروست

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ج. ۵ / الف / ۱۷۱۶ DSR

رده بندی دیویی: ۰۸۴۴/۹۵۵

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات

شورای اجتماعی کشور؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نوبت چاپ: آبان ۱۳۹۴

فهرست مطالب

مقدمه / سیدمرتضی میرباقری _____ ۷

■ ■ ■ انتخابات و ملاحظات اجتماعی فرهنگی

- ۱۱ _____ پیچیدگی جامعه و کنش جمعی مردم در ایران / محمد آقاسی
- ۲۱ _____ نگاهی به رابطه روحانیت و مجلس، از مشروطه تا امروز؛ استغنائی سازمان روحانیت از مجلس / حسن اجرایی
- ۳۳ _____ انتخابات پارلمانی، هویت جمعی و امر سیاسی / ریحانه اصلان زاده
- ۴۱ _____ سازمان‌های رفاهی، کنترل سیاسی، شهروندی / رضا امیدی
- ۴۷ _____ تأملی بر مشارکت طبقه متوسط در انتخابات پیش‌رو / یاسر باقری
- ۵۷ _____ پیامدهای نگاه اصلی به جای نگاه آلی به انتخابات در ایران / محمدرضا جوادی یگانه
- ۷۱ _____ اقوام و انتخابات / ابراهیم حاجیانی
- ۸۳ _____ بررسی هویت مورد نظر گفتمان جمهوری اسلامی ایران در قبال زنان / سید محمدمهدی خوبی
- ۹۷ _____ وندالیسم انتخاباتی؛ تخریب اموال عمومی یا تخریب افکار عمومی؟ / محمدمهدی رحمتی
- ۱۰۳ _____ اقتصاد انتخابات مجلس / علی سرزعیم
- ۱۱۱ _____ لنینی شدن فرایند / علیرضا شجاعی زند
- ۱۲۳ _____ امتناع وعده‌های انتخاباتی در سطح ملی / عباس عبدی
- ۱۳۱ _____ مجلس شورای اسلامی و سرمایه اجتماعی / غلامرضا غفاری
- ۱۴۱ _____ تحلیل پیامدهای اجتماعی و فرهنگی انتخابات؛ از منظر منازعات کلامی / محمد جواد غلامرضا کاشی
- ۱۵۱ _____ الزامات مجلس دهم برای بقا و ارتقای ایران / محمد فاضلی
- ۱۶۳ _____ گذار به مردم‌سالاری مستقیم / ناصر فکوهی
- ۱۷۱ _____ دروغ‌گویی در انتخابات؛ اشکال، سطوح، و پیامدها / حسن محدثی گیلوایی
- ۱۹۵ _____ احزاب شه‌ساخته دوره پهلوی و انتخابات / رضا مختاری اصفهانی
- ۲۰۳ _____ انتخابات فرصتی برای انشقاق یا ائتلاف / احمد میدری
- ۲۱۵ _____ ملاحظات درباره انتخابات در ایران / جواد میری
- ۲۲۳ _____ انتخابات و فرهنگ شهرت؛ مشاهیر ورزشی و هنری (سلبریتی‌ها) و انتخابات در ایران / راضیه یاسینی

■ ■ ■ انتخابات و مطالبات

- ۲۳۹ _____ انتخابات و مطالبات زنان / شیرین احمدنیا
- ۲۴۹ _____ انتخابات و مطالبات رأی اولی‌ها / سمیه توحیدلو
- ۲۶۳ _____ انتخابات، آموزش عمومی و مسئله آب / جبار رحمانی

- ۲۷۳ _____ مطالبات در حوزه گاز طبیعی و آینده ایران / مجید عباسی
- ۲۸۱ _____ انتخابات و اقلیت‌های مغفول: صدا و ژئوپلیتیک قومی-دینی / مهرداد عربستانی
- ۲۹۳ _____ رصد اقتصاد هنر ایران در آستانه انتخابات مجلس شورای اسلامی / محمدرضا مریدی

