

مناطق زلزله زده  
و توسعه حاشیه نشین‌هامهدی زارع  
زلزله‌شناس

حدود دو ماه و نیم پس از زلزله پنجم دی ماه ۱۳۸۲، دکتر پزشکیان وزیر وقت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در نشست مؤسسات خیریه کمک به مناطق زلزله زده بم گفت: «اگر حضور مردم حین و بعد از زلزله نبود قادر به پاسخگویی به نیاز مردم نبودیم... برای حل مشکلات اجتماعی نیازمند همکاری همه آحاد جامعه هستیم که خوشبختانه بعد از وقوع زلزله بدون هیچ گونه دستوری، کادر بهداشتی-درمانی به کمک آسیب‌دیدگان شتافتند. با آشنایی‌ای که از روحیه مردم داشتیم انتظاری جز این نمی‌رفت، ولی باید همواره مشکلات زلزله‌زده را بعد از وقوع زلزله را نیز از نظر دور نداشت. برای این منظور باید نیازسنجی انجام دهیم تا در پلیم براساس نقشه‌بیم چه میزان بیمارستان، درمانگاه، کلینیک، تجهیزات، دارو و مهدکودک نیاز است. از طرفی بحث‌های مدیریتی نیز حائز اهمیت است تا افراد دچار مشکلات اقتصادی و متعاقب آن مشکلات روانی نشوند. اولویت سریع برای آوارگان منطقه بم قبل از احداث بیمارستان، ایجاد سرپناه است.» شهر تهران به‌ویژه حاشیه‌های آن منطقه از کشور در برابر خطر زلزله، آسیب‌پذیر است. خطر بالای زلزله با توجه به سابقه لرزه‌خیزی و آسیب‌پذیری فیزیکی و اجتماعی آن و البته معرضیت بالای جمعیت و مستحذات انسانی در این ناحیه موجب شده تا بیشترین میزان ریسک قابل انتظار در یک زلزله شدید در ایران را از همین منطقه انتظار داشته باشیم. در تمام زمین‌لرزه‌های رخ داده در سال‌های پس از زمین‌لرزه ۳۱ خردادماه ۱۳۶۹ منجیل با آنکه در فرآیند رسمی بازسازی مناطق زلزله‌زده جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی در قوانین و دستورالعمل‌ها مشخص شده بود، اقدامات سازمان‌ها نشان از نقصان گسترده در ساماندهی بازسازی داشته است به‌نحوی که برخی پهنه‌های بازسازی شده پس از زمین‌لرزه ۱۳۶۹ منجیل و زمین‌لرزه ۵ دی ماه ۱۳۸۲، خود به کانون جدید مشکلات و محل‌های جدید تمرکز و جذب حاشیه‌نشین‌های جدید تبدیل شدند.

عکس: ایرنا

افکار  
سنجی

## ایرانیان پیچیده و محافظه‌کار

## پژوهشگران اجتماعی و متخصصان آمار، رفتار انتخاباتی مردم را تحلیل کردند

شد، کمتر از ۱۳ درصد در هر دو گروه اصلاح طلب و اصولگرا خودشان را نزدیک به یکی از این دو جناح معرفی کردند و ۷۵ درصد باقی مانده را نمی‌دانیم که پاسخ‌شان از روی بی‌اطلاعی بوده یا محافظه‌کاری، او تاکید کرد که این موضوع تنها مربوط به این دوره از انتخابات نبوده، در سال ۱۴۰۰ هم عدد مربوط به این گروه به ۲۰ درصد هم نمی‌رسید. نکته دیگری که این پژوهشگر از آن سخن گفت، آرای انتخابی افراد است: «هویت سیاسی مشخص، تنها می‌تواند بخشی از آرای دو نامزد اصلی را توضیح دهد. در دور اول انتخابات، بخش زیادی که به دو نامزد اصلی رأی دادند، کسانی هستند که برای خودشان هویت سیاسی مشخصی قائل هستند. حدود ۵۰ درصد از افرادی که خودشان را به جریان اصلاح طلب نزدیک می‌دانستند، اعلام کردند که به آقای پزشکیان رأی می‌دهند و همین حدود هم به آقای جلیلی رأی دادند. برخی هم با اینکه گرایش سیاسی‌شان مشخص بود، اعلام کردند که هنوز تصمیم‌شان را نگرفته‌اند که به چه کسی رأی می‌دهند.»

