

# میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی (مورد مطالعه: شهر تهران)

مهدی ابراهیمی \*

تاریخ پذیرش ۱۳۹۶/۳/۱۳

تاریخ دریافت ۱۳۹۵/۱۲/۷

مسئله اساسی این پژوهش، میزان توجه کاندیداهای منفرد، ائتلاف‌ها و تشکل‌های سیاسی، و منتخبان مردم به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران است. جمعیت آماری پژوهش، همه کاندیداهای و ائتلاف‌های شرکت‌کننده در انتخابات در شهر تهران بوده که به تبلیغ پرداخته‌اند. از میان این جمعیت، اقلام تبلیغاتی ۳۹۱ کاندیدا و ۲۳ ائتلاف به شکل غیرتصادفی و بر مبنای در دسترس بودن ابزار تبلیغاتی و ستادهای انتخاباتی کاندیداهای و ائتلاف‌ها گردآوری شده و با استفاده از روش تحلیل محتوای شعارهای انتخاباتی با عطف نظر به گروه‌های در معرض طرد مورد بررسی قرار گرفت. از میان ۱۰ گروه عمده در معرض طرد اجتماعی، بیشترین توجه کاندیداهای به دو گروه جوانان و بیکاران بوده است و پس از آن، به ترتیب، فقرا، زنان، بیماران، سالخوردگان، کودکان و معلولان. دو گروه، اقلیت‌های قومی و دینی و بی‌سوادان، از سوی هیچ کدام از کاندیداهای و ائتلاف‌ها مورد اشاره قرار نگرفته‌اند. در بین ۳۰ نماینده منتخب مردم تهران نیز دو نفر در تبلیغات خود از جوانان و بیکاران یاد کرده‌اند. به این ترتیب گروه‌های در معرض طرد اجتماعی، در عرصه تبلیغات انتخابات مجلس نیز با طرد مواجه شده‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** طرد اجتماعی؛ گروه‌های در معرض طرد؛ انتخابات؛ تبلیغات انتخاباتی؛ تهران

\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران؛

Email: ebrahimi.mehdi@ut.ac.ir

## مقدمه و طرح مسئله

در نوشته‌های جدید علوم اجتماعی در باب فقر، نابرابری اجتماعی، عدالت اجتماعی، انسجام اجتماعی، پذیرش اجتماعی و تقویت توسعه اجتماعی پایدار، شاهد طرح مفهوم و سازه طرد اجتماعی هستیم که در وجوه نظری و سیاستگذاری مورد اعتنای صاحب‌نظران حوزه اجتماعی قرار گرفته است. طرد به‌مثابه سازه‌ای پویا و چندبعدی، به مرور جایگزین دستگاه مفهومی کلاسیک فقر در حوزه مسائل اجتماعی به‌ویژه در کشورهای پیشرفته شده و علاوه بر تبدیل شدن به یکی از مباحث کانونی و مورد توجه حوزه رفاه و سیاست اجتماعی (تاج‌زینانی و خرم‌آبادی، ۱۳۹۵: ۲۳)، جایگاه ویژه‌ای در زبان و ادبیات توسعه پیدا کرده است (هال و میجلی، ۱۳۸۸: ۹۷). برخی حتی امروزه طرد را دغدغه اساسی علوم اجتماعی می‌دانند (Byrne, 2005: 3). در ایران نیز طی سال‌های اخیر، باب بحث در مورد مفهوم طرد اجتماعی گشوده شده و شناسایی و تحلیل جنبه‌های مختلف این مفهوم، به تدریج مورد توجه اجتماع‌پژوهان قرار گرفته است. اگرچه توجه به طرد در نوشته‌های علوم اجتماعی امری جدید تلقی می‌شود، از حیث محتوایی و تاریخی نباید آن را به دوره معاصر محدود کرد و ریشه‌های نظری طرد اجتماعی را می‌توان در قالب برخی مفاهیم نزدیک به این سازه در جامعه‌شناسی کلاسیک جست‌وجو کرد (غفاری، ۱۳۹۴: ۷).

خاستگاه طرد اجتماعی را باید در بحث‌هایی پی‌گرفت که در مورد مفاهیم فقر مطلق و محرومیت نسبی و نابسندگی الگوهای مطلقاً مادی فقر و حاشیه‌ای شدن وجود دارد (Seaman, 2006: 986). در ادبیات سیاست اجتماعی نیز عموماً پذیرفته شده که طرد اجتماعی را به‌عنوان یک پدیده چندوجهی نمی‌توان تنها به حوزه درآمد یا حتی عرصه منابع مادی فروکاست (Abrams, Christian and Gordon, 2007: 4). کنش‌ها (اقدامات) و رویه‌هایی که (به‌عنوان جنبه‌هایی از نظام‌های قشربندی) موجب شمول یا طرد افراد می‌شوند از دیرباز در جوامع مختلف وجود داشته‌اند (Allman, 2013: 3) و در اغلب جوامع، سازوکارهای سنتی، عرفی، قانونی، نهادی و ...، درجاتی از رد یا پذیرش اجتماعی را رقم زده‌اند. مفهوم طرد اجتماعی، مجموعه‌ای از فرایندهای اجتماعی درون هر جامعه را دربرمی‌گیرد و صرفاً شیوه‌ای برای دسته‌بندی افراد و گروه‌ها درون آن جامعه نیست

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۱۷

(Welshman, 2007: 210). در دو دهه اخیر، طرد اجتماعی از این بابت که با مفهوم شهروندی فعال همراه شده، مورد توجه بیشتری قرار گرفته و رابطه آن با دیگر متغیرهای مهم اجتماعی نظیر مصرف، بیکاری، انزوای اجتماعی، فقر درآمدی و قابلیت در مقیاس محلی، منطقه‌ای و ملی و در بین طبقات مختلف و گروه‌های متفاوت حائز اهمیت تلقی شده است. در مقیاس فرافردی نیز شاهد تأثیر طرد اجتماعی در زمینه‌هایی مانند حاشیه‌ای شدن، اختلال اجتماعی و سیاسی، کاهش سرمایه اجتماعی و حتی فروپاشی اجتماعی هستیم؛ مسائلی که بسیاری از کشورها را بر آن داشته تا نسبت به مهار طرد و تقویت فرایند شمول اجتماعی برای رسیدن به انسجام اجتماعی پویا اقدام کنند (غفاری و امیدی، ۱۳۸۹: ۴۰-۳۹).

از دهه ۱۹۹۰ در نوشته‌های مربوط به سیاست اجتماعی و توسعه، اذعان شد که علاوه بر فقر و نابرابری، وضع نامساعد اجتماعی می‌تواند از طریق سازوکارهای طرد اجتماعی نیز تداوم یابد. عوامل متعددی وجود دارند که در ترکیب با یکدیگر، شمار قابل توجهی از جمعیت را از مشارکت کامل در زندگی رایج اقتصادی، اجتماعی و سیاسی محروم می‌کنند. این عوامل، از جمله با طبقه اجتماعی، قومیت، مذهب، فرهنگ، سن و جنسیت در ارتباط هستند (هال و میجلی، ۱۳۸۸: ۲۹). در مجموع، رویکرد طرد اجتماعی در مقایسه با رویکردهای درآمدی، فهم عمیق‌تر و جامع‌تری از ریشه‌ها و ابعاد محرومیت به دست می‌دهد. منتقدان رویکردهای درآمدی (مفاهیم و سنجه‌های فقر) بر این باورند که این رویکردها تک‌بعدی و کمی‌نگر بوده و به جای کیفیت زندگی، توجه خود را به افزایش درآمد معطوف کرده‌اند. این رویکردها به ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی محرومیت بی‌اعتنا هستند و علل غیردرآمدی آن را نمی‌کاوند. همچنین رهیافت‌های درآمدی خصلت غیرانتقادی دارند، روابط قدرت را نادیده می‌گیرند و سنجه‌های مرتبط با آنها، نظیر خط فقر، به سادگی برای مقاصد سیاسی دستکاری می‌شوند. بالاخره اینکه رویکردهای درآمدی، محرومیت را به فضای مفهومی فقر تقلیل داده‌اند و از فهم مسائل پیچیده‌ای همچون تبعیض، نابرابری فرصت‌ها و خشونت ناتوان‌اند (فیروزآبادی و صادقی، ۱۳۹۲: ۱۱).

بدین ترتیب، با توجه به نقش اساسی سیاست‌های اجتماعی در ایجاد الگوهای شمول و طرد اجتماعی (ابراهیمی، ۱۳۸۹: ۱۴۸)، یکی از اهداف سیاست اجتماعی که به شکل

روزافزون اهمیت می‌یابد، افزایش ادغام و دربرگیری اجتماعی گروه‌های دستخوش تبعیض و طرد اجتماعی و ممکن ساختن ورود آنها به جریان اصلی سیاستگذاری‌هاست. توجه سیاستگذاران اجتماعی به منافع، حقوق و نیازهای گروه‌های در معرض طرد، ازجمله با جابه‌جایی قدرت سیاسی در جامعه در ارتباط است و یکی از سازوکارهای این جابه‌جایی، انتخابات است. انتخابات به‌عنوان یک کنش اجتماعی، از اصلی‌ترین شیوه‌های تبلور افکار عمومی است (صفری شالی، ۱۳۹۴: ۱۲۰) و ضمن نشان دادن فضای کلی سیاسی، فرصتی برای بررسی برنامه‌های ارائه شده توسط گروه‌های سیاسی مختلف و میزان توجه این گروه‌های سیاسی به گروه‌های اجتماعی است. در این پژوهش، از این گروه‌های اجتماعی به‌عنوان گروه هدف یاد شده است. گروه هدف از مفاهیمی است که در حوزه مباحث رفاه و سیاست اجتماعی به کار می‌رود و به آن دسته از گروه‌های اجتماعی اشاره دارد که به‌طور ویژه هدف اقدامات و سیاستگذاری‌های رفاهی و معیشتی هستند. یکی از اهداف اصلی پژوهش در حوزه سیاست اجتماعی نیز بررسی انتقادی تأثیر سیاستگذاری اجتماعی بر زندگی این گروه‌هاست. گروه هدف مورد نظر این پژوهش، گروه‌هایی هستند که در نظریه‌ها و گفتمان‌های حوزه رفاه، طرد و سیاست اجتماعی و نیز تحقیقات داخلی و خارجی، به‌عنوان گروه در معرض طرد اجتماعی شناخته شده‌اند. از آنجاکه در ایران، احزاب و کاندیداها اهداف و برنامه‌های خود را در انتخابات چندان به‌طور شفاف و مدون مطرح نمی‌کنند و از طرف دیگر، کاندیداها در فضای سیاسی کشور، خود را فراجناحی و متعلق به گروه‌ها و تشکل‌های مختلف می‌دانند (طالب و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۸-۱۶۶). یکی از راه‌های شناسایی برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کاندیداها و تشکل‌های سیاسی، بررسی شعارهای انتخاباتی مطرح شده آنها در تبلیغات سیاسی است. منظور از شعار تبلیغاتی در این پژوهش، هر نوع نوشته‌ای است که با هدف جلب توجه رأی‌دهندگان و جذب آرای آنان، در متن تبلیغاتی کاندیداها و تشکل‌ها به‌عنوان هدف، برنامه یا دیدگاه اعلام شده است. شناخت اهداف و برنامه‌های ارائه شده از سوی رقبای انتخاباتی و ادراک ترجیحات و اولویت‌های آنها می‌تواند داده‌های مفیدی برای شناخت رفتارهای سیاسی، سیاستگذاری عمومی، برنامه‌ریزی واقع‌بینانه و نقد ساختارها و روش‌های موجود فراهم آورد. بررسی

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۱۹

محتوای برنامه‌ها و سیاست‌های انتخاباتی افراد و گروه‌های رقیب می‌تواند به فهم دیدگاه اجتماعی - اقتصادی - سیاسی نخبگان سیاسی و سیاستگذاران کمک کند و ارتباط این دیدگاه با نظام اجتماعی و سیاسی، واقعیت‌های اجتماعی و گفت‌وگو غالب و رایج در جامعه را روشن سازد (همان، ۱۳۹۰: ۱۶۸). ضمن اینکه گردآوری داده‌های میدانی از عرصه انتخابات سیاسی، تا حدی از محدودیت‌های نظریه‌پردازی در مورد مسائل اجتماعی در کشور می‌کاهد. این پژوهش، به‌طور خاص، معطوف به موضع‌گیری کاندیداهای منفرد و ائتلاف‌های سیاسی (در شعارهای تبلیغاتی انتخابات مجلس دهم در شهر تهران) درخصوص نیازهای گروه‌های اجتماعی مختلف است؛ گروه‌های در معرض طرد اجتماعی که ورود آنها به جریان سیاستگذاری می‌تواند سهم مهمی در کاهش نابرابری در جامعه داشته باشد.