■ ■ ■ انتخابات و رسانه‌ها

- ۳۰۱ _____ رویکرد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای به انتخابات ایران / عبدالله بیچرانلو
- ۳۰۹ _____ استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های موبایلی در انتخابات / شادی ضابط
- ۳۱۹ _____ آن‌لاین بدون ایمیل / محمد معماریان
- ۳۳۱ _____ الگوی تبلیغات رسمی انتخابات در ایران با تأکید بر صداوسیما / نوح منوری
- ۳۳۹ _____ ناآرامی در نهاد ناپایدار شبکه همراه / فرشاد مهدی‌پور
- ۳۴۷ _____ رفتار انتخاباتی با نگاهی به مصرف رسانه‌ای / عباس نعمتی
- ۳۵۷ _____ اهمیت ویدئوهای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در آستانه انتخابات مجلس دهم / حسین یزدان‌شناس

■ ■ ■ تأملی بر مشارکت طبقه متوسط در انتخابات پیش رو

یاسر باقری

دانشجوی دکتری رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

۱. مقدمه

تعریف طبقه متوسط همواره دشوار و محل اختلاف بوده است، اما شرایط خاص حاکم بر جامعه ایران، به ویژه در سال‌های اخیر، این تعریف را پیچیده‌تر نیز کرده است. اگر برای رهایی از تشویش و جهت‌گیری‌های مختلف موجود، به تبعیت از آنتونی گیدنز، دسته‌بندی سه‌گانه طبقات را بر سه مقوله «دارایی»، «آموزش و مهارت» و «نیروی کاریدی بودن» استوار بدانیم، می‌توانیم طبقه متوسط را بدین ترتیب تعریف کنیم که اعضای این طبقه تا حدی از دارایی برخوردار بوده و واجد آموزش و مهارت قابل توجه هستند و از سویی در جایگاه نیروی کاریدی نیز اشتغال ندارند.

بر اساس این تعریف، می‌توان ادعا کرد که وضعیت خاص اقتصادی ایران در سال‌های اخیر شرایطی را به وجود آورده است که با اندکی ساده‌سازی می‌توان آن را «گسست طبقه متوسط فرهنگی از طبقه متوسط اقتصادی» دانست، به نحوی که افراد زیادی وجود دارند که از آموزش و مهارت برخوردارند، اما تمکن اقتصادی متوسطی ندارند. اگر با تسامح افراد واجد سواد و تحصیلات را اعضای طبقه متوسط فرهنگی بدانیم،

می‌توانیم ادعای فوق را به کمک آمار رسمی موجود تا حدی تبیین کنیم و از سوی دیگر، به واسطه این داده‌ها، ادعای وضعیت خاص ایران را در دشواری تعریف طبقه متوسط نیز تشریح کنیم.

اساس دسته‌بندی طبقات مبتنی بر «کار» بوده است، درحالی‌که وضعیت ناگوار نرخ بیکاری در ایران سبب شده است که گاه افرادی را که به دلیل برخورداری از سطح بالای آموزش عضو طبقه متوسط می‌دانیم، فاقد شغل باشند؛ به گواه داعیه رئیس قوه مقننه، ۴۲ درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ایران بیکار هستند.^۱ اگر این آمار را متقن بدانیم و یا حتی سایر آمارهای موجود را که همگی بر میزان بالای بیکاری فارغ‌التحصیلان تأکید دارند مبنا قرار دهیم، در هر صورت با تعداد قابل توجهی از افرادی مواجه‌ایم که بنا به تعریف فوق در زمره طبقه متوسط فرهنگی قرار می‌گیرند، اما به دلیل فقدان شغل، پیوند میان مفاهیم طبقه و اشتغال را مخدوش می‌کنند.

از سوی دیگر، حدود ۶,۵ درصد از سرپرست خانوارهای دهک اول از سواد و تحصیلات دانشگاهی برخوردارند. بدین ترتیب، درصدی از خانوارهای پایین‌ترین دهک هزینه‌ای بر اساس تعریف فوق در طبقه متوسط فرهنگی قرار می‌گیرند که این مسئله نیز با شرط تمکن مالی طبقه متوسط در تضاد است. قرارگرفتن این افراد در طبقات فرودست و به تبع آن قرارگرفتن در شغل‌های فرودست، آنها را با دوگانگی الگوی رفتاری (الگوی طبقه متوسط فرهنگی یا الگوی رفتاری فرودستان) مواجه می‌سازد.

از سوی دیگر، حاکمیت تمام‌عیار «صنعت دانش» کشور و به تبع آن گسترش مدرک‌گرایی شگفت‌آور در جامعه، شتاب‌زدگی دانشگاه‌ها در اعطای مدرک، افزایش ظرفیت پذیرش دانشجویان جدید و رشد دانشگاه‌های پولی متعدد، فضایی را به وجود آورده‌اند که نمی‌توان از دارنده مدارک دانشگاهی انتظار چندانی برای ارتقای سطح آگاهی عمومی داشت و این مسئله نیز سطح فرهیختگی تحصیل کرده‌ها و اعضای طبقه متوسط فرهنگی را به چالش می‌کشد.

