

## بررسی گروه‌های هدف در تبلیغات هشتمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران<sup>۱</sup>

مهدی طالب، سیداحمد فیروزآبادی، حسین ایمانی جاجرمی، علیرضا صادقی

(تاریخ دریافت ۸۷/۱۲/۷، تاریخ پذیرش ۸۸/۳/۲۷)

چکیده: عمده‌ترین سؤال این پژوهش این است که توجه به گروه‌های هدف در بین تبلیغات کاندیداهای منفرد، تشکل‌ها، گروه‌های اصلی سیاسی و منتخبین در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران به چه صورت بوده است؟ در این تحقیق جمعیت آماری تمامی کاندیداهای احزاب و تشکل‌های شرکت‌کننده در انتخابات شهر تهران بوده که به تبلیغات پرداخته‌اند. تعداد کاندیداهای در نمونه مورد بررسی ۳۲۹ نفر و تعداد تشکل‌ها نیز ۴۴ تشکل بوده است. داده‌های گردآوری شده بنا استفاده از روش تحلیل محتوای شعارهای انتخاباتی از منظر گروه‌های هدف در اقلام تبلیغی کاندیداهای منفرد و جمعی و مباحث نظری مربوط به گروه‌های هدف در نظریه‌های مربوط به سیاست‌های اجتماعی و رفاهی، تحلیل شده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در بین هشت گروه هدف - کودکان، زنان، جوانان، سال‌خوردگان، فقرا، اقلیت‌های قومی و دینی، بازنشستگان، و معلولان - بیشترین توجه کاندیداهای منفرد و احزاب، به جوانان و زنان و سپس با اهمیتی کمتر از این دو گروه، فقرا بوده است. بازنشستگان، اقلیت‌های قومی و دینی و سپس کودکان، معلولان و سال‌خوردگان، نیز به ترتیب از اهمیتی به مراتب پایین‌تر برخوردار بوده و مورد کم‌توجهی و حتی بی‌توجهی کاندیداهای احزاب قرار گرفته‌اند؛ به گونه‌ای که دو گروه اخیر در بین تبلیغات احزاب اساساً به چشم نمی‌خورند. کمیت بالا و در نتیجه

۱. این مقاله برگرفته از نتایج طرح پژوهشی بررسی مدل‌های توسعه در تبلیغات انتخاباتی کاندیداهای مجلس: مطالعه موردی هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شهر تهران، معاونت پژوهشی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران می‌باشد.

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۱ و ۲، بهار و تابستان ۱۳۸۷، ص. ۱۶۵-۱۸۳

حجم آرای تأثیرگذار گروه‌های جوان و زنان از یک طرف و نیز نفوذپذیری و امکان جلب آرای آنان در مقایسه با سایر گروه‌های هدف، از جمله دلایلی است که براساس آن می‌توان توجه بیشتر کاندیداها و احزاب به جوانان و زنان را نسبت به سایر گروه‌های هدف تبیین نمود.

مفاهیم کلیدی: رفاه اجتماعی - گروه‌های هدف - انتخابات - سیاست‌گذاری اجتماعی - تهران

### مقدمه

نابرابری میان انسان‌ها و گروه‌های اجتماعی تقریباً یکی از واقعیت‌های ناخوشایند در تمامی جوامع حاضر است. دولت به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، توزیع‌کننده اصلی منابع قدرت و منزلت بوده و در کاهش و یا حتی افزایش نابرابری نقش اصلی را دارد. دولت علی‌رغم ناکامی‌ها و انتقادات وارد بر آن، همچنان مهم‌ترین نهاد سیاست اجتماعی است و صرف‌نظر از هزینه‌های بخش اجتماعی، در مورد اولویت‌های سیاست‌های اجتماعی و مداخلات و پیامدهای حاصل از آن تصمیم‌گیری می‌کند (Hall & Midgley, 2004: 12). سیاست‌های رفاهی غالباً گروه‌های محروم را هدف قرار می‌دهند و می‌کوشند تا با ارتقا و وضعیت اقتصادی و اجتماعی آن‌ها، نابرابری را در جامعه کاهش دهند.

اما پرسش مهم این است که نگرش و میزان توجه نخبگان سیاسی به گروه‌های اجتماعی به‌ویژه گروه‌هایی که در سیاست‌گذاری اجتماعی به‌عنوان گروه‌های هدف شناخته می‌شوند چگونه است؟ آیا نخبگان و فعالان سیاسی به کثرت این گروه‌ها و نیازهای متفاوت آن‌ها توجه دارند؟ مقاله حاضر می‌کوشد تا با تحلیل تبلیغات انتخابات هشتمین دوره مجلس شورای اسلامی در شهر تهران در میان کاندیداها و کسانی که پیروز این انتخابات بودند، به پرسش‌های فوق پاسخ دهد.

«گروه هدف<sup>۱</sup>» از مفاهیمی است که در حوزه مباحث رفاه و سیاست اجتماعی به کار می‌رود و اشاره به آن دسته از گروه‌های اجتماعی دارد که به‌طور ویژه هدف اقدامات و سیاست‌گذاری‌های رفاهی و معیشتی قرار دارند. یکی از اهداف اصلی سیاست اجتماعی نیز بررسی انتقادی تأثیر سیاست‌گذاری اجتماعی بر زندگی این گروه‌ها است. در تلاش‌های اولیه و نظام‌مند محققان و سیاست‌گذاران در قرن نوزدهم، فقرا از زمره نخستین گروه‌هایی بودند که در کانون توجه قرار گرفتند. اگرچه گروه‌های اجتماعی مبتنی بر سن، جنس، معلولیت

1. Target Group

و... نیز در مطالعات و برنامه‌ریزی‌های اولیه دیده می‌شدند و از حمایت و کمک اجتماعی دولت رفاه برخوردار گشتند، اما این گروه‌ها موضوعیت و هویت مستقلی نداشتند بلکه به صورت حاشیه‌ای و عمدتاً در ارتباط با موضوع فقر مورد توجه قرار می‌گرفتند. مکاتب رفاهی عمده نیز نگرشی کلان داشتند و جز برخی ایدئولوژی‌ها نظیر چپ کلاسیک که طبقه کارگر را مورد حمایت قرار داد یا چپ نو که بر تأمین نیازهای سایر محرومین از جمله سالمندان، معلولان، اقلیت‌ها و زنان تأکید کرد، حساسیت ویژه‌ای به گروه‌های خاص و متکثر اجتماعی نداشتند و نگرشی عام و فراگیر را در برنامه‌ها دنبال می‌کردند (رفیعی و مدنی، ۱۳۸۰: ۸۸).

به تدریج از یک‌سو با ظهور جنبش‌های اجتماعی نوین، تغییر نقش طبقات اجتماعی و پدید آمدن گروه‌های اجتماعی پر قدرت‌تر بر پایه جنسیت، قومیت، و معلولیت و از سوی دیگر با نقد ایدئولوژی‌های کلان از سوی جنبش پسا مدرن، زمینه شکل‌گیری «ایدئولوژی‌های کوچک» و متکثر پدید آمد. ایدئولوژی‌های کلان رفاهی با این ادعا مورد نقد قرار گرفت که در جهان پیچیده و پیشرفته کنونی نمی‌توان با روایت کلان و تک بعدی فرایندهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را تبیین نمود و برای مشکلات امروز نسخه واحد و یگانه‌ای پیچید، بلکه باید به ایدئولوژی‌های کوچک توسل جست؛ یعنی نظام‌های ارزشی و هنجاری متنوعی که هر یک از گروه‌های اجتماعی برای خود دارند (همان منبع: ۷۵-۷۶). به نظر پتریک اگرچه تقسیمات اجتماعی مبتنی بر جنس، نژاد و قومیت چندان جدید نیستند اما رسمیت و اهمیتی که این تقسیمات از حیث هویت فردی و روابط اجتماعی پیدا می‌کنند، جدید است. همچنین ایدئولوژی‌های کلان رفاهی عمدتاً در قالب طبقه و کشمکش‌هایی که بر سر توزیع منابع مادی و بازتوزیع اجتماعی کالاها صورت می‌گیرند، مشخص می‌شوند اما تقسیمات اجتماعی جدید با نهضت‌های اجتماعی و کشمکش‌های مربوط به توزیع منابع مادی و فرهنگی سروکار دارند (فیتزپتریک، ۱۳۸۳: ۲۷۵-۲۷۸).

