

# بومرنگ تبلیغات سیاسی

## عباس عبدي

همیشه میان سیاستمداران قدری از بزرگنمایی نسبت به عملکرد یا وعده‌های خود و کوچک‌انگاری نسبت به کارنامه رقیب وجود دارد. بخشی از این رفتار کارکرد تبلیغاتی دارد. ولی مثل هر تبلیغ دیگر اگر بیش از اندازه از واقعیت دور شود، نتیجه معکوس و منفی خواهد داشت. اکنون در ابتدای سال ۱۴۰۱ هستیم. کافی است که مشابه این روزها را در سال گذشته به یاد آوریم که پیش از انتخابات بود. مجموعه رسانه‌های رسمی و نواصولگرایی نوک تیز حملاتشان و با تمام توان بر نارسایی‌های اقتصادی از جمله تورم، کمبود درآمد و فقر و فساد متمرکز بودند. این حملات در چارچوب سیاسی متعارف پدیده عجیب یا غیر منتظره‌ای نیست. به‌طور طبیعی نیروهای سیاسی نیز باید نارسایی‌ها را برجسته کنند تا به مخاطبان و مردم پیام دهند که ما افراد یا ایده‌ها و برنامه‌هایی داریم که می‌توانند این وضعیت را تغییر دهند. هنگام انتخابات هم نمی‌گویند این مشکلات با حضور ما در دولت نیز ادامه خواهد داشت، چون در این صورت مردم به آنها رای نمی‌دهند. البته قرار نیست که بلافاصله پس از انتخابات نیز مشکلات حل شود. طبعاً يك بازه زمانی برای حل هر مشکلی باید در نظر گرفت. برخی بلافاصله و برخی در کوتاه‌مدت و بقیه در میان‌مدت باید حل شوند. بنابراین از زمانی که انتخابات انجام شد، به‌طور عادی محبوبیت سکانداران جدید یا به تعبیر دیگری امید مردم نیز در وضعیت به نسبت خوبی قرار گرفت. با اتفاقی که برای واکسن کرونا افتاد این امید و رویکرد مثبت، بیشتر هم شد. فارغ از اینکه چه سهمی از تامین واکسن مربوط به دولت پیش بود، ولی در هر حال مردم آن را در دولت جدید تجربه کردند و به پای این دولت نوشته شد و این يك شوک مثبت بود. در همان زمان نوشتم که باید صبر کرد، تا پایان سال ۱۴۰۰ فرصت هست که آثار اولیه دولت را ببینیم. نه به این معنا که همه مشکلات را حل کنند، این شدنی نیست و هیچگاه تا سال‌های سال نیز مشکلات به‌طور کامل حل نمی‌شوند. آنچه مورد انتظار بود، شواهدی از بهبود امور است که به صورت بازگشتناپذیر رخ دهد. ما با دو دسته از شواهد عملکردی مواجه هستیم. دسته اول که عموماً برای نخبگان مهم است، شامل اقدامات سیاسی کارآمد و انتخاب مدیران

خبره براي تحقق آن اقدامات است. دسته دوم که براي مردم مهم است، نتايج اين اقدامات است که شامل افزايش درآمد، کاهش گراني، رشد اشتغال، بهبود خدمات دولتي و... است. درباره اقدامات دسته اول بايد گفت که به طور معمول در همه دولت‌ها کارهايي انجام ميشود که منظور ما نيست، بلکه منظور خطوط برنامه جديدي است که دولت فعلي را از سياست‌هاي دولت قبلي متمايز مي‌کند. تعيين اين خطوط حتي نيازمند زمان نبود، بلکه در همان مقطع انتخابات بايد براي همگان روشن ميشد. متاسفانه بايد گفت که به عنوان کسي که علاقه‌مند بودم اين خطوط را بشناسم و کارهاي دولت را براساس آن ارزيابي و تحليل کنم، هنوز هم نميدانم که سياست‌هاي مورد نظر دولت چيست؟ اين ايراد بسيار مهم است. در فقدان چنين رويکرد مشخصي، اقدامات دولت کاملا اقتضايي خواهد شد و هيچ دستاورد روشن و پايداري نخواهد داشت. شايد مديريت کلي دولت اين نقد را وارد نداند، در اين صورت پاسخ روشني مي‌توان به آن داد، اينکه يك متن کوتاه و نه ده‌ها و صدها صفحه؛ از اين رويکرد به طور رسمي ارايه شود. البته نه آنچنان کلي که همه دولت‌ها و همه افراد با هر گرايشي نيز آن را قبول داشته باشند. اگر چنين متني آمد، آنگاه مي‌توان عملکردهاي موجود را با آن محک زد. اگر درباره شواهد دسته اول بتوان چون و چرا کرد، درباره دسته دوم چه بايد گفت؟ کافي است که به وضع قيمت‌ها به ويژه در حوزه خوراكي‌ها نگاهی بيندازيم. تنها قلمي که هنوز از نردبان تند گراني بالا نرفت، نان است. کيست که نداند شکاف قيمتي ميان نان و ساير اقلام چه عوارض شديدي خواهد داشت و چه هزينه‌هايي را از جيب دولت بر جامعه تحميل مي‌کند. بنا بر اين چاره‌اي ندارند جز اينکه در اولين فرصت، جلوي اتلاف منابع مزبور در عرضه نان را هم بگيرند و اين مشکل جديدي ايجاد خواهد کرد. گذشته از نان همه اقلام جهش قيمتي عجيبی داشته‌اند. نه فقط اقلام خوراكي که وعده‌هاي داده شده درباره خودرو و تغيير سياست‌هاي آن، مساله بورس، سياست‌هاي مالياتي و قيمت‌گذاري روي کالا و... و بسياري ديگر از امور نشان مي‌دهد که همه آن تبليغات و وعده‌هاي غير متعارف به صورت بومرنگ عمل کرده و به سوي وعده‌دهنده بازگشته است. در اين ميان مساله برجام بيش از ساير امور به چشم مي‌آيد. البته نمي‌خواهم بگويم که به نتيجه نرسيدن آن تقصير ايران است. قطعاً امريکايي‌ها زياده‌خواهي‌هاي خود را دارند ولي اين طبيعت روابط بين‌الملل است.

در هر حال خوب است قدری تامل شود که اگر رسانه‌هاي رسمي و اصولگرا بخواهند اکنون نيز مثل سال گذشته عمل کنند، چه هجوم تبليغاتي درباره قيمت‌هاي برنج، روغن، مرغ، تخم‌مرغ، حبوبات، گوشت، تر بار و

میوه و اخیراً مخابرات و اینترنت، گاز و برق، بهداشت و درمان و دارو و... به راه می‌انداختند؟ روشن است که منتقدان وضع موجود نباید مثل آنان رفتار کنند، ولی مردم در عرصه عمومی داوریهایی خود را دارند.

منبع: روزنامه اعتماد 20 فروردین 1401 خورشیدی