به همین دلیل است که طبقه متوسط گاه شامل کنشگران فعال خواهد بود که از آگاهی و فرهیختگی برخوردارند و توان بسیج‌کنندگی دارند و گاه شامل افرادی خواهد بود که سیاهی‌لشکران احساسی هستند و پست‌هایی همچون «بغ‌بغو» را لایک و آن را در کامنت‌های متعدد تکرار می‌کنند.^۲

با توجه به چالش‌های فوق در تعریف طبقه متوسط، ما نیز در اینجا به جای تدقیق تعریف، به مفهوم بین‌الذهانی آن بسنده می‌کنیم، با این قید که بر فعال، کنشگر و

خلاق بودن طبقه متوسط تأکید داریم.

۲. طبقه متوسط و انتخابات پیش رو

شکل‌گیری حماسه در انتخابات در ایران همواره در گروهی میزان مشارکت طبقه متوسط در انتخابات بوده است. بخشی از مردم که مشارکت در انتخابات را تکلیف می‌دانند و نیز برخی از آنها که به دلایل متنوعی شرکت در انتخابات را نوعی منفعت می‌دانند، همواره در انتخابات شرکت می‌کنند؛ در مقابل، برخی از مردم نیز همواره در قهر به سر می‌برند و هرگز در انتخابات شرکت نمی‌کنند؛ اما طبقه متوسط برخلاف دو دسته دیگر به صورت پیش‌بینی، شرکت یا تحریم را انتخاب نکرده است و بسته به شرایط دست به انتخاب می‌زند.

غالباً، این انتخاب برای شرکت یا عدم شرکت در ماه‌های پایانی صورت می‌گیرد و اگر مسئله تهییج‌آوری وجود نداشته باشد، امکان عدم شرکت (به‌ویژه در انتخابات مجلس) بیش از تمایل به شرکت خواهد بود. بر این اساس، منطقی است که این نوع رفتار بیشتر واکنشی علیه شرایط موجود خواهد بود تا کنشی معمولی برای انتخاب افراد خاص. هرچند بر اساس داده‌های رسمی موجود در بازه زمانی دو دهه اخیر، به نظر می‌رسد که هرگاه میزان رد صلاحیت‌ها کمتر شده است، تمایل طبقه متوسط به کنش‌های ایجابی به مراتب افزایش یافته است، به طوری که اگر استان تهران را که هم به لحاظ میزان طبقه متوسط و هم به لحاظ سیاسی بودن نمایندگان از سایر استان‌ها بالاتر است مورد بحث قرار دهیم، درخواهیم یافت که بنا به آمارهای رسمی موجود، دوره ششم مجلس، که کمترین رد صلاحیت افراد شناخته‌شده را داشته است، میزان مشارکت به ۸۶ درصد رسیده است که بیشترین میزان مشارکت تهرانیان در تاریخ انتخابات مجلس شورای اسلامی بوده است، درحالی‌که مجلس هفتم با رد صلاحیت گسترده افراد سرشناس (بر اساس آمارهای رسمی) کمترین میزان مشارکت در میان انتخابات چهار دوره (دوازده سال) پیش از خود را از آن خود کرده است. میزان مشارکت در انتخابات مجلس هفتم در مقیاس ملی از این هم بدتر است و در جایگاه کمترین میزان مشارکت در تاریخ مجلس شورای اسلامی قرار دارد.

به هر حال، در وضعیت فعلی به نظر می‌رسد که طبقه متوسط تمایل زیادی به مشارکت در انتخابات پیش رو دارد و سویی مشارکت آن نیز مبتنی بر نفی برخی گروه‌هاست. چنین به نظر می‌رسد که طبقه متوسط از کنش (یا به عبارت دقیق‌تر، واکنش) خود در انتخابات مجلس نهم راضی نبوده و می‌کوشد تا در دوره اخیر با مشارکت بیشتر آن را

جبران کند.