علاوه بر این، ورود مباحث مربوط به حقوق بشر و حقوق شهروندی و نیز نفوذ و گسترش دیدگاه‌های غیرمادی، چندبعدی و رابطه‌ای به محرومیت در محافل آکادمیک و سیاست‌گذاری، موجب گردید علاوه بر هدف پیشین سیاست اجتماعی یعنی تأمین خدمات رفاهی برای فقرا، در ارتباط با گروه‌های اجتماعی دیگر نیز اهداف جدیدی نظیر حمایت اجتماعی، شمول اجتماعی و مقابله با طرد اجتماعی<sup>۱</sup> و ارتقای عدالت و انسجام اجتماعی تعریف و در دستور کار نهادها و

## 1. Social Exclusion

سازمان‌های بین‌المللی قرار گیرد. در درون این دستور کار جدید، دستیابی به اهداف گسترده سیاست اجتماعی یعنی کاهش فقر و نابرابری، تأمین خدمات اساسی، مبارزه با طرد اجتماعی و تقویت معیشت مردم تنها درون محیط سیاسی ای امکان‌پذیر است که به‌طور هم‌زمان حقوق بشر را برای همه شهروندان تضمین نماید (Hall & Midgley, 2004: 8-11).

طی دهه ۱۹۹۰ اذعان گردید که علاوه بر فقر و نابرابری، وضع نامساعد اجتماعی می‌تواند از طریق مکانیزم‌های طرد اجتماعی نیز تداوم یابد. عوامل بسیاری وجود دارند که می‌توانند با یکدیگر ترکیب شوند و بخش‌های وسیعی از جمعیت را از مشارکت کامل در زندگی رایج اجتماعی، اقتصادی و سیاسی محروم نموده و به حاشیه برانند. این عوامل ممکن است با طبقه، کاست، قومیت، مذهب، سن یا جنسیت در ارتباط باشند. از این‌رو، یکی از اهداف سیاست اجتماعی که اهمیتی روزافزون یافته است، افزایش ادغام و دربرگیری اجتماعی گروه‌های مطرود و وارد ساختن آن‌ها به جریان اصلی سیاست‌ها است؛ گروه‌هایی که به‌طور جدی مورد تبعیض قرار گرفته‌اند (Ibid: 10).

اکنون پرسش اساسی این است که سیاست‌گذاران اجتماعی تحت چه شرایطی و متأثر از چه عواملی منافع و خواسته‌های این گروه‌های اجتماعی را دنبال کرده و به عبارتی دقیق‌تر، از طرد و به حاشیه رانده شدن آن‌ها به‌صورت خواسته و یا احیاناً ناخواسته، جلوگیری می‌نمایند؟ به اعتقاد می‌شود هرچند سیاست اجتماعی به‌طور جدی تحت تأثیر تحولات کلان اقتصادی و نیروهای جهانی سازی قرار دارد، اما عواملی نظیر سیاست‌ها و برنامه‌های حزبی، رقابت‌های دموکراتیک انتخاباتی، افکار عمومی شهروندان و جنبش‌های اجتماعی فعال و فشار گروه‌های ذینفع، نقش مؤثری در تضمین منافع و حقوق اجتماعی این گروه‌ها در تصمیم‌گیری‌های سیاستی ایفا می‌نماید (میشرا، ۱۳۸۴: ۸۰-۱۰۴). از میان این عوامل، انتخابات نشان‌دهنده فضای کلی سیاسی و فرصتی برای بررسی برنامه‌های ارائه شده توسط گروه‌های سیاسی مختلف از یک طرف و میزان توجه این گروه‌های سیاسی به گروه‌های اجتماعی است. از آن‌جا که در ایران احزاب و کاندیداها به‌صورت شفاف و مدون اهداف و برنامه‌های خود را در انتخابات مطرح نمی‌کنند و از طرفی دیگر، کاندیداها در یک تعارف انتخاباتی از نوع فضای سیاسی ایران خود را فراجناحی و متعلق به گروه‌ها و تشکل‌های مختلف می‌دانند و انتظار دارند گروه‌های بیشتری اسم آنان را در لیست خود بیاورند، بنابراین راهی جز این موضوع نمی‌ماند که از طریق بررسی شعارهای انتخاباتی مطرح شده در تبلیغات سیاسی کاندیداها احزاب و تشکل‌های سیاسی که لیست ارائه می‌کنند به نوعی اصول سیاستی حاکم بر اهداف و برنامه‌های آتی آن‌ها روشن گردد و به‌طور خاص موضع‌گیری آن‌ها در برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و در این

پژوهش درخصوص منافع و نیازهای گروه‌های اجتماعی گوناگون مشخص شود. آرای مردم به منتخبین نیز نشان‌دهنده همراهی آن‌ها با این برنامه‌ها و در نتیجه توجه یا عدم توجه به این گروه‌های اجتماعی است. لذا نظر به اهمیت موضوع، برای شناخت اهداف و برنامه‌های کاندیداها و رأی‌دهندگان هشتمین دوره انتخابات مجلس در شهر تهران درخصوص گروه‌های هدف، سه پرسش اصلی مطرح شد: الف) کاندیداها و احزاب<sup>۱</sup> سیاسی در اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی خود، کدام یک از گروه‌های هدف (مورد نظر در تحقیق) را به‌طور مستقیم مورد توجه و حمایت قرار داده‌اند؟ این توجه در بین کاندیداها و احزاب سیاسی به تفکیک انواع گروه‌های هدف به چه صورت بوده است؟ ب) کدام یک از گروه‌های هدف مورد کم‌توجهی و چشم‌پوشی کاندیداها و احزاب سیاسی قرار گرفته‌اند و به عبارتی مطرود می‌باشند؟ ج) منتخبین مردم در اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی خود، به این گروه‌ها چگونه توجه کرده‌اند؟

