



ایران در آستانه
انتخابات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شورای اجتماعی کشور

جستارهایی در
ایران در آستانه انتخابات

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ۱۳۹۴

جستارهایی در

ایران در آستانه انتخابات

به سفارش شورای اجتماعی کشور

رصد فرهنگ و اجتماع - ۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ماه ۱۳۹۴

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات / [تهیه و گردآوری] پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، رصد فرهنگ و اجتماع؛ [برای] شورای اجتماعی کشور. - تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۴.

۳۶۶ ص.؛ جدول، نمودار. - (رصد فرهنگ و اجتماع؛ ۳)

موضوع: ۱. ایران. مجلس شورای اسلامی - انتخابات - مقاله‌ها و خطابه‌ها ۲. ایران. مجلس شورای اسلامی - انتخابات - جنبه‌های جامعه‌شناختی ۳. انتخابات - ایران
شناسه افزوده: الف. ایران. وزارت کشور. معاونت اجتماعی. شورای اجتماعی کشور ب. فروست

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ج. ۵ الف / ۱۷۱۶ DSR

رده بندی دیویی: ۰۸۴۴/۹۵۵

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات

شورای اجتماعی کشور؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نوبت چاپ: آبان ۱۳۹۴

فهرست مطالب

مقدمه / سیدمرتضی میرباقری _____ ۷

■ ■ ■ انتخابات و ملاحظات اجتماعی فرهنگی

- ۱۱ _____ پیچیدگی جامعه و کنش جمعی مردم در ایران / محمد آقاسی
- ۲۱ _____ نگاهی به رابطه روحانیت و مجلس، از مشروطه تا امروز؛ استغنائی سازمان روحانیت از مجلس / حسن اجرایی
- ۳۳ _____ انتخابات پارلمانی، هویت جمعی و امر سیاسی / ریحانه اصلان زاده
- ۴۱ _____ سازمان‌های رفاهی، کنترل سیاسی، شهروندی / رضا امیدی
- ۴۷ _____ تأملی بر مشارکت طبقه متوسط در انتخابات پیش‌رو / یاسر باقری
- ۵۷ _____ پیامدهای نگاه اصلی به جای نگاه آلی به انتخابات در ایران / محمدرضا جوادی یگانه
- ۷۱ _____ اقوام و انتخابات / ابراهیم حاجیانی
- ۸۳ _____ بررسی هویت مورد نظر گفتمان جمهوری اسلامی ایران در قبال زنان / سید محمدمهدی خوبی
- ۹۷ _____ وندالیسم انتخاباتی؛ تخریب اموال عمومی یا تخریب افکار عمومی؟ / محمدمهدی رحمتی
- ۱۰۳ _____ اقتصاد انتخابات مجلس / علی سرزعیم
- ۱۱۱ _____ لنینی شدن فرایند / علیرضا شجاعی زند
- ۱۲۳ _____ امتناع وعده‌های انتخاباتی در سطح ملی / عباس عبدی
- ۱۳۱ _____ مجلس شورای اسلامی و سرمایه اجتماعی / غلامرضا غفاری
- ۱۴۱ _____ تحلیل پیامدهای اجتماعی و فرهنگی انتخابات؛ از منظر منازعات کلامی / محمد جواد غلامرضا کاشی
- ۱۵۱ _____ الزامات مجلس دهم برای بقا و ارتقای ایران / محمد فاضلی
- ۱۶۳ _____ گذار به مردم‌سالاری مستقیم / ناصر فکوهی
- ۱۷۱ _____ دروغ‌گویی در انتخابات؛ اشکال، سطوح، و پیامدها / حسن محدثی گیلوایی
- ۱۹۵ _____ احزاب شه‌ساخته دوره پهلوی و انتخابات / رضا مختاری اصفهانی
- ۲۰۳ _____ انتخابات فرصتی برای انشقاق یا ائتلاف / احمد میدری
- ۲۱۵ _____ ملاحظات درباره انتخابات در ایران / جواد میری
- ۲۲۳ _____ انتخابات و فرهنگ شهرت؛ مشاهیر ورزشی و هنری (سلبریتی‌ها) و انتخابات در ایران / راضیه یاسینی