۳. انتخابات، طبقه متوسط و شبکه‌های مجازی

در سال‌های اخیر، شاهد تغییراتی در شبکه‌های اجتماعی جهان بوده‌ایم که میزان ارتباط و دسترسی افراد را متحول کرده است. این تحول ناشی از پیدایش نرم‌افزارهای پیام‌رسانی است که به کمک سیستم عامل اندروید بر روی تلفن‌های همراه نصب شده و دسترسی افراد را به اخبار و گروه‌های مختلف اجتماعی مجازی به شکل قابل توجهی افزایش داده است. استقبال ایرانیان از این نرم‌افزارها بیش از حد تصور است، به گونه‌ای که علاوه بر واتس‌آپ و اینستاگرام که با وجود استقبال گسترده ایرانیان آمار دقیقی از آنها در دسترس ما نیست، بر اساس آمارهای منتشرشده در خرداد سال جاری، کاربران ایرانی در وایبر، تلگرام و لاین، به لحاظ میزان کاربرد به ترتیب رتبه‌های اول، دوم و سوم را در بین کشورهای مختلف جهان کسب کرده‌اند که آماری خیره‌کننده و حیرت‌آور است.^۳

چنین حضور گسترده‌ای در شبکه‌های مجازی به عنوان تغییری گسترده در بخشی از روابط و تعاملات اجتماعی است که بدون تردید تغییر در مناسبات اجتماعی و سبک زندگی ایرانیان را در پی خواهد داشت. در همین راستا، باید انتظار داشت که تغییراتی در رفتار و مناسبات انتخاباتی مردم نیز به دنبال داشته باشد و از آنجا که طبقه متوسط پیش‌تاز تغییرات مدنی و اجتماعی مدرن است، در این زمینه نیز انتظار می‌رود پرچمدار این تغییر رفتار باشد. بنابراین، انتخابات مجلس دهم شورای اسلامی نخستین انتخاباتی است که شبکه‌های مجازی پیام‌رسان موبایلی در آن نقش بسزایی ایفا خواهد کرد و بستر مناسبی برای طبقه متوسط است تا به جولان عقاید و سلیق خود بپردازد. در ادامه، به پیامدهای احتمالی این بستر و جولان خواهیم پرداخت، اما پیش از آن لازم است تأکید کنیم که گسترش بیش از پیش شبکه‌های مجازی (موبایلی و غیرموبایلی) در سال‌های اخیر، کارکرد دیگری را نیز به همراه داشته است و آن پیوستن اعضای طبقات دیگر به این شبکه‌هاست. با هجوم این افراد به شبکه‌های مجازی، ادبیات رایج در شبکه‌ها نیز تحت تأثیر قرار گرفته است که نشانه‌ها و پیامدهای آن محل بحث این نوشتار نیست. تنها برای نشان دادن برخی مصادیق آن می‌توان به مواردی اشاره کرد؛ از جمله چند هزار نوشته توهین‌آمیز گروه زیادی از ایرانیان در صفحه شخصی لیونل مسی، بازیکن آرژانتین، بلافاصله پس از هم‌گروه شدن تیم فوتبال ایران و آرژانتین در جام جهانی ۲۰۱۴؛ و بن ویلیامز، داور استرالیایی مسابقه فوتبال ایران و عراق در جام

ملت‌های آسیا ۲۰۱۵ در فیسبوک؛ چند هزار کامنت توهین‌آمیز در صفحه اینستاگرام رامبد جوان به خاطر دعوت از افغان‌ها در برنامه خنداونه و... با این حال، به نظر می‌رسد که برخلاف این موج‌سازی‌های لمپنیستی که گاه به گاه مشاهده می‌شود، همچنان طبقه متوسط از توان بالایی برای موج‌سازی هدفمند، سنجیده و پایدار برخوردار است.

۴. پیامدهای تغییر در عرصه ارتباطات برای انتخابات

یکی از محتمل‌ترین پیامدهای تغییرات تکنولوژیکی در عرصه ارتباطات برای انتخابات اخیر مجلس، گسترش بالای فعالیت مراجع اجتماعی و فرهنگی خواهد بود و افراد تأثیرگذار در عرصه‌های هنری، ورزشی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به اظهارنظر پرداخته و اظهارات شنیده و بازنشر خواهد شد. شخصیت‌های اثرگذار سیاسی نیز به لطف شبکه‌های مجازی جدید شانس بیشتری برای تکثیر صدا و تصویر و نقل‌قولشان خواهند داشت. بنابراین، اگر حمایت محمد خاتمی و اکبر هاشمی رفسنجانی از روحانی را یکی از علل مهم موفقیت ایشان در کسب حداکثر آرا بدانیم، در انتخابات آتی امکان این نوع از حمایت‌ها از سوی گروه‌های گوناگون و در سطح شهرهای مختلف بسیار افزایش خواهد یافت و البته به همین نسبت امکان شایعه‌سازی در این باره نیز افزون خواهد شد.