### مبانی مفهومی و نظری

در مباحث سیاست و رفاه اجتماعی، ریشه مفهوم طرد اجتماعی تا اندیشه ماکس و وبر ردیابی می‌شود (2: Burchardt *et al.*, 2002). اما کاربرد مدرن و متأخر این مفهوم به دهه ۱۹۷۰ در فرانسه برمی‌گردد که برای توصیف شرایط اجتماعی گروه‌های حاشیه‌ای، قربانیان تبعیض و فاقدین حقوق شهروندی به کار رفت. این گروه‌ها هیچ دسترسی و ارتباطی با نهادهای قدرتمند که به آن‌ها کمک کند تا صدای‌شان شنیده شود، نداشتند (4: Pierson, 2002). تحت نفوذ و تأثیر مباحث سیاسی فرانسویان به‌ویژه بعد از وقوع بحران‌های اقتصادی دهه ۱۹۸۰ و ظهور مسائلی همچون فردگرایی فزاینده، تضعیف پیوندهای خانوادگی، افزایش بی‌ثباتی مشاغل و نرخ بیکاری، افزایش نقض حقوق بشر و کاهش مشارکت اجتماعی تغییری مفهومی از فقر به طرد اجتماعی در جامعه اروپا (1: Poggi, 2004) و به تدریج در برخی مناطق جهان (Rodgers *et al.*) به وقوع پیوست و تمرکز بر محرومیت‌های اجتماعی و سیاسی افراد و گروه‌های حاشیه‌ای و ادغام این گروه‌ها به درون جریان اصلی جامعه، در دستور کار بسیاری از طیف‌های سیاسی و سازمان‌های بین‌المللی مربوطه قرار گرفت. متفکرانی همچون سیلور<sup>۲</sup> (۱۹۹۴)، لویتاس<sup>۳</sup> (۱۹۹۶)، دومن<sup>۴</sup> (۱۹۹۷)

۱. منظور از اصطلاح حزب معنای دقیق و علمی آن در علم سیاست نیست بلکه مراد کاربرد معمول و رایج آن برای تشکل‌ها و گروه‌های سیاسی رقیب در انتخابات است.

2. Silver

3. Levitas

4. Dommen

وسن<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) نیز از جمله نخستین کسانی هستند که به‌طور جدی نظریه‌پردازی در این حوزه را آغاز نمودند.

به‌طور کلی، طرد اجتماعی عبارتست از، فرایندی که در نتیجه آن گروه‌های اجتماعی و افراد معینی از اجتماع طرد و به حاشیه رانده می‌شوند (بلیک مور، ۱۳۸۵: ۴۳۵). طرد اجتماعی برحسب مؤلفه‌های مشارکت، حقوق شهروندی، دسترسی به فرصت‌ها و بی‌قدرتی تعریف و مشخص می‌شود.

مشارکت: طرد اجتماعی فرایندی است که افراد، خانواده‌ها و گروه‌ها را از منابعی که برای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه به‌عنوان کل لازم است، محروم می‌کند (Pierson, 2004: 4). طرد را می‌توان به‌عنوان طرد تدریجی و مداوم از مشارکت کامل در امور اجتماعی شامل امور نمادین و مادی، تولید، عرضه، بهره‌برداری از منابع در یک جامعه برای گذران معاش، سازماندهی زندگی و مشارکت در توسعه یک آینده بهتر درک نمود. (Millar, 2007: 3). طرد اجتماعی فرایندی است که طی آن افراد یا گروه‌ها به‌طور کامل یا جزئی از شبکه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی محروم می‌شوند.

حقوق شهروندی: همچنین مفهوم طرد اجتماعی ارتباط نزدیکی با ایده شهروندی می‌یابد. نداشتن منزلت شهروندی رسمی فی‌نفسه نوعی از طرد است که در نتیجه آن مطرودین از کل یا بخشی از حقوق مدنی، سیاسی و اجتماعی محروم می‌شوند. (Poggi, 2004: 2).

بی‌قدرتی: طرد اجتماعی به‌عنوان بی‌قدرتی و فقدان توانمندی در سطح فردی و یا به‌عنوان موانع ساختاری در سطح اجتماعی تعریف می‌شود که مانع دسترسی برخی گروه‌ها به منابعی می‌شود که با حقوق شهروندی در ارتباط است (Ibid: 2). به‌عبارتی، طرد نتیجه بدشانسی و بی‌کفایتی شخصی نیست بلکه ناشی از توزیع نابرابر قدرت در جامعه است. (Parent&Lewis, 2003)

دسترسی به فرصت‌ها: مطرودین نه تنها از کالاها و استانداردهای زندگی که افراد دیگر جامعه از آن برخوردارند، محروم‌اند بلکه از فرصت‌ها، انتخاب‌ها و شانس‌های زندگی نیز بی‌بهره‌اند. (Millar, 2007: 2). مطرودین برای دوره قابل توجهی از زندگی‌شان از نهادها، خدمات اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و فرصت‌های توسعه‌ای که اکثریت وسیعی از جامعه از آن بهره‌مندند، جدا می‌افتند (Pierson, 2002: 7).

طرد اشکال متفاوتی از جمله طرد اقتصادی، طرد سیاسی و طرد اجتماعی را دربر می‌گیرد. طرد اقتصادی؛ که شامل عدم مشارکت تولیدی، طرد از بازار کار و اشتغال و نیز طرد از الگوهای

1. Sen

مصرف رایج می‌شود. طرد اجتماعی؛ که طرد در حوزه زندگی اجتماعی شامل سطوح نازل مشارکت مدنی، تسهیلات محلی و اجتماعی محدود و ضعف شبکه‌های اجتماعی می‌گردد و طرد سیاسی؛ که عبارت است از چالش‌ها و موانعی که موجب می‌شود نیازها و صدای مطروودین اجتماعی وارد دستور کار سیاسی نشود. «مشارکت سیاسی فعال ممکن است دور از دسترس کسانی باشد که دچار طرد اجتماعی‌اند و شاید فاقد منابع و امکانات، اطلاعات و فرصت‌های ضروری برای دخالت در فرایند سیاسی هستند. چانه‌زنی و فشار غیررسمی، شرکت در تظاهرات و حضور در گردهمایی‌های سیاسی همگی مستلزم وقت و دسترسی به اطلاعات است که در اجتماعات مطروود هیچ‌یک از این‌ها پیدا نمی‌شود» (گیدنز، ۱۳۸۶، ۴۶۷-۴۶۸).

### گروه‌های هدف

از عمده‌ترین گروه‌هایی که در مباحث رفاه و سیاست اجتماعی در معرض خطر طرد قرار داشته و از این رو به‌عنوان گروه هدف شناخته می‌شوند می‌توان به کودکان، جوانان، سال‌خوردگان، زنان، معلولان، اقلیت‌های قومی و دینی و فقرا اشاره کرد. هر یک از این گروه‌ها مورد حمایت جنبش‌ها، سازمان‌ها و ایدئولوژی‌های رفاهی قرار دارند.

**کودکان:** کودکان از قدرت ناچیز و پایگاه پایینی در جامعه برخوردارند که آن‌ها را در مقابل غفلت و بی‌توجهی، استثمار و سوءرفتار آسیب‌پذیر کرده است. از این رو کودکان نیازمند مراقبت‌های اجتماعی ویژه‌ای از سوی خانواده، دولت و نهادهای جامعه مدنی هستند. مداخله عمومی مرتبط با کودکان، برحسب سه رویکرد یا گفتمان نیاز<sup>۱</sup>، ریسک<sup>۲</sup> و حقوق<sup>۳</sup> اجتماعی توجیه می‌شود. براساس رویکرد نیاز اجتماعی، حیات انسان در طی دوره‌های زندگی نیازمند ارضای نیازهای فیزیکی، اجتماعی و خودمختاری است که تأمین این نیازها در دوره کودکی برای مراحل بعدی زندگی اساسی و بنیادی است. جامعه به مثابه یک کل موظف است تضمین نماید همه نیازهای کودکان، دیده و برآورده می‌شود. رویکرد ریسک، به‌نحو فزاینده از دهه ۱۹۷۰ و به‌دنبال دغدغه‌های عمومی و سیاسی در مورد بدرفتاری و سوءاستفاده از کودکان رواج یافت. این رویکرد با اذعان به این واقعیت که تعداد قابل توجهی از کودکان در معرض خطر انواع بدرفتاری نظیر کار سخت و اجباری، تجاوز جنسی، آزار و اذیت والدین و... قرار دارند به‌دنبال پیشگیری از این مخاطرات و حمایت از کودکان است. رویکرد حقوق بر استحقاق‌های بنیادی و برابری مبتنی است. این رویکرد، پس از پیمان سازمان ملل پیرامون حقوق کودکان که در سال

