

فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی:

مطالعه موردی هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران

ابراهیم برزگر^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۳/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۶/۱۹

چکیده

فرهنگ سیاسی، یکی از مجاری و ابزارهای تجزیه و تحلیل سیاسی در هر کشوری است؛ در این شیوه، محقق به جای جستجوی ذهنیت یک فرد، برجستجوی ذهنیت قشر یا اقشار یا وجه غالب جامعه متمرکز می‌شود؛ ذهنیتی که هر عامل اجتماعی خواه‌ناخواه، کم و بیش از آن متأثر می‌شود. رهیافت فرهنگ سیاسی، خود رهیافتی میان‌رشته‌ای و از ترکیب روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و مردم‌شناسی شکل گرفته‌است. در این مقاله با تحلیل محتوای کیفی و مشاهده مشارکتی، واقعه انتخابات خرداد ۱۳۷۶ تجزیه و تحلیل شده و محقق از مجرای آن کوشیده‌است که جوهری از فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی را برجسته‌نمایی کند. تکلیف‌گرایی مذهبی دوره جنگ، مصرف‌گرایی دوره سازندگی، بدبینی ساختاری نسبت به حاکمان، سائقه عاشورا و مشارکت منفی، برخی از یافته‌های این نوشتارند.

واژگان کلیدی: فرهنگ سیاسی جمهوری اسلامی، انتخابات ریاست جمهوری دوره هفتم، رقابت سیاسی.

۱ - استاد علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول - barzegar.2010@yahoo.com)

مقدمه

فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی ایران چه ویژگی‌هایی دارد؟ براساس مطالعه موردی هفتمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری به چه شاخص‌هایی در فرهنگ سیاسی دست‌می‌یابیم؟ یا چگونه می‌تواند این مطالعه موردی، شواهدی برای ویژگی‌های شناخته‌شده روحیه ایرانی - اسلامی باشد؟ نتایج آن انتخابات برای بسیاری از ناظران داخلی و خارجی، شگفت‌انگیز شد و به‌دنبال چرایی آن بودند. اگر بپذیریم که متدولوژی اقتضای کند که برای دریافت پاسخ هر پرسش و تحقیق در پی موضوع، بستر مناسب آن باید شناسایی شود، در این صورت شاید منطقی باشد که برای فهم معمای پاسخ خویش، «فرهنگ سیاسی» را بهترین مجرای فهم بدانیم؛ بنابراین در این بررسی، فرهنگ سیاسی، درمقام رهیافتی ممتاز درخصوص انتخابات ریاست‌جمهوری پیش‌گفته، برگزیده شده‌است.

یک‌بار دیگر پرسش بررسی خود را روشن‌تر بیان‌کنیم: چگونه فردی به نام جناب آقای محمد خاتمی که تا چند هفته پیش از انتخابات، دراصل، نامش برای فرهنگ عامه و بسیاری از رأی‌دهندگان بیست‌میلیونی ناشناخته بود، یک‌باره به چنان درجه از محبوبیت و شهرت می‌رسد؟ اختصاص ۷۵ درصد آراء و کسب اکثر آراء در ۲۴ استان از ۲۶ استان کشور، یعنی همه استان‌ها جز استان‌های مازندران (زادگاه ناطق نوری) و لرستان. این موضوع چگونه تفسیر می‌شود؟

درحالی‌که رقیب وی جناب آقای ناطق نوری به دلایل مختلف ازجمله مشخص‌بودن نامزدیش برای مقام ریاست‌جمهوری از مدت‌ها قبل برای شرکت در این رقابت برنامه‌ریزی عملی داشته‌است. فرصت «ظاهرشدن بر صفحه تلویزیون»، راهیابی ناطق نوری را به اذهان و دستیابی به شهرت را برایش امکان‌پذیر ساخته‌بود؛ گویی پیش از آغاز مسابقه، ایشان از مدت‌ها قبل دویده‌اند و مسافت زیادی را از رقبای دیگر جلوتر افتاده‌اند؛ زیرا هنوز حضور دیگر رقبا مشخص نشده‌بود و فراتر از آن، امکانات عملی ایشان به جهت بهره‌مندی از شأن و موقعیت ریاست‌مجلس، از دیگران بیشتر بود. این هرولۀ (نوعی دویدن توأم با اشتیاق) فرهنگ عامه به سمت آقای خاتمی چگونه تفسیر و تحلیل می‌شود؟ چگونه ایشان در مدتی کوتاه، هم به شهرت (تسخیر اذهان) و هم به محبوبیت و تسخیر

عواطف، دست‌یافت؟ آغاز این موج افکار عمومی و سرچشمه‌های متعدد آن و شدت‌گیری آن از چه زمانی است؟ سهم عوامل رقیب (به‌طور ناخواسته) در ایجاد تشدید این موج‌آفرینی تا چه حد است؟؛ روش این نوشتار، آمیزه‌ای از روش تحلیل کیفی و مشاهده مشارکتی نویسنده در جایگاه پژوهشگر و تماشاگر در آن ایام است.

الف - پیشینه تحقیق

درخصوص زمینه‌های شناخت فرهنگ ایران و فرهنگ سیاسی آن تحقیق‌هایی بسیار اندک صورت گرفته‌است؛ از آن جمله می‌توان موارد زیر را فهرست‌کرد ضمن آنکه بحث تفصیلی آن از حوصله و مجال این مقاله، خارج است.

گرایش فکری غالب *کاظم‌زاده ایرانشهر* در کتاب تجلیات روح ایرانی، دیدگاه مثبت به فرهنگ ایرانی است و پیوسته از آن تمجید و تحسین کرده‌است. *جمال‌زاده* در کتاب خود با نام *خلقیات ما ایرانیان*، برخلاف کتاب پیشین، هم به صفات مثبت ایرانیان و هم به صفات مذموم آنان پرداخته‌است. *بازرگان* در مقاله «سازگاری ایرانی» به خصلت بارز ایرانیان یعنی بوقلمون‌صفتی و سازگاری (به‌زعم ایشان) اشاره دارد و در قالبی تحلیلی-تاریخی و نه فقط توصیفی به بسط موضوع می‌پردازد. *ایزدی* در کتاب خود با عنوان *چرا عقب مانده ایم؟* «شخصیت اخلاقی ما ایرانیان»، بحثی انتقادی از فرهنگ ایرانی دارد. *انصاف‌پور* در کتاب *ایران و ایرانی* به کاری جالب دست‌زده‌است و با گزینش یک‌صد سفرنامه خارجی که درباره ایران به‌رشته‌تحریر درآمده‌اند و در محورهایی پنج‌گانه با عناوین «تیبین گوهر ذاتی، عارضی، منش‌های شغلی، شهریان، منش‌های روستاییان و عشایر» سعی دارد که سرشت و منش خودمان را از لابه‌لای گفته‌ها و متون خارجی‌ان بشناسد؛ این کار از نوع روشی و در حیطه خود بی‌نظیر است؛ اما وی در روش محتوا و متن خویش، موفق نبوده‌است؛ محققان بعدی می‌توانند این کار را ادامه‌داده، تکمیل کنند؛ نکته دیگر درخصوص کتاب یادشده این است که مؤلف در مقام شکار داده‌ها، به‌طور صرف، سراغ آن دسته از داده‌هایی رفته‌است که اغلب به تحسین و تمجید فرهنگ ایرانی پرداخته‌اند یا دست‌کم خنثی بوده‌اند و از آن دسته صفات مذموم مورد اشاره گفتار و نوشتار غربیان، به‌طور عمد اجتناب ورزیده‌است. محمدحسین ادیب در کتاب *جامعه‌شناسی ایران* به یکی از جدیدترین کارها در زمینه فرهنگ

سیاسی ایران دست‌زده است؛ وی با دیدی نقادانه که کمی هم بدبینانه به نظر می‌رسد، مدعی است «این کتاب که تصویری جامعه‌شناسی از جامعه ایران در سال ۱۳۷۰ است، به‌طور تقریبی ۱۷۰ مرتبه، نوع رفتار ایرانی را توصیف کرده است یعنی ۱۷۰ بار اشاره کرده است که ایرانیان این‌گونه‌اند»؛ طبقه‌بندی خرد و کلان کتاب با عناوین و زیرمجموعه‌های آن و به‌ویژه محتوای غنی فرهنگ سیاسی بررسی شده در آن، آن را کتابی ممتاز می‌نماید با این همه، کتاب، فاقد مستندها و شواهد کافی برای ادعاهای خویش است و یافته‌های آن به‌شدت محل تأمل دارد و در مجموع، این کتاب از جمله کتاب‌هایی است که فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی ایران را در سال ۱۳۷۰ بررسی کرده است. محمود سریع‌القلم در کتاب **فرهنگ سیاسی ایران** (۱۳۹۲) با تأکید بر متغیر عشیره‌ای و قبیله‌ای و با تمرکز بر دوره قاجاریه به بررسی فرهنگ سیاسی ایران پرداخته است؛ ایشان از پژوهش‌های میدانی هم بهره‌گیری کرده است؛ اما این پژوهش هم به دوره قاجاریه، محدود شده است.