■ ■ ■ انتخابات و مطالبات

- ۲۳۹ _____ انتخابات و مطالبات زنان / شیرین احمدنیا
- ۲۴۹ _____ انتخابات و مطالبات رأی اولی‌ها / سمیه توحیدلو
- ۲۶۳ _____ انتخابات، آموزش عمومی و مسئله آب / جبار رحمانی

- ۲۷۳ _____ مطالبات در حوزه گاز طبیعی و آینده ایران / مجید عباسی
- ۲۸۱ _____ انتخابات و اقلیت‌های مغفول: صدا و ژئوپلیتیک قومی-دینی / مهرداد عربستانی
- ۲۹۳ _____ رصد اقتصاد هنر ایران در آستانه انتخابات مجلس شورای اسلامی / محمدرضا مریدی

■ ■ ■ انتخابات و رسانه‌ها

- ۳۰۱ _____ رویکرد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای به انتخابات ایران / عبدالله بیچرانلو
- ۳۰۹ _____ استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های موبایلی در انتخابات / شادی ضابط
- ۳۱۹ _____ آن‌لاین بدون ایمیل / محمد معماریان
- ۳۳۱ _____ الگوی تبلیغات رسمی انتخابات در ایران با تأکید بر صداوسیما / نوح منوری
- ۳۳۹ _____ ناآرامی در نهاد ناپایدار شبکه همراه / فرشاد مهدی‌پور
- ۳۴۷ _____ رفتار انتخاباتی با نگاهی به مصرف رسانه‌ای / عباس نعمتی
- ۳۵۷ _____ اهمیت ویدئوهای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در آستانه انتخابات مجلس دهم / حسین یزدان‌شناس

■ ■ ■ امتناع وعده‌های انتخاباتی در سطح ملی

عباس عبدی
پژوهشگر اجتماعی

آیا در انتخابات مجلس ایران نامزدهای نمایندگی می‌توانند وعده‌های انتخاباتی دهند؟ اگر نه، چرا و اگر بلی، در چه محدوده‌ای؟ و پرسش مقدم بر این دو این است که آیا ضرورتی بر وعده‌دادن وجود دارد؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها نخست باید از فلسفه مجلس نمایندگان سخن گفت، به‌ویژه اینکه مجلس در نظام‌های مدرن و دموکراتیک چه جایگاهی دارد.

در هر نظام مردم‌سالار، حاکمیت از آن مردم و اداره امور در دست مردم یا نمایندگان آنان است، ولی مردم در چگونگی اعمال این حق، نظر واحدی ندارند. برخی از مردم خواهان اجرای نوع خاصی از برنامه‌ها هستند و برخی دیگر متفاوت فکر می‌کنند. تعداد این ایده‌ها و نگرش‌ها به میزان تنوع گروه‌ها و طبقات و اقشار اجتماعی بستگی دارد. بنابراین، پرسش اصلی این است که کدام یک از این اقشار و گروه‌ها یا نمایندگان آنان می‌توانند یا محق هستند که کشور را اداره کنند؟ این حق برای اکثریت به رسمیت شناخته شده است، مشروط بر اینکه حقوق اقلیت نیز لحاظ شود و نیز اداره امور محدود به زمان معینی مثلاً ۴ ساله باشد

