

عرض اندام فضای مجازی در انتخابات ۱۴۰۰

هر پروژه انتخاباتی اعم از انتخابات مجلس شورای اسلامی، ریاست جمهوری یا شوراهای اسلامی شهر و روستا به لحاظ فرآیند اجرایی بیش از ۲۰ مرحله دارد که یکی از این مراحل، مرحله تبلیغات انتخاباتی است.

به گزارش سایت خبری پرسون، حسن رسولی نوشت: قانونگذار در هر کدام از انواع انتخابات در قالب برنامه زمان بندی اجرایی، موعدی را برای آغاز و انجام تبلیغات انتخاباتی از سوی کاندیداها یا احزاب و گروه های سیاسی پشتیبان آنها تعیین کرده است. بدین ترتیب در انتخابات ریاست جمهوری، دو هفته فرصت تبلیغات در نظر گرفته شده که در پایان این بازه زمانی، صبح روز پنجشنبه ای آغاز می شود که از ساعت ۸ صبح فردای آن روز، به مدت ۱۲ ساعت رای گیری آغاز و به انجام می رسد. حال آنکه هر گونه فعالیت تبلیغی خارج از این مهلت مقرر دو هفته ای، بنا بر همین قانون انتخابات و دیگر قوانین موضوعه، خلاف است و مرتکبان حسب تعیین تکلیف قانونگذار مورد پیگرد قانونی و حقوقی قرار می گیرند. در عین حال بر اساس قوانین بالادستی انتخابات، فعالیت هایی که پیش از این زمان از سوی کاندیداها یا احتمالی و طرفداران شان صورت می گیرد، مشروط بر اینکه سابقه تبلیغاتی به معنای انتشار تراکت و برگزاری میتینگ های انتخاباتی و مواردی دیگر نداشته باشند، بنا به قانون مجاز است، چراکه قانونگذار این حد از تسهیل گری و فرصت سازی را برای ترغیب و تشویق مردم برای حساسیت نسبت به سرنوشت انتخابات و گرم شدن فضای آن در نظر گرفته است. از منظر اجرایی و سیاسی طبیعتاً در انتخابات ریاست جمهوری که دامنه نامزدها محدود است و شورای نگهبان به طور معمول کمتر از ۱۰ نفر را تایید صلاحیت می کند، فضای پیش از رای گیری نسبت به بازه زمانی مشابه در دیگر انتخابات، به اصطلاح انتخاباتی تر است و افراد پیش از موعد انتخاباتی به تکاپو افتاده و با حمایت احزاب و جبهه ها مقدمات ورود به انتخابات را به کمک سازمان های تاثیرگذار بر افکار عمومی آغاز می کنند.

در این شرایط استفاده از عنوان تخلف برای تمامی فعالیت هایی که پیش از موعد تبلیغات رسمی صورت می گیرند، منطقی نبوده و به اصطلاح این عنوان بر کلیه تحرکات پیش از موعد مترتب نیست؛ چراکه فاصله زمانی اعلام داوطلبی انتخابات تا به رسمیت شناخته شدن به عنوان نامزد انتخاباتی به نسبت طولانی است. گذر از مرحله اعلام داوطلبی و رسیدن به شناخته شدگی به عنوان نامزد انتخابات، منوط به تشریفات قانونی هیات اجرایی مرکزی، شورای نگهبان و هیات مرکزی نظارت است. باید صلاحیت افرادی که اعلام داوطلبی کرده اند، مورد بررسی و رسیدگی و اظهار نظر قرار بگیرد. آن دسته از نامزدهای بالقوه که تایید شوند، نامزد قطعی هستند و آن دسته که تایید نشوند، از گردونه انتخابات خارج خواهند شد. این گونه اقدامات به انتخابات پر شور و رقابتی نیز کمک می کند. شرایط این روزها که واپسین روزها و ماه های برگزاری دو انتخابات مهم ریاست جمهوری و شوراهای اسلامی شهر و روستاست، متأثر از بیماری کروناس و با ادوار گذشته متفاوت است. این انتخابات بیشتر به انتخابات مجلس اسفندماه ۹۸ شباهت دارد. در آن زمان مسوولان کشور نسبت به اعلام زودهنگام ورود ویروس کرونا به کشور اقدام نکرده بودند.

در فضای کرونایی حفظ سلامت شهروندان در اولویت است. انجام روش های سنتی همچون برگزاری گردهمایی های چند هزار نفره و اقداماتی از این قبیل میسر نیست و علاوه بر فرصتی که صداوسیما به کاندیداها یا انتخاباتی می دهد، عمده بستر فعالیت انتخاباتی ریاست جمهوری، فضای مجازی است. بالطبع در این انتخابات شبکه های اجتماعی همچون «کلاب هاوس»، «توییتر»، «تلگرام» و «اینستاگرام» بیش از گذشته مورد استفاده قرار خواهند گرفت. شاید انتخابات پیش رو را باید عرصه عرض اندام فضای مجازی دانست، چراکه به علت شیوع کرونا اصل بر جلوگیری از تجمع و گردهمایی های سنتی است. باتوجه به توسعه کاربران فضای مجازی نقش آفرینی شبکه های اجتماعی، اپلیکیشن های اینترنتی پدیده های نو در انتخابات هستند.

مشارکت شهروندان در انتخابات نیز در وهله اول به میزان رضایت یا عدم رضایت از شرایط عمومی حاکم بر جامعه وابسته است. هرچه رضایت از شرایط موجود و عملکرد ارکان نظام و امید به آینده بیشتر باشد، امکان و زمینه مشارکت و زمینه مداخله مردم برای استفاده از حق رای در انتخابات بیشتر خواهد بود. همچنین به هر میزان که نارضایتی بیشتر باشد، مهم ترین تهدید متوجه اعتبار انتخابات خواهد بود. در انتخابات سال ۹۸ با ۲۰ درصد کاهش مشارکت نسبت به ۱۰ دوره قبلی مواجه بودیم که این مساله بسیار آسیب زننده است. بنابراین صرف نظر از آن، اینکه چه اندازه رسانه های مجازی می توانند پوشش عمومی در جامعه داشته باشند، ضریب نفوذ اینترنت بین ۷۵ تا ۸۰ درصد است که نشان دهنده اهمیت تبلیغات مجازی است. مضافاً اینکه تجربه نشان داده ابتدا موضوع انتخابات در بین جامعه نخبه کشور مطرح می شود و پس از آن در سطح افکار عمومی گسترش پیدا می کند. در مورد انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا عامل سوم یعنی رقابت های محلی هم صادق است. در انتخابات ریاست جمهوری چنین نیست؛ چراکه امری ملی است و مولفه های محلی از نوع قومیت، مذهب و زبان کمتر تاثیر دارد.