کتاب فرهنگ سیاسی جمهوری اسلامی ایران به ویراستاری مهرداد مشایخی از جمله کتاب‌هایی است که در سال ۱۹۹۱ به چاپ رسیده و مؤلفان آن، منصور فرهنگ، مهرداد مشایخی، مهرداد بروجردی و عباس میلانی به بررسی متقابل فرهنگ سیاسی، ناسیونالیسم و سوسیالیسم پرداخته و اسلام سیاسی را از خلال نظریه‌های شریعتی، سروش، شایگان، داوری و جلال آل‌احمد... و نیز سازمان‌های سیاسی نظیر مجاهدین خلق، فدائیان خلق، جبهه ملی و... بررسی کرده‌اند. مباحث کتاب به‌طور عمده به دوران آشنایی تمدن ایرانی با تمدن غربی از مشروطه به بعد تا دوران پهلوی اشاره دارد؛ بنابراین به‌رغم عنوان کتاب که **فرهنگ سیاسی در جمهوری اسلامی ایران** است، به‌طور مستقیم به این موضوع نمی‌پردازد و فراتر از آن دراصل از حیث متدولوژیک به سطح کلان فرهنگ سیاسی پرداخته است؛ در این سطح تحلیل، به‌طور اصولی، مرز تفکیک و تمایز فرهنگ سیاسی و ایدئولوژی در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد.

ب- مبانی نظری

نظریات فرهنگ سیاسی را در دو سنت روان‌شناسانه و مردم‌شناسانه، گونه‌شناسی شده، هریک از این سنت‌ها، قایل به چند رهیافت می‌شوند و البته هر رهیافت هم حاوی چند

نظریه است؛ به طور نمونه، در سنت روان‌شناسانه که برابندی از اندیشه‌های (ایده‌های) روان‌شناسی تحلیلی و انسان‌شناسی فرهنگی است، رهیافت‌هایی متعدد شکل گرفت: رهیافت یادگیری اجتماعی، رهیافت منش اجتماعی و رهیافت معرفت‌شناسانه و در سنت مردم‌شناسی هم رهیافت نظریه فرهنگی و رهیافت تفسیری، قابل‌شناسایی است. رهیافت مختار این نوشتار، نظریه *آلموند* و *پاول* در رهیافت یادگیری اجتماعی است (قیصری و شکوری، ۱۳۸۱: ۲۳).

مفهوم «فرهنگ سیاسی» به مفهوم جدید، زاینده تلاش پژوهشگرانی مانند *آلموند* بود. او تحت تأثیر پژوهش‌های مردم‌شناسانه، فرهنگ هر ملتی را آمیزه‌ای یک‌دست از ارزش‌ها، باورها و شیوه‌های عمل می‌داند؛ از این منظر، هر ملتی، فرهنگ خاص خود را دارد. پژوهش‌های *آلموند* و همکاران، سطحی جدید از تحلیل سیاسی را برای تبیین انسان در علوم سیاسی و اجتماعی گشود؛ سطحی که در آن به عناصری مانند اعتقادات، باورها، ارزش‌ها، احساسات یا همان فرهنگ سیاسی توجه می‌شود. رهیافت یادگیری اجتماعی از نتیجه پیوند دو سطح تحلیل خرد (روان‌شناسی فردی) و کلان (جامعه‌شناسی سیاسی) پدید آمد؛ به این ترتیب با بررسی فرهنگ سیاسی ملت‌های مختلف می‌توان تمایلات آنان را شناسایی و رفتار سیاسی حال و آینده آنها را دریافت (*آلموند*، ۱۳۷۷: ۷۱).

جهت‌گیری‌های سیاسی. *آلموند* و *وربا*: فرهنگ سیاسی، حاصل جهت‌گیری‌های سه‌گانه شناختی، احساسی و ارزیابانه نسبت به دو بعد درون‌دادها و برون‌دادهای نظام سیاسی است.

الف) جهت‌گیری شناختی، یعنی دانش و شناخت فرد درباره نظام سیاسی، نقش‌ها، متصدیان، درون‌دادها و برون‌دادهایش.

ب) جهت‌گیری احساسی، یعنی احساسات فرد در خصوص نظام سیاسی، نقش‌ها، اشخاص و شیوه عمل آن.

ج) جهت‌گیری ارزش‌یابانه، یعنی قضاوت‌ها و نظریات افراد درباره موضوع‌های سیاسی که ترکیبی از معیارهای ارزشی بوده، با اطلاعات و احساسات سروکار دارند (*آلموند* و *وربا*، ۱۹۶۳: ۱۴).

به عبارت دیگر اعضای هر جامعه، دارای شناختی از واقعیت سیاسی عینی هستند،

احساساتی به این واقعیت دارند و این واقعیت را برحسب هنجارهای گوناگون، ارزیابی و ارزش‌گذاری می‌کنند. آرونوف هم معتقد است که در تحلیل فرهنگ سیاسی باید دو بُعد شناختی و هنجاری را از هم متمایز کرد؛ به نظر او، شیوه‌های عقلانی تفکر را می‌توان به بُعد شناختی فرهنگ سیاسی نسبت داد و شیوه‌های غیرعقلانی را به بُعد هنجاری آن. به هر حال، فرهنگ سیاسی هم دربرگیرنده بُعد شناختی یا فکری است و هم دربرگیرنده بُعد احساسی (گل محمدی، ۱۳۹۴: ۱۹ و آلموند، ۲۰۰۰: ۱۷ و ۱۸).

موضوع جهت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی، نیز سطوحی مختلف پیدامی‌کند که عبارت‌اند از: الف) اشخاص حاکم؛ ب) سیاست‌های حکومتی و ج) ساختارهای حکومتی (بشیریه، ۱۳۸۰: ۱۶۲)؛ انواع فرهنگ سیاسی هم الف) فرهنگ سیاسی مشارکتی؛ ب) فرهنگ سیاسی تبعی و پیرومنشانه و ج) فرهنگ سیاسی محدود و بخشی‌نگر نظیر کسانی که از حق رأی خود استفاده نمی‌کنند (جعفرپور، ۱۳۹۲: ۶۷).

ج - یافته های تحقیق

پیش از ورود به بحث سیاسی در انتخابات ریاست‌جمهوری دوره هفتم به‌رغم گذشت حدود دو دهه، یادآوری دو نکته، ضروری است:

الف) این مقاله «له یا علیه» هیچ‌کس و هیچ جناحی نیست و فقط دغدغه علمی دارد و درصدد پاسخگویی چرایی است. بخش‌هایی از این مقاله، به‌طور قهری به نفع آقای خاتمی و بخش‌هایی به زیان ایشان است؛ همچنان‌که بخش‌هایی دیگر از این مقاله، به‌صورت قهری به زیان آقای ناطق یا به نفع ایشان است. نویسنده (در این تحقیق)، فقط به کاری تحقیقی دست‌زده است.

ب) برخی مطالب آن می‌تواند به‌مثابه «داده‌های اولیه» تلقی شود و خود، مواد خام پژوهش‌های بعدی شود؛ زیرا این مطالب، نتیجه درگیری ذهنی شدید نویسنده در گرماگرم انتخابات پیش‌گفته و نوعی مشاهده مشارکتی است که در سال ۱۳۷۶ نوشته شده است.

۱- یکی از ویژگی‌های جامعه اسلامی ایران که به‌ویژه پس از انقلاب اسلامی و تشکیل نظام اسلامی، به‌اجبار، سایه خویش را بر فرهنگ سیاسی نیز افکنده است، مسئله مذهبی و اسلامی بودن فرهنگ جامعه ماست؛ این فرهنگ درکنار دو فرهنگ ایرانی (پیش از اسلام) و

غربی (نتیجه تمدن جدید غربی)، ویژگی غالب فرهنگ ما را تشکیل می‌دهد؛ در قالب چنین فرهنگی، رهیافت کلی در فرهنگ ج.ا.ا می‌تواند رهیافت تکالیف شرعی باشد؛ در سایه این رهیافت تکلیفی است که رفتارهای سیاسی معنی‌دار می‌شوند. مرجع عالی تشخیص چنین فرهنگی نیز نظریات و دیدگاه‌های روحانیت و علمای دینی است؛ به طبع در چنین حالتی، تشخیص موضوع‌ها نیز گاه به عهده حاملان دین گذاشته می‌شود به‌ویژه در مواردی که انتخابات، جنبه فردی و نه انتخاب افراد (مانند مجلس) پیدامی‌کند؛ در چنین مواردی، انسان‌های مذهبی، به‌نوعی، محافظه‌کارانه عمل می‌کنند و به آن فردی رأی می‌دهند که مطابق معیارها و ضوابط اعلام‌شدهٔ علما باشد یا به‌طور متعین از آنان شنیده‌باشند تا حجت را بر خود تمام ببینند و حجت پیش خدا داشته‌باشند؛ آن حجت تشخیص علما و روحانیان است؛ در چنین فضایی رأی‌دهنده براساس انگیزه‌ای مقدس، خالص و به قصد انجام تکالیف شرعی شرکت می‌کند؛ در وجه سلبی آن، قصور در انتخابات در شکل ندادن رأی یا به فرد صالح و اصلح رأی‌ندادن به‌منزله «ارتکاب تکالیف شرعی» تلقی می‌شود؛ تقدس چنین رفتار سیاسی را از حالت‌های رأی‌دهندگان می‌توان دریافت که نوعاً با وضو بر سر صندوق‌های رأی حاضر می‌شوند. جلوه‌های بارز رفتار سیاسی در فرهنگ سیاسی-مذهبی را در مصادیق مختلف، نظیر انقلاب اسلامی در سال‌های ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷ می‌توان مشاهده کرد. در انقلاب اسلامی، مردم به توصیه مرجع تقلید مذهبی‌شان با دست خالی و روحیه شهادت‌طلبی به استقبال گلوله‌های آتشین می‌رفتند و آنان در رفتار سیاسی خود حاضر بودند جان خویش را با عظمت سرمایه‌گذاری کنند؛ این گرایش، دست‌کم در گونه‌ای از افراد جامعه آن روزگار در جمهوری اسلامی، حضوری پررنگ داشت هرچند همه افراد جامعه را شامل نمی‌شد؛ این‌گونه افراد، مشارکت سیاسی ازجمله شرکت در انتخابات را به‌مثابه هم حق اعلام نظر و هم بالاتر از آن، تکلیف الهی خود تلقی می‌کردند؛ به‌طور نمونه در انتخابات هفتم ریاست جمهوری، برخی از این افراد، گفتار زیر از رهبر معظم انقلاب را بر مصداق مورد توجه جامعه مدرسین حوزه علمیه قم و جامعه روحانیت مبارز تهران، تفسیر کرده، تطبیق دادند: «مردم به علما اعتماد دارند و حرف و تشخیص آنان را تشخیص قابل احتجاج عندا... می‌دانند... مردم علما را امین خودشان می‌دانند» (بیانات رهبری معظم، ۱۳۷۶)؛ بنابراین گونه‌ای از فرهنگ سیاسی جامعه، تکلیف‌مدارانه در سیاست وارد می‌شود و