## شکست نسبی ۲ نامزد اول در جلب مشارکت مردم

اما مسئله مهم‌تری که فلاح به آن اشاره کرد این است که دو جریان سیاسی در انتخابات ظرفیت محدودی برای جذب افکار عمومی داشتند: «با در نظر گرفتن میزان مشارکت در انتخابات به‌ویژه در دور اول، کمپین‌های تبلیغاتی دو نامزد اصلی و رسانه ملی، در ترغیب و تشویق مردم برای آموختن به پای صندوق‌های رأی موفق نبودند. البته برای دو نامزد اصلی قضیه متفاوت بود: «آقای پزشکیان می‌خواست از پایگاه رأی اصلاح طلبی فراتر برود و از گروه موسوم به خاکستری رأی بگیرد. اما آقای جلیلی رأی اصولگرایی را باید از آقای رئیسی به‌دست می‌آورد در حالی که بخشی از رأی آقای رئیسی، ارتباطی به جریان اصولگرایی نداشت و برای خود شخص آقای رئیسی بود. بنابراین نتایج دور اول نشان می‌دهد که هر دو گروه، به شکل نسبی شکست خوردند. نه کمپین پزشکیان توانست جریان تحریم و بی‌تفاوتی برای انتخابات را جلب کند، نه کمپین آقای جلیلی توانست به سقف رأی اصولگرایی برسد. در دور دوم ماجرا فرق می‌کرد که حدود ۱۰ درصد رأی به مجموع آرای دور اول اضافه شد.» او این سوال را مطرح کرد که آیا این مسئله به معنی شکست فضای بی‌تفاوتی و تحریم انتخابات بود؛ پاسخش اما خیر است: «حتی اگر فرض کنیم که شماری از رأی دهندگان دور اول در دور دوم رأی نداده باشند، نشان می‌دهد که بیش از ۱۰ درصد رأی‌دهنده‌های جدید در دور دوم پای صندوق رفتند و باز هم در عین دوقطبی شدن فضا و حرف‌های تند طرفین علیه یکدیگر، مشارکت زیر ۵۰ درصد باقی ماند. بنابراین در این انتخابات با وجود تبلیغات نه گروه بی‌تفاوت به میدان آمدند، نه تأثیر دوقطبی شکل گرفته در مرحله دوم، توانست اقتدر که مورد انتظار بود، روی گروه تحریم تأثیر بگذارد. می‌توان گفت روندهایی که از سال ۹۷ در افکار عمومی دیده می‌شد، در این انتخابات هم خودش را نشان داد.»

سقوط مرجعیت سیاسی، اجتماعی و رسانه‌ای موضوعی دیگر است: «بررسی‌ها نشان می‌دهد که از تأثیرگذاری تمام مرجعیت‌های پیشین از جمله روشنفکران، روحانیون و چهره‌های فرهنگی به‌شدت کاسته شده است و آنها نهایتاً در محدوده خاصی، قدرت تأثیرگذاری بر افکار عمومی را دارند. در دوره‌های پیشین انتخابات و حوادث سیاسی قبلی، گروهی که به نظر می‌آمد جایگزین گروه‌های مرجع شده‌اند، سلبریتی‌های ورزشی و هنری بودند. اما براساس پیمایش‌های انجام‌شده بیشتر مردم منکر اثرپذیری از سلبریتی‌ها هستند. حتی اگر هم این نباشد، باز هم سلبریتی‌ها نمی‌توانند تأثیرگذار باشند؛

به گفته فلاح، بی‌اعتنایی مردم به انتخابات ریاست‌جمهوری، محدود به این دوره نمی‌شود، نتایج نظرسنجی‌های ایسپا نشان می‌دهد که در هر دوره، افرادی هستند که اهمیتی به انتخابات و اخبار مربوط به آن نمی‌دهند. مثلاً در انتخابات خردادماه ۸۴ و ۸۸ و تیرماه ۱۴۰۳، تعداد افرادی که پیگیر اخبار انتخابات نبودند، بالا بوده است. این روند تصاعدی بی‌انگیز میزان کاهش مشارکت است. این پژوهشگر تاکید کرد که نسبت این افراد به دو دهه قبل، تقریباً دو برابر شده است: «این داده بسیار مهم است که نشان می‌دهد برای بخشی از جامعه، انتخابات دیگر معنا و مفهوم پیشین را ندارد و قانع کردن این گروه از افراد، کار دشواری است. همانطور که مشارکت کمتر از ۴۰ درصد دور اول این موضوع را تأیید می‌کند.»