## ۱. سؤال‌های تحقیق

سه سؤال اصلی این تحقیق عبارت‌اند از:

- الف) کاندیداهای منفرد، ائتلاف‌ها و گروه‌های سیاسی مختلف، در تبلیغات دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران به کدام یک از گروه‌های هدف مورد نظر تحقیق (گروه‌های در معرض طرد اجتماعی) به‌طور مستقیم توجه کرده‌اند؟
- ب) کاندیداها و ائتلاف‌های گوناگون در اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی خود چقدر به گروه‌های در معرض طرد، به تفکیک گروه‌ها، توجه کرده‌اند؟ و کدام گروه‌ها را نادیده گرفته‌اند؟
- ج) میزان توجه منتخبان مردم تهران به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی چقدر بوده است؟

## ۲. پیشینه تحقیق

طی سال‌های گذشته، بررسی شعارهای تبلیغاتی انتخاباتی در کشور، دستمایه چند کار پژوهشی بوده است که به‌طور خلاصه به برخی از آنها اشاره می‌شود. پناهی (۱۳۸۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی تبلیغات انتخاباتی مجلس ششم در تهران»، از غلبه شعارهای سیاسی بر سایر شعارهای تبلیغاتی در این انتخابات خبر داده است. طبق یافته‌های وی، ۷۴/۷ درصد از تبلیغات آن دوره جنبه سیاسی داشته‌اند و پس از آن، شعارهای اقتصادی (۴۵/۴ درصد)،

اجتماعی (۳۳/۵ درصد) و فرهنگی - اسلامی (۲۶/۷ درصد) قرار گرفته‌اند. پژوهش طالب و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان «بررسی گروه‌های هدف در تبلیغات هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران»، حاکی از آن است که بیشترین توجه کاندیداهای منفرد و احزاب، به جوانان و زنان و با اهمیتی کمتر از این دو گروه به فقرا بوده است. نفوذپذیری و امکان جلب آرای جوانان و زنان در مقایسه با سایر گروه‌ها، از جمله علل توجه بیشتر به این دو گروه عنوان شده است.

همچنین طالب و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «رویکردهای توسعه در شعارهای تبلیغاتی هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران»، نشان دادند که حدود نیمی از کاندیداها و یک پنجم تشکل‌های شرکت‌کننده در رقابت‌های انتخاباتی، فاقد هدف و برنامه بودند. وجه غالب شعارهای تبلیغاتی آنها که هدف و برنامه داشتند گفتمان رفاهی - اجتماعی بود و محتوای اهداف و برنامه‌ها به رویکرد توسعه‌ای نیازهای اساسی، نزدیکی بیشتری داشت. به علاوه، محتوای کلی شعارها منطبق بر توسعه همه‌جانبه و متوازن نبود و برخی از ابعاد توسعه‌ای نظیر سیاست خارجی و مسائل زیست‌محیطی در حاشیه قرار گرفته بود. در پژوهشی دیگر با عنوان «تحلیل محتوای کیفی شعارهای تبلیغاتی نامزدهای نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر خرم‌آباد از منظر رویکردهای توسعه‌محور»، طالب، یوسف‌وند و یوسف‌وند (۱۳۹۲) با بررسی ۲۸ شرکت‌کننده این انتخابات در شهر خرم‌آباد نشان دادند که بیشتر شعارهای مطرح شده از سوی آنها رفاهی - خدماتی و تولیدی بوده و به ابعاد فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی کم‌توجهی شده است. افزون بر این، شعارها به لحاظ محتوایی در راستای توسعه متوازن نبوده است. در نهایت، تحقیق بیگدلی، صباحی و اعظمی (۱۳۹۳) با عنوان «تحلیل شناختی - اجتماعی پیام‌های تبلیغاتی انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران با توجه به مدل حکمرانی خوب»، با تحلیل محتوای پیام‌های تبلیغاتی کاندیداها و نیز اجرای پرسشنامه در میان گروهی از واجدان شرایط رأی دادن در شهر سمنان، نشان داد که محتوای بسیاری از پیام‌های تبلیغاتی با مدل حکمرانی خوب همسویی داشته است.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۲۱

### ۳. مبانی مفهومی، نظری و گفتمان‌های طرد اجتماعی

در مباحث مرتبط با رفاه و سیاست اجتماعی، ریشه مفهوم طرد اجتماعی را می‌توان تا اندیشه کارل مارکس و ماکس وبر پی گرفت (Burchardt, Le Grand and Piachaud, 2002: 2)، اما کاربرد مدرن و متأخر این مفهوم را باید در فرانسه دهه ۱۹۷۰ جست‌وجو کرد که در توصیف شرایط اجتماعی گروه‌های حاشیه‌ای، قربانیان تبعیض و افراد فاقد حقوق شهروندی به کار رفت (Pierson, 2002: 4). ریچارد لنوار<sup>۱</sup> نخستین کسی بود که در سال ۱۹۷۴ از اصطلاح طرد اجتماعی استفاده کرد و از اوضاع ننگ‌آور کسانی سخن گفت که به ثمرات رشد اقتصادی دسترسی ندارند (غفاری و امیدی، ۱۳۹۰: ۲۲۵). اگرچه ایده طرد اجتماعی، تنها در سال‌های اخیر شکل عمومی پیدا کرده اما ریشه آن را می‌توان در مفهوم همبستگی اجتماعی یافت که به لحاظ تاریخی، ویژگی تفکر سیاست اجتماعی در قاره اروپا بوده است (هال و میجلی، ۱۳۸۸: ۹۴). طرد اجتماعی فرایندی است که در نتیجه آن، گروه‌های اجتماعی و افرادی معین، از اجتماع طرد و به حاشیه رانده می‌شوند (بلیک‌مور، ۱۳۸۵: ۴۳۵؛ گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۱۷). فیتز‌پتریک، طرد را روند جدایی و گسست از بازار کار، اجتماعات و سازمان‌های اجتماعی (۱۳۸۳: ۱۸۳) و همچنین روندی پویا از به حاشیه رانده شدن اجتماعی (۱۳۸۵: ۵۷) تعریف کرده است. طرد اجتماعی از نظر هال و میجلی (۱۳۸۸: ۴۵۶)، محرومیت برخی گروه‌های جامعه از سطح قابل قبول زندگی یا مشارکت ضروری اجتماعی و سیاسی است. به باور سن، طرد اجتماعی یعنی شکست در کسب سطوحی از قابلیت در اشکال مختلف کارکردی (غفاری و تاج‌الدین، ۱۳۸۴: ۷). طرد به منزله عدم مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی کلیدی (تولید، مصرف، حضور سیاسی، کنش و واکنش اجتماعی) نیز تعریف شده است (Alcock, 2012: 182). به این ترتیب، طرد اجتماعی اشاره دارد به فرایند پویای ممانعت از ورود کامل یا جزئی به هرگونه نظام اجتماعی، اقتصادی، سیاسی یا فرهنگی که انسجام اجتماعی شخص در جامعه را تعیین می‌کنند. این ممانعت، با عملکرد ناکارای یک یا بیش از یکی از این نظام‌ها همبسته است: نظام دموکراتیک و قانونی، نظام رفاهی، بازار کار، نظام خانواده و اجتماع محلی (فیروزآبادی و

1. Richard Lenoir

صادقی، ۱۳۹۲: ۲۷). طرد اجتماعی، هم وضعیتی از محرومیت و هم فرایند پدیدآورنده این محرومیت است، و به‌رغم ارتباط تنگاتنگ با مفهوم فقر چندوجهی، با آن همپوشانی ندارد. با آنکه هر دو مفهوم، متأثر از رویکرد ناکامی‌قابلیتی<sup>۱</sup> سن هستند، اما در رویکرد طرد اجتماعی، ناکامی مشارکتی یا عملکردی<sup>۲</sup> پررنگ‌تر است (Parodi and Sciulli, 2012).

بنابراین، طرد اجتماعی را می‌توان برحسب چهار مؤلفه مشارکت (3: Millar, 2007)، حقوق شهروندی و اجتماعی (راغفر، ۱۳۸۴: ۲۵۹)، دسترسی به فرصت‌ها و بی‌قدرتی (Parent and Lewis, 2003) تعریف و تبیین کرد. طرد علاوه بر خصلت طولی (مبتنی بر مدت زمان محرومیت)، ویژگی دوری و دایره‌وار<sup>۳</sup> نیز دارد و عوامل پدیدآورنده آن، خود برآمده از طرد هستند (Parodi and Sciulli, 2012). از میان ابعاد مختلف طرد اجتماعی، هفت بُعد آن حائز اهمیت است: ۱. فردی (نظیر عدم سلامت ذهنی و فیزیکی، و تحصیلات پایین)؛ ۲. اجتماعی (مانند بی‌خانمانی و ارتکاب جرم)؛ ۳. اقتصادی (مثل بیکاری بلندمدت و فقر درآمدی)؛ ۴. سیاسی (مثلاً فقدان حقوق سیاسی، یا بی‌اعتمادی به فرایندهای سیاسی)؛ ۵. مسائل مرتبط با محل زندگی (مثل تخریب محیط زیست)؛ ۶. فضایی (مانند حاشیه‌ای شدن گروه‌های آسیب‌پذیر)؛ ۷. گروهی (تجمیع ویژگی‌های ذکر شده در گروه‌هایی همچون معلولان، سالخوردگان و اقلیت‌های قومی) (Bonner, 2006: 3-4).

به این ترتیب، مفهوم طرد اجتماعی با تأکید بر مخاطرات برآمده از شکاف‌های موجود در بافت اجتماعی، به پیامدهایی فراتر از نابرابری اجتماعی می‌پردازد و خطر یک جامعه ازهم‌گسیخته را گوشزد می‌کند (غفاری و امیدی، ۱۳۹۰: ۲۲۹). درحالی‌که فقر بر دریافت مادی از کیفیت زندگی و وجه توزیعی محرومیت استوار بوده و واحد سنجش آن فرد، خانواده یا خانوار است، طرد بر فهم اجتماعی از زندگی و جنبه رابطه‌ای محرومیت اتکا دارد و بیشتر متمرکز بر گروه‌ها و اجتماعات است (همان: ۲۳۰).