به گزینش دست‌می‌زند؛ متعاقب آن در جنگ تحمیلی نیز، آمار بی‌شمار شهیدان، جانبازان، آزادگان، مفقودالاثران و خیل عظیم رزمندگان که از سر تکلیف دینی در مقابله با دشمنان ایران اسلامی و انقلاب اسلامی، سرمایه جان، مال، آبرو و تحصیلات خویش را در طبق اخلاص گذاشته‌اند، مؤیدی است قاطع بر اینکه در دوران جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ سیاسی از چه آب‌سخورهایی تغذیه می‌شود.

یک تحلیل محتوا می‌توان از کمیت آماری و زایش واژه‌های دوره جنگ و انقلاب، این عناصر را به‌طور کامل ملموس ساخت؛ «ادبیات انقلاب اسلامی» و «ادبیات جنگ تحمیلی» صبغه‌ای مذهبی و دینی دارند. واژه‌های شهید، شهادت، تکلیف، تکلیف الهی، شرعی، رضای خدا، انگیزه الهی، اهداف مقدس و ...، بالاترین کمیت واژه‌های فرهنگ عامه و فرهنگ نوشتاری و گفتاری مردم، مسئولان و رسانه‌های گروهی است.

۲- در دوران سازندگی به اقتضای دوران و برنامه‌های توسعه و دراصل، تغییر فاز و مرحله جدیدی از انقلاب و نظام، فرهنگ دنیاگرایی، مصرف‌گرایی و بازگشت به خود مادی به‌جای فرهنگ اخروی، قناعت و معنویت‌گرایی نشست که اولی، خاص دوران انقلاب و جنگ تحمیلی و دومی، ویژه دوران سازندگی بود. مبانی نظری (تئوریک) این فرهنگ توسعه و سازندگی را می‌توان در یافته‌های ماکس وبر در کتاب **اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری** (۱۳۷۴) یافت. شاید می‌شد برنامه‌های سازندگی و توسعه را نیز در «ریل» مذهبی و اخروی به‌پیش‌برد و روحیه معنویت‌گرایی مردم را که خصیصه بارز فرهنگ عامه بود، حفظ‌کر؛ این از جمله انتقادهایی بزرگ است که بر برنامه توسعه اول و دوم وارد می‌شود. آیا به‌واقع نمی‌شد «خیر توسعه دنیوی» و سازندگی را کسب‌کنیم بدون آنکه غم از دست‌دادن «خیر معنویت‌گرایی» را داشته‌باشیم؟ آن سرمایه بی‌کران و پربهایی را که در خلال جنگ تحمیلی کسب‌کرده‌بودیم و بزرگ‌ترین افتخار تمدن شرقی ایرانی - اسلامی ما بود. آیا نمی‌شد این معجزه روحیه معنویت‌گرایی در جبهه‌های جنگ مقدس و دفاع از کیان ایران اسلامی را در صحنه سازندگی تکرار کرد؟. به هر تقدیر با کم‌رنگ‌شدن معنویت و ترجیح کالای دنیوی بر کالای اخروی و ترویج موج مصرف‌گرایی و دنیاگرایی، گویی فرهنگ تکلیفی، فضایی اندک برای بقا و حیات داشت بنابراین از حیث کمی، کاهش واژگان فرهنگ سیاسی تکلیفی را مشاهده می‌کنیم؛ از حیث کیفی نیز، ممکن است تشخیص

مصادیق تکلیف بنابه رشد آگاهی‌های سیاسی، جنبه درونی و خودجوش یافته‌باشد؛ همچنان‌که آقای حجتی کرمانی چنین اعتقادی دارد:

«یعنی با نفی قیم‌مآبی و متولی‌گری برخلاف تشخیص مصداقی برخی علمای بزرگوار، دلسوز و متقی رأی‌دادند؛ رأی آنان هرگز به معنی نفی روحانیت نیست بلکه در واقع مردم گفتند: ما شما را قبول داریم؛ شما انسان‌هایی خوب هستید اما ما در این موضوع، مقلد شما نیستیم و تشخیص خودمان را درست‌تر از تشخیص شما می‌دانیم؛ درست، مانند عده‌ای مأموم در نماز جماعت که اگر امام جماعت اشتباه کرد و برای نمونه، خیال‌کرد در رکعت دوم است و نشست که تشهد بخواند... ناگهان مأمومان یک‌صدا می‌گویند بحول الله، یعنی ای امام جماعت! شما همچنان امام جماعتی اما در این مورد اشتباه کردی! مفهوم انتخاب آقای خاتمی در قالب بیان توضیح‌المسائلی آن چنین است» (حجتی کرمانی، روزنامه اطلاعات، ۱۳۷۶/۳/۲۰: ۲).

۳- جنبه دیگر فرهنگ سیاسی که در زمان‌هایی، همچنان خود را در مقاطعی جلوه‌گر می‌سازد، وجهی است که در میراث کهن زمامداران و پادشاهان ریشه‌دارد. در طول دوران چندقرنی پادشاهی، پیوسته، اعمال و عملکردهای بد نخبگان را شاهد بوده‌ایم که در ضمیر ناخودآگاه ملت ما، «بدبینی، سوءظن و بی‌اعتمادی به سیاست، نظم سیاسی، رجال سیاسی و مطبوعات» را چنان عمیق ساخته‌است که به‌سادگی و در زمان کوتاه زوال‌ناپذیر است. با نگاهی به ضرب‌المثل‌ها و ادبیات سیاسی و نیز خاطرات تاریخی ملی می‌توان به‌خوبی، این مواد را مشهود کرد (ادیب، ۱۳۷۴: ۱۳ تا ۱۹).

با وقوع انقلاب اسلامی و با واژگونی نظام پادشاهی ۲۵۰۰ساله و تأسیس نظام مبتنی بر آراء مردم و قوانین اسلامی و رهبری یک مرجع تقلید مردمی، آن روحیه بدبینی تا حدود زیادی از میان رفت و وجه غالب وجدان سیاسی جامعه بر مبنای اعتماد و پیوند قلبی با نخبگان سیاسی، شکل و سازمان‌یافت؛ در اینکه این روحیه اعتماد و همدلی همچنان بر اقشار عظیمی از مردم حاکم است، تردیدی نیست؛ اما آن بدبینی ریشه‌دار که میراث نسل‌های متمادی تمدن کهن سال ماست، در لحظاتی، موجودیت خود را اعلام کرده، به‌طور مجدد عود می‌کند و در رفتار سیاسی، تعیین‌کننده می‌شود؛ برای نمونه، به دلیل زمینه مساعد فرهنگ سیاسی ایرانی ما، شایعاتی به تناوب در خصوص مسئولان ساخته و به‌سرعت، جذب

می‌شود؛ برای مثال اگر درخصوص مسئولی، مسائلی درباره اموال و املاک و دارایی‌های وی یا اعمال او گفته‌شود، سریع، دهان‌به‌دهان در فرهنگ شفاهی نقل می‌شود و تاحدودی و در میان اقشاری جامی‌افتد؛ /امام خمینی (ره) یکی از نمونه‌هایی را که قربانی این شایعه‌پراکنی شده‌است، شهید بهشتی می‌داند؛ /امام از وی به‌عنوان شهید مظلوم یاد می‌کردند:

« آنچه من راجع به ایشان متأثر هستم، شهادت ایشان در مقابل آن ناچیز است؛ آن مظلومیت ایشان در این کشور بود. مخالفان انقلاب، افرادی که بیشتر متعهدند، مؤثرتر در انقلاب‌اند، آنها را بیشتر مورد هدف قرار داده‌اند. می‌خواستند یک موجود ستمکار دیکتاتور معرفی کنند» (امام خمینی، صحیفه نور، ج ۱۵، ۱۳۶۰/۴/۸: ۴۴).