و امکان تبدیل شدن اقلیت به اکثریت و جابه‌جایی آنها نیز فراهم باشد. حق اکثریت در اداره امور کشور در اصل ششم قانون اساسی به‌صراحت آمده است: «در جمهوری اسلامی ایران امور کشور باید به اتکاء آراء عمومی اداره شود از راه انتخابات: انتخاب رئیس‌جمهور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، اعضای شوراها و نظایر این‌ها، یا از راه همه‌پرسی در مواردی که در اصول دیگر این قانون معین می‌گردد...». همچنان که در این اصل می‌بینیم، یکی از مجاری اداره امور کشور به دست اکثریت، مجلس شورای اسلامی است. مطابق اصل پنجاه و هفتم: «قوای حاکم در جمهوری اسلامی ایران عبارت‌اند از: قوه مقننه، قوه مجریه و قوه قضائیه که زیر نظر ولایت مطلقه امر و امامت امت بر طبق اصول آینده این قانون اعمال می‌گردند. این قوا مستقل از یکدیگرند» و در اهمیت مجلس همین بس که نخستین فصل از قوای حکومتی را در قانون اساسی به خود اختصاص داده است و وظایف گسترده‌ای دارد. مطابق اصل هفتاد و یکم: «مجلس شورای اسلامی در عموم مسائل در حدود مقرر در قانون اساسی می‌تواند قانون وضع کند» و نیز اصل هفتاد و ششم مقرر می‌دارد که: «مجلس شورای اسلامی حق تحقیق و تفحص در تمام امور کشور را دارد» و بر اساس اصل هفتاد و هفتم: «عهدنامه‌ها، مقاوله‌نامه‌ها، قراردادهای و موافقت‌نامه‌های بین‌المللی باید به تصویب مجلس شورای اسلامی برسد». بنابراین، مجلس در محور اداره امور کشور است. اهمیت ایفای وظایف نمایندگی به حدی است که در اصل هشتاد و ششم، نوعی مصونیت قضایی نیز برای آنان در نظر گرفته شده است: «نمایندگان مجلس در مقام ایفای وظایف نمایندگی در اظهار نظر و رأی خود کاملاً آزادند و نمی‌توان آنها را به سبب نظرهایی که در مجلس اظهار کرده‌اند یا آرائی که در مقام ایفای وظایف نمایندگی خود داده‌اند تعقیب یا توقیف کرد». به‌جز تقنین و نظارت، حق رأی اعتماد دادن به وزرا و نیز استیضاح آنان با مجلس است. اصل هشتاد و هفتم مقرر می‌دارد که: «رئیس‌جمهور برای هیئت وزیران پس از تشکیل و پیش از هر اقدام دیگر باید از مجلس رأی اعتماد بگیرد. در دوران تصدی نیز در مورد مسائل مهم و مورد اختلاف می‌تواند از مجلس برای هیئت وزیران تقاضای رأی اعتماد کند».

تعداد نمایندگان مجلس در ایران ۳۰۰ نفر است، بنابراین نخستین پرسشی که مطرح می‌شود این است که مردم بر چه اساسی باید به یک نامزد انتخاباتی رأی دهند تا این وظایف عمومی و ملی را به انجام برساند؟ دو ویژگی و ملاک

برای رأی‌دادن برجسته هستند: نخست، ملاک‌های فردی به لحاظ ویژگی‌های فردی، توانایی علمی و اجرایی، اخلاقی و...؛ و دوم ویژگی برنامه‌ای. ولی، مشکل اینجاست که ویژگی دوم برخلاف ویژگی‌های فردی نمی‌تواند فردی باشد، زیرا اگر بهترین فرد را هم بتوان به مجلس فرستاد ولی سایرین با ایده‌های او موافق نباشند، حضور او در مجلس فایده‌ای نخواهد داشت. به علاوه، چگونه ممکن است که یک نفر به صورت فردی برای کشور برنامه داشته باشد؟ اینجاست که بحث احزاب طرح می‌شود.

حزب به منزله کارخانه یا بنگاهی است که کالا یا خدمات خاصی را تولید و برای جلب نظر مشتریان یا مردم عرضه می‌کند. همان‌طور که یک کارخانه، خودرو یا پوشاک تولید می‌کند، احزاب نیز سیاست و برنامه برای اداره کشور تولید و عرضه می‌کنند و مردم با رأی خود یکی از این برنامه‌ها را انتخاب می‌کنند و بر سایرین ترجیح می‌دهند. از سوی دیگر، احزاب می‌کوشند که افرادی را با ویژگی‌های مورد تأیید یا پسند مردم به عنوان نمایندگان و نامزدهای خود عرضه کنند تا مردم از حیث ویژگی‌های فردی نیز آنان را تأیید کنند. فقط چنین افرادی که نامزد حزبی هستند قادر خواهند بود که در سطح ملی و بر اساس برنامه حزب متبوع خود وعده انتخاباتی دهند، در غیر این صورت هیچ نامزد منفردی نمی‌تواند وعده‌های کلان در سطح ملی دهد به نحوی که این وعده‌ها ضمانت‌پذیری و اجرایی در مجلس داشته باشد، زیرا چنین وعده‌ای پوچ است و تعهد به آنها از نظر قانونی و شرعی و جاهت ندارد. مثل این است که کسی متعهد گردد که اگر انتخاب شود، به مردم عمر جاودان خواهد داد! روشن است که چنین وعده‌ای را نباید پذیرفت و اگر هم پذیرفتیم، او متعهد به انجامش نیست، زیرا از قدرت نماینده‌ای که وعده داده خارج است. ولی، اگر وعده انتخاباتی از سوی احزاب باشد، قضیه تفاوت خواهد کرد، زیرا در این صورت این افراد نیستند که وعده می‌دهند، بلکه این احزاب هستند که وعده می‌دهند و نامزدهای انتخاباتی به عنوان عضو آن حزب آن وعده‌ها را منعکس می‌کنند.