در یک تقسیم‌بندی کلی، سه رویکرد به طرد اجتماعی وجود دارد: ۱. رویکرد فرانسوی: در این نگرش، طرد اجتماعی به‌مثابه فرایند پویای سلب صلاحیت اجتماعی

1. Capability Failure  
2. Functioning Failure  
3. Circular



میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۲۳

در نظر گرفته می‌شود. این دیدگاه، ناظر به قطع روابط افراد و جامعه است و مفاهیم کلیدی آن، همبستگی و مسئولیت اجتماعی هستند. ۲. رویکرد آنگلو ساکسون: معطوف به دو نوع طرد است: طرد تحمیلی، که به دلیل عدم قابلیت و شکست فعالیت‌های بازار و سایر عرصه‌های حیات اجتماعی رقم می‌خورد، و طرد ارادی که فرد از روی اختیار با جامعه قطع رابطه می‌کند. ۳. رویکرد انحصاری: این نگرش، جامعه را متشکل از دو گروه مجزا می‌بیند: خودی‌ها، که منابع را در اختیار دارند، و غیرخودی‌ها که فاقد منابع‌اند. طرد اجتماعی، حاصل تحمیل منافع گروه اول بر دسته دوم است (هزار جریبی و صفری شالی، ۱۳۹۱: ۳۷۴-۳۷۳). بحث سیلور (۱۹۹۴) از طرد اجتماعی، مبنای تقسیم‌بندی پیشین است. وی برای تبیین منابع و ماهیت طرد اجتماعی از سه پارادایم سخن گفته است: ۱. پارادایم انسجام یا همبستگی،<sup>۱</sup> که در فرانسه رشد کرده و با نظریه کارکردگرایی دورکیم در ارتباط است، عامل طرد را گسستگی پیوندهای اجتماعی مکانیکی و ارگانیکی می‌داند؛ پیوندهایی که نظامی از حقوق و وظایف را شکل داده و به جامعه نظم می‌بخشند. طرد در این دیدگاه، نقطه مقابل وابستگی جمعی است. ۲. پارادایم تخصصی شدن،<sup>۲</sup> که مبتنی بر فردگرایی (مسئولیت فردی) و محصول سنت لیبرالیسم است، طرد را نتیجه تخصص‌گرایی برآمده از تفاوت‌های اجتماعی، تقسیم کار اقتصادی و جدایی حوزه‌ها می‌داند که بیشتر در سایه شکست بازار، تبعیض و تحقق نیافتن حقوق افراد رخ می‌دهد (غفاری و امید، ۱۳۹۰: ۲۳۴). در واقع طرد اجتماعی زمانی پدید می‌آید که جامعه، دستخوش تمایزهای ناپسند قلمروهای اجتماعی است و تنظیم‌ها و مقررات نامناسبی برای یک عرصه معین به کار می‌بندد (فیروزآبادی و صادقی، ۱۳۹۲: ۱۳۹). ۳. پارادایم انحصار،<sup>۳</sup> که با فلسفه سیاسی سوسیال دمکراسی و رویکرد جامعه‌شناختی تضاد (ملهم از نظرات مارکس و وبر) در ارتباط است، خاصه از نظریه وبر در مورد انسداد اجتماعی<sup>۴</sup> بهره می‌گیرد و طرد را در چارچوب انحصاری شدن منابع به سود برخی گروه‌ها توضیح می‌دهد. طرد در این دیدگاه، حاصل برخورد و اثرگذاری متقابل طبقه، موقعیت‌ها (پایگاه) و قدرت سیاسی در یک ساختار

1. Solidarity  
2. Specialization  
3. Monopoly  
4. Social Closure

نابرابر است که در راستای منافع طردناشدگان یا خودی‌ها و به ضرر غیرخودی‌ها رخ می‌دهد (غفاری و امید، ۱۳۹۰: ۲۳۵؛ فیروزآبادی و صادقی، ۱۳۹۲: ۱۴۰).

علاوه بر رویکردهای یادشده، سه گفتمان رایج نیز در مورد طرد اجتماعی وجود دارد که در واقع، شیوه‌های اندیشیدن به طرد هستند: ۱. گفتمان بازتوزیع‌گرایانه: <sup>۱</sup> معطوف به کارگران و فقرا و همچنین نیروهای اجتماعی‌ای است که موجب فقر می‌شوند. هدف این گفتمان، برقراری حقوق کامل شهروندی برای همه اعضای جامعه است و بدین منظور، بازتوزیع قدرت، ثروت و منابع را برای ریشه‌کنی طرد توصیه می‌کند. ۲. گفتمان اخلاقی طبقه زیرین <sup>۲</sup> (یا وابستگی اخلاقی گروه‌های فرودست): با توجه به مددکاری اجتماعی، تبیینی فرهنگی از محرومیت به دست می‌دهد و ناظر به این است که مطرودها به سبب پاره‌ای نگرش‌های انحرافی، ضعف‌های اخلاقی و رفتارهای مجرمانه خودشان از جریان اصلی جامعه طرد می‌شوند. ۳. گفتمان ادغام‌گرایانه <sup>۳</sup> (یا انسجام‌گرا): رهاورد تفکر نودورکیمی است و رسیدن به یکپارچگی در چارچوب نظم اجتماعی فراگیر را جست‌وجو می‌کند. عنصر کار (ورود به بازار کار)، مؤلفه کلیدی این گفتمان است و در آن، همبستگی جامعه از طریق کار دستمزدی حاصل می‌شود (Levitas, 2005).

در مجموع، رویکردهای نظری مرتبط با طرد اجتماعی در دو دسته عمده جای می‌گیرند: دسته اول را می‌توان کارکردگرا (دورکیمی) خواند که طرد را محصول ادغام نشدن فرد در گروه گسترده‌تر و رانده شدن فرد یا گروه به بیرون از جریان اصلی زندگی می‌دانند. دیدگاه‌های ملهم از این رویکرد، از این جهت که بر نقش نظام‌ها و خرده‌نظام‌های کارکردی در ادغام افراد تأکید دارند، به پارادایم‌های همبستگی و تخصصی شدن (مطرح شده توسط سیلور) و گفتمان‌های بازتوزیع‌گرا و ادغام‌گرا (مدنظر لویتاس) نزدیک‌ترند. دسته دوم از رویکردهای نظری مارکس، وبر، فوکو و پارکین تأثیر پذیرفته‌اند، مطرودها را افرادی درون ساخت اجتماعی می‌دانند که به واسطه ادغام در روابط نابرابر قدرت طرد شده‌اند. پارادایم انحصار (سیلور)، نزدیک به این رویکرد است.

1. Redistributionist

2. Moral Underclass

3. Integrationist

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۲۵

#### ۴. روش‌شناسی تحقیق

با توجه به هدف این تحقیق (بررسی محتوای اقلام تبلیغاتی کاندیداها، ائتلاف‌ها و منتخبان در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی در شهر تهران و تفسیر آن با عطف نظر به گروه‌های هدف)، برای بررسی داده‌های تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل برنامه‌های انتخاباتی افراد و احزاب، نقش شعارهای انتخاباتی در موفقیت کاندیداها و مواردی از این دست، از رایج‌ترین کاربردهای تحلیل محتوا در حوزه سیاست است (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۸۸: ۳). تحلیل محتوا، روشی استنباطی است که به صورت منظم و عینی به منظور تعیین ویژگی‌های پیام‌ها به کار می‌رود (دلاور، ۱۳۸۸: ۲۷۵) و محتوای ارتباطات را به اطلاعاتی تبدیل می‌کند که می‌تواند خلاصه و با هم مقایسه شوند (هولستی، ۱۳۸۰: ۱۳). در این روش، ضمن توصیف و طبقه‌بندی اطلاعات و در واقع، توصیف محتوای ارتباط، در مورد معنای این ارتباط نتیجه‌گیری می‌شود. تحلیل محتوا به‌عنوان یک فن، مشخصات پیام را شناسایی می‌کند (رضوانی، ۱۳۸۹: ۱۴۰) و عوامل تعیین‌کننده و آثار آن را مورد بررسی قرار می‌دهد (جعفری هرندی، نصر و میرشاه جعفری، ۱۳۸۷: ۳۴). سه ویژگی اصلی تحلیل محتوا عبارت‌اند از منظم بودن، عینی بودن و مقداری بودن (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۲۸۰؛ ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲: ۳۸۹؛ مستقیمی، ۱۳۸۹: ۱۱۴؛ ابراهیمی، ۱۳۹۲: ۶۴). هدف تحلیل محتوا، بازنمایی مجموعه‌ای از پیام‌هاست و بدین‌منظور می‌تواند یک یا چند مورد از این تحلیل‌ها را دربرگیرد: ۱. تحلیل فرستنده یا پیشینه پیام؛ ۲. تحلیل گیرنده پیام یا مخاطب؛ ۳. تحلیل ویژگی‌های پیام؛ ۴. تحلیل پیامدهای پیام برای شناختن اثر آن روی مخاطب؛ ۵. تحلیل وضعیت اجتماعی حاکم بر فرایند و ساختارهای اجتماعی زمینه‌ساز این ارتباط (رحیم سلمانی، ۱۳۹۱: ۳۳). در این تحقیق تلاش شده تا مجموعه‌ای از این ویژگی‌ها مورد توجه قرار گیرد. واحد جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، اقلام تبلیغاتی نوشتاری و تصویری کاندیداها و گروه‌ها بوده است. این اقلام براساس نحوه تبلیغ به دو بخش فردی (کاندیداها منفرد) و جمعی (ائتلاف‌ها یا گروه‌ها و احزاب) تقسیم شده و اطلاعات آنها با توجه به محتوای شعارهای انتخاباتی در اقلام تبلیغی، کدگذاری، مقوله‌بندی و تحلیل شد. در انجام مراحل تحلیل محتوا، از رویکرد پیشنهادی منادی (۱۳۸۵: ۲۴-۲۳)

استفاده شده است؛ بدین معنا که ابتدا متون (اقدام تبلیغاتی) مطالعه شد و تفسیری کلی در مورد متن این اقدام و ارتباط آنها با پرسش‌های تحقیق به عمل آمد (اولین مرحله تحلیل داده‌ها). سپس تحلیل به شکل دقیق‌تر و عمیق‌تر صورت گرفت (شناسایی واژه‌ها و مفاهیم کلیدی متون تبلیغاتی)، و پس از آن، دسته‌بندی و شمارش واژه‌ها و مفاهیم به انجام رسید. کد در اینجا یعنی «یک مسئله، موضوع، ایده، نظر و جز اینها که آشکارا در داده‌ها وجود دارد» (هنینک، هاتر و بیلی، ۱۳۹۴: ۳۳۸) و منظور از مقوله‌بندی نیز «گروه‌بندی کدهای دارای ویژگی‌های مشابه» است (همان: ۳۸۴). کدها غالباً مسائل منفرد را در داده‌ها برجسته می‌سازند اما مقولات، گروهی از کدها را گرد هم می‌آورند که در مجموع، نمایانگر یک مفهوم گسترده‌تر یا مسائل مرتبط با موضوع هستند. بنابراین، مقولات، گروه‌بندی سامان‌یافته‌تری از داده‌ها به دست می‌دهند.

##### ۵. جمعیت آماری و روش نمونه‌گیری

جمعیت آماری این تحقیق، اقدام تبلیغاتی (انواع تراکت، پوستر، کارت و بروشور) همه کاندیداهای دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه تهران است. با توجه به اینکه تمامی کاندیداهای اقدام به تبلیغ نکردند آن دسته از کاندیداهای که فاقد تبلیغ بودند وارد نمونه‌گیری نشدند. نمونه آماری به شکل غیرتصادفی و بر مبنای در دسترس بودن ابزار تبلیغاتی و ستادهای انتخاباتی کاندیداهای انتخاب شد. به منظور انتخاب نمونه آماری، محقق ابتدا مناطق، میدین و معابر پرتردد و پرتجمع شهر تهران و نیز مسیر حرکت خود را مشخص و دسته‌بندی کرده و با توجه به تمرکز حجم عمده تبلیغات در این مناطق، یک هفته مانده به انتخابات (زمان مشخص شده برای تبلیغات) برای نمونه‌برداری از اقدام تبلیغی به این مناطق رفت. در پایان نمونه‌برداری مشخص شد که از میان ۱۰۲۱ کاندیدای تأیید صلاحیت شده شهر تهران (بر اساس فهرستی که پس از پایان انتخابات منتشر شد و آرای تک‌تک کاندیداهای شهر تهران در آن درج شده بود)، اقدام تبلیغاتی ۳۹۱ نفر گردآوری شده است. ملاک قرار دادن عدد ۱۰۲۱ بدین معناست که اقدام تبلیغی بالغ بر ۳۸ درصد کاندیداهای جمع‌آوری شده است. چون شماری [نامعین] از این ۱۰۲۱ نفر اقدام به

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۲۷

تبلیغ نکرده‌اند می‌توان عدد ۳۹۱ را نسبت به تمام داوطلبانی در نظر گرفت که دست به تبلیغ زده‌اند. پس می‌توان گفت که اقلام تبلیغی بیش از ۳۸ درصد کاندیداهای تبلیغ کرده جمع‌آوری شده است. همچنین محقق اقلام تبلیغاتی ۲۳ ائتلاف (حزب یا گروه) را گردآوری کرد.