در این میان نقش طبقه متوسط چیست؟ به نظر می‌رسد این طبقه دو نقش جدی را به عهده گیرد: از یکسو از تغییرات تکنولوژیکی برای تکثیر گسترده صدا، تصویر و گزیده‌گویی‌های شخصیت تأثیرگذار به نفع جریان نزدیک به خود استفاده کرده و از سوی دیگر با بهره‌گیری از سازوکارهای مختلف (همچون استدلال، طنازی، تحریک احساسات، هنرنمایی و...) به اشاعه نظرات خود خواهد پرداخت. بدین ترتیب، ضمن ترجمه‌گزینشی سخنان بزرگان برای مردم، می‌کوشند تا با تأثیرگذاری بر جهت‌گیری مردم، آرای آنان را به سمت سبد نامزدهای منتخب خود سوق دهند.

از سوی دیگر، با توجه به وجود رخدادهای تجربه‌شده‌ای همچون انتشار اسامی نمایندگان موافق یا مخالف برخی از طرح‌ها و لوایح مهم همچون تصویب کلیات برجام، این احتمال بسیار قوی وجود دارد که در انتخابات آتی مجلس، شاهد فهرست‌های طولانی اسامی نامزدها در سطح شهر، استان و کشور باشیم که مورد حمایت یا مخالفت طبقه متوسط قرار گرفته‌اند و بدین ترتیب نوعی «تحت‌متعدد و متکثر مجازی» شکل گیرد که فهرست نامزدهای مورد قبول خود را برای شهرهای مختلف کشور پیشنهاد می‌دهند. این شکل از «تحت‌متعدد مجازی» حاوی ویژگی‌های منحصربه‌فردی خواهد بود؛

از جمله اینکه برخلاف احزاب مرسوم، بیشتر بر نامزدهایی که نباید به آن رأی داد تکیه دارد،^۴ درحالی که احزاب مرسوم فاقد چنین توانی هستند؛ از سوی دیگر، این بستر جدید امکان جدال‌های متعدد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، صنفی و هویتی در سطح گروه‌های مختلف مجازی را به وجود خواهد آورد و به نوعی یک «عرصه عمومی» را در قالب این شبکه‌ها امکان‌پذیر خواهد کرد که امکان گفتگو و کنش ارتباطی را تا حدی فراهم خواهد ساخت. شایان ذکر است که تمایز هریک از گروه‌های متکثر اجتماعی در شبکه‌های مذکور تا آنجاست که با تفاوت اساسی در ادبیات آنها مواجه‌ایم، به نحوی که مفهوم «ژارگون»‌های هر گروه، برای نمایش تمایز ادبیات خاص گروه‌ها چندان گزافه نیست. بنابراین، گفتگوی اعضای هر گروه مجازی درباره انتخابات به‌رغم موضوع احتمالی مشترک، از ادبیات، منطق و استدلال متفاوتی برخوردار خواهد بود. بدین ترتیب، فضای شکل‌گرفته در میان احزاب مجازی از رویکرد سیاسی و ادبیات خاص احزاب مرسوم فاصله چشمگیر خواهد داشت. تقریباً، همه گروه‌های فعال در این زمینه را طبقه متوسط راهبری خواهد کرد.

با شکل‌گیری و گرم‌شدن چنین فضایی، بسیاری از نامزدهای انتخابات نیز چاره‌ای جز پیوستن به فضای تحت سیطره طبقه متوسط و تحزب مجازی نخواهند داشت. بنابراین، آنها خود و یا اعضای ستادشان با تأسیس گروه‌های مجازی، بر بازتولید این میدان جدید دامن خواهند زد.