بنابراین در قالب چنین فرهنگی که آکنده از سوءظن به نخبگان سیاسی است، دست‌کم در کوتاه‌مدت و تا زمان سپری‌شدن سلطه کوتاه‌مدت کفه باطل، کفه حق پنهان است. گاه شایعه به‌عنوان روند فکری فرهنگ سیاسی، غالب می‌شود؛ برای نمونه درباره شهید بهشتی گفته می‌شد: «بهشتی، بهشتی، طالقانی را تو کشتی» یا حتی رحلت نابهنگام سید احمد خمینی که به‌دنبال انتقادات وی درخصوص روند اقتصادی و تورم از دولت هاشمی صورت‌گرفت، به مسئولان و به‌طور مشخص به آقای هاشمی نسبت داده می‌شود! و فراموش می‌کنند که حجت‌الاسلام و المسلمین سید/احمد خمینی، خود یکی از ذخایر نظام و استوانه‌های حفظ نظام بوده‌است.

در ماجرای انتخابات هفتمین دوره ریاست‌جمهوری، ابتدا بر سر انتخابات آقای هاشمی برای سومین دوره از طریق تجدیدنظر در قانون اساسی یا اجرای یک همه‌پرسی (رفراندوم)، بحث‌هایی درگرفت. جالب است که در میان اقشاری، رگه بدبینی فرهنگ سیاسی نسبت به مسئولان خود را نشان می‌داد و آنان می‌گفتند که همه [اینها] بازی است تا درنهایت، آقای هاشمی، نه تنها برای دوره بعد بلکه مادام‌العمر رئیس‌جمهور شود!! البته تصمیم به تغییرناپذیری، قانون اساسی، کمکی شایان به اعاده روحیه اعتمادبه‌نفس این بخش از مردم نسبت به نظام، دست‌کم در این موضوع ایفاکرد.

در مرحله دوم، از مدت‌ها پیش، این باور دست‌کم در میان برخی از مردم حاکم بود که رئیس‌جمهور بعدی از قبل تعیین شده‌است و آن، آقای ناطق‌نوری است و حتی تعداد شرکت‌کنندگان و میزان رأیی که آقای ناطق‌نوری آورده‌است، مشخص شده‌است! اعضای

کابینه وی نیز تعیین شده‌اند. شرکت افراد و کاندیدای دیگر نیز مسئله‌ای تشریفاتی و در نهایت برای گرم کردن تنور انتخابات است؛ حتی اگر مردم به فردی دیگر رأی بدهند، بازهم آقای ناطق نوری، رئیس جمهور است. می‌توان با رجوع به ادبیات سیاسی و ضرب‌المثل‌ها، «تکیه کلام‌ها، کاریکاتورها و طنزهایی» که را گفته شده‌است، مجسم کرد؛ برای نمونه، کاریکاتور چرخ گوشت یا صندوق رأی که ورودی آن آقای خاتمی است درحالی‌که خروجی و رأی اعلام شده، آقای ناطق نوری است با این لطفه رایج که «ری شهری اصلح است، آقای خاتمی رأی می‌آورد و ناطق نوری، رئیس جمهور می‌شود». جاذبه زبان لطفه‌گویی و کاریکاتور که قدرت جذب عظیم در صنعت فرهنگ عامه دارد، در خدمت شایعاتی است که زمینه مساعد در فرهنگ دیرینه بدبینی و بی‌اعتمادی نوعی را به نظم‌های سیاسی و نخبگان سیاسی دارد؛ نتیجه چنین معادله‌ای در فرهنگ‌سازی توده‌ای مردم، معلوم است؛ این سهم بدبینی، در بی‌اعتمادی میراث گذشتگان شاهنشاهی ازسویی و [همچنین در] اعمال مخالفان درونی و بیرونی نظام ریشه دارد. اما بخش و سهم دیگر این عارضه بدبینی، محصول اقدام‌های ناشیانه، ساده‌اندیشانه و ناخواسته رقبای و هواداران آنان در سطح نخبگان و توده‌هاست.

اولین مقوله‌ای که سوءظن را در فرهنگ عامه تقویت کرد، قطعی شدن زودرس نامزدی آقای ناطق نوری بود که حدود چند سال پیش، به‌طور قوی، این احتمال داده می‌شد و با اعلام حمایت از نامزدی ایشان ازسوی جمعیت مؤتلفه و جامعه روحانیت مبارز و سرانجام جامعه مدرسین، این امر قطعی شد؛ درحالی‌که کاندیداهای رقیب، هنوز در پرده ابهام بودند. ابتدا نام میرحسین موسوی بر سر زبان‌ها افتاد؛ اما به‌دنبال اعلام انصراف قطعی ایشان، آقای خاتمی، مطرح شد.

حمایت گسترده ساختار نظام سیاسی، اعم از شورای نگهبان، جامعه روحانیت مبارز، جامعه مدرسین و ریاست قوه قضایه، مهم‌ترین عامل تشدید جو بی‌اعتمادی درخصوص سلامت انتخابات شد؛ نمونه‌های از آن را می‌توان در ستون «الو سلام» روزنامه سلام در شماره‌های نزدیک به انتخابات پیگیری کرد: مانند اینکه «از مسئولان نهضت سوادآموزی تقاضای کنم یک دوره اکابر آموزش حروف الفبا برای وزارت کشور و صداوسیما بگذارند تا در موقع اعلام اسامی، دچار مشکل نشوند». «واقعاً این داستان حروف الفبا هم کم‌کم

دارد تاریخی و جاوید می‌شود. شورای نگهبان و وزارت کشور از حصر «ن» شروع کرده‌است (از آخر الفبا به اول) تا آقای ناطق نوری، اول شود و آقای خاتمی، سوم و در سر صندوق‌های رأی نیز به همین صورت اعلام خواهد شد اما صداوسیما در برنامه‌های تبلیغی نامزدها طبق حروف الفبا عمل کرده‌است تا آقای ناطق نوری در آخر قرار گیرد. اهل سیاست و ظرافت می‌دانند که در تبلیغات، نفر آخر نزدیک‌تر به روز انتخابات، بهتر در ذهن‌ها می‌ماند؛ حال تلفیق کنید این دو روش را و نتیجه بگیرید نتیجه انتخابات را و شاید بهتر باشد که الفبا تغییر کند!» (سلام، ۱۳۷۶/۱/۲۹: ۳).

جالب اینکه براساس مشاهدات عینی (که به‌طور کامل هم منطقی است) در روز انتخابات ریاست جمهوری، چون رأی‌دهنده فقط یک نفر را می‌خواست انتخاب کند (نه برای نمونه سی (۳۰) نفر را در انتخابات مجلس از میان به‌فرض، پانصد (۵۰۰) نفر در تهران)، پیش‌ازاینکه به حوزه رأی‌گیری وارد شود، آن یک نفر را انتخاب کرده‌بود و مستقیم بدون اینکه بخواهد به برگه اعلام اسامی چهارنفره نگاهی داشته‌باشد، رأی می‌داد! بنابراین اگر تاحدودی، ترتیب الفبایی در انتخابات مجلس، به‌طور احتمالی در آراء، تغییرهایی داشت، در انتخابات ریاست جمهوری که فقط یک نفر انتخاب می‌شد، به‌طور کامل بی‌تأثیر بود.

مجموعه اقدام‌های انجام‌شده که کم و بیش، توهین به شعور ملت تلقی شد، در عمل، جز تأثیر منفی پیامدی نداشت؛ به‌طور نمونه در بیانیه اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور (دفتر تحکیم وحدت) هم، شائبه تقلب در انتخابات، به‌طبع به نفع ناطق نوری و به زیان رقیب، به‌طور تلویحی طرح شده‌است بنابراین ضمن پافشاری بر اینکه مشروعیت نظام جمهوری اسلامی به‌صراحت به قانون اساسی و همچنین نظر/امام خمینی نیز، به نظر و رأی مردم وابسته است، بر رعایت قانون و قواعد رقابت سیاسی و انتخابات سالم تأکید شده و /امام (ره) در ادامه می‌افزایند:

«مع‌الاسف آنچه ما امروز از جریان انحصارطلب می‌بینیم و آشنایی که از سابقه این جناح داریم. بسیاری از موارد فوق‌الذکر را مخدوش ارزیابی می‌نماییم. همان‌گونه که همگان شاهد و ناظر هستند، این جناح به شکل پنهان و آشکار از چندین ماه قبل، اقدام به مهره‌چینی در دستگاه‌های اجرایی و نظارتی این انتخابات نموده، با هدف تحمیل فردی از افراد جناح خود، به انواع شیوه‌های غیرقانونی و نامشروع استفاده از بیشترین امکانات و

حتی تربیون‌ها و دستگاه‌های تبلیغاتی و مسائل ارتباط جمعی دولتی و غیردولتی مبادرت ورزیده‌است. امروزه بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین وظیفه پیروان خط امام، حفظ سلامت برگزاری انتخابات صحیح و آزاد و بیرون آمدن آراء واقعی مردم از صندوق‌های انتخاباتی است» (بیانیه دفتر تحکیم وحدت، ویژه‌نامه روزنامه سلام، فروردین ۱۳۷۶).