منظور از وعده‌های سیاسی نیز بیان کلیات از قبیل برقراری عدالت، توسعه کشور، رفع بیکاری و امثال آن نیست، زیرا این‌ها وعده‌های عام است که اگر احزاب و گروه‌ها هم آن را بیان نکنند، در قانون اساسی آمده و وعده‌های مفروض دانسته می‌شود. وعده‌های انتخاباتی مثل رقابت‌های سیاسی و انتخاباتی در

کشورهای توسعه‌یافته است که احزاب به موضوعات مشخص و معینی اشاره می‌کنند؛ به عنوان نمونه، یارانه‌ها را چه خواهیم کرد؟ قیمت کالاها چگونه خواهد شد؟ سیاست تعرفه‌های وارداتی چگونه تعیین می‌شود؟ حمایت از زنان و کودکان با ریز جزئیات چگونه است؟ سیاست پولی و تورم و اعتبارات، سیاست خارجی در موارد خاص به چه نحو تغییر خواهد کرد؟ اینها وعده‌های مشخصی است که هیچ فردی نمی‌تواند آنها را به‌تنهایی بیان کند، زیرا نه در قدرت و توان اوست و نه لزوماً به تمام این مسائل آگاهی دارد که بتواند برنامه و شعار و وعده‌درستی را بیان کند. حتی، اگر هم بتواند بیان کند، چون یک نفر است ضمانت اجرایی ندارد که دیگران آن را بپذیرند. دادن این نوع وعده‌ها در صلاحیت احزاب است که کمیته‌های خاصی دارند که به معنای دقیق یک دولت در سایه دارند، که نسبت به همه امور در اداره کشور طرح‌های ایجابی و نظرهای انتقادی دارند، و هر فرد حزبی فقط در یکی از زمینه‌های اداره کشور فعالیت و آشنایی دارد.

آیا اینها بدان معناست که نامزدهای نمایندگی غیرحزبی نمی‌تواند وعده انتخاباتی دهند؟ پاسخ منفی است. در چنین ساختاری نامزدهای منفرد چاره‌ای ندارند جز اینکه وعده‌های محلی و نه ملی دهند. فردی که در فلان شهرستان و به صورت منفرد و غیرمرتبط با اندیشه حزبی نامزد نمایندگی مجلس می‌شود، جز اینکه درباره مسائل ملی، کلیات را طرح کند و شعار دهد چاره‌ای ندارد؛ ولی درباره مسائل محلی می‌تواند انواع و اقسام وعده‌ها را بدهد؛ وعده‌هایی که لزوماً در چارچوب وظایف و اختیارات یک نماینده مجلس نیست.

به عنوان مثال، وعده‌هایی چون تغییر مدیران محلی، یا تغییرات تقسیمات کشوری، یا احداث یک راه یا یک پروژه مشخص، هیچ‌کدام جزو وظایف ذاتی نمایندگان چنان‌که در قانون اساسی آمده نیست، ولی اینها را وعده می‌دهند تا از مردم رأی بگیرند، چون شرایط دادن وعده ملی را ندارند. ولی، چگونه می‌توانند آنها را عمل کنند؟ پاسخ روشن است: از طریق معاوضه اختیارات و وظایف ملی با امتیازات محلی و منطقه‌ای. به عبارت دیگر، نمایندگان غیرحزبی دغدغه‌های ملی را در برابر تأمین مسائل منطقه‌ای و محلی معاوضه می‌کنند، زیرا امکان لازم را برای حضور در مسائل ملی ندارند. در نتیجه، انتخابات ملی تبدیل به کارزار محلی و منطقه‌ای می‌شود. مردم نیز با نگاه ملی به تحلیل و انتخاب نماینده اقدام نمی‌کنند، برخلاف انتخابات ریاست جمهوری که نگاه ملی در آن انتخاب غلبه دارد.