۵. دولت و انتخابات پیش رو

در فضای تشریح‌شده فوق ذیل تغییرات تکنولوژیکی اخیر، تا حدی روشن است که قوانین مربوط به تبلیغات انتخاباتی ضریب نفوذ پیشین خود را از دست خواهد داد و کنشگران فعال ممکن است تا لحظه انتخابات به تبلیغات خود ادامه دهند و پس از آن شمارش نیز به گزارش لحظه به لحظه آن در سطحی گسترده و مبتنی بر آمار تفکیکی بپردازند. در ذیل سیطره چنین فضایی، گستره عملکردی طبقه متوسط به شدت گسترش خواهد یافت و در مقابل گستره عملکردی دولت محدودتر شده و دولت توان کنترل پیشین خود را بر رفتار انتخاباتی تا حد زیادی از دست می‌دهد. بنابراین، در چنین شرایطی، دولت باندبیر چاره‌ای جز قرارگرفتن در جایگاه هدایتگرانه به جای کنترل‌کننده تمام‌عیار رفتار انتخاباتی مردم ندارد. بنابراین، سازوکارهایی همچون قطع کردن سیستم‌ها و ممانعت در برابر ارسال پیامک‌ها دیگر (دست‌کم به اندازه گذشته) پاسخ‌گو نخواهد بود و طبقه متوسط از طرق مختلف و از جمله مسیرهای متعدد موازی دستیابی به اینترنت، توان

راهبری خویش را حفظ کرده و امکان تأمین و تبادل اطلاعات را برای سایر اعضای خود و ترجمه آن به زبان مردم بازخواهد یافت و به تبع آن، هزینه کنترل‌های اقتدارگرایانه برای دولت افزایش خواهد یافت. بنابراین، به نظر می‌رسد دولت در چنین جایگاهی بیش از پیش قلمرو حوزه عمومی و مدنی را به رسمیت بشناسد و سلطه خویش را بر بخشی از حوزه عمومی رها کند. البته، باید تأکید کنیم که این تغییرات در کلیت گستره حاکمیت، آنچنان اندک است که تغییر چندانی در میزان تمایلات اقتدارگرایانه نهادهای حاکمیتی ایجاد نخواهد کرد و نباید انتظار داشت که به سایر حوزه‌های رفتاری دولت یا نهادهای حاکمیتی نیز سرایت کند، اما در حوزه کوچک مورد بررسی، تغییری قابل توجه تلقی می‌شود.

با این حال، سناریوی فوق تنها سناریوی دولت و نهادهای حاکمیتی نخواهد بود و سناریوی دیگری که در این زمینه می‌توان تصوّر کرد، عدم پذیرش ریسک مشارکت گسترده طبقه متوسط به دلیل پیامدهای آن و نیز وسوسه ایجاد تک‌صدایی در جامعه است؛ در واقع، سرکوب امید طبقه متوسط ممکن است بنای سناریوی دومی باشد که می‌توان برای نهادهای نظارتی یا امنیتی تصوّر کرد. این امر از طرق مختلف امکان‌پذیر است که دو مورد محتمل‌تر آن که می‌تواند تصویر درازمدت نامطلوبی برای حاکمیت به جا بگذارد، در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرد. یکی از این دو مورد «رد صلاحیت گسترده چهره‌های شناخته‌شده و محبوب» است و مورد دوم، امنیتی‌کردن فضای پیش از انتخابات است. در واقع، حاصل هر دو مورد مخدوش شدن تصویر بلندمدت حاکمیت در ایران خواهد بود. این تهدید در یک سطح متوجه دولت به معنای قوه مجریه است و در سطح دیگر فراتر از آن خواهد بود؛ در سطور زیر به تشریح آن خواهیم پرداخت. امنیتی‌شدن فضا و یا رد صلاحیت گسترده (و یا رخداد هم‌زمان آنها) فضای گفتگوی مردم و به خصوص طبقه متوسط را با حکومت به شدت محدود و کنش ارتباطی میان آنها را مخدوش می‌کند. این‌گونه نیست که واکنش طبقه متوسط به رد صلاحیت‌ها و یا امنیتی‌شدن فضا در یک انتخابات خاص تنها به همان انتخابات محدود شود، بلکه این طبقه با انباشت خواست‌های سرکوب‌شده، در نقاط خاصی از زمان به آن پاسخ می‌دهد. در همین راستا، جریان‌ات پس از انتخابات ۸۸ را نباید صرفاً به رخدادهای انتخاباتی ریاست‌جمهوری دهم ارتباط داد، بلکه باید ریشه‌های آن را در موارد متعدد دیگری از نادیده‌گرفته‌شدن خواسته‌های طبقه متوسط و حتی عدم استقبال آنان از انتخابات مجلس هفتم (به دنبال رد صلاحیت‌های گسترده آن دوره) دنبال کرد. این