از همه شدیدتر و تعیین‌کننده‌تر، سخنان تاریخی و واقعیت‌ساز و سیاست‌ساز آقای هاشمی در خطبه‌های نماز هفته پیش از انتخابات به مجریان و ناظران انتخابات بود؛ ایشان هشدار داد:

«باید همان رأی ریخته‌شده به صندوق‌های رأی اعلام‌شود! ممکن است کسی فکر کند که حالا ما اگر تغییرهایی بدهیم، شخص مقبول که خودمان به او ایمان داریم، به‌سرکار آید، برای جامعه نفعی است ولی ضرری بنیانی دارد. تضعیف کردن اعتماد مردم، بزرگ‌ترین خیانت است به ملت و نظامی که می‌خواهد با اتکای مردم، همه مشکلات را حل کند. ما همیشه با اعتماد مردم کار کردیم. با اعتماد مردم پیروز شدیم با اعتماد مردم در جنگ فاتح شدیم. با اعتماد مردم کشور را ساختیم؛ خوب این اعتماد این قدر سرمایه عظیمی است؛ چه درآمدی از این با ارزش‌تر است که ما به خاطر آن در دل مردم شک بیندازیم؟ واقعاً خیانت، قابل‌بخشش نیست و امروز، هیچ گناهی را بدتر از این نمی‌دانم که کسی به خودش حق بدهد که در آراء مردم دست‌ببرد یا جریان را منحرف کند» (اطلاعات، ۱۳۷۶/۲/۲۸).

پخش نشدن این خطبه‌ها در وقت متعارف آن از تلویزیون و موضوع (سوژه) قراردادن این سخنرانی از سوی رسانه‌های خارجی و نیز رقبای داخلی آقای ناطق، به‌شدت بر جو بی‌اعتمادی دامن‌زد؛ آیت‌... یوسف صانعی نیز در اعلامیه خود، هرگونه تقلب در انتخابات را خیانتی بزرگ و آن را گناهی نابخشونی دانست (همشهری، ۱۳۷۶/۲/۳۰)؛ پیامد عملی این خطبه آقای رفسنجانی در فرایند انتخابات و در چرخش فضا به ضرر آقای ناطق و نفع آقای خاتمی، بسیار مهم بوده‌است زیرا چنین برداشتی‌شد که مسائل در چه مرحله‌ای است که افرادی از قوه قضاییه، ائمه‌جمعه شهرها و بیشتر علما و مراجع عظام و نیز غالب وزرای کابینه و نزدیک به ۱۹۰ نفر از نمایندگان مجلس از آقای ناطق نوری پشتیبانی می‌کنند و اجبار بسیاری از رؤسای اتحادیه‌ها (سندیکاها) به اعضا در نصب عکس آقای ناطق نوری (برای نمونه در تاکسی در خصوص اتحادیه تاکسی‌رانان) و... که همگی برای حمایت از

آقای ناطق است، چه دلیلی دارد؟ حمایت تلویحی صداوسیما از آقای ناطق نوری در برنامه‌های گوناگون نیز بر این شائبه دامن می‌زد.

از همه علنی‌تر، مسئله ترتیب اعلام اسامی چهار نامزد انتخابات ریاست جمهوری بود که برخلاف اعلام دوره‌های پیشین انتخابات ریاست جمهوری و مجلس شورا که به ترتیب حروف الفبا بود، این بار به این ترتیب اعلام شد: ۱- آقای ناطق نوری؛ ۲- آقای ری شهری؛ ۳- آقای خاتمی و ۴- آقای زواره‌ای؛ در پاسخ اعتراض به این اقدام، شورای نگهبان اعلام کرد که برحسب میزان آراء در شورای نگهبان معرفی شده‌اند.

فراتر از آن، وزارت کشور نیز در نسخه خود که در تمام شعب اخذ رأی نصب می‌شود، همین ترتیب غیرالفبایی شورای نگهبان را اعلام کرد.

افزون بر آن، مصاحبه ناطق نوری با رادیو بی.بی.سی بود که قریب به این مضمون بود که دلیل آراء کم خویش را در انتخابات مجلس چند ماه پیش از انتخابات ریاست جمهوری، ذکر نام خویش در آخر فهرست الفبایی چهارصد نفری نامزدهای انتخاباتی تهران دانسته‌اند (روزنامه سلام، ۱۳۷۶/۱/۲۷: ۳).

این مسئله الفبایی با دامن زدن طرف‌داران رقیب مقابل در قالب لطیفه‌های مختلف، صدای اعتراض آقای رفسنجانی را در مقام رئیس جمهور نیز بلند کرده بود! روشن بود که طرف این صحبت‌ها هواداران آقای ناطق بودند و آنان را در مظان تقلب در انتخابات قرار می‌داد و گرنه هواداران آقای خاتمی که در اصل، سازوکارهای چنین کاری را در اختیار نداشتند.

این موج بدبینی، چنان عمیق و گسترده شد و چنان جوی به وجود آورد که حتی اگر مردم به واقع هم به آقای ناطق نوری رأی می‌دادند، دیگر مصلحت نظام این بود که برعکس آقای خاتمی به عنوان رئیس جمهور اعلام شود زیرا در غیر این صورت، اعتماد عمومی، چنان ضربه می‌خورد که جبران‌ناپذیر بود.

به دنبال بیانات آیت‌ا... خامنه‌ای در روز چهارشنبه، دو روز پیش از انتخابات و تأکید ایشان بر سلامت قطعی انتخابات و نیز تأیید ضمنی همه نامزدهایی که به تأیید شورای نظارت رسیده بودند و نفی انتساب حادثه شهرک غرب به یکی از نامزدهای انتخابات، بار دیگر، موضع آقای خاتمی تقویت شد.

سخنرانی رهبری و اعلام سریع نتایج و پیروزی آقای خاتمی، سرآغازی نوین و مجدد بر زایش دوباره و بالندگی اعتماد به مسئولان و نخبگان جمهوری اسلامی و نظام اسلامی بود؛ این زایش فرهنگ سیاسی خوش‌بینی نسبت به نظام و مسئولان رده بالای نظام، مقوله‌ای است که خاص فرهنگ سیاسی دوران جمهوری اسلامی بوده است که در دوره‌های گذشته، ایران فاقد چنین سابقه‌ای است؛ آیا این تولد فرهنگ خوش‌بینی در فرهنگ سیاسی مردم استمرار داشته است یا اینکه برعکس، وضعیتی مقطعی بوده است و در فرصتی دیگر در قبال بدبینی و بی‌اعتمادی دیرینه کمر خمر کرده است؟ حوادث انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ نشان داد که موج جزرومدی بدبینی در فرهنگ سیاسی ایران، تکرارشدنی است و تجلی دیگر این بدبینی ساختاری و نهادینه شده در ذهنیت مردم در انتخابات ۱۳۸۸ نمایان شد.

۴- سائقه عاشورا و مظلومیت در انتخابات، یکی دیگر از موارد قابل اشاره است: عاشورا و محرم و امام حسین و شهادت و شهید، یکی از استوانه‌های عظیم فرهنگ سیاسی ایرانیان است به گونه‌ای که گویی جزء روان ناخودآگاه ما شده است و ما به‌طور ناخودآگاه از آن در رفتارهای سیاسی و اجتماعی متأثر شدیم؛^۱ این مقال خود بخشی مستقل می‌طلبد. قرار گرفتن انتخابات پیش‌گفته در ایام نزدیک تاسوعا و عاشورای حسینی نیز تأثیرهای عاطفی خاص خود را گذاشت؛ از یک سو دوستی و محبت اهل بیت و «عترت» نزد ایرانیان و تجسم این محبت در دوستداری «سیدها» و تأثیر آن در انتخابات مردم با توجه به سیدنبودن ناطق بایدبررسی شود؛ محبتی که در گرماگرم ایام حسینی، تشدید و در شعارهای موزون انتخاباتی هواداران آقای خاتمی نمودار می‌شد (درود بر سید فاطمی: خمینی، خامنه‌ای، خاتمی) و همچنین طبق بررسی‌های مختلف، سیدبودن آقای خاتمی که با عمامه سیاه ایشان به‌طور کامل، برجسته می‌شود، دست‌کم یکی از دلایل ترجیح ایشان بر آقای ناطق نوری بوده؛ به‌طور نمونه در بیانیه انجمن اسلامی معلمان آمده است:

«با بررسی‌های همه‌جانبه به‌عمل آمده... انجمن اسلامی معلمان تهران... جناب آقای حاج سید محمد خاتمی را [که] به فرموده امام (ره)، فردی فاضل و باتقوی و متعهدند و از سلاله

۱. مشایخی آموزه شهادت را در فرهنگ ایرانی چنان اثرگذار می‌داند که آن را محدود به گفتن اسلامی نمی‌داند و گروه‌های سوسیالیستی را از آن متأثر می‌داند؛ وی آن را نوعی سازوکار روان‌شناسانه برای آمادگی در منازعه پرزحمت هزینه می‌داند (مشایخی، ۱۹۹۱: ۱۰۵)

سادات... می‌باشد، مورد حمایت قرار می‌دهد (ویژه‌نامه سلام، فروردین ۱۳۷۶: ۶۲).