1. Need
3. Rights

2. Risk

۱۹۸۹ به تصویب و تأیید دولت‌ها رسید، نفوذ و گسترش رو به رشدی یافت (Gill, 2003).  
**جوانان:** «جوانی» اغلب به‌عنوان یک مرحلهٔ بینابین از زندگی، میان مراحل کودکی و بزرگسالی توصیف می‌شود که در آن افراد سه‌گذار نهادی<sup>۱</sup> یعنی گذار از مدرسه به بازار کار (گذار حرفه‌ای)، از خانوادهٔ خاستگاه به خانوادهٔ جدید و مستقل (گذار خانوادگی) و از خانهٔ والدین به مسکن جدا و مستقل (گذار سکونتی) را تجربه می‌کنند. در مدل‌های گذار سنتی که تا اواخر قرن بیستم غلبه داشت، جوانان معمولاً با صرف کمترین زمان و بدون مسئله و دشواری بعد از فراغت از تحصیل به شغل دست می‌یافتند و همزمان یا با کمترین وقفه ازدواج کرده و به همراه همسر خود به خانهٔ جداگانه خویش منتقل می‌شدند. از اواخر قرن گذشته به تدریج مدل‌های طولانی مدت<sup>۲</sup> و شکسته<sup>۳</sup> جایگزین مدل‌های سنتی گذار شده و الگوهای رفاه، معیشت و کیفیت زندگی جوانان را بی‌ثبات و پیچیده کرده است. در مدل‌های طولانی مدت، جوانان دوره‌های طولانی‌تری و پیچیده‌تری را در هر یک از گذارهای مذکور طی می‌کنند (Cols, 2003). جوانان برای ادغام شدن در جامعه تلاش زیادی می‌کنند اما از جهات مختلف از آن طرد می‌شوند. امروزه جوانان اگرچه از حقوق و منزلت سیاسی برخوردارند اما حقوق اجتماعی آن‌ها در عرصه‌های مختلف تحصیل، اشتغال و مسکن رو به کاهش نهاده است. بسیاری از جوانان در شغل یابی با مشکل مواجه‌اند و زمان زیادی را در بیکاری به سر می‌برند. شغل‌های غیرمهارانه جای خود را به شغل‌هایی می‌دهند که نیازمند مهارت، تجربه و تخصص در فناوری‌های نوین‌اند. کاهش خدمات و مزایای رفاهی نیز جوانان را بیش از پیش آسیب‌پذیر کرده و طول مدت وابستگی آن‌ها را به خانواده‌هایشان بیشتر کرده است. بخش مسکن نیز در برابر الگوهای در حال تغییر تحرک جوانان ناتوان و انعطاف‌ناپذیر است. اکنون جوانان خانهٔ والدین خود را به قصد ادامهٔ تحصیل، یافتن شغل، تشکیل خانواده و... در سنین پایین‌تری ترک می‌کنند که به دلیل نداشتن منابع و امکانات کافی، سکونتگاه مناسبی در اختیار نداشته یا بی‌خانمان می‌مانند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۷۱). گذار شکسته دلالت بر وضعیت جوانانی دارد که بدون مهارت‌آموزی یا تأمین شغل، ترک تحصیل کرده و یا خانه را ترک می‌کنند که این خود به آسیب‌پذیری بیشتر آن‌ها می‌انجامد. گذار شکسته اغلب به محرومیت‌های گذشته و تجارب منفی در تحصیل یا زندگی خانوادگی مرتبط است. (Cols, 2003).

سال‌خوردگان: پیرگرایی جنبش رفاهی و اجتماعی است که افراد سال‌خورده به‌ویژه بازنشستگان را مورد هدف و حمایت قرار داده و ضمن برجسته‌سازی مسائل رفاهی و فرهنگی

1. Institutional Transitions
3. Fractured

2. Extended

آنان نزد افکار عمومی، به دنبال اعمال فشار بر محافظان سیاست‌گذاری به منظور تغییر و اصلاح سیاست‌های اجتماعی به نفع این قشر از جامعه است. این جنبش بر این باور است که گرچه در پی موفقیت نسبی سیاست اجتماعی نوین شمار بیشتری از مردم سنین بالاتری از عمر را تجربه می‌کنند اما در عوض تلاش چندانی برای مقابله با محرومیت‌های فرهنگی یا اقتصادی در دوران پیری صورت نگرفته و نابرابری میان اقشار مرفه و فقیر بازنشسته کاهش نیافته است. سال‌خوردگان همچنین به لحاظ فرهنگی در وضعیت دوگانه و متناقضی به سر می‌برند؛ از یک سو در رسانه‌ها و افکار عمومی به عنوان افرادی کهنه‌پرست، محافظه‌کار، خرفت و وابسته معرفی می‌شوند و از سوی دیگر در موقعیت اجتماعی والایی نشانده می‌شوند که شایسته احترام، همدردی و دریافت مستمری‌های بازنشستگی‌اند (فیتزپتریک، ۱۳۸۳: ۷-۳۰۳).

زنان: جنبش‌های فمینیستی با بر ملا ساختن و نقد ترتیبات تبعیض‌آمیز و نابرابر در عرصه‌های متداخل دولت، خانواده و بازار کار بر این واقعیت تأکید دارند که «سیاست‌های اجتماعی مظهر قدرت اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه مردسالار است و این تسلط را با وابسته کردن زنان به مردان و اولویت دادن به ارزش‌ها و خواسته‌های مردان تقویت می‌کنند» (همان منبع: ۲۸۳). زنان در نقش تأمین‌کننده رفاه اجتماعی از یک سو در بخش عمومی و در حوزه‌های زنانه به کارهای رده پایین، با دستمزد کم و شرایط کاری بد و بی‌ثبات اشتغال دارند و از سوی دیگر، به عنوان مراقبت‌کنندگان خانگی به انجام تکالیف تحمیلی و به لحاظ اقتصادی بی‌ارزش در خانه می‌پردازند و حتی اغلب صلاحیت برخوردار از فرصت‌های شغلی و خدمات رفاهی عملاً مشروط به ایفا کردن چنین نقش‌هایی است. در چنین شرایطی بسیاری از زنان در نقش مددجویان وابسته به خدمات رفاهی به حیطة پایین‌ترین مزایا فرو می‌افتند که به نوبه خود فقر آن‌ها را تداوم می‌بخشد و باعث بازتولید تبعیض‌های موجود در بازار کار می‌شود (همان منبع، ۱۳۸۳: ۲۸۳-۲۸۷). زنان همچنین بیش از مردان در معرض فقری چندبعدی قرار دارند زیرا از قابلیت‌ها و امکاناتی که برای توانمندی و رهایی از فقر لازم است، بی‌بهره‌اند. زنان علاوه بر فقر درآمدی، از حق انتخاب، دسترسی به فرصت‌ها، اعتماد به نفس و اتکا به خود، حق و توانایی مشارکت در تمام فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک جامعه محروم‌اند (شادی‌طلب، ۱۳۸۴).