مسائل به آسیاب «تضاد تاریخی دولت - ملت در ایران» آب خواهد ریخت و آن شکاف را تشدید خواهد کرد؛ شکافی که تحت حکمرانی طبقه متوسط ایجاد و یا رفع خواهد شد. نباید فراموش کرد که طبقه متوسط از توان رسانه‌ای و روایت‌سازی بالایی برخوردار است و با افزایش فاصله میان آنان و حکومت، امکان تصویرسازی منفی از سوی این طبقه افزایش خواهد یافت و تلاش متقابل حاکمیت برای کنترل آنها، می‌تواند به مخدوش شدن دموکراسی و جامعه مدنی بینجامد.

به نظر می‌رسد قوه مجریه نیز از آسیب‌های ناشی از دو سناریوی فوق و مخدوش شدن تصویر خویش در امان نخواهد ماند و تلاش دولت برای برجسته کردن بی‌طرفی خود در رد صلاحیت‌ها و یا امنیتی‌شدن فضا کارآمد نخواهد بود. اگرچه طبقه متوسط اهمیت ویژه‌ای برای محتوای سخنرانی‌ها و نشانه‌های درون آن قائل است و مدام آن را استخراج و ترجمه عمومی می‌کند، این‌گونه نیست که در چنین فضایی بتوان با سخنرانی و ارائه نشانه‌هایی دال بر مخالفت با سناریوی فوق یا منتسب کردن آن به نهادهای فرادولتی، حمایت طبقه متوسط را همچنان حفظ کرد. تجارب تاریخی نشان می‌دهد که آنها در چنین مواقعی انتظار کنش فعالانه از دولت دارند و در غیر این صورت، کمترین پیامد آن قهر طبقه متوسط در انتخابات ریاست‌جمهوری دوازدهم خواهد بود و از آنجاکه دولت یازدهم به آرای آنها متکی است، مخاطره‌ای جدی را پیش رو خواهد داشت. بنابراین، با اینکه طبقه متوسط به خوبی می‌داند که قوه مجریه در سناریوی فوق کنشگر نیست، در صورت رخداد چنین احتمالی، این قوه بسیار زیان خواهد دید، مگر آنکه نقشی فعالانه در برطرف کردن آن ایفا کند و بتواند اعضای این طبقه را بر اساس عملکرد خود در احقاق آنچه آنان حقوق خود می‌دانند، راضی نگه دارد.

کوتاه آنکه فضای انتخابات پیش رو با توجه به تغییرات در تکنولوژی ارتباطی، تجربه تازه‌ای برای مشارکت طبقه متوسط فراهم کرده است که این امر با هوشمندی در سیاست‌گذاری توسط دولت و حاکمیت، می‌تواند پیامدهای مثبتی در راستای انتخاب افراد لایق‌تر و هم‌زمان حفظ یا تقویت نشاط مشارکت‌کنندگان به دنبال داشته باشد. با این حال، ممکن است دولت و حاکمیت با انتخاب سیاست‌های اشتباه یا جناحی به سرکوب امید کنشگران روی آورد که آنگاه پیامدهای آن برای اعتلای میهنمان و نیز ادامه حمایت مردم از دولت مفید نخواهد بود. البته، ذکر این نکته نیز خالی از لطف نیست که به باور نگارنده، طبقه متوسط به دلیل اتخاذ رویکرد واکنشی و نفی‌کننده در این انتخابات، حتی در مقابل سناریوی فرضی دوم نیز به‌سادگی از مشارکت و تأثیرگذاری

خوبش دست نخواهد کشید.

پی‌نوشت

1. <http://faradeed.ir/fa/news>.

۲. امیرحسین مقصدلو با نام هنری «امیر تتلو» (یکی از خوانندگان رپ ایرانی داخل کشور) که در زمره طرفدارترین شخصیت‌های ایرانی در شبکه اینستاگرام است، در مرداد سال جاری در صفحه خود از طرفدارانش خواست تا بگویند «بغ‌بغو». این نوشته چند ده‌هزار لایک دریافت کرد و هزاران نفر آن را تکرار کردند.

3. <http://www.khabaronline.ir/detail/420666/ict/comunication>

۴. این ادعا برآمده از شواهد متعدد در تصدیق عادتواره طبقه متوسط در فضاهای مجازی است.

۵. در اینجا مفهوم دولت صرفاً به قوه مجریه محدود نیست.