در کنار آن، درک اینکه ساختارهای رسمی انتخابات (که پیش‌تر، شرح آن آمد)، همه به زیان آقای خاتمی است یا دست‌کم در سازنده‌گرایی طرفداران وی این‌گونه القامی شود، ناخودآگاه، نوعی مظلومیت را در سیمای ایشان جلوه‌گر می‌ساخت، مظلومیتی که با ایام مظلومیت / امام حسین (ع) تقارن‌یافت و در سمت‌گیری عاطفی و احساسی مردم نمی‌توانست بی‌تأثیر نباشد. یکی از مؤیدهای دیگر در خصوص دوگانه‌سازی یزید و امام حسین (ع) یا ظالم و مظلوم و منطبق‌سازی مظلومیت سید محمد خاتمی با مظلومیت امام حسین (ع)، سرمقاله مهم روزنامه سلام، سه روز پیش از انتخابات دوم خرداد در مورخ ۱۳۷۶/۲/۲۹ با عنوان «سید مظلوم» است؛ نویسنده از اینکه سید محمد خاتمی را به لیبرال‌بودن، سازش با آمریکا و فردی که مهیاکننده تهاجم فرهنگی است، متهم می‌کنند و چیزی را نسبت می‌دهند که در ایشان نیست، شکوه می‌کند و پس از مشابه‌سازی مظلومیت وی با مظلومیت امام حسین (ع)، آن را با مظلومیت امام علی (ع) هم مقایسه کرده، در واقع، نوعی «شناخت داغ» و نوعی «عواطف داغ» به خواننده منتقل می‌کند:

«به‌راستی چگونه بود که وقتی امام علی (ع) را در محراب به‌شهادت رساندند، گروهی سؤال کردند مگر علی، نماز هم می‌خواند؟ امروز حکایت سید مظلوم ماست. علی و اولادش در طول تاریخ مظلوم بوده‌اند؛ این مظلومیت، بزرگ‌ترین حربه در دنیا و آخرت ما خواهد بود (سرمقاله سید مظلوم، روزنامه سلام، ۱۳۷۶/۲/۲۹).

این نکته، بحثی نظری و قاعده‌ای عمومی است که امام خمینی هم با هوشمندی خود، آن را استخراج و بیان کرده است که «مظلومیت، محبوبیت می‌آورد». امام خطاب به روحانیون می‌گوید:

«همیشه در زمان طاغوت بود، ما هیچ‌کاره بودیم و شما هم هیچ‌کاره بودید و تحت فشار ظلم بودید و مظلوم، محبوب است و مظلومیت محبوبیت می‌آورد» (امام خمینی، صحیفه امام، ج ۹، ۱۳۸۵: ۵۰۸).

بنابراین، اول اینکه مظلومیت، محبوبیت می‌آورد و دوم اینکه مظلوم‌نمایی هم محبوبیت می‌آورد؛ یعنی لازم نیست به‌واقع، مظلوم باشید؛ کافی است به مظلومیت تظاهر کنید و تصور مظلوم‌بودن خود را در اذهان جایبندازید؛ در آن صورت، جامعه به آن، اقبال و

توجه می‌کند.

شواهدی دیگر از بدعمل کردن طرف مقابل که دارای چنین کارکردی است، عبارت است از مقایسه تلویحی یا تصریحی آقای خاتمی با آقای بنی‌صدر در وجه مشترک آنان که جامعه مدرسین آنها را نامزد خود نکرده است (هفته‌نامه شما، ش ۷، ۱۴/۱۳۷۶). طرح اختلاف‌های ایشان با شهید آوینی و تبلیغات رادیو و تلویزیون، ضد خاتمی و به نفع ناطق، تکذیب نامه دروغین آقای مهندس میرحسین موسوی درباره اعتراض ایشان نسبت به درج عکس خود و آقای خاتمی و نیز برهم زدن جلسه سخنرانی ایشان در مشهد و اقدام‌های نشریات **شلمچه و اشارات**، گفته‌های حمایتی ائمه‌جمعه برخی شهرها و...، مسئله حروف الفبا، علنی شدن حمایت عناصر حساس انتخابات و رده‌های بالای مسئولان اجرایی و نیز در مسند قدرت بودن آقای ناطق‌نوری در پست ریاست مجلس و خارج از گود بودن آقای خاتمی و... در مجموع، سمت‌گیری عاطفی فرهنگ سیاسی مردم را به نفع آقای خاتمی شکل دادند.

۵- موضوعی دیگر که در سمت‌گیری بینشی و عاطفی فرهنگ سیاسی به نفع آقای خاتمی، مؤثر بوده است، مجموعه‌ای از مسائل زیر است: طرح اندیشه‌های نو، حرف‌ها و برنامه‌های جدید و ظهور چهره جدید ایشان در اقبال فرهنگ جامعه به ایشان، مؤثر بوده‌اند؛ **ماکیاولی** نیز به این مسئله اشاره کرده است که مردم پیوسته به تحول و نوگرایی علاقه‌مندند؛ این میل به نوگرایی، نزد جوانان بیشتر است (عنایت، ۱۳۵۱: ۱۴۹). در اینجا دیگر شهرت، راهگشا نیست بلکه حتی جنبه منفی پیدامی‌کند؛ از این روی، دائم بر صفحه تلویزیون ظاهر شدن و سرزبان‌ها بودن در طولانی‌مدت، دیگر امتیازی محسوب نمی‌شود به‌ویژه که آقای ناطق، خود در درون هیئت حاکمه و برنامه‌ریزی است و دراصل در چنین حالتی، زمان به زیان او در گذر بوده است در حالی که رقیب وی، دست‌کم از حدود ۳ تا ۴ سال پیش، سمت و مسئولیت اجرایی نداشته است تا مخل محبوبیت وی باشد. همچنان‌که در دوره گذشته، در انتخابات ریاست جمهوری، آقای توکلی، یکی از رقبای آقای رفسنجانی توانست بیش از چهار میلیون از شانزده میلیون رأی را به خود اختصاص دهد؛ زیرا چهره‌ای نو بود و حرف‌هایی تازه و انتقادی از وضعیت موجود مطرح می‌کرد. با تحلیل محتوای بیانات و گفتارهای دو رقیب اصلی انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری آنچه به‌طور برجسته

خود را نشان می‌دهد، این است که آقای ناطق‌نوری با توجه به اینکه دیدگاه‌هایش را در خلال مسئولیت‌های چندین ساله بیان کرده، در عمل، فاقد دیدگاه‌ها و حرف‌هایی جدید است و بیانات وی تا حدودی تکراری و ملال‌آور بوده است در حالی که در گفتار و نوشتار آقای خاتمی، رگه‌هایی فراوان از طرح موضوع‌های تازه و نو موج می‌زند: حق شهروندی، جامعه مدنی، حقوق زنان، محاسن تکثر و تنوع و تساهل و ضرورت توسعه سیاسی و... حتی ابتکارهای ایشان در استفاده از اتوبوس در بازدیدهای شهری و انتخاباتی، همگی جاذبه داشتند.

علاوه بر این، هواداران ایشان به خوبی از صنعت فرهنگ استفاده کردند. استفاده از زبان هنری در برنامه نیم‌ساعتی تلویزیونی ایشان، مشهود بود. برنامه آقای خاتمی، به‌ویژه تیتراژهای گفتمانی آن از همه فراگیرتر و جذاب‌تر و مبتنی بر نکات ظریف هنری و روان‌شناسانه به‌منظور تسخیر اذهان و عواطف بود؛ با مقایسه برنامه ایشان با برنامه نیم‌ساعتی آقای زواره‌ای که بی‌درنگ، پس از آن پخش شد، این مسئله آشکار می‌شود. در برنامه آقای زواره‌ای، پشت‌خانه‌اش را نشان می‌دادند!! یا حدود ۱۰ تا ۱۵ دقیقه از وقت نیم‌ساعتی به نطق‌های ایشان در سال ۱۳۶۲ در مجلس شورای اسلامی اختصاص می‌یافت.

صنعت فرهنگ و تولید انبوه کارهای فرهنگی آن که قابلیت توده‌ای شدن را دارد، همان چیزی است که فرهنگ عامه را شکل می‌دهد و فرهنگ‌ساز بوده، بر رفتار سیاسی عامه، اثرگذار است. یک اثر فلسفی هیچ‌گاه در حوزه فرهنگ عامه، قابل مصرف نیست و در همه جای دنیا تیراژ بالاتر از چند هزار نسخه نخواهد بود ولی یک فیلم سینمایی پرحادثه و هیجان‌آور، میلیون‌ها نفر را تحت پوشش قرار می‌دهد (محمدی، ۱۳۷۶: ۲۲)؛ از این جهت، آقای خاتمی نه تنها با گفتار خلاق و مولد و نوآور خود، خواص را بلکه با رعایت نکات هنری و صنعت فرهنگ، بینش و عواطف عوام و عامه را نیز به خود جلب کرد.