## ۶. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های این تحقیق، اطلاعاتی است که از اقلام تبلیغاتی مختلف کاندیداها و ائتلاف‌های سیاسی شرکت‌کننده در انتخابات به دست آمده است. اطلاعات استخراج شده، پس از کدگذاری و مقوله‌بندی، وارد نرم‌افزار SPSS شده و داده‌های مربوطه با کاربست فنون آماری توصیفی، تلخیص و با هم مقایسه شدند. بررسی اقلام تبلیغاتی و نیز مقوله‌بندی داده‌ها نشان داد که در تبلیغات دهمین دوره انتخابات مجلس در شهر تهران به گروه‌های هدف گوناگونی اشاره شده است. این گروه‌ها عبارت‌اند از: جوانان، زنان، ورزشکاران، محرومان و اقشار آسیب‌پذیر، کارمندان و کارگران، بیماران، فقرا، بازنشستگان، بیکاران، معزندان، دانش‌آموزان و دانشجویان، سالمندان، خانواده‌های بدسرپرست و بی‌سرپرست، فرزندان شاهد و ایثارگران، اصناف و تولیدکنندگان، پزشکان و پرستاران، معلولان، کودکان، معلمان و فرهنگیان، سربازان و نیروهای مسلح. به‌منظور کمک به تعیین و تحدید گستره تحلیل، با توجه به مبانی مفهومی و نظری، رویکردها و گفتمان‌های طرد اجتماعی که بدان‌ها اشاره شد و نیز تبلیغات کاندیداهای مجلس و مطالعه پژوهش‌های مختلف داخلی و خارجی، ۱۰ گروه عمده و پرتکرار به‌عنوان گروه‌های در معرض یا آسیب‌پذیر در حوزه طرد اجتماعی انتخاب شدند. در جدول ۱ به این ۱۰ گروه و نیز آثار و متون ایرانی و خارجی (شامل پژوهش، کتاب، مقاله، گزارش و پایان‌نامه) که در آنها به بررسی وضعیت یک یا چند گروه در معرض طرد پرداخته و اشاره شده است. مرور نوشته‌های موجود و ادبیات این حوزه مطالعاتی، شامل آثاری است که محقق توانست به آنها دسترسی پیدا کند. به‌دلیل اینکه زمان زیادی از طرح مفهوم طرد اجتماعی در جامعه علمی کشور نمی‌گذرد، گستره و شمول پژوهش‌ها و تألیفات خارجی در برخی حوزه‌ها بیشتر از آثار ایرانی است.

### جدول ۱. گروه‌های عمده در معرض طرد اجتماعی و تحقیقات مربوط به آنها<sup>۱</sup>

ردیف	گروه در معرض طرد	تحقیقات داخلی (نام محقق، سال)	تحقیقات خارجی (نام محقق، سال)
۱	بیکاران (و افرادی که اشتغال ناقص دارند)	غفاری و امیدی (۱۳۹۰)؛ فیروزآبادی و صادقی (۱۳۹۲)	Levitas (2005); Kieselbach (2000); Blackman, Brodhurst and Convery (2001); Bhalla and Lapeyre (2004); Barker (2005); MacDonald (1997); Sounders, (2011); Parodi and Sciulli (2012); Lawless, Martin and Hardy (2004)
۲	زنان	اعظم‌آزاده و مشتاقیان (۱۳۹۴)؛ صادقی (۱۳۸۸)؛ فیروزآبادی و صادقی (۱۳۸۹ الف و ب)؛ سیدان و ضمیران (۱۳۸۷)؛ صادقیان (۱۳۹۲)؛ اعظم‌آزاده و تافته (۱۳۹۴)؛ فرضی‌زاده (۱۳۹۳)؛ تاج مزینانی و خرم‌آبادی (۱۳۹۵)	Lockheed (2010); Seekmoon (2006); Abrams, Christian and Gordon (2007); Fangen, Johansson and Hammaren (2012); Pierson (2002); Osler and Vincent (2003); Keaton (2006); Dani and De Haan (2008); Odekon (2006)
۳	سالخورده‌گان (بازنشستگان و از کارافتاده‌ها)	طالب و همکاران (۱۳۸۷)؛ تاج مزینانی و لاریجانی (۱۳۹۴)؛ خلوتی، نافعی و استاد هاشمی (۱۳۹۳)؛ باستانی، رهنمای و قاضی‌نژاد (۱۳۹۲)	Byrne (2005); Pitts and Smith (2007); Cann and Dean (2009); Blackman, Brodhurst and Convery (2001); Levitas and et al. (2007); Bonner (2006)
۴	معلولان (فیزیکی و ذهنی)	طالب و همکاران (۱۳۸۷)؛ فیروزآبادی و صادقی (۱۳۹۲)؛ حسینی و صفری (۱۳۸۷)؛ محسنی تبریزی و زرین‌کفشیان (۱۳۹۴)؛ زرین‌کفشیان (۱۳۹۵ الف و ب)	Pitts and Smith (2007); Bhalla and Lapeyre (2004); Mason and et al. (2001); Collins and Kay (2002); Parodi and Sciulli (2012)
۵	جوانان	زارع شاه‌آبادی و بلگوریان (۱۳۹۲)؛ قاضی‌نژاد (۱۳۹۲)؛ مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی (۱۳۹۴)؛ تاج مزینانی و خرم‌آبادی (۱۳۹۵)؛ اعظم‌آزاده و خواجه‌صالحانی (۱۳۹۵)	Fangen, Johansson and Hammaren (2012); Kieselbach (2000); Pierson (2002); Barker (2005); Evans and Niemeyer (2005); MacDonald (1997)
۶	اقلیت‌های قومی و دینی	غفاری و امیدی (۱۳۸۹)؛ طالب و همکاران (۱۳۸۷)؛ طاهری و اجلالی (۱۳۹۲)؛ بلالی (۱۳۸۹)؛ نواح و	Somerville and Steele (2002); Keaton (2006); Mason and et al. (2001); Gough, Eisenschitz and McCulloch (2006); Seekmoon (2006); Abrams, Christian and

۱. عنوان کامل این تحقیقات، در قسمت منابع مقاله آمده است.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... ۱۲۹

تحقیقات خارجی (نام محقق، سال)	تحقیقات داخلی (نام محقق، سال)	گروه در معرض طرد	ردیف
Gordon (2007); Shaw, Dorling and Davey (2006)	حیدری (۱۳۹۵)		
Mosley and Dowler (2003); Sounders (2011); Gough, Eisenschitz and McCulloch (2006); Von Braun and Gatzweiler (2014); Levitas and et al. (2007); Bhalla and Lapeyre (2004)	غفاری و امیدی (۱۳۸۹)؛ ابراهیمی (۱۳۹۴)؛ فیروزآبادی و صادقی (۱۳۸۹الف و ب)	فقرا (محرومان و کم‌درآمدها)	۷
Pierson (2002); Osler and Vincent (2003); Killen and Rutland (2011); Ridge (2002); Dewall (2013); Dani and De Haan (2008)	طالب و همکاران (۱۳۸۷)	کودکان	۸
Hermange (2002); Parodi and Sciulli (2012); Bird and Akerman (2005); Wolf and et al. (2014); Barker (2005)	-	بی‌سوادان (و کم‌سواده‌ها)	۹
Pitts and Smith (2007); Morgan and et al. (2007); Lawless, Martin and Hardy (2004); Bryngelson (2009)	رحمتی و همکاران (۱۳۹۱)؛ پروین و اسلامیان (۱۳۹۳)	بیماران (خاص، مزمن و ...)	۱۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

## ۷. یافته‌های تحقیق

### الف) کاندیداهای منفرد

از میان ۳۹۱ کاندیدایی که اقلام تبلیغاتی آنها گردآوری شد، ۳۴۱ نفر (۸۷/۲ درصد) مرد و ۵۰ نفر (۱۲/۸ درصد) زن هستند. از بین این ۳۹۱ نفر، ۹۱ نفر یعنی حدود ۲۳/۳ درصد از آنها شعار و برنامه مشخصی را در تبلیغات خود اعلام کرده‌اند. این بدان معناست که ۳۰۰ نفر (۷۶/۷ درصد) از کاندیداهای نمونه‌برداری شده، هیچ‌گونه برنامه مشخصی در تبلیغاتشان ارائه نکرده‌اند تا بتوان براساس آن به آنها رأی داد. از مجموع ۹۱ کاندیدایی که برنامه و هدف خاصی را در تبلیغات خود بیان داشته‌اند ۴۱ نفر به‌طور مشخص به یک یا چند گروه در معرض طرد اجتماعی اشاره کرده و دامنه‌ای از شعارهای رفاهی (اقتصادی و اجتماعی)، فرهنگی، سیاسی و ... را برای بهبود وضعیت این گروه‌ها مطرح کرده‌اند. به‌عبارت‌دیگر، ۴۵ درصد از کاندیداهایی که دارای برنامه و هدف مشخص بوده‌اند و نیز ۱۰/۴ درصد از کل ۳۹۱ کاندیدای نمونه‌برداری شده، به گروه‌های آسیب‌پذیر یا در

معرض طرد اجتماعی توجه نشان داده‌اند. جدول زیر، میزان توجه کاندیداهای منفرد به هریک از ۱۰ گروه در معرض طرد اجتماعی را به تفکیک نشان می‌دهد.

جدول ۲. میزان توجه کاندیداهای منفرد به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی

گروه	تعداد کاندیداهایی که برنامه‌ای مشخص برای این گروه اعلام کرده‌اند	درصد کاندیداهایی که برنامه‌ای مشخص برای این گروه اعلام کرده‌اند (از مجموع ۹۱ کاندیدای دارای برنامه)	درصد کاندیداهایی که برنامه‌ای مشخص برای این گروه اعلام کرده‌اند (از مجموع ۳۹۱ کاندیدای نمونه‌برداری شده)
بیکاران	۲۶	۲۸/۵	۶/۶
زنان	۱۰	۱۰/۹	۲/۵
سالخوردگان	۳	۳/۲	۰/۷
معلولان	۱	۱/۰۹	۰/۲
جوانان	۲۹	۳۱/۸	۷/۴
اقلیت‌های قومی و دینی	۰	۰	۰
فقرا	۱۰	۱۰/۹	۲/۵
کودکان	۳	۳/۲	۰/۷
بی‌سوادان	۰	۰	۰
بیماران	۴	۴/۳۹	۱/۰۲

مأخذ: همان.

طبق ارقام این جدول، کاندیداهای نمایندگی مجلس دهم در شهر تهران، بین گروه‌های در معرض طرد اجتماعی بیشترین توجه را به جوانان داشته‌اند (۷/۴ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۳۱/۸ درصد از کاندیداهای دارای برنامه) و پس از آن به بیکاران (۶/۶ درصد از کل کاندیداهای و ۲۸/۵ درصد از کاندیداهای دارای برنامه). بقیه گروه‌های مورد توجه، با اختلاف قابل تأمل نسبت به این دو گروه، به ترتیب عبارت‌اند از زنان و فقرا، بیماران، سالخوردگان و کودکان، و درنهایت معلولان. از میان گروه‌های در معرض طرد، دو گروه (اقلیت‌های قومی و دینی، و بی‌سوادان) در هیچ‌یک از شعارهای تبلیغاتی اعلام شده جایی نداشته‌اند. به عبارت دیگر، از میان ۳۹۱ کاندیدای نمونه‌برداری



میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۳۱  
 شده (و ۹۱ کاندیدای دارای برنامه)، هیچ کدام از آنها برنامه‌ای جهت بهبود کمی و کیفی  
 زندگی این گروه‌ها نداشته یا اعلام نکرده‌اند.

### ب) ائتلاف‌ها

در رقابت‌های انتخاباتی مجلس دهم در شهر تهران، احزاب و گروه‌ها در قالب ائتلاف‌های  
 مختلف، فهرست‌هایی اعلام کردند. از میان ۲۳ ائتلاف که اقلام تبلیغاتی آنها گردآوری  
 شد، ۶ مورد از آنها (۲۶ درصد) با شعار مشخص وارد عرصه تبلیغات انتخابات مجلس  
 شدند. به دیگر سخن، ۷۴ درصد از ائتلاف‌ها بدون برنامه مدون و مشخص یا بدون اعلام  
 برنامه پا به عرصه انتخابات گذاشتند. جدول زیر، نام این ائتلاف‌ها و رویکرد آنها را در  
 قبال گروه‌های در معرض طرد اجتماعی نشان می‌دهد.