معلولان: بنابر دیدگاه طرفداران حقوق معلولان، مشکلاتی که این افراد دارند ناشی از نارسایی‌های جامعه و نوع نگاه افراد سالم به افراد معلول است و نه از نقص یا آسیب جسمانی آن‌ها. بر اساس الگوی اجتماعی از کار افتادگی، سیاست‌های اجتماعی تاکنون پاسخگوی نیازهای این افراد نبوده و مانع از اعمال تبعیض‌های مستقیم و غیرمستقیم بر آن‌ها نشده است.

نهضت اجتماعی معلولیت به دنبال قانون‌گذاری و اجرای نظام رفاهی جامع و نیرومندی است که حقوق اجتماعی، مدنی و سیاسی افراد معلول را به رسمیت شناخته و معلولان را نه به عنوان دریافت‌کنندگان منفعل کمک‌های خیریه‌ای بلکه به عنوان عاملان فعالی در نظر گیرد که با دسترسی به منابع، امکانات و خدمات رفاهی، حداکثر کنترل را بر حیات خویش اعمال می‌نمایند (فیتزپتریک، ۱۳۸۳: ۲۹۷-۳۰۳).

گروه‌های اقلیت: این گروه‌ها به دلیل سهم بودن در ویژگی‌های فرهنگی مشترک مانند زبان، قومیت و دین از سایر بخش‌های جامعه متمایز و ممکن است در معرض تعصب، طرد و انواع تبعیض‌ها و محرومیت‌ها قرار گیرند. گروه‌های قومی از طریق فرایند انسداد و روش‌های طرد و حذف مرزهای جداکننده خود و دیگران را به شکل سفت و سختی حفظ می‌کنند و چنانچه یک گروه قومی در موضع قدرت و سلطه قرار گیرد، فرایند انسداد در جهت تخصیص منابع و نهایتاً نهادی کردن نابرابری در توزیع ثروت و کالاهای مادی عمل می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۳۶۲ و ۳۶۷). پورتس (۱۹۹۸) در بیان اثرات سرمایه اجتماعی منفی به وضعیتی اشاره می‌کند که در آن‌ها همبستگی گروه اقلیت به سبب تجربه مشترک خصومت و ضدیت با بدنه اصلی جامعه تشدید می‌شود. در چنین شرایطی گروه با کامیابی‌های فردی به مخالفت برمی‌خیزد زیرا انسجام گروه دقیقاً بر پایه عدم امکان وقوع موفقیت بنا شده است. در نتیجه هنجارهای هم‌سطح کردن نزولی بر گروه اقلیت حاکم می‌شود. این مسئله مورد توجه محققینی مانند بورژوا (۱۹۹۱ و ۱۹۹۵)، استپیک<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) و سوارز و اوروزکو<sup>۳</sup> (۱۹۸۷) قرار گرفته است.

فقرا: فقرا به طور سنتی در کانون توجه و مطالعه سیاست‌گذاران و متخصصین علوم اجتماعی بوده‌اند و نظریه‌پردازی و سیاست‌گذاری پیرامون مفهوم فقر، گروه‌های فقیر و مسائل آن‌ها دستخوش تغییرات جدی بوده است. این تغییر به نحو فزاینده از رویکردهای مادی و درآمدی مطلق، یک بعدی و کمی به محرومیت، به سوی رویکردهای غیر درآمدی، نسبی، چندبعدی و کیفی صورت گرفته است. در دیدگاه‌های جدید، فقر با سلب توانمندی‌های فردی و اجتماعی و فرصت بهره‌مندی از آن، طرد اجتماعی، بی‌قدرتی و عدم دسترسی به فرصت‌ها، فهم می‌شود. خروج فقرا از محرومیت نیز از طریق درک همدلانه و مشارکتی از وضعیت فقر، تحقق بخشیدن به حقوق انسانی، توانمندسازی در سطوح فردی و اجتماعی و عملکرد مؤثر نهادهای جامعه مدنی دنبال می‌شود (Hall & Midgley, 2004).

1. Bourgois

2. Stepick

3. Suarez-Orozco

### روش‌شناسی

از آنجایی که هدف تحقیق مطالعه محتوای اقلام تبلیغاتی کاندیداها در انتخابات هشتمین دوره مجلس شورای اسلامی در شهر تهران و تفسیر آن با توجه به گروه‌های هدف بود، رویکردی کیفی برای تحلیل داده‌ها انتخاب شد. واحد جمع‌آوری اطلاعات، اقلام تبلیغاتی نوشتاری و تصویری کاندیداها بود. اقلام مذکور براساس نحوه تبلیغ به دو بخش فردی (کاندیداهای منفرد) و جمعی تقسیم شدند و اطلاعات آن‌ها براساس محتوای شعارهای انتخاباتی در اقلام تبلیغی، مقوله‌بندی، کدگذاری و تحلیل شدند.

### جمعیت آماری و روش نمونه‌گیری

جمعیت آماری تحقیق، اقلام تبلیغاتی تمامی کاندیداهای هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه تهران می‌باشد که در انتخابات شرکت کرده بودند. با وجود این، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تمامی کاندیداها اقدام به تبلیغات نکرده بودند و بنابراین در نمونه‌گیری وارد نشدند. نمونه آماری به صورت غیرتصادفی و براساس در دسترس بودن ابزار تبلیغاتی و ستادهای انتخاباتی کاندیداها انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه آماری با استفاده از نقشه شهر تهران مناطقی که تجمع و تردد شهروندان بیشتر بود مانند میادین و معابر مهم شناسایی شدند. اهمیت این مناطق برای تحقیق حاضر در آن است که به دلیل ازدحام جمعیت و فزونی رفت و آمد، گره‌های تبلیغات انتخاباتی در آن‌جا شکل می‌گیرد و حجم عمده‌ای از فعالیت و تلاش‌های تبلیغی در آن‌جا متمرکز می‌شود. این مناطق انتخاب و دسته‌بندی شده و در آن‌ها مسیر حرکت پرسشگر تعیین شد. بر این اساس، نمونه‌برداری از اقلام تبلیغی در فاصله یک هفته به انتخابات به‌ویژه دو روز پایانی آن که اوج فعالیت‌های تبلیغاتی است، انجام شد. در پایان نمونه‌برداری مشخص شد که از میان تمامی کاندیداها و احزاب، اقلام تبلیغاتی ۳۲۹ نفر کاندیدا و ۴۴ حزب گردآوری شده است. ابزار پژوهش شامل اقلام تبلیغاتی کاندیداها بود که در اختیار رأی‌دهندگان بالقوه قرار می‌گرفت. این اقلام عبارت‌اند از: انواع تراکت، پوستر، کارت، و بروشور.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

اطلاعات استخراج شده از اقلام تبلیغاتی کاندیداها و احزاب سیاسی شرکت‌کننده در انتخابات، داده‌های این تحقیق را شکل داد. اطلاعات مذکور پس از مقوله‌بندی و کدگذاری وارد نرم‌افزارهای Excel و Spss شدند و با استفاده از فنون آماری توصیفی داده‌های مربوطه تلخیص و با یکدیگر مقایسه شدند.

پس از مطالعه اکتشافی اقلام تبلیغاتی و مقوله‌بندی و تحلیل داده‌ها، بیش از ۲۰ گروه هدف شامل کارگران، پرستاران، کشاورزان، معلمان، هنرمندان، دانشگاهیان، کارآفرینان، صنعتگران، جانبازان و خانواده‌های شهدا، ورزشکاران و... شناسایی و طبقه‌بندی شدند اما براساس نظریه‌های موجود در حوزه رفاه و سیاست اجتماعی تنها ۸ گروه هدف عمده مورد تحلیل قرار گرفتند که این امر به تحدید گستره تحلیل نیز کمک نمود.