## از دست رفتن مرجعیت صداوسیما

موضوع دیگری که این پژوهشگر مطرح کرد، منابع پیگیری اخبار است: «افراد از کجا اخبار انتخاباتی را پیگیری می‌کنند؟ بررسی‌ها حکایت از تضعیف روند مراجعه به صداوسیما به‌عنوان رسانه ملی است که این عدد از حدود ۷۳ درصد به ۴۱ درصد رسیده است، در مقابل روند مراجعه به شبکه‌های اجتماعی صعودی است و در حال نزدیک شدن به آمار صداوسیماست.» باین همه او گفت که براساس آمارها، در این دوره هم تلویزیون رتبه اول مراجعه مردم برای پیگیری اخبار انتخاباتی است اما این نتیجه نظرسنجی ایسپا در تاریخ سوم تیرماه است: «از مردم سوال شد که اخبار مربوط به انتخابات را از چه طریقی پیگیری می‌کنید؟ تلویزیون بیشترین فراوانی را داشت به این دلیل که این رسانه، عرصه اصلی بحث‌ها و مناظره‌ها بود. در مقابل اما مناقشات سیاسی در فضای دیگری شکل گرفت، یعنی شبکه‌های اجتماعی. بنابراین باتوجه به شمار افرادی که اصلاً برنامه‌های صداوسیما را دنبال نمی‌کنند و بحث‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت، باید گفت که صداوسیما مرجعیت رسانه‌ای انتخابات نداشت. مردم ناچارند بیشتر اخبار انتخاباتی را از طریق تلویزیون دنبال کنند اما ایده‌های‌شان در فضای دیگری شکل می‌گیرد. سهم شبکه‌های اجتماعی به‌دلیل دسترسی بیشتر و محدودیت کمتر، بالاتر است، نمونه آن هم مناظره‌هاست. مناظره‌ها در تلویزیون پیگیری می‌شد اما بحث‌هایش در پلتفرمی مثل توییتر رقم می‌خورد.» فلاح این سوال را مطرح کرد که آیا شبکه‌های اجتماعی در انتخابات اخیر مؤثر بودند؟ «این پرسش را از دو جنبه می‌توان پاسخ داد. یکی از آنها بحث و گفت‌وگوی زیادی است که در شبکه‌های اجتماعی در جریان بود؛ طرفداران آقای پزشکیان و آقای جلیلی در این فضا فعال‌تر و منظم‌تر بودند. اما مشارکت پایین در دور اول انتخابات نشان می‌دهد که شکافی میان شبکه‌های اجتماعی با فضای کلی جامعه وجود دارد یا اینکه طرفداران مشارکت، در این انتخابات موفق نبودند. شاید به این دلیل بود که خیلی از طرفداران آقای پزشکیان در فاصله دور اول و دوم به این نتیجه رسیدند که دیگر تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی نتیجه چندانی ندارد و باید از شیوه‌های سنتی‌تر استفاده کرد.»

## ۷۵ درصد بدون گرایش سیاسی مشخص

نکته بعدی از نظر این پژوهشگر، گرایش سیاسی است. برخلاف تصور، بیشتر مردم خودشان را با هویت سیاسی مشخصی تعریف نمی‌کنند یا اگر تعریف می‌کنند، ترجیح می‌دهند بیان نکنند: «بیشتر افرادی وقتی از آنها پرسیده می‌شود که شما خودتان را به کدام جناح سیاسی نزدیک می‌بینید، پاسخ می‌دهند، هیچ کدام. یا می‌گویند، نمی‌دانیم. براساس نظرسنجی‌ای که در ۳۰ خردادماه امسال انجام