جدول ۳. میزان توجه ائتلاف‌ها به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی

ردیف	نام ائتلاف	شعار تبلیغاتی	وجه غالب شعار (برنامه)	گروه هدف (گروه‌های در معرض طرد اجتماعی)
۱	اصلاح‌طلبان و حامیان دولت	امید و آرامش، رونق اقتصادی	اقتصادی (در کنار توسعه سیاسی)	-
۲	اصول‌گرایان	معیشت، امنیت، پیشرفت	اقتصادی	-
۳	صدای ملت	رونق اقتصادی، حقوق شهروندی	اقتصادی	-
۴	خادمین ملت	-	-	-
۵	اساتید و نخبگان	-	-	-
۶	تحول‌گرایی ایران اسلامی	-	-	-
۷	اعتدال ایران اسلامی	-	-	-
۸	حامیان جنوب شهر تهران	معیشت، اشتغال، سلامت	اقتصادی	بیکاران، بیماران
۹	خانه ما	-	-	-
۱۰	آزادگان دفاع مقدس	-	-	-
۱۱	جامعه اسلامی دانشگاهیان	-	-	-
۱۲	اعتدال و توسعه	امید، آرامش، رونق اقتصادی	اقتصادی - سیاسی	-

ردیف	نام ائتلاف	شعار تبلیغاتی	وجه غالب شعار (برنامه)	گروه هدف (گروه‌های در معرض طرد اجتماعی)
۱۳	آذری‌های ایران اسلامی	-	-	-
۱۴	مجمع شاهد ایران اسلامی	-	-	-
۱۵	فهرست جامع کاندیداهای شاهد و ایثارگر	-	-	-
۱۶	همراهان ایثار	-	-	-
۱۷	صدای آزادگی	-	-	-
۱۸	قرآنیان مجلس	-	-	-
۱۹	جریان سوم	-	-	-
۲۰	کاندیداهای مستقل	حق‌مداری، قانون‌مندی، جامع‌نگری	نامشخص	-
۲۱	متخصصان و مهندسان ایران	-	-	-
۲۲	جبهه مستقلین و اعتدال‌گرایان	-	-	-
۲۳	جبهه تدبیر و توسعه ایران اسلامی	-	-	-

مأخذ: همان.

طبق داده‌های جدول، از میان ۶ ائتلافی که شعار تبلیغاتی مشخصی داشته‌اند تنها یکی از آنها به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی (بیکاران و بیماران) توجه کرده است (با طرح بحث اشتغال و سلامت) و جنبه غالب شعارها و برنامه‌ها نیز اقتصادی بوده است. هیچ‌کدام از ائتلاف‌ها به یک گروه هدف مشخص اشاره نکرده است. اکثر ائتلاف‌ها بدون شعار تبلیغاتی و اعلام برنامه وارد عرصه انتخابات شده‌اند. ائتلاف‌های دارای شعار و برنامه نیز فاقد رویکرد و پیام متقاعدکننده برای رأی‌دهندگان بوده‌اند. در واقع، ائتلاف‌ها بدون ایده مشخص برای شناسایی و مخاطب قرار دادن گروه‌های هدف و اقناع مخاطبان پا به عرصه انتخابات گذاشته‌اند. شکل، کمیت و کیفیت رویکرد تبلیغاتی ائتلاف‌ها و گروه‌ها نشان‌دهنده فقدان تحقیقات لازم برای ورود به رقابت انتخاباتی و ضعف در تحلیل و انتخاب رأی‌دهندگان گروه هدف است.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۳۳

### ج) منتخبان

از بین ۳۰ نفر نماینده منتخب مردم تهران در دهمین انتخابات مجلس (که همگی در طیف اصلاح طلب قرار گرفته‌اند)، دو نفر در تبلیغات خود به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی اشاره کرده‌اند (یک نفر به بیکاران و یک نفر به جوانان و بیکاران). یک نفر نیز مبارزه با فساد و رانت از طریق وضع قوانین کارآمد را هدف خود اعلام کرده است. سایر منتخبان، یا برنامه و هدف مشخصی را اعلام نکرده‌اند یا به سیاست و رویکرد (شعار تبلیغاتی) ائتلافی که بدان تعلق دارند بسنده کرده‌اند. یک کاسه شدن اهداف و برنامه‌های مختلف فردی ذیل یک ائتلاف، مسئله‌ای است که معمولاً در انتخابات دیده می‌شود؛ به عبارت دیگر، تشکل‌ها و ائتلاف‌هایی که در انتخابات شرکت می‌کنند، غالباً توجهی به برنامه و رویکرد انفرادی اعضای ائتلاف ندارند. در این شرایط، صرفاً عملکرد این منتخبان در مجلس نشان خواهد داد که آیا اهتمام آنها در جهت حفظ وضع موجود است یا رویکرد بهبودخواهانه دارند. جدول ۴، میزان توجه منتخبان مردم تهران به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی را نشان می‌دهد. بر این اساس، در تبلیغات فردی منتخبان تهران در انتخابات مجلس دهم، دو بار از بیکاران نام برده شده و یک بار به جوانان اشاره شده است.

جدول ۴. میزان توجه منتخبان مردم تهران به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی

شرح	بیکاران	زنان	ساختوردگان	مطلوبان	جوانان	قومی و دینی	اقبیت‌های	فقرا	کودکان	بی سوادان	بیماران
تعداد منتخبانی که به این گروه‌ها اشاره کرده‌اند	۲	-	-	-	۱	-	-	-	-	-	-

مأخذ: همان.

عدم اشاره به گروه‌های در معرض طرد (یا مطرود و خاص) در تبلیغات منتخبان مردم تهران، این سؤال را پیش می‌کشد که آیا منتخبان مردم، اساساً هدف و برنامه تبلیغی منفرد داشته یا دارند؟ به علاوه، شناخت کاندیداها از نحوه ارائه برنامه تبلیغاتی، آسیب‌های

تبلیغاتی، گروه‌های طردشده یا در معرض طرد و جز اینها چقدر است؟ آیا کاندیدها تبلیغات را نوعی بازاریابی سیاسی می‌دانند که تنها باید ماهیت فکری و جناحی حزب یا گروه خاصی را نشان دهد یا به شکل مسئله‌مند به آن می‌اندیشند؟ آیا استراتژی تبلیغ (و تحول آن با تغییر شرایط جامعه، دگرگونی روش‌های ارتباطی، گسترش شبکه‌های مجازی و ...) جایگاهی نزد کاندیدها دارد؟ پرسش‌هایی از این دست فراوانند؛ هرچند کوتاه بودن زمان و فرایند تبلیغات (یک هفته) نیز در این ضعف تبلیغاتی بی‌تأثیر نیست.

#### د) مقایسه کاندیدهای منفرد، ائتلاف‌ها و منتخبان

بررسی مقایسه‌ای کاندیدها و ائتلاف‌های نمونه‌برداری شده و نیز منتخبان نشان می‌دهد که کاندیدهای منفرد، در تبلیغات و برنامه‌های خود بیش از منتخبان و ائتلاف‌ها به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی توجه نشان داده‌اند. در این زمینه، عملکرد ائتلاف‌ها (تبلیغات تشکیل‌ها و گروه‌ها) ضعیف‌تر از عملکرد افراد (تبلیغات فردی) بوده است و بیکاران، تنها گروهی هستند که در تبلیغات هر سه دسته مورد بررسی جای داشته‌اند.

جدول ۵. میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد بر حسب تبلیغات سه گروه مورد بررسی

گروهی که کمتر به آن توجه شده است	گروهی که بیشتر به آن توجه شده است	درصد توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی (نسبت به تعداد کل)	تعدادی که به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی توجه کرده‌اند	تعدادی که دارای تبلیغ بوده‌اند	تعداد کل	داوطلبان نمایندگی مجلس
اکلیت‌های قومی و دینی، و بی‌سودان	جوانان و بیکاران	۱۰/۴۸	۴۱	۹۱	۳۹۱	کاندیدهای منفرد
سایر گروه‌های در معرض طرد	بیکاران و بیماران	۴/۳۴	۱	۶	۲۳	ائتلاف‌ها
سایر گروه‌های در معرض طرد	بیکاران و جوانان	۶/۶۶	۲	۳	۳۰	منتخبان

مأخذ: همان.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۳۵

در مجموع، همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، کمتر از ۱۱ درصد کاندیداهای منفرد بررسی شده، کمتر از ۵ درصد ائتلاف‌ها و کمتر از ۷ درصد منتخبان مردم تهران در تبلیغات خود به یک یا چند گروه عمده در معرض طرد اجتماعی اشاره کرده‌اند.

## ۸. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اگرچه عدم اشاره به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی لزوماً به معنای بی‌توجهی به آنها نیست اما یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که گروه‌ها در عرصه تبلیغات انتخاباتی نیز دچار طرد شده‌اند. گردآوری و بررسی اقلام تبلیغاتی ۳۹۱ کاندیدای منفرد، ۲۳ ائتلاف و درنهایت، ۳۰ نماینده منتخب مردم تهران در دهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی حاکی از آن است که ۷۶/۷ درصد از کاندیداها و ۷۴ درصد از ائتلاف‌ها بدون اعلام برنامه مشخص وارد رقابت انتخاباتی شده‌اند. از مجموع ۳۹۱ کاندیدای منفرد نمونه‌برداری شده، ۹۱ نفر از آنها (۲۳/۳ درصد) در اقلام تبلیغاتی‌شان شعار و برنامه مشخصی را اعلام کرده‌اند. در این میان، ۲۹ نفر (۷/۴ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۳۱/۸ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه) به جوانان و ۲۶ نفر (۶/۶ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۲۸/۵ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه) به بیکاران توجه نشان داده‌اند. بسیاری از جوانان به دلیل فقدان شغل و درآمد، عدم تجربه، مهارت و منابع ناکافی، شرایط زمینه‌ای مساعدی برای طرد اجتماعی دارند (مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی، ۱۳۹۴) و بیکاری نیز با تهدید مؤلفه‌های مهم کیفیت زندگی و رفاه اجتماعی مانند سلامت، تحرک اقتصادی و مشارکت، احتمال فقر، محرومیت، انزوا و طرد را افزایش می‌دهد. بیکاران، در گفتمان ادغام‌گرایانه یا انسجام‌گرای طرد اجتماعی (که معطوف به عنصر کار یا ورود به بازار کار است و پیش‌تر به آن اشاره شد) جایگاهی ویژه دارند.

در میان کاندیداها، ۱۰ نفر به زنان و ۱۰ نفر به فقرا اشاره کرده‌اند (۲/۵ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۱۰/۹ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه). کم‌توجهی به زنان (که بیش از مردان در معرض فقر چندوجهی‌اند و امکان‌های محدودتری برای خروج از وضعیت فقر دارند) و فقرا (گروه هدف اصلی سیاستگذاری اجتماعی در