### یافته‌های تحقیق

#### محتوای شعارهای مربوط به گروه‌های هدف

گروه‌هایی که در این تحقیق به عنوان گروه‌های هدف انتخاب شدند عبارتند از: کودکان، جوانان، سال‌خوردگان، زنان، معلولان، بازنشستگان، اقلیت‌های قومی و دینی و فقرا. افراد کاندیدا و احزاب در میان اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی خود، تعدادی از این گروه‌ها را مورد توجه و حمایت قرار داده و به بیان نیازها، مشکلات و خواسته‌های آن‌ها پرداخته و در برخی مواقع راهکارها و برنامه‌های خود را در خصوص رفع مسائل آن‌ها ارائه کرده بودند. اهداف مسدود، دامنه گسترده‌ای از شعارهای رفاهی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... را دربر می‌گیرد.

#### کاندیداهای منفرد

از مجموع ۳۲۹ کاندیدای نمونه برداری شده، ۵۵/۶ درصد در تبلیغات فردی خود هدف و برنامه داشته و آن را اعلام کرده‌اند که در این میان ۶۳/۹ درصد (۱۱۷ نفر) مستقیماً به یک یا چند گروه هدف اشاره کرده بودند. یافته‌ها نشان می‌دهد، گروه جوانان بیشترین توجه کاندیداها را به خود معطوف کرده‌اند به طوری که ۷۱/۸ درصد کاندیداها بخشی از اهداف و برنامه‌های خود را به این گروه اختصاص داده‌اند. در رده بعدی گروه زنان قرار دارد که مورد حمایت ۴۹/۶ درصد کاندیداها می‌باشند. در شعارهای ۲۹/۱ درصد کاندیداها نیز فقرا و افراد کم‌درآمد مشاهده شدند. همچنین ۱۴/۵ درصد کاندیداها به بازنشستگان، ۵/۱ درصد به معلولان، ۴/۳ درصد به کودکان و سال‌خوردگان و ۳/۴ درصد به اقلیت‌های قومی و دینی توجه نموده‌اند.

#### احزاب

از میان ۴۴ حزب مورد بررسی، ۶۳/۶ درصد دارای هدف و برنامه تبلیغاتی بوده و آن را ارائه کرده بودند. از این تعداد حزب، ۵۷/۱ درصد (۱۶ حزب) یک یا چند گروه هدف را در متن اهداف و برنامه‌های خود مورد توجه قرار داده بودند. یافته‌ها نشان می‌دهد گروه‌های زنان و

جوانان به ترتیب در کانون توجه ۷۵ درصد و ۶۲/۵ احزاب بوده و در صدر گروه‌های اجتماعی مورد هدف احزاب می‌باشند. ۳۷/۵ درصد احزاب نیز فقرا را مدنظر قرار داده و در شعارهای خود به طرح مسائل آن‌ها پرداخته‌اند. بازنشستگان و اقلیت‌های قومی و دینی از گروه‌های دیگری هستند که به ترتیب مورد حمایت ۱۸/۷ درصد و ۱۲/۵ درصد احزاب می‌باشند. همچنین تنها ۶/۲ درصد احزاب درخصوص کودکان، هدف یا برنامه ارائه کرده‌اند و بالأخره سال‌خوردگان و معلولان گروه‌هایی هستند که مورد غفلت قرار گرفته و هیچ‌یک از احزاب و تشکل‌ها هدف یا برنامه‌ای درباره آن‌ها ارائه نکرده است.

#### جدول ۱. مقایسه وضعیت گروه‌های هدف در اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی احزاب و کاندیداهای

##### منفرد

| احزاب/کاندیداها | درصد توجه به گروه‌های هدف | کودکان | جوانان | زنان | سالخوردگان | معلولان | بازنشستگان | اقلیت‌های قومی و دینی | فقرا |
|-----------------|---------------------------|--------|--------|------|------------|---------|------------|-----------------------|------|
| احزاب           | ۵۷/۱                      | ۶/۲    | ۶۲/۵   | ۷۵   | .          | .       | ۱۸/۷       | ۱۲/۵                  | ۳۷/۵ |
| کاندیداها منفرد | ۶۳/۹                      | ۴/۳    | ۷۱/۸   | ۴۹/۶ | ۴/۳        | ۵/۱     | ۱۴/۵       | ۳/۴                   | ۲۹/۱ |

در مجموع، همان‌گونه که در جدول ملاحظه می‌شود جمع درصدهای ردیف افقی بیشتر از ۱۰۰ می‌شود چون یک کاندید به چند گروه هدف اشاره داشته است و مقایسه احزاب و کاندیداهای منفرد (جدول شماره ۱) نشان می‌دهد، جوانان و زنان بیش از سایر گروه‌های هدف - و با فاصله قابل توجه با آن‌ها - حمایت کاندیدها و احزاب را به خود جلب کرده‌اند؛ هرچند رده این دو گروه نزد کاندیداهای منفرد و احزاب متفاوت است. نزد کاندیداهای منفرد، جوانان با ۷۱/۸ درصد در رده اول قرار دارند در حالی که نزد احزاب، زنان با ۷۵ درصد اولویت نخست را به خود اختصاص داده‌اند. فقرا و بازنشستگان نیز در میان اهداف و برنامه‌های تبلیغاتی کاندیدها و احزاب از وضعیت تقریباً مشابهی برخوردارند و به ترتیب در رده‌های بعدی قرار دارند. چنانچه مشاهده می‌شود، سایر گروه‌ها شدیداً مورد کم‌توجهی و غفلت قرار گرفته‌اند به طوری که کودکان مورد توجه ۶/۲ درصد احزاب و ۴/۳ درصد کاندیدها و سال‌خوردگان و معلولان به ترتیب مورد توجه ۴/۳ درصد و ۵/۱ درصد کاندیداهای منفرد قرار دارند. ضمن این‌که، هیچ‌یک از احزاب اشاره‌ای به معلولان و سال‌خوردگان نکرده و هدف و برنامه‌ای درخصوص آن‌ها ارائه نکرده‌اند. اقلیت‌ها نیز مورد توجه ۳/۴ درصد کاندیداهای منفرد و ۱۲/۵ درصد احزاب قرار دارند که نشان از توجه نسبتاً بیشتر احزاب به این گروه است.

### احزاب اصلی

با مقایسه اهداف و برنامه‌های سه حزب اصلی و رقیب یعنی اصلاح‌طلبان، اصولگرایان و اعتماد ملی مشخص می‌شود که هر سه حزب مذکور، گروه‌های جوانان و زنان را مورد هدف قرار داده‌اند. از میان این احزاب، دو حزب اصلاح‌طلبان و اعتماد ملی به اقلیت‌های قومی و دینی و تنها حزب اصولگرایان به بازنشستگان اشاره کرده‌اند و حمایت خود را از این گروه‌ها نشان داده‌اند. فقرا نیز مورد توجه دو حزب اصلاح‌طلبان و اصولگرایان بوده‌اند. سایر گروه‌ها یعنی کودکان، سال‌خوردگان و معلولان در شعارهای هیچ‌یک از این احزاب مشاهده نشدند. جدول شماره ۲، وضعیت توجه به گروه‌های هدف را در شعارهای این سه حزب نشان می‌دهد.