در همین خصوص، استفاده از ابزار ورزش و ورزشکاران محبوب نیز قابل اشاره است؛ زیرا رفتار و آراء آنان نیز فرهنگ‌ساز است؛ برای نمونه در برنامه آقای ناطق، آقای خادم، قهرمان المپیک، حمایت خود را از نامزدی ایشان اعلام کرد؛ در این راستا حمایت تیم‌های فوتبال استقلال و پیروزی درخور توجه است؛ از آن جالب‌تر، نمونه‌هایی مانند علی پروین است که در انتخابات مجلس شورای اسلامی، اعلام حمایت خود را از فهرست جامعه

روحانیت مبارز و هم فهرست کارگزاران بیان کرده بود و همچنین به افرادی منفرد مانند آقای غفوری فرد؛ یعنی اگر افراد مشترک در دو فهرست را کنار هم بگذاریم معلوم نمی شود ایشان چگونه می تواند به بیش از پنجاه نفر در انتخابات تهران که حداکثر سی تن می توانند برگزیده شوند، رأی دهد؛ ایشان در این انتخابات به ظاهر، حمایت خود را از هر دو آقایان خاتمی و ناطق نوری اعلام می کنند! اما بعد، حمایت خود از ناطق را تکذیب می کنند (سلام، ۱۳۷۶/۲/۳۱: ۲).

۶- به مصداق ضرب المثل نه به خاطر «حب علی بل به خاطر بغض معاویه» که البته در هر دو مورد، شخصیت های مورد بحث قیاس مع الفارق است یا انتخاب میان «بد» و «بدتر» می تواند بیانگر وضعیت بخشی هر چند اندک از رأی دهندگان باشد. در سرمقاله *روزنامه رسالت*، دو روز پیش از انتخابات دوم خرداد با عنوان «انتخابات، انقلاب و ضدانقلاب» این خط تحلیل دنبال شده است که چرا همه عناصر انقلابی پشت سر آقای ناطق نوری و همه عناصر ضدانقلاب داخلی و خارجی، پشت نامزد جناح خاص (منظور سید محمد خاتمی) جمع شده اند؟ در ادامه این هواداری از آقای خاتمی را نه از «حب به او بلکه از روی بغض انقلاب» ارزیابی می کند:

«سرّ اینکه حداکثر نیروی انقلاب - اگر نگوئیم همه نیروهای انقلابی - امروز پشت سر آقای ناطق نوری به عنوان کاندیدای اصلاح ایستاده اند، همین است که معادله رقابت انتخاباتی، چالش بین چند جناح فکری نیست. بلکه متأسفانه باید بگوئیم همه کفر، پشت کاندیدای خاص، نه از روی حب به او بلکه از روی بغض به انقلاب ایستاده اند؛ این را نباید به حساب خوش شانسی رقیب بلکه باید به حساب هوشیاری دشمن گذاشت که از هر فرصتی برای ضربه به نظام سودمی جوید» (سرمقاله روزنامه رسالت، ۱۳۷۶/۲/۳۱).

برخی از این دسته از رأی دهندگان درخصوص انگیزه رأی خود، چنین مسئله ای را مطرح کرده اند یعنی برای مخالفت با آقای ناطق و رأی نیوردن ایشان، به آقای خاتمی رأی دادند یعنی به دلایلی مختلف، آقای ناطق را مناسب نمی دانستند.

اقتشاری از جامعه که دراصل، افرادی بی تفاوت سیاسی یا مخالف بودند نیز به تصور خود، به دلیل عدم تمایل حاکمیت با روی کار آمدن آقای خاتمی، به نفع ایشان به صحنه آمده اند. شواهد و گزارش هایی متواتر مبنی بر تبلیغات و حمایت آنها از آقای خاتمی

ارائه شده است؛ عکس ایشان از سوی دختران بدحجاب شمال شهر تهران توزیع شده است (روزنامه سلام، ۱۳۷۶/۲/۳۱: ۲) یا موارد مشابه از این جمله‌اند. البته این حمایت نمی‌تواند بهانه‌ای برای خدشه‌دار کردن آقای خاتمی قرارگیرد بلکه فقط این واقعیت دیده می‌شود که از ایشان حمایت می‌کردند یا براساس انتخاب میان بد (آقای خاتمی) به منظور اجتناب از بدتر (آقای ناطق) یا براساس هدایت خداوندی به طور موقت هم که شده است، باطل‌هایی به راه حق رهنمون شده‌اند. با ملحق شدن موقتی باطل‌ها به صف حق، حق‌طلبان، مسئله‌دار نمی‌شوند؛ به هر تقدیر، این نیز یکی از سرچشمه‌هایی بود که به موج عظیم حمایت از آقای خاتمی انجامید اما حامیان آقای خاتمی، فقط به خانم‌های بدحجاب یا کم‌حجاب و افراد آنچنانی محدود نمی‌شود همچنان که در آن مقطع، برخی رزمندگان، علمای عظام، بیت شهید آیت‌الله دستغیب و بیت امام نیز از ایشان حمایت کرده‌اند.

۷- سمت‌گیری عاطفی برخی از زنان و جوانان نسبت به آقای خاتمی، مسئله‌ای قطعی است. برخی از جاذبه‌های آقای خاتمی برای این دو قشر به مسائل سمت‌گیری بینش فرهنگ سیاسی برمی‌گردد که به آنها پیش‌تر اشاره شد؛ اما همان‌گونه که گفته شد، فرهنگ سیاسی، به طور صرف در بعد بینش‌ها و مسائل عقلایی، محدود نمی‌شود بلکه به گرایش‌ها، روحیات و عواطف نیز گره خورده است. گفته می‌شود ایستار برخی جوامع دست‌کم در برخی حالات، ایستار عاطفی احساسی است، نه بینش عقلایی؛ براین اساس برای جلب نظر و توجه آنان باید عواطف و گرایش‌های احساسی آنان را نشانه بروید نه بینش‌هایشان را؛ به طور نمونه می‌توان به جاذبه‌های رمان‌های عشقی، پلیسی در صنعت فرهنگ عامه جوامع غربی توجه داد (هالوپ، ۱۳۷۵: ۱۷۳ تا ۱۹۶).

در جامعه ما نیز رگه‌های از این مقوله مشهود است برای نمونه، علاقه عامه به مطالعه صفحه «حوادث» روزنامه‌ها یا هفته‌نامه حوادث در آن روزگار که بالاترین تیراژ نشریه را در جامعه ما به خود اختصاص می‌داد یا فیلم کلاه قرمزی، پر فروش‌ترین فیلم سال می‌شد؛ این نمونه‌ها گواهی قاطع بر نقش گرایش‌ها در حالاتی از جامعه ماست. در انتخابات ریاست جمهوری هم درحالی که برای آقای خاتمی، شایعه شده بود که ماهواره را آزادمی‌کند برای آقای ناطق، شایعه شده بود که در صورت رئیس‌جمهور شدن، چادر را اجباری می‌کند. آقای ناطق، خود در جمع دانشجویان دانشگاه شیراز، ضمن تقبیح جوی که ضد ایشان در

میان زنان به وجود آمده است، گفت: عده‌ای ما را با طالبان مقایسه می‌کنند و گفته‌اند که اگر من رئیس‌جمهور شدم، چادر را اجباری می‌کنم درحالی‌که این دروغ است و از نظر بنده، چادر حجاب برتر است اما در این خصوص، رعایت حداقل‌ها کفایت می‌کند (روزنامه همشهری، ۱۳۷۶/۲/۳۰: ۳)؛ در همین راستا هفته‌نامه شلمچه با چاپ دو صفحه بزرگ روزنامه‌ای، از مطالب خلاف اخلاق از کتاب‌هایی که در زمان صدارت وزارت ارشادی آقای خاتمی به چاپ رسیده است (*هفته‌نامه شلمچه*، ش ۴، خرداد ۱۳۷۶)، کوشید که به شخصیت آقای خاتمی ضربه بزند. اما این کوشش، موجب شد تا در برخی موارد در مدارس و دبیرستان‌های پسرانه با استقبالی زایدالوصف مواجه شود؛ این کار که با قصد ضربه‌زدن به آقای خاتمی انجام شد، در عمل، گرایش‌های جوانان تازه‌بالغ را به نفع آن نامزد برانگیخت. برای درک تأثیر سکس در رفتار سیاسی، کافی است به دیدگاه‌های فریود در این خصوص مراجعه شود بنابراین، گرایش‌های منفی ایجادشده از سوی رقبای ناآشنا به ظرایف جناب آقای خاتمی، در عمل به نفع ایشان تمام شده است. سرچشمه‌های مختلف با یا ضد (له یا علیه) ایشان از نقاط گوناگون به یکدیگر می‌رسند تا در کنار گرایش‌ها و عواطف مثبت مانند گرایش‌های غم‌انگیز (تراژدیک) عاشورا و محرم که به جلب عواطف به‌سوی ایشان منجر شده است، رأی قاطع بیست‌میلیونی ایشان را شکل و سازمان دهند.

نتیجه‌گیری

با مروری بر آنچه گذشت، می‌توان چنین گفت که در مجموع، در زمان مورد مطالعه سمت‌گیری بینش فرهنگی سیاسی و سمت‌گیری عاطفی فرهنگی سیاسی، هر دو به زیان آقای ناطق و به نفع آقای خاتمی در گذر بود و در گذر زمان به‌رغم شهرت و محبوبیت وی، روندی نزولی طی می‌کند. آقای ناطق و به‌طور کلی، جناح وی در کنار آقای هاشمی به تصویب و تأیید برنامه پنج‌ساله اول و دوم اقدام کرده‌اند بنابراین نمی‌توانستند حرفی جدید داشته باشند برای همین، آقای ناطق از این جهت، برخلاف آقای خاتمی که از گود قدرت خارج بوده است، نمی‌تواند پناهگاهی مناسب برای نارضایتی‌های ایجادشده باشد.