بنابراین، يك شكاف بزرگ میان انتخابات مجلس و انتخابات ریاست جمهوری یا همان قوه مقننه و قوه مجریه پدید می‌آید که چنین شکافی منشأ مشکلات و ناکارآمدی‌های مدیریتی خواهد بود، درحالی‌که در يك نظام توسعه‌یافته حزبی هر دو نهاد و انتخابات متأثر از فعالیت‌ها و رقابت‌های حزبی و در سطح ملی است. در چنین شرایطی، پایداری سیاسی مجالس نمایندگی بسیار کم خواهد شد، زیرا در سطح ملی خط‌مشی ثابتی در بسیاری از نمایندگان دیده نمی‌شود و با تغییرات وزرا و رئیس‌جمهور، آنان نیز تغییر خط‌مشی می‌دهند تا امتیازات منطقه‌ای خود را به دست آورند. در چنین فضایی، رقابت‌های انتخاباتی موجب ارتقای وضعیت و دانش سیاسی مردم در اداره امور نمی‌شود و چه‌بسا اختلافات منطقه‌ای و فرقه‌ای یا طایفه‌ای تشدید شود و حتی وحدت ملی نیز تقویت نگردد.

بنابراین، مسئله اصلی و مهم در فهم وعده‌های انتخاباتی، ساختار انتخاباتی مجلس است. در نظام‌هایی که این ساختار حزبی نیست و افراد به صفت فردی خودشان در انتخابات شرکت می‌کنند، مجلس برآمده از آن نیز شامل ۳۰۰ نفر مجزا از یکدیگر است که لزوماً درک و فهم مشترکی در اداره امور کشور ندارند و از این حیث در برابر دولت منفعل هستند؛ و از آنجا که پیش از انتخابات در احزاب فعال نبوده‌اند، با هیچ بخشی از اداره امور کشور نیز آشنایی کافی ندارند. به همین دلیل است که مدت‌ها طول می‌کشد که پس از آمدن به مجلس، با موضوعات کشور آشنا شوند. تصمیمات چنین مجلسی قابل پیش‌بینی نیست و اکثر آنان از نقطه صفر آغاز می‌کنند، به‌ویژه در ایران که در هر انتخاباتی به طور معمول بیش از ۵۰ درصد نمایندگان تغییر می‌کنند.

در چنین ساختاری، خلف وعده در مورد وعده‌های ملی معنا ندارد. اگر کسی وعده داده‌باشد که فلان کار را در سطح ملی انجام می‌دهد و نتواند انجام دهد، در برابر پرسش انتخاب‌کنندگان تقصیر را متوجه دیگران خواهد کرد، درحالی‌که احزاب پیروز و اکثریت نمی‌توانند از بار مسئولیت انجام‌دادن وعده‌های انتخاباتی خود شانه خالی کنند. در وضعیت فعلی نظام انتخاباتی ما، وعده‌های ملی توخالی بدون تضمین خواهد شد و مردم نیز قادر به پرسشگری نخواهند بود. چنین ساختاری در انتخابات، مسئولیت‌ناپذیری را نهادینه می‌کند، درحالی‌که در نظام حزبی، هرکس پرسشگری خود را حفظ کرده و شخصیت حقوقی حزب را مورد سؤال قرار می‌دهد و مسئولیت را بر شانه آنها بار می‌کند و فقط پس از این مرحله است که بار مسئولیت

را متوجه شخصیت‌های حقیقی نمایندگان می‌کند.

با توجه به این ملاحظات، می‌توان گفت از آنجا که نظام انتخاباتی ایران حزبی نیست، بنابراین دادن وعده‌های ملی و کلان برای اداره امور کشور از سوی نامزدهای انتخاباتی عملاً بلاموضوع است و