جدول ۲. وضعیت توجه به گروه‌های هدف در اهداف و برنامه‌های سه حزب اصلی اصلاح‌طلبان، اصولگرایان و اعتماد ملی

| ردیف | گروه‌های هدف          | اطلاح‌طلبان | اصولگرایان | اعتماد ملی |
|------|-----------------------|-------------|------------|------------|
| ۱    | کودکان                | -           | -          | -          |
| ۲    | جوانان                | +           | +          | +          |
| ۳    | زنان                  | +           | +          | +          |
| ۴    | سال‌خوردگان           | -           | -          | -          |
| ۵    | معلولان               | -           | -          | -          |
| ۶    | بازنشستگان            | -           | +          | -          |
| ۷    | اقلیت‌های قومی و دینی | +           | -          | +          |
| ۸    | فقرا                  | +           | +          | -          |

### منتخبین

از میان ۳۰ نفر نماینده منتخب مردم در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، تنها ۶ نفر به یک یا چند گروه هدف اشاره داشته‌اند و بقیه منتخبین هیچ گروهی را هدف سیاست‌ها و برنامه‌های خود قرار نداده‌اند. چنان‌که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، از میان گروه‌های هدف، جوانان مورد توجه سه منتخب یعنی صدر، صفایی و فدایی و زنان مورد توجه دو منتخب یعنی صدر و صفایی قرار گرفته‌اند. علاوه بر این، بازنشستگان تنها مورد حمایت یک نفر یعنی صدر و فقرا در کانون توجه سه منتخب یعنی توکلی، سروری و نجابت قرار گرفته‌اند. همچنین هیچ‌یک از منتخبین اشاره‌ای به کودکان، سال‌خوردگان، معلولان و اقلیت‌های قومی و دینی در اقلام تبلیغاتی نمونه نکرده‌اند.

جدول ۳. وضعیت توجه به گروه‌های هدف در اهداف و برنامه‌های منتخبین هشتمین دوره مجلس

شورای اسلامی

| نام منتخب   | وضعیت توجه به گروه‌های هدف در تبلیغات (۰=عدم توجه، ۱=توجه) |        |      |            |         |            |                            |
|-------------|--|--------|------|------------|---------|------------|----------------------------|
|             | کودکان   | جوانان | زنان | سالخوردگان | معلولان | بازنشستگان | اقلیت‌های قومی و دینی فقرا |
| آقا تهرانی  | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| آلیا        | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| افتخاری     | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| اکرمی       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| الهیان      | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| بادامچیان   | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| باهنر       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| توکلی       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | ۱                          |
| حداد عادل   | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| حسینیان     | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| رسایی       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| رهبر        | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| زارعی       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| زاکانی      | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| سروری       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | ۱                          |
| صدر         | *  | *      | *    | ۱          | *       | ۱          | *                          |
| صفایی       | *  | *      | *    | *          | *       | ۱          | ۱                          |
| طهرانی فرد  | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| غفوری فرد   | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| فدایی       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | ۱                          |
| کاتوزیان    | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| کوثری       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| کوچک‌زاده   | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| محبوب       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| مردی        | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| مصباحی مقدم | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| مظهری       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| نادران      | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |
| نجابت       | *  | *      | *    | *          | *       | *          | ۱                          |
| نوباوه وطن  | *  | *      | *    | *          | *       | *          | *                          |

نتیجه‌گیری

براساس نتایج تحقیق می‌توان به این جمع‌بندی رسید که گروه‌های کودکان، سالخوردگان، معلولان و اقلیت‌های قومی و دینی در عرصه تبلیغات سیاسی به شدت در معرض طرد قرار

دارند چراکه در هیچ‌یک از تبلیغات فردی منتخبین مورد توجه قرار نگرفته‌اند و حزب پیروز انتخابات (اصولگرایان) نیز که ۲۹ نفر از منتخبین (به‌جز محبوب) بدان تعلق دارند - در اهداف و برنامه‌های خود ذکری از آن‌ها به میان نیاورده است. به عبارتی رأی‌دهندگان با آرای خود، کاندیداهایی را به نمایندگی مجلس برگزیده‌اند که هیچ هدف و برنامه‌ای در تبلیغات خویش در خصوص این گروه‌ها اعلام نکرده‌اند. همچنین هیچ‌یک از احزاب سیاسی حاضر در عرصه انتخابات به سال‌خوردگان و معلولان توجهی نداشته‌اند و از میان کاندیداهای منفرد، صرفاً ۴/۳ درصد به سال‌خوردگان و ۵/۱ درصد به معلولان پرداخته‌اند. کودکان نیز تنها در شعارهای تبلیغاتی ۶/۲ درصد احزاب و ۴/۳ درصد کاندیداهای منفرد مشاهده شدند. ۱۲/۵ درصد احزاب و ۳/۴ درصد کاندیداهای منفرد نیز به اقلیت‌ها توجه نموده‌اند. بعد از چهار گروه مذکور، بازنشستگان در وضعیت تقریباً بهتری قرار دارند؛ بدین نحو که از سوی ۱۸/۷ درصد احزاب و ۱۴/۵ درصد کاندیداهای منفرد، مورد حمایت قرار گرفته‌اند و در اهداف و برنامه‌های اصولگرایان (حزب پیروز) و نیز یک نفر از منتخبین مورد اشاره قرار گرفته‌اند. سبب این مسئله می‌تواند تشکل‌یافتگی نسبی از بازنشستگان در قالب انجمن‌هایی مانند کانون بازنشستگان باشد که آن‌ها را به بازیگری قابل توجه در عرصه رأی دادن بدل ساخته است. فقرا بیش از گروه‌های فوق مورد هدف بوده‌اند. ۳۷/۵ درصد احزاب و ۲۹/۱ درصد کاندیداهای منفرد مستقیماً از این گروه حمایت کرده‌اند. ضمن این‌که اصولگرایان و سه نفر از منتخبین در اهداف و برنامه خود به این گروه پرداخته‌اند. از آنجایی که فقرا هرگونه سازمان‌یافتگی در کشور هستند به‌نظر می‌رسد توجه به آن‌ها در تبلیغات انتخاباتی صرفاً به‌عنوان یک شعار پوپولیستی مطرح باشد که می‌تواند مورد توجه توده‌های فقیر یا رأی‌دهندگان علاقمند به این شعارها باشد. دو گروه عمده جوانان و زنان با اختلاف قابل توجه با دیگر گروه‌ها، بیشترین توجه و حمایت را از سوی کاندیداهای احزاب به خود معطوف داشته‌اند. بدین نحو که جوانان مورد توجه ۶۲/۵ درصد احزاب و ۷۱/۸ درصد کاندیداهای منفرد بوده و در شعارهای حزب پیروز انتخابات و نیز سه نفر از منتخبین مورد اشاره قرار گرفته‌اند. زنان نیز در کانون توجه ۷۵ درصد احزاب و ۴۹/۶ درصد کاندیداهای منفرد و نیز در شعارهای حزب پیروز و دو نفر از منتخبین می‌باشند.