آقای ناطق نوری نمی‌توانست انتزاعی صحبت کند یا فراجناحی مطرح شود زیرا در عمل از جناحی شناخته‌شده بود اما آقای خاتمی از همان ابتدا اعلام کرد که با عنوان «مستقل» در

انتخابات شرکت می‌کند بنابراین می‌توانست حمایت بسیاری از اقشار را به خود جلب کند و کارگزاران متشکل را نیز در کنار خود داشت؛ علاوه بر آن با جملاستی انتزاعی که «ایران از آن همه ایرانیان است»، حمایت اقشار بسیاری از مردم را نیز جلب کرد. کارکرد فرهنگ بدبینی و بی‌اعتمادی با عملکرد ساده‌اندیشانه رقبا و هواداران در خدمت کسب شهرت و محبوبیت آقای خاتمی قرار گرفته است و هرچه به زمان انتخابات، نزدیک‌تر شده‌ایم، این روند، شتابی فزاینده گرفته است تا با خطبه‌های آقای هاشمی به حد کمال خود رسیده است. هرچند پس از پیروزی آقای خاتمی فرهنگ خوش‌بینی در حد اعلای خویش، تولدی دوباره یافته بود، هنوز زمینه کارکرد فرهنگ خفته بدبینی به نفع آقای خاتمی، قوی بود یعنی در اقشاری از جامعه کم‌کم این باور در حال شکل‌گیری بود که آقای خاتمی قصد دارد اصلاحاتش را انجام دهد اما مشروط بر اینکه بگذارند ایشان کار کنند! یعنی اگر انجام نشد، معلوم می‌شود که نگذاشته‌اند ایشان کار خود را انجام دهند. در ستون «الو سلام» در *روزنامه سلام*، مطالبی دال بر این مضمون گفته می‌شد؛ بنابراین، بدبینی کهن هرچند خفته همچنان در خدمت آقای خاتمی کار می‌کرد. سمت‌گیری عاطفی - احساسی فرهنگ سیاسی در شکل مثبت و گرایش‌های نوگرانه، عاشورای حسینی و ارادت به عترت و اهل بیت و سیدها و مظلومیت امام حسین در خدمت کسب محبوبیت آقای خاتمی قرار گرفته بود؛ همچنان‌که در شکل منفی نیز، گرایش‌های تهییج‌شده جوانان، نمونه *هفته‌نامه شلمچه* و شایعات و جوسازی‌های کوبنده ضد رقیب در موضوع زنان نیز در خدمت آراء آقای خاتمی عمل می‌کرد؛ همچنان‌که برخی نیز بر اساس محاسبات بد و بدتر به ایشان روی آورده بودند.

با این همه در مجموع، سهم بدبازی کردن رقبای نخبه ایشان در شورای نگهبان و وزارت کشور و صداوسیما و جزء آن و رقبای ناآگاه ایشان و کسب شهرت و محبوبیت، بسیار زیاد است به گونه‌ای که می‌توان از اساس، شکافی آشکار و عمیق، میان فرهنگ عامه و عمومی مردم و فرهنگ رسمی و واقعی نخبگان ملاحظه کرد، مسئله‌ای که در نوع خود، پس از انقلاب کم‌سابقه بود؛ زیرا همان رسانه‌های گروهی رادیو و تلویزیون در کانال‌های متعدد آن و مطبوعات و روزنامه‌های مختلف و حتی منابر خطبا در ایام عاشورا و محرم تا حد زیادی در فرهنگ‌سازی سیاسی ناکام مانده‌اند و فرهنگ‌سازی در کانال‌هایی دیگر صورت گرفته است یا اینکه روزنامه‌های اقلیت، این فرهنگ‌سازی را شکل داده‌اند (دیداری، ۱۳۷۶ و کریمیان،

۱۳۹۴: ۱۰۷) با مورد پژوهشی فرهنگ سیاسی انتخابات دور هفتم ریاست جمهوری می‌توان به کشف قواعد رفتار سیاسی ایرانیان کمک کرد و از این واقعه سرنوشت‌ساز که لایه‌ای بر فرهنگ سیاسی و تاریخ سیاسی اجتماعی جمهوری اسلامی افزود، به تعمیم‌هایی کلی می‌توان دست‌یافت که به برخی از آنها اشاره شد.

منابع

۱. منابع فارسی

- آلموند، گابریل و همکاران (۱۳۷۷)؛ *چارچوبی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی*؛ ترجمه علیرضا طیب؛ ج ۲، تهران: مرکز آموزش و مدیریت دولتی.
- آلموند، گابریل (۱۳۷۶)؛ «فرهنگ سیاسی و توسعه سیاسی»، *فرهنگ توسعه*؛ ش ۵ و ۶.
- آلموند، گابریل و پاول (۱۳۷۶)؛ «درآمدی تاریخی به نظریه فرهنگ سیاسی»؛ ترجمه هوشنگ جیرانی؛ *همشهری*، ش ۱۲۵۹، ص ۶.
- ادیب، محمدحسین (۱۳۷۴)؛ *جامعه‌شناسی ایران*؛ تهران: نشر هشت بهشت.
- انصاف‌پور، غلامرضا (۱۳۶۳)؛ *ایران و ایرانی* (تحقیقی در یک صد سفرنامه خارجی)؛ تهران: کتاب‌فروشی زوار.
- *ایزدی، محمدعلی* (۱۳۸۲)؛ *چرا عقب مانده ایم؟ تهران نشر علم*.
- بازرگان، مهدی (بی‌تا)؛ سازگاری ایرانی به صورت ضمیمه کتاب *روح ملت‌ها*؛ نوشته آندره زیگفید؛ تهران: شرکت سهامی انتشار.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۰)؛ *آموزش دانش سیاسی*؛ تهران: نگاه معاصر
- جعفرپور، رشید (۱۳۹۲)؛ *مطالعه تطبیقی فرهنگ سیاسی ایران در دوره قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی*، پایان‌نامه دکتری؛ دانشگاه امام صادق (ع).
- جمال‌زاده، محمدعلی (۱۳۳۵)؛ *خلقیات ما ایرانیان*؛ تهران: فروغی.
- خمینی، روح‌اله (۱۳۵۸)؛ *صحیفه امام*؛ تهران: موسسه تنظیم و نشر امام خمینی، جلد ۹.
- دیداری، اکرم (۱۳۷۶)؛ «روزنامه و انتخابات مجلس پنجم»، *فصلنامه رسانه*.
- «سرمقاله»، *روزنامه رسالت*؛ ۱۳۷۶/۲/۳۱.
- «سرمقاله»، *روزنامه سلام*؛ ۱۳۷۶/۲/۲۹.

- سریع‌القلم، محمود (۱۳۹۲)؛ *فرهنگ سیاسی ایران*؛ تهران: فرزانه‌روز.
- عنایت، حمید (۱۳۵۱)؛ *بنیاد فلسفه سیاسی در غرب*؛ تهران: دانشگاه تهران.
- قیصری، نوراله و ابوالفضل شکوری (۱۳۸۱)؛ «فرهنگ سیاسی: پژوهشی در ساختار و تحولات نظری یک مفهوم»، *فصلنامه دانشگاه مفید*.
- کاظم‌زاده ایرانشهر، حسین (۱۳۳۵)؛ *تجلیات روح ایرانی*؛ تهران: اقبال.
- کریمیان، علیرضا (۱۳۹۴)؛ *رسانه‌های جمعی و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر روزنامه‌های سراسری*، پایان نامه دکتری دانشکده حقوق و علوم سیاسی؛ دانشگاه علامه طباطبایی.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۹۴)؛ *فرهنگ سیاسی*؛ تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- *مجموعه مقالات سمینار ادبیات انقلاب اسلامی* (۱۳۷۳)؛ تهران: سمت.
- محمدی، مجید (۱۳۷۶)؛ «فرهنگ عامه»، *ماهنامه توسعه*؛ ش ۲۲.
- وبر، ماکس (۱۳۷۴)؛ *روحیه سرمایه‌داری و اخلاق پروتستانتیسم*؛ تهران: سمت.
- ویژه‌نامه *روزنامه اسلام*؛ فروردین ۱۳۷۶.
- هالوپ، رنالته (۱۳۷۵)؛ *آنتونیو گرامشی: فراسوی مارکسیسم و پسامدرنیسم*؛ ترجمه محسن حکیمی؛ تهران: نشر خجسته.
- *هفته‌نامه شلمچه* (۱۳۷۶)؛ سال دوم، ش ۹.
- *هفته‌نامه شما، ارگان جمعیت مؤتلفه اسلامی*، ش ۷، ۱۳۷۶/۱/۱۴.

۲. منابع انگلیسی

- Almond, (eds) (2000) *Comparative Politics Today*, new York: Longman.
- Almond, G.A and s. Verba (1963) *The Civic Culture: Political Attitudes And Democracy in Five Nations*,; ng: Princeton university press.
- Samih k. farsoun and Mehrdad mashayekhi, (eds) (1991) *Iran political culture in Islamic republic Iran*, hondon and new York.