جهان و کانون توجه گفتمان بازتوزیع گرایانه) قابل تأمل است. زنان در چرخه زندگی شان با مخاطره طرد نظام مند (حاشیه‌ای شدن و محرومیت انباشتی و فرایندی) از جریان اصلی اجتماع مواجه‌اند (فیروزآبادی و صادقی، ۱۳۸۹ الف) و فقرا نیز پیامدهای مسائل اجتماعی - اقتصادی (یعنی جنبه اقتصادی طرد اجتماعی) را عموماً شدیدتر از بقیه جامعه تجربه می‌کنند. به‌علاوه، چهار نفر از کاندیداها (۱/۰۲ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۴/۳۹ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه) به بیماران، سه کاندیدا به کودکان و سه نفر به سالخوردگان (۰/۷ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۳/۲ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه) و یک کاندیدا (۰/۲ درصد از کل کاندیداهای نمونه‌برداری شده و ۱/۰۹ درصد از کاندیداهای دارای شعار و برنامه) به معلولان توجه کرده‌اند. این چهار گروه (بیماران، کودکان، سالخوردگان و معلولان)، با قدرت کم و جایگاه متزلزل در جامعه، در معرض انواع نابرابری، استثمار و سوءرفتار قرار دارند. نارسایی‌های جامعه و نوع نگاه افراد سالم موجب می‌شود که مشکلات جسمانی و ذهنی گروه‌هایی مانند سالخوردگان و معلولان تشدید شود. از این چهار گروه، بیماران به دلیل ضعیف شدن کنش‌های فردی، شبکه‌های اجتماعی و شرایط اقتصادی، کودکان به عللی نظیر کار اجباری، خشونت جنسی و ضعف آموزش و بهداشت (Micklewright, 2002: 19) و سالخوردگان به علت بازنشستگی و کاهش درآمد، محدودیت ارتباطات اجتماعی و افزایش بیماری در معرض طرد قرار دارند (باستانی، رهنمای و قاضی‌نژاد، ۱۳۹۲: ۶۰۰). معلولان نیز با طرد اجتماعی در همه ابعاد مواجه‌اند (زرین کفشیان، ۱۳۹۵ الف: ۲۸) و در مورد آنها به‌جای طرد باید از طردها سخن بگوییم (Shaw, Dorling and Smith, 2006: 207)؛ محسنی تبریزی و زرین کفشیان، ۱۳۹۴: ۳۲۷؛ زرین کفشیان، ۱۳۹۵ ب: ۱۷۷). تجمع انواع طردها (فردی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فضایی) در گروه‌هایی مانند معلولان و سالخوردگان بر دشواری شرایط آنها می‌افزاید. براساس الگوی اجتماعی از کارافتادگی (محدودیت اجتماعی ناشی از ناتوانی)، سیاست‌های اجتماعی تاکنون پاسخگوی نیازهای این افراد نبوده و مانع از اِعمال تبعیض‌های مستقیم و غیرمستقیم بر آنها نشده‌اند (فیتزپتریک، ۱۳۸۳: ۳۰۲؛ طالب و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۳). شناخت دقیق و دغدغه‌جلی نمایندگان مجلس برای تغییر

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۳۷

وضعیت این گروه‌ها می‌تواند گستره و شمول سیاستگذاری اجتماعی را افزایش دهد. از میان ۱۰ گروه عمده در معرض طرد اجتماعی، دو گروه (اقلیت‌های قومی و دینی (گروه‌های اقلیت) و بی‌سوادان (به‌علاوه کم‌سوادها)) با بیشترین بی‌توجهی مواجه شده و هیچ‌کاندیدایی در تبلیغات خود، نامی از آنها نبرده است. ویژگی‌های فرهنگی مشترک گروه‌های اقلیت و تجربه آنها از طرد، تبعیض و انواع محرومیت‌ها می‌تواند باعث جدایی آنان از بدنه اصلی جامعه شود. این وضعیت (تقویت همبستگی داخلی گروه به‌دلیل تجربه ضدیت با سایر گروه‌های جامعه)، سرمایه اجتماعی منفی نامیده می‌شود (Portes, 1998) که آثار مخربی در جامعه دارد. بی‌اعتمادی به فرایندهای سیاسی موجب پررنگ شدن جنبه سیاسی طرد اجتماعی برای گروه‌های اقلیت می‌شود. همچنین فقدان یا ضعف آموزش، قویاً با فرایند طرد اجتماعی در ارتباط است. نادیده گرفتن افراد بی‌سواد و کم‌سواد، هم علت طرد است و هم معلول آن. به‌عبارت‌دیگر، عوامل به‌وجودآورنده طرد این گروه‌ها، خودشان محصول طرد هستند. در بخش مفهومی و نظری این پژوهش که به گفتمان‌های طرد اشاره شد، نام گروه‌های مختلفی به‌عنوان گروه‌های مطرود بالقوه و بالفعل به میان آمد؛ گروه‌هایی که با مسائل فردی و موانع ساختاری در سطح اجتماعی مواجه‌اند. این مسائل و موانع سبب می‌شود برخی از این گروه‌ها همواره کمتر از دیگران به چشم آیند. به‌نظر می‌رسد تمرکز بیشتر بر گروه‌هایی مانند جوانان و بیکاران در تبلیغات انتخاباتی، ازجمله به‌دلیل کمیت این دو گروه در جامعه و نقش آنها در تعیین نتیجه نهایی انتخابات است. در ایران، به‌جای اینکه احزاب، دولت را بسازند، این دولت است که احزاب را می‌سازد. بخشی از بی‌توجهی به گروه‌هایی مانند معلولان، اقلیت‌ها و بی‌سوادان، ناشی از نبود یا ضعف سازمان‌های بانفوذ و فقدان احزاب و جمعیت‌های قوی و ریشه‌دار در کشور برای دفاع از حقوق این گروه‌ها و اثرگذاری بر فرایندهای سیاستگذاری و جریان انتخابات است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که این گروه‌ها صدایی در جامعه ندارند یا اینکه صدای آنها شنیده نمی‌شود. به‌این‌ترتیب، نقش این گروه‌ها در فراگردهای قدرت (به‌قدرت رسیدن گروه‌ها و جناح‌های موجود) کم‌رنگ می‌شود و این نادیده ماندن به معنای بازتولید شدن طرد آنهاست.

در میان ائتلاف‌ها نیز بی‌توجهی به گروه‌های در معرض طرد کاملاً آشکار است. از

بین ۲۳ ائتلاف که اقلام تبلیغاتی‌شان گردآوری شد، ۶ ائتلاف (۲۶ درصد)، شعار و برنامه‌ای را به شکل کلی اعلام کرده‌اند. طرح برنامه‌هایی که گستره‌ای از مسائل اقتصادی و رفاهی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را دربرمی‌گیرند موجب شده که مشکلات و نیازهای گروه‌های مختلف در معرض طرد اجتماعی به‌طور خاص مورد توجه قرار نگیرد. از سویی، مثلاً شعار «معیشت» یا «رونق اقتصادی» در عین اینکه به هیچ گروه مشخصی اشاره ندارد، قابلیت کاربرد در مورد همه گروه‌های در معرض طرد را دارد؛ هرچند طرد این گروه‌ها، صرفاً جنبه اقتصادی، درآمدی، کمی و معیشتی ندارد. سه ائتلاف اصلی حاضر در انتخابات یعنی اصلاح‌طلبان، اصول‌گرایان و صدای ملت یا اعتدال‌گرایان (که در سه ردیف اول جدول ۳ قرار گرفته‌اند) نیز اشاره‌ای به این گروه‌ها نکرده‌اند. اصلاح‌طلبان که یکی از اهداف اصلی‌شان توسعه سیاسی است شعار و برنامه مشخصی در این زمینه ارائه نکردند. اصول‌گرایان که برنامه خود را بهبود معیشت و وضعیت اقتصادی اعلام کردند، به کلی‌گویی و تکرار رویکردهای بی‌نتیجه پرداختند. اعتدال‌گرایان نیز که گرایش به حفظ وضع موجود (در کنار حمایت از دولت) دارند طرح و برنامه‌ای در این زمینه ندادند. به‌این ترتیب، مشخص نیست که رأی‌دهندگان باید بر چه مبنایی از میان فهرست‌های ارائه شده توسط این ائتلاف‌ها دست به انتخاب می‌زدند. در این وضعیت، انتخاب‌کنندگان، به نام افراد و جهت‌گیری سیاسی ائتلاف آنها رأی داده‌اند و نه طرح و برنامه ائتلاف‌ها (رأی به لیست، به‌جای برنامه). در تبلیغات سه ائتلاف اصلی این انتخابات، ضعف و ابهام سویه‌های اجتماعی (مبتنی بر شناخت دقیق مسائل واقعی و روز جامعه) مشهود بوده است.

اگرچه انتخابات یعنی اینکه قدرت سیاسی به فرد یا گروه خاصی تعلق ندارد و متعلق به همه مردم است، نبود احزاب قوی یا ضعف آنها در ارتباط‌گیری با شهروندان موجب می‌شود که تشکل و انسجام منافع و خواسته‌های گروه‌های اجتماعی مختلف و انتقال آنها به نظام سیاسی به‌درستی صورت نگیرد (دلآوری، ۱۳۸۸). ازیک‌سو (طبق یافته‌های این تحقیق)، بسیاری از گروه‌های اجتماعی (قومی - نژادی، دینی و ...) به‌دلیل ویژگی‌های خود به خاستگاه و پایگاه احزاب و گروه‌های سیاسی بدل نمی‌شوند و ازسوی دیگر، احزاب، ائتلاف‌ها، تشکل‌ها و گروه‌بندی‌های سیاسی به انعکاس سیاسی گروه‌های قدرتمندتر در



میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۳۹

جامعه تبدیل می‌شوند. در این وضعیت، هیچ‌گاه توازن بادوام و نهادینه شده‌ای در منابع قدرت گروه‌های مختلف اجتماعی به وجود نمی‌آید. اینکه دولت می‌تواند احزاب را بسازد یا آنها را از صحنه به در کند، خود در ضعف (یا ضعیف ماندن) گروه‌های اجتماعی (از جمله گروه‌های در معرض طرد) نهفته است. بر مبنای پارادایم انحصار (که در بخش نظری و مفهومی بدان اشاره شد)، انحصاری شدن منابع به سود بعضی از گروه‌ها در یک ساختار نابرابر، احتمال طرد سایر گروه‌ها را افزایش می‌دهد.

تبلیغات، یکی از عوامل برانگیزنده رفتار انتخاباتی مردم ایران شناخته می‌شود و سیاست‌ورزی در شهر تهران و شاید کل کشور و نیز سرنوشت انتخابات تا حد زیادی متکی به تبلیغات عام است اما تعیین سهم واقعی تبلیغات در انتخابات چندان آسان نیست. سایر عوامل اثرگذار در این زمینه عبارت‌اند از رسانه‌ها (ارتباطات میان‌فردی و رسانه‌های نوین به‌ویژه از حیث تأثیر بر طبقات متوسط)، نخبگان، نقد وضعیت موجود، حضور کاندیداهای مورد علاقه، رأی‌دهی به شکل سلبی (نگرانی از روی کار آمدن فرد یا حزبی خاص)، قوم‌گرایی و طایفه‌سالاری (که می‌تواند به رنگ‌باختن برنامه‌محوری و سیاست‌گذاری در حوزه مطالبات منجر شود). افزودن عواملی مانند پایگاه طبقاتی رأی‌دهندگان و نوع کنشگری برگزارکنندگان انتخابات، بر دشواری تحلیل رفتار انتخاباتی در ایران و تهران می‌افزاید (صفری شالی، ۱۳۹۴: ۱۳۱-۱۲۹؛ صادقی جقه، ۱۳۹۴: ۸۹). پیروزی جناح اصلاح‌طلب، در شرایطی که نتایج این تحقیق حاکی از ضعف و نابسندگی برنامه‌ها و شعارهای تبلیغاتی در هر دو سطح فردی (کاندیدها) و جمعی (ائتلاف‌ها) است، نشان می‌دهد که پیش‌بینی رفتار انتخاباتی مردم در شهرهایی مانند تهران به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. محدودیت‌های تبلیغات در سطح شهر (تغییر شکل تبلیغات محیطی) و امکان‌های محدود رسانه‌های رسمی موجب شده که نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی (حرکت از تبلیغات فیزیکی به سمت تبلیغات مجازی) به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم تبلیغات سیاسی در ایران طی سال‌های اخیر و عامل مهم پیروزی فهرست اصلاح‌طلبان مطرح شود. در این دوره از انتخابات، قدرت جریان‌ها و شبکه‌های مجازی در ترغیب رأی‌دهندگان بالقوه (که شمار قابل توجهی از آنها در معرض یا دستخوش طرد هستند)، بر ضعف کیفیت و محتوای تبلیغات و برنامه‌های

کاندیدها غلبه کرده است. به نظر می‌رسد در انتخابات مجلس دهم در شهر تهران، گفتمان و رویکرد اصول‌گرایی «به دلیل عدم انطباق با نظام دانایی حاکم بر جامعه» (ربانی خوراسگانی و میرزایی، ۱۳۹۴: ۴۵)، فقدان آگاهی دقیق از وضعیت سیاسی - اقتصادی - اجتماعی شهر تهران و رقیب و نیز استراتژی پیامی و رسانه‌ای نه‌چندان هماهنگ نتوانست بر گفتمان اصلاح‌طلبی پیروز شود؛ هرچند جای تردید وجود دارد که در این انتخابات، اساساً گفتمان واحد و مشخصی از سوی اصلاح‌طلبان و اصول‌گرایان برای کاستن از مشکلات موجود ارائه شده باشد. در غیاب گفتمان‌سازی و جریان‌سازی برای انتخابات توسط هر دو جناح سیاسی، منازعه انتخاباتی به کشاکش بر سر پذیرش یا رد روش اعتدال در روند حکومت‌داری منجر شد. پیروزی اصلاح‌طلبان (همراهان و حامیان دولت) در تهران به این معناست که در این دوره از انتخابات مجلس، «موفقیت انتخاباتی از مسیر دولت گذشته است» (صفری شالی، ۱۳۹۴: ۱۳۴). به‌علاوه، دوقطبی شدن هرچه بیشتر فضای انتخاباتی در کنار نارضایتی از عملکرد برخی از نمایندگان مجلس نهم، ضعف تبلیغات کاندیدها را کم‌رنگ کرده و به نوعی رأی‌دهی سلبی انجامید که در آن، اولویت با حذف افراد، جناح و تفکر رقیب است و نه تحلیل برنامه‌ها و اهداف دو جناح و رأی دادن براساس این تحلیل. در چنین شرایطی کاملاً محتمل است که رأی‌دهی با اتکا به اصول حق و عدالت، جای خود را به رأی‌دهی بر مبنای سود گروه خودی دهد.