زهرا جعفرزاده

خبرنگار گروه جامعه

چهار پژوهشگر اجتماعی و متخصص داده‌ها، ۲۳ روز پس از برگزاری دور دوم انتخابات ریاست‌جمهوری به صورت آنلاین دور هم جمع شدند و میزان مشارکت مردم و بی‌تفاوتی آنها در دو دور انتخابات، عملکرد شبکه‌های اجتماعی، صداوسیما و کمپین‌های تبلیغاتی را تحلیل کردند؛ نتیجه اما موضوعات و آمارهای مهمی بود که از این جلسه خارج شد. پس از دور اول انتخابات، تفاوت حدود ۸ تا ۱۰ درصدی در میزان مشارکت مردم در انتخابات، موضوع تحلیل تعدادی از پژوهشگران شد. روزنامه «هم‌میهن» هم در گزارشی به موضوع مردهای انتخابات پرداخت که نظرسنجی‌ها را با مشکل مواجه کرده بودند. تصور آنها این بود، افرادی که پاسخ درستی به پرسشگران نداده بودند، در انتخابات شرکت می‌کنند و همین مسئله داده‌ها را با خطا مواجه کرد. حالا اما پژوهشگر اجتماعی و معاون سنجش و آمار مرکز افکارسنجی ایسپا، مدیرکل افکارسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما، رئیس مؤسسه افکارسنجی آراء و پژوهشگر حوزه مجازی و کلان داده رفتار انتخاباتی مردم را تحلیل کردند. آنها گفتند که ایرانیان محافظه‌کارند و به راحتی به سوالات پرسشگران پاسخ نمی‌دهند. نیمی از آنها با پرسشگران تعامل می‌کنند و شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی روی آنها می‌گذارد. آنها در بخش دیگری هم به کمپین‌های تبلیغاتی دو نامزد اصلی انتخابات اشاره کردند؛ کمپین‌هایی که با شکست نسبی مواجه شدند و نتوانستند شور انتخاباتی ایجاد کنند، نه در جامعه، نه در صداوسیما و نه در شبکه‌های اجتماعی.

## کاهش اعتبار رسانه‌های رسمی و گروه‌های مرجع

فاطمه فلاح، پژوهشگر اجتماعی و معاون سنجش و آمار مرکز افکارسنجی دانش‌جو-ان. ایسپا. در این نشست درباره مرجعیت رسانه و گرایش سیاسی در انتخابات براساس داده‌های تجربی در نظرسنجی‌های ایسپا توضیح داد: «این انتخابات شگفتی زیادی داشت، همین که با حضور اصلاح‌طلبان در دور اول، مشارکت پایین بود، یکی از این شگفتی‌ها بود. با وجود مشارکت پایین، در هر دو دوره انتخابات، نامزد اصلاح‌طلبان رأی بالاتری داشت.» او درباره میزان مشارکت در انتخابات گفت که عوامل سیاسی و اجتماعی مؤثر بر کاهش مشارکت مردم، بیش از سایر دوره‌ها تأثیرگذار بود: «در سال‌های اخیر یکی از موضوعاتی که از سوی محققان اجتماعی بارها مطرح شده بود، کاهش اعتبار رسانه‌های رسمی و گروه‌های اجتماعی مرجع، همچنین جناح‌ها و چهره‌های سیاسی درون نظام است که منجر به کاهش مرجعیت رسانه‌ای، اجتماعی و سیاسی شده است.»

## بی‌تفاوتی ۶۰ درصد مردم به انتخابات

او نقش رسانه و گرایش سیاسی را به‌عنوان دو متغیری دانست که در نظرسنجی‌های انتخابات ایسپا، مورد توجه قرار گرفت: «واضح است که شور و هیجان انتخاباتی یا جو انتخاباتی در این دوره، در میان مردم شکل نگرفت. حداقل براساس نظرسنجی‌های ایسپا، نزدیک به ۴۰ درصد از پاسخگويان در دور اول انتخابات اظهار کرده بودند که اصلاً اخبار مربوط به انتخابات را پیگیری نمی‌کنند. حدود ۲۲ درصد هم اعلام کرده بودند که کم و بسیار کم اخبار را پیگیری کرده‌اند. برای حدود ۶۰ درصد از افراد، انتخابات دور اول، اهمیتی نداشت. به نظر من این ۶۰ درصد خودش به خوبی ردیابی مشارکت پایین در انتخابات را نشان می‌دهد.»