اما چرا جوانان و زنان به‌طور نابرابر و بیش از گروه‌های دیگر مورد حمایت قرار گرفته‌اند؟ اگرچه پاسخ به این پرسش از اهداف اصلی این تحقیق نمی‌باشد اما برای تبیین این موضوع می‌توان به ویژگی‌های مخاطبان تبلیغ و کمیت آن‌ها اشاره کرد. در «تبلیغات سیاسی» احزاب و تشکل‌ها با به‌کارگیری فنون و شگردهای تبلیغاتی و شناخت ویژگی‌ها و شرایط مخاطبان به‌نبال تأثیرگذاری هرچه بیشتر بر جمع کثیری از مخاطبان و اقناع آن‌ها در راستای منافع خود و

جلب آرای عمومی هستند. سن و جنس از مهم‌ترین ویژگی‌های مخاطبان است که در پذیرش تبلیغ مؤثر می‌باشد. براساس تحقیقات انجام شده، جوانان اثرپذیرتر از افراد سال‌خورده هستند؛ به عبارتی تجربه‌های شخصی و گروهی مسن‌ترها مانع قبول پیام‌ها می‌شود (اکرامی، ۱۳۸۶: ۷۲). زنان نیز در مقایسه با مردان زودتر و بیشتر تحت نفوذ تبلیغ قرار می‌گیرند (حکیم‌آرا، ۱۳۸۴: ۳۲۰) کمیت دو گروه جوانان و زنان و جلب آرای گسترده آن‌ها در صورت مشارکت در انتخابات، در سوگیری تبلیغاتی کاندیداها و احزاب سیاسی تأثیر یکسانی داشته است. از سوی دیگر این یافته‌ها نشان می‌دهد که سیاست‌ورزی در شهر تهران و شاید در سراسر کشور اتکای زیادی به مشارکت و چانه‌زنی انجمن‌های نماینده منافع گروه‌های اجتماعی و اقتصادی، آن‌چنان که در مدل حکمرانی مشارکتی وجود دارد (صدیق سروستانی و همکاران، ۱۳۸۶)، نیست و سرنوشت انتخابات متکی به تبلیغات عام است. در مواردی نیز که سطح عمومی مشارکت در انتخابات پایین است، پیروزی تا اندازه زیادی وابسته به حمایت گروه‌های سنتی یا سازمان‌یافته است. برلسون (۱۹۵۴) بر این نظر است که «بسیاری از رأی‌دهندگان در انتخابات نه بر مبنای اصول حق و عدالت بلکه براساس «سود» گروهی که بدان تعلق دارند، یعنی گروه خودی رأی می‌دهند» (اسدی، ۱۳۷۱: ۲۲). ضعف جامعه مدنی و نبود سازمان‌های ذی‌نفعی که از حقوق گروه‌های محروم حمایت نمایند و به‌طور فعال بر جریان انتخابات و فرایند سیاست‌گذاری تأثیرگذارند، موجب گردیده این گروه‌ها صرفاً به این دلیل که نقشی در به قدرت رساندن احزاب ندارند (مانند معلولان) به گونه‌ای سامان‌یافته ابتدا از عرصه شعارهای انتخاباتی و تبلیغاتی و در نهایت از جریان اصلی قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری کاندیداها و احزاب منتخب، طرد گردند.

### منابع

- اسدی، علی (۱۳۷۱) *افکار عمومی و ارتباطات*، تهران، سروش.
- اکرامی، محمود (۱۳۸۶) *مردم‌شناسی تبلیغات*، مشهد، نشر ایوار، چاپ دوم.
- بلیک مور، کن (۱۳۸۵) *مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری اجتماعی*، ترجمه علی اصغر سعیدی و سعید صادقی جقه، تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی، چاپ اول.
- حکیم‌آرا، محمدعلی (۱۳۸۴) *ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ*، تهران: سمت، چاپ اول.
- رفیعی، حسن و سعید مدنی (۱۳۸۰) «بررسی تطبیقی دیدگاه‌های توسعه و رفاه اجتماعی در ایران» مجموعه مقالات همایش توسعه اجتماعی دی ماه ۱۳۷۸، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- شادی‌طلب، ژاله و دیگران (۱۳۸۴) فقر درآمدی فقط یک جنبه از فقر زنان سرپرست خانوار، دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، فصلنامه رفاه اجتماعی، تابستان، شماره ۱۷.

صدیق سروسستانی، رحمت‌الله؛ ایمانی جاجرمی، حسین، و فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۸۶) «تحلیل مدل‌های حکمرانی شهری در انتخابات سومین دوره شورای اسلامی شهر تهران»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۶.

فیتزپتریک، تونی (۱۳۸۳) *نظریه رفاه، سیاست اجتماعی چیست؟*، ترجمه هرمز همایون‌پور، تهران، نشر گام، چاپ دوم.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶) *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی، چاپ اول  
میشرا، رامش (۱۳۸۴)، *جهانی شدن و دولت رفاه*، ترجمه مهدی تقوی، تهران، دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، چاپ اول.

Bourgois P. (1995) *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*, New York: Cambridge Unive. Press.

Bourgois P.(1991) *Search of Respect: New Service Economy and the Crack Alternative in Spanish Harlem, Presented at Conf. Poverty, Immigr. Urban Marginality Adv, Soc., Maison Suger, Paris, May 10.11*

Burchardt, Tania, julian Le Grand and David Piachand.(2002) "Introduction" in j Jolin .Hils, Julian Le Grand, David Piachand (eds), *Understanding Social Exclusion*. Oxford University Press.

Cols, Bob (2003) *Young People published in Alcock Pet, Erskin Angus and May Margaret*, The Students Companion to Social Policy, London, Blackwell.

Dommen, Edward (1997) *Paradigms of Governance and Exclusion*, The Journal of Modern African Studies, Vol.35, No.3, PP: 485-494. Cambridge University Press.

Flotten, Tone (2006) *Poverty and Social Exclusion: Two Side of the Same Coin?*, Fafo.

Gill, Malcom (2003) *Children, published in Alcock Pet, Erskin Angus and May Margaret*, The Students Companion to Social Policy, London, Blackwell.

Hall, A & Midgley, J (2004) *Social Policy for Development*, London : Sage Pub.

Levitas, Ruth (1998), *The Inclusive Society Exclusion and New Labour*. Houndmills:Macmillan Press Ltd.

Millar, John (2007) *Social Exclusion and Social Policy Research: Defining Exclusion in*, Dominic Abrams, Julie Christian and David Gordon (eds), "Multidisciplinary Handbook of Social Exclusion Research" John Wiley & Stons Ltd.

Parent, F & Lewis, B (2003) *The Concept of Social Exclusion and Rural Development Policy*, Southern Rural Sociological Association.

Pierson , John (2002) *Tackling Social Exclusion*, Rutledge.

Poggi, Ambera (2004) *Social Exclusion in Spain: measurement theory and Application*, University Autonoma de Barcelona.

Portes, Alejandro. (1998) *Social Capital: Its Origins and Application in Contemporary Sociology*. Annual Review of Sociology 24:1-24

- Rodgers, Gerry, Charles Gore and Jose B Figueiredo (1995). *Social Exclusion: Rhetoric' Reality' Responses*. Geneva: International Labour Organization.
- Sen, Amartia (2000) *Social Exclusion: Concept, Application and Scrutiny*, Social Development Papers, No1. Manilla: Office of Environment and Social Development. Asian Development Bank.
- Silver, Hilary (1994) *Social Exclusion and Social Solidarity: Three Paradigms*, International Labour Review, 133 (5-6), pp 531-578.
- Stepick A. (1992). *The Refugees Nobody Wants: Haitians in Miami*, In Miami Now, ed. GJ Grenier, A Stepick, pp. 57. 82. Gainesville: Univ. Fla. Press.
- Suarez-Orozco MM. (1987), *Towards a psychosocial understanding of hispanic adaptation to American schooling*. In Successor Failure? Learning and the Languages of Minority Students, ed. HT Trueba, pp. 156.68. New York: Newbury House.
- مهدی طالب، استاد دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه تهران است. (نویسنده مسئول)  
taleb@chamran. ut.ac.ir
- سیداحمد فیروزآبادی، استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است.  
afiruoza@hotmail.com
- حسین ایمانی جاجرمی، استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است.  
imanijajarmi@gmail.com
- علیرضا صادقی، دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است.