

میزان مشارکت مردم و سناریوهای تبلیغاتی

مطالعه آمار و اطلاعات مربوط به انتخابات مجالس ملی در کشورهای مختلف نکات چندی را به ذهن متبادر می‌سازد. اول آنکه به طور میانگین، اقبال و استقبال شهروندان کشورهای مختلف از این ساز و کار دموکراتیک از سطح نسبتاً بالایی برخوردار است. در واقع بین ۶۰ تا ۶۵ درصد از شهروندان به طور متوسط در انتخابات پارلمانی شرکت می‌کنند. این مسئله نهاد پارلمان و انتخابات پارلمانی را به عنوان یکی از ترتیبات نهادی مسلط در جهان امروز که گرایش عمومی بالایی نسبت به آن وجود دارد معرفی می‌کند.

دیگر آنکه این مطالعه نشان می‌دهد که علیرغم برخی نظریات در باب ربط وثیق نوع نظامهای سیاسی با میزان مشارکت عمومی در انتخابات، نمی‌توان به طور مطلق ارتباط معناداری را میان این دو متغیر قائل بود. خاصه در این باب می‌توان تئوری کسانی را که از مشارکت بالای اجتماعی در جوامع لیبرالی سخن می‌گویند زیر سؤال برد چه اینکه سطح پایین مشارکت مردمی در انتخابات پارلمانی کشوری چون آمریکا (۳۶٪) و یا سطح متوسط این مشارکت در انگلستان (۵۰٪) صلابت تئوریک چنین ادعاهایی را مخدوش می‌سازد. در همین ارتباط می‌توان به سطح بالای مشارکت (بیش از ۸۰٪) در برخی نظامهای لیبرالی اشاره داشت.

در هر حال نمی‌توان قاعده عامی در این مورد مطرح کرد. هر جامعه‌ای متغیرهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی خود را دارد که این متغیرها تعیین کننده میزان و نحوه مشارکت است. با توجه به مقدماتی که ذکر شد آمار پیوست که سطح مشارکت مردم در انتخابات پارلمانی را در کشورهای مختلف به تصویر می‌کشد، کاربرد رسانه‌ای فراوان دارد و می‌توان از آن در برنامه‌سازی و تهیه گزارشهای تحلیلی به خوبی بهره‌برداری تبلیغاتی کرد.

در شرایطی که ایران در آن به سر می‌برد، رسانه‌های خارجی با تمرکز بر روی انتخابات ایران می‌کوشند اهداف تبلیغاتی و سیاسی خود را به پیش ببرند. از این رو از آمار پیوست می‌توان در جهت هدایت برنامه‌های رسانه ملی

با هدف خنثی سازی تبلیغات رسانه‌های بیگانه سود برد. در حال حاضر درباره انتخابات مجلس هشتم سه فرض قابل تصویر است:

(۱) مشارکت مردم گسترده و بیش از حد انتظار خواهد بود.

(۲) مشارکت کم و در حد پایین‌تر از معمول خواهد بود.

(۳) مشارکت مردم در حد متعارف و معمولی خواهد بود.

در صورت تحقق هر یک از این سه فرض قطعاً رسانه‌ها جنجال تبلیغاتی گسترده به راه خواهند انداخت و آنچه مسلم است خواهند کوشید تا مشارکت مردم را کم و بی‌اثر جلوه دهند. بر این اساس و با توجه به فرضیات موجود می‌توان با توجه به آمار مشارکت در کشورهای مختلف سه سناریوی تبلیغاتی را پیش‌بینی و بر اساس آن به تبلیغ پرداخت.

سناریوی اول: در صورت مشارکت گسترده مردم می‌توان آمار بالای مشارکت مردم ایران را با آمار کشورهای مدعی دموکراسی که مشارکت مردم در آنها پائین است مانند (آمریکا و انگلستان) تطبیق کرد و با تحلیل آن نتیجه گرفت که نظام جمهوری اسلامی از پایگاه اجتماعی گسترده برخوردار است و مشارکت در آن در حد عالی و حتی فراتر است کشورهای مدعی دموکراسی است.

سناریوی دوم: در صورت پائین بودن مشارکت مردم (که احتمالاً از حد مشارکت کشورهای چینی آمریکا و انگلستان پائین‌تر نخواهد بود) با ارائه آمار مقایسه‌ای ضمن ترسیم این واقعیت که سطح مشارکت مردم عادی است بر کیفیت و عقلانیت حاکم بر رفتار انتخاباتی تأکید کرد.

سناریوی سوم: در صورت اینکه مشارکت در حد معمول و متعارف باشد احتمالاً رسانه‌های بیگانه بر کم بودن آن تأکید خواهند کرد. در این صورت با ارائه آمارهای مقایسه‌ای می‌توان عادی بودن وضعیت و طبیعی بودن میزان مشارکت مردم را به تصویر کشید.

سوای آنچه که در نتیجه رأی‌گیری اتفاق می‌افتد و مجلس شکل می‌گیرد رسانه‌های بیگانه خواهند کوشید تا به هر شکل ممکن مجلس شکل گرفته را از ابتدا بی‌اعتبار سازند و اعتماد مردم را نسبت به آن کاهش دهند. از این رو طراحی سناریوی تبلیغاتی مناسب برای روزهای بعد از انتخابات ضروری است. با ارائه برنامه‌های رسانه‌ای مناسب در این جهت است که می‌توان از شکل‌گیری اذهان و افکار عمومی منطبق با خواست رسانه‌های بیگانه جلوگیری کرد و تصویر مجلس قدرتمند را در ذهنهای مردم نشاناد.

میزان مشارکت در انتخابات پارلمانی سایر کشورها و بررسی تطبیقی با ایران

ردیف	کشور	تاریخ برگزاری انتخابات پارلمانی	میزان مشارکت مردم (درصد)	حزب پیروز
۱	ایران	۱۳۸۶/۱۲/۲۴		
۲	ایالات متحده آمریکا	۷ نوامبر ۲۰۰۷	٪۳۶	دموکرات
۳	استرالیا	۲۴ نوامبر ۲۰۰۷	٪۹۴	کارگر
۴	ایتالیا	۹ و ۱۰ آوریل ۲۰۰۶	٪۸۳	چپ
۵	آلمان	۱۸ سپتامبر ۲۰۰۵	٪۷۷	دمکرات مسیحی
۶	اسپانیا	۹ مارس ۲۰۰۸	٪۷۵/۳	حزب سوسیالیست
۷	انگلیس	۵ می ۲۰۰۵	٪۵۰	حزب کارگر
۸	اوکراین	۳۰ سپتامبر ۲۰۰۷	٪۶۲/۲	حزب مناطق
۹	ازبکستان	۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ و ۹ ژانویه ۲۰۰۵	نامعلوم	حزب لیبرال دمکرات ازبکستان
۱۰	ارمنستان	۱۲ می ۲۰۰۷	٪۶۰	حزب جمهوری خواه
۱۱	افغانستان	۹ اکتبر ۲۰۰۴ (ریاست جمهوری)	نامعلوم	حامد کرزای
۱۲	اندونزی	۵ آوریل ۲۰۰۴	٪۸۴/۹	فدراسیون گروههای عملگرا
۱۳	الجزایر	۱۴ می ۲۰۰۷	٪۳۵/۶۵	جبهه آزادیبخش ملی
۱۴	اردن	۱۳۸۶	٪۵۸	-
۱۵	امارات متحده عربی	۱۳۸۵	٪۵۵	-
۱۶	بوتان	۳۱ دسامبر ۲۰۰۷	٪۵۳/۱۴	تک حزبی
۱۷	بحرین	۲۵ نوامبر ۲۰۰۵	٪۶۹	جمعیت وفاق ملی
۱۸	پاکستان	۲۸ فوریه ۲۰۰۸	٪۸۳/۶۶	حزب مردم
۱۹	ترکیه	۲۲ جولای ۲۰۰۷	٪۷۹/۸۶	عدالت و توسعه
۲۰	تاجیکستان	۲۷ فوریه و ۱۳ مارس ۲۰۰۵	نامعلوم	حزب دمکراتیک خلق تاجیکستان
۲۱	ترکمنستان	۱۹ دسامبر ۲۰۰۴	٪۷۶/۹	حزب دمکراتیک ترکمنستان
۲۲	تایلند	۲۴ دسامبر ۲۰۰۷	٪۲۷/۶۵	حزب ملی تایلند
۲۳	تونس	۲۴ اکتبر ۲۰۰۴	٪۸۶/۴۱	حزب دمکراتیک طرفدار قانون اساسی

ردیف	کشور	تاریخ برگزاری انتخابات پارلمانی	میزان مشارکت مردم (درصد)	حزب پیروز
۲۴	جمهوری آذربایجان	۶ نوامبر ۲۰۰۵	٪ ۴۶/۸	ینی آذربایجان
۲۵	دانمارک	۱۳ نوامبر ۲۰۰۷	٪ ۸۶	لیبرال
۲۶	روسیه	۲ دسامبر ۲۰۰۷	٪ ۶۳/۷۱	روسیه متحد
۲۷	عمان	۱۳۸۶	٪ ۶۲	-
۲۸	عراق	۱۵ دسامبر ۲۰۰۵	٪ ۷۹/۶۳	ائتلاف عراق یکپارچه (شیعیان)
۲۹	فرانسه	۱۷ و ۲۴ ژوئن ۲۰۰۷	٪ ۶۰	اتحاد برای جنبشهای مردمی (UMP)
۳۰	قزاقستان	۱۸ اگوست ۲۰۰۷	٪ ۶۴/۵۶	حزب میهن
۳۱	قرقیزستان	۱۶ دسامبر ۲۰۰۷	٪ ۷۱/۹۳	حزب مردمی راه روشن
۳۲	کانادا	۲۳ ژانویه ۲۰۰۶	٪ ۶۴/۹۸	محافظه کار
۳۳	کویت	تیر ۱۳۸۵	٪ ۶۶	-
۳۴	لبنان	۱۳۸۴	٪ ۵۵	-
۳۵	مولداوی	۶ مارس ۲۰۰۵	٪ ۶۳/۷	کمونست‌های جمهوری مولداوی
۳۶	مصر	۱۳۸۶	٪ ۱۹	حزب حاکم
۳۷	هند	۲۰ آوریل	نامعلوم	حزب مردم هند
۳۸	یونان	۱۶ سپتامبر ۲۰۰۷	٪ ۷۴/۱۴	حزب دموکراسی نوین
۳۹	یمن	۱۳۸۲	٪ ۶۸	حزب حاکم