مقایسه نتایج این تحقیق با پژوهشی که در همین زمینه طالب و همکاران در سال ۱۳۸۶ انجام دادند نیز قابل تأمل است. طرح پژوهشی مورد اشاره که به بررسی مدل‌های توسعه در تبلیغات انتخاباتی کاندیدهای مجلس هشتم اختصاص داشت، گروه‌های هدف کاندیدهای مجلس در شهر تهران را نیز مورد توجه قرار داد. بر این اساس، از میان ۳۰ نفر منتخب مردم تهران در هشتمین دوره انتخابات مجلس (که ۲۹ نفر از آنها متعلق به ائتلاف اصول‌گرایان بودند)، ۶ نفر به یک یا چند گروه هدف اشاره کردند و سایر منتخبان، هیچ گروهی را هدف برنامه‌ها و سیاست‌های خود قرار ندادند. از بین گروه‌های هدف، جوانان و فقرا را سه منتخب، زنان از سوی دو منتخب و بازنشستگان از جانب یک منتخب مورد توجه قرار گرفتند. هیچ‌یک از منتخبان، اشاره‌ای به کودکان، معلولان و اقلیت‌های قومی و دینی در

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۴۱

اقدام تبلیغاتی خود نکردند (طالب و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۸). مقایسه نتایج پژوهش یادشده با یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که طی این هشت سال (مجلس هشتم تا دهم)، توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی، تغییری نکرده و حتی کاهش یافته است. از این حیث، رویکرد هر دو جناح اصول‌گرا و اصلاح‌طلب نیازمند بازنگری است.

در نهایت، ائتلاف پیروز انتخابات مجلس دهم در شهر تهران (اصلاح‌طلبان)، مانند نمایندگان جناح رقیب در دوره‌های پیشین، در رویکرد تبلیغاتی خود به‌طور خاص به گروه‌های در معرض طرد اشاره‌ای نداشته است. جز دو نفر، منتخبان مردم تهران در تبلیغات خود از گروه هدف مشخصی نام نبرده و برنامه‌ای در این زمینه ارائه ندادند تا براساس آن بتوان سمت‌وسوی عملکرد آنها را در مجلس تا حدی پیش‌بینی کرد. آنچه در شعار تبلیغاتی این ائتلاف (امید، آرامش و رونق اقتصادی) بیشتر به چشم آمد، حمایت از سیاست‌های اقتصادی - سیاسی دولت است. ضعف یا فقدان رویکرد مشخص اجتماعی، کارآمدی این سیاست‌ها را با مشکل مواجه می‌کند. طبق یافته‌های این تحقیق، کم‌توجهی به گروه‌های در معرض طرد، معلول ضعف عمومی تبلیغات انتخاباتی در کشور نیز است؛ تبلیغاتی که در بسیاری موارد از واقعیت‌های اجتماعی فاصله دارند. در این شرایط، مسئله اساسی این است که نادیده گرفتن این گروه‌ها می‌تواند به بازتولید طردشان منجر شود، و پرسش کلیدی این است که آیا طرد از عرصه تبلیغات انتخابات، به معنای طرد از عرصه سیاست‌گذاری، قانونگذاری و برنامه‌ریزی نیز است؟ اگر چنین باشد، این گروه‌ها دستخوش طرد مضاعف خواهند شد و رهاورد این وضعیت، عمیق‌تر شدن شکاف میان واقعیت‌های اجتماعی - اقتصادی - سیاسی و اولویت‌های سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان این عرصه‌ها خواهد بود. در فقدان احزاب، تشکل‌ها، سازمان‌ها و نهادهایی که در جهت دفاع از منافع این گروه‌ها چانه‌زنی کنند و نیز نمایندگانی که حقوق، نیازها و مطالباتشان را در مجلس پیگیری کنند، گروه‌های در معرض طرد (یا مطرود) به جریان اصلی زندگی جامعه وارد نخواهند شد. با تقویت و فعال‌سازی جامعه مدنی و تسهیل گفت‌وگوی عمومی میان منافع متکثر و متضاد به شکل نهادینه و پیوسته، مشکلات گروه‌های در معرض طرد، توجه و حساسیت سیاست‌ورزان به‌ویژه در سطوح بالاتر تصمیم‌گیری را بیشتر به خود جلب خواهد کرد.

## منابع و مأخذ

۱. ابراهیمی، مهدی (۱۳۸۹). «بازاندیشی سیاست اجتماعی (بررسی کتاب اصلاح سیاست اجتماعی نوشته آریان دوهان)»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره یازدهم، ش ۲.
۲. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۲). *تحلیل محتوا، در «روش‌های پیشرفته تحقیق»*، گردآوری رضا خاشعی و علیرضا صادقی، تهران، مرکز نظارت و ارزیابی صداوسیما.
۳. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۴). «فقر درآمدی، فقر قابلیتی و طرد اجتماعی: روندشناسی تحول مفاهیم در بررسی فقر و محرومیت»، *فصلنامه تأمین اجتماعی*، سال دوازدهم، ش ۴۵.
۴. ازکیا، مصطفی و مصطفی دربان آستانه (۱۳۸۲). *روش‌های کاربردی تحقیق*، تهران، کیهان.
۵. اعظم‌آزاده، منصوره و مریم تافته (۱۳۹۴). «منابع مطرودساز، طرد اجتماعی و احساس شادمانی زنان سرپرست خانوار»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، ش ۵۰.
۶. اعظم‌آزاده، منصوره و افسانه خواجه صالحانی (۱۳۹۵). «تشخص محله و احساس طرد اجتماعی (مطالعه موردی شهر پاکدشت)»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ش ۵۹.
۷. اعظم‌آزاده، منصوره و مرضیه مشتاقیان (۱۳۹۴). «دشواری‌های بازگشت به مبدأ مهاجرت: جدایی فرهنگی، طرد و بهزیستی»، *دوفصلنامه مسائل اجتماعی ایران*، سال ششم، ش ۱.
۸. باستانی، سوسن، فاطمه رهنمای و مریم قاضی‌نژاد (۱۳۹۲). «طرد اجتماعی (مطالعه موردی: طرد عینی و ذهنی سالمندان شهر تهران)»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره دوم، ش ۴.
۹. بلالی، اسماعیل (۱۳۸۹). «طرد اجتماعی اقوام در آینه آمار: بررسی بودجه‌های استان‌های ترک‌نشین و کردنشین»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ش ۱۰.
۱۰. بلیک‌مور، کن (۱۳۸۵). *مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری اجتماعی*، ترجمه علی اصغر سعیدی و سعید صادقی، تهران، مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
۱۱. بیگدلی، ایمان‌الله، پرویز صباحی و سعید اعظمی (۱۳۹۳). «تحلیل شناختی - اجتماعی پیام‌های تبلیغاتی انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران با توجه به مدل حکمرانی خوب»، *دوفصلنامه شناخت اجتماعی*، سال سوم، ش ۱.
۱۲. پروین، ستار و ایوب اسلامیان (۱۳۹۳). «تجربه زیسته زنان مبتلا به ویروس اچ. آی. وی. از روابط اجتماعی»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، دوره دوازدهم، ش ۲.
۱۳. پناهی، محمدحسین (۱۳۸۰). «بررسی تبلیغات انتخاباتی مجلس ششم در تهران»، *فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، ش ۱۱-۱۲.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۴۳

۱۴. تاج مزینانی، علی اکبر و فاطمه خرم‌آبادی (۱۳۹۵). «بررسی مقایسه‌ای زنان و مردان جوان شهرستان نهاوند در ارتباط با میزان و ابعاد (عینی - ذهنی) طرد اجتماعی»، فصلنامه علوم اجتماعی، سال دهم، ش ۳۳.
۱۵. تاج مزینانی، علی اکبر و مهدیه لاریجانی (۱۳۹۴). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر مطرودیت اجتماعی سالمندان (شهر ورامین)»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ش ۵۹.
۱۶. جعفری هرندی، رضا، احمدرضا نصر و ابراهیم میرشاه‌جعفری (۱۳۸۷). «تحلیل محتوا: روشی پرکاربرد در مطالعات علوم اجتماعی، رفتاری و انسانی»، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، سال چهاردهم، ش ۵۵.
۱۷. حسینی، حسن و فاطمه صفری (۱۳۸۷). «معلولیت، فقر و طرد اجتماعی»، فصلنامه رفاه اجتماعی، ش ۳۱.
۱۸. خلوتی، ملیحه، ایوب نافیعی و لیلا استادهاشمی (۱۳۹۳). «حوزه‌های طرد اجتماعی سالمندان»، ماهنامه علوم پزشکی کرمانشاه، ش ۸۵.
۱۹. دلاور، علی (۱۳۸۸). «مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی»، انتشارات رشد.
۲۰. دلاوری، ابوالفضل (۱۳۸۸). «زمینه‌های اجتماعی ناپایداری احزاب سیاسی در ایران»، فصلنامه نقد و نظر، ش ۷.
۲۱. راغفر، حسین (۱۳۸۴). «فقر و ساختار قدرت در ایران»، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال چهارم، ش ۱۷.
۲۲. ربانی خوراسگانی، علی و محمد میرزایی (۱۳۹۴). «تحلیل تقابل گفتمانی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌وششم، ش ۶۰.
۲۳. رحمتی، فاطمه، شمس‌الدین نیکنامی، فرخنده امین شکروی و علی راوری (۱۳۹۱). «تجربیات بیماران مبتلا به اچ. آی. وی. از ننگ اجتماعی»، مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، سال اول، ش ۲.
۲۴. رحیم‌سلمانی، آرزو (۱۳۹۱). «مروری بر روش تحلیل محتوا»، مجله آینه پژوهش، سال بیست‌وسوم، ش ۵ و ۶.
۲۵. رضوانی، روح‌الله (۱۳۸۹). «تحلیل محتوا»، مجله عیار پژوهش در علوم انسانی، ش ۳.
۲۶. زارع شاه‌آبادی، اکبر و مستانه بلگوریان (۱۳۹۲). «بررسی رابطه طرد اجتماعی و بزهکاری در میان دانشجویان دختر دانشگاه یزد»، فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، سال چهارم، ش ۲.
۲۷. زرین کفشیان، غلامرضا (۱۳۹۵ الف). «طرد اجتماعی معلولین در ایران»، ماهنامه پیک توانا، سال هفتم، ش ۶۳.
۲۸. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۵ ب). «بررسی وضعیت طرد اجتماعی معلولین: مطالعه موردی معلولین جسمی و حرکتی تحت پوشش بهزیستی شهرستان ری»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال دوازدهم، ش ۴۳.
۲۹. ساروخانی، باقر (۱۳۸۲). «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (اصول و مبانی)»، جلد اول، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۳۰. سیدان، فریبا و بهار ضمیران (۱۳۸۷). «بررسی رابطه طرد اجتماعی و سلامت زایمان زنان»، فصلنامه زن و مطالعات خانواده، سال اول، ش ۲.
۳۱. صادقی جقه، سعید (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر در رفتار انتخاباتی ایرانیان»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال هجدهم، ش ۳.
۳۲. صادقیان، لیلا (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین امنیت و طرد اجتماعی در زنان شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهراء.
۳۳. صفری شالی، رضا (۱۳۹۴). «بررسی رفتار رأی‌دهندگی ایرانیان در انتخابات مجلس شورای اسلامی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال هجدهم، ش ۳.
۳۴. طالب، مهدی، حسین ایمانی جاجرمی، احمد فیروزآبادی و علیرضا صادقی (۱۳۹۰). «رویکردهای توسعه در شعارهای تبلیغاتی هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران»، مجله مطالعات جامعه‌شناختی، ش ۱۸.
۳۵. طالب، مهدی، احمد فیروزآبادی، حسین ایمانی جاجرمی و علیرضا صادقی (۱۳۸۷). «بررسی گروه‌های هدف در تبلیغات هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، ش ۱ و ۲.
۳۶. طالب، مهدی، سامان یوسف‌وند و علی یوسف‌وند (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای کیفی شعارهای تبلیغاتی نامزدهای نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر خرم‌آباد از منظر رویکردهای توسعه‌محور»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۶۰.
۳۷. طاهری، محبوبه و پرویز اجلائی (۱۳۹۲). «مطالعه میدانی و بررسی جامعه‌شناختی «ترک‌محل» ساری»، فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم، ش ۲۹.
۳۸. غفاری، غلامرضا (۱۳۹۴). «فقر آموزشی: آغازگر و مبنای طرد اجتماعی»، روزنامه شرق، ش ۲۴۰۵.
۳۹. غفاری، غلامرضا و رضا امیدی (۱۳۸۹). «چرخش مفهومی و نظری از فقر به سازه مطرودیت اجتماعی»، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ش ۴.
۴۰. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۰). «گذار از دستگاه مفهومی فقر به سازه رانده‌شدگی اجتماعی»، فصلنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ش ۲۸۵.
۴۱. غفاری، غلامرضا و محمدباقر تاج‌الدین (۱۳۸۴). «شناسایی مؤلفه‌های محرومیت اجتماعی»، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال چهارم، ش ۱۷.
۴۲. فرضی‌زاده، زهرا (۱۳۹۳). «طرد اجتماعی دختران روستایی مجرد»، مجله توسعه روستایی، ش ۱۰.

میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهمین دوره ... \_\_\_\_\_ ۱۴۵

۴۳. فیتزپتریک، تونی (۱۳۸۳). *نظریه رفاه: سیاست اجتماعی چیست؟*، ترجمه هرمز همایون‌پور، تهران، مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.

۴۴. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۵). *نظریه‌های رفاه جدید*، ترجمه هرمز همایون‌پور، تهران، مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.

۴۵. فیروزآبادی، احمد و علیرضا صادقی (۱۳۸۹الف). «وضعیت طرد اجتماعی زنان فقیر روستایی»، *مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران*، سال اول، ش ۱.

۴۶. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۹ب). «مطالعه ابعاد طرد اجتماعی زنان روستایی سرپرست خانوار در رابطه با وضعیت اشتغال و اقامت»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، دوره هشتم، ش ۲.

۴۷. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۲). *طرد اجتماعی: رویکردی جامعه‌شناختی به محرومیت*، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.

۴۸. قاضی‌نژاد، مریم (۱۳۹۲). «طرد اجتماعی جوانان؛ ابعاد و شاخص‌ها»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، ش ۱۹.

۴۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). *راه سوم: بازسازی سوسیال دمکراسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، انتشارات شیرازه.

۵۰. محسنی تبریزی، علیرضا و غلامرضا زرین‌کفشیان (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر طرد اجتماعی معلولان»، *مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران*، سال ششم، ش ۲.

۵۱. مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی (۱۳۹۴). «گزارش طرح پژوهشی طرد اجتماعی جوانان و عوامل زمینه‌ساز آن در ایران»، وزارت ورزش و جوانان.

۵۲. مستقیمی، آمنه (۱۳۸۹). «مروری بر تحلیل محتوا و کاربردهای آن»، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، ش ۲۷.

۵۳. معروفی، یحیی و محمدرضا یوسف‌زاده (۱۳۸۸). *تحلیل محتوا در علوم انسانی*، همدان، سپهر دانش.

۵۴. منادی، مرتضی (۱۳۸۵). «روش تحلیل محتوای متن گفتاری و نوشتاری در علوم رفتاری و اجتماعی»، *فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی*، ش ۴۸.

۵۵. نواح، عبدالرضا و خیری حیدری (۱۳۹۵). «بررسی هویت قومی و تأثیر آن بر احساس طرد اجتماعی (مطالعه موردی عرب‌های شهر اهواز)»، *فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی*، ش ۱۸.

۵۶. هال، آنتونی و جیمز میچلی (۱۳۸۸). *سیاست اجتماعی و توسعه*، ترجمه مهدی ابراهیمی و علیرضا صادقی، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.

۵۷. هزارجریبی، جعفر و رضا صفری شالی (۱۳۹۱). *آنانومی رفاه اجتماعی*، تهران، انتشارات جامعه و فرهنگ.

۵۸. هنینک، مونیکه، اینگه هاتر و اجی بیلی (۱۳۹۴). *روش‌های تحقیق کیفی*، ترجمه علیرضا صادقی و مهدی ابراهیمی، تهران، مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.

۵۹. هولستی، آل-آر (۱۳۸۰). تحلیل محتوا در علوم انسانی و اجتماعی، ترجمه نادر سالارزاده، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

60. Abrams, Dominic, Julie Christian and David Gordon (2007). *Multidisciplinary Handbook of Social Exclusion Research*, John Wiley.
61. Alcock, Pete (2012). *Poverty and Social Exclusion*, in 'Student Companion to Social Policy', Edited by Pete Alcock, Margaret May and Sharon Wright, John Wiley.
62. Allman, Dan (2013). "The Sociology of Social Inclusion", SAGE Open, January-March, Available at: <http://sgo.sagepub.com>.
63. Barker, Gary (2005). *Dying to be men: Youth, Masculinity and Social Exclusion*, Routledge.
64. Bhalla, A. S. and Frederic Lapeyre (2004). *Poverty and Exclusion in a Global World*, Palgrave Macmillan.
65. Bird, Viv and Rodie Akerman (2005). *Literacy and Social Inclusion*, National Literacy Trust.
66. Blackman, Tim, Sally Brodhurst and Janet Convery (2001). *Social Care and Social Exclusion*, Palgrave Macmillan.
67. Bonner, Adrian (2006). *Social Exclusion and the Way Out*, John Wiley.
68. Bryngelson, Anna (2009). "Long-term Sickness, Absence and Social Exclusion", *Scandinavian Journal of Public Health*, Vol 37, No. 8.
69. Burchardt, Tania, Julia Le Grand and David Piachaud (2002). *Understanding Social Exclusion*, Oxford University Press.
70. Byrne, David (2005). *Social Exclusion*, Open University Press.
71. Cann, Paul and Dean Malcolm (2009). *Unequal Aging*, The Policy Press.
72. Collins, Michael F. and Tess Kay (2002). *Sport and Social Exclusion*, Routledge.
73. Dani, Anis A. and Arjan De Haan (2008). *Inclusive States: Social Policy and Structural Inequalities*, The World Bank.
74. Dewall, C. Nathan (2013). *The Oxford Handbook of Social Exclusion*, Oxford University Press.
75. Evans, Karen and Beatrix Niemeyer (2005). *Reconnection: Countering Social Exclusion through Situated Learning*, Kluwer Academic Publishers.
76. Fangen, Katrine (2010). "Social Exclusion and Inclusion of Young Immigrants", *Nordic Journal of Youth Research*, 18 (2).
77. Fangen, Katrine, Thomas Johansson and Nils Hammaren (2012). *Young Migrants*, Palgrave Macmillan.
78. Gough, Jamie, Aram Eisenschitz and Andrew McCulloch (2006). *Spaces of Social Exclusion*, Routledge.
79. Hermange, Marie-Therese (2002). *Report on Illiteracy and Social Exclusion*, Committee on Employment and Social Affairs, European Parliament.
80. Keaton, Trica Danielle (2006). *Muslim Girls and the Other France*, Indiana University Press.



۱۴۷ \_\_\_\_\_ ... میزان توجه به گروه‌های در معرض طرد اجتماعی در تبلیغات دهه‌های ۱۹۹۰ ...

81. Kieselbach, Thomas (2000). *Youth Unemployment and Social Exclusion*, Springer.
82. Killen, Melanie and Adam Rutland (2011). *Children and Social Exclusion*, John Wiley.
83. Lawless, Paul, Ron Martin and Sally Hardy (2004). *Unemployment and Social Exclusion*, Routledge.
84. Levitas, Ruth (2005). *The Inclusive Society? Social Exclusion and New Labor*, Palgrave Macmillan.
85. Levitas, Ruth and et al. (2007). *The Multi-dimensional Analysis of Social Exclusion*, Department of Sociology and School for Social Policy, University of Bristol.
86. Lockheed, Marlaine (2010). *Gender and Social Exclusion*, The International Institute for Educational Planning.
87. MacDonald, Robert (1997). *Youth, the Underclass and Social Exclusion*, Routledge.
88. Mason, Tom, Caroline Carlisle, Caroline Watkins and Elizabeth Whitehead (2001). *Stigma and Social Exclusion in Healthcare*, Routledge.
89. Micklewright, John (2002). *Social Exclusion and Children*, Florence, UNICEF Innocenti Research Centre.
90. Millar, John (2007). *Social Exclusion and Social Policy Research*, in 'Multidisciplinary Handbook of Social Exclusion Research', Edited by Dominic Abrams, Julie Christian and David Gordon, John Wiley.
91. Morgan, Craig and et al. (2007). "Social Exclusion and Mental Health", *The British Journal of Psychiatry*, 191 (6).
92. Mosley, Paul and Elizabeth Dowler (2003). *Poverty and Social Exclusion in North and South*, Routledge.
93. Odekon, Mehmet (2006). *Encyclopedia of World Poverty*, Sage.
94. Osler, Audrey and Kerry Vincent (2003). *Girls and Exclusion*, Routledge.
95. Parent, F. and B. Lewis (2003). *The Concept of Social Exclusion and Rural Development Policy*, Southern Rural Sociological Association.
96. Parodi, Giuliana and Dario Sciulli (2012). *Social Exclusion: Short and Long term Causes and Consequences*, Physica-Verlag.
97. Pierson, John (2002). *Tackling Social Exclusion*, Routledge.
98. Pitts, Marian and Anthony Smith (2007). *Researching the Margins*, Palgrave Macmillan.
99. Portes, Alejandro (1998). "Social Capital: Its Origins and Application in Contemporary Sociology", *Annual Review of Sociology*, 24.
100. Ridge, Tess (2002). *Childhood Poverty and Social Exclusion*, The Policy Press.
101. Seaman, Peter (2006). *Social Exclusion*, in 'Encyclopedia of World Poverty', Edited by Mehmet Odekon, Sage.
102. Seekmoon, Sung (2006). *Social Poverty in 'Encyclopedia of World Poverty'*, Edited by Mehmet Odekon, Sage.
103. Sen, Amartya (2000). Social Exclusion, Social Development Papers, No. 1,

- Manilla: Office of Environment and Social Development, Asian Development Bank.
104. Shaw, M., D. Dorling and Smith G. Davey (2006). *Poverty, Social Exclusion and Minorities*, in 'Social Determinants of health', Edited by Marmot, M. and R. Wilkinson, Oxford University Press.
105. Somerville, Peter and Andy Steele (2002). *Race, Housing and Social Exclusion*, Jessica Kingsley Publishers.
106. Sounders, Peter (2011). *Down and Out: Poverty and Exclusion in Australia*, The Policy Press.
107. Von Braun, Joachim and Franz W. Gatzweiler (2014). *Marginality: Addressing the Nexus of Poverty, Exclusion and Ecology*, Springer.
108. Welshman, John (2007). *From Transmitted Deprivation to Social Exclusion*, The Policy Press.
109. Wolf, Maryanne and et al. (2014). Global Literacy and Socially Excluded People, Available at [www.pas.va/content/dam/accademia](http://www.pas.va/content/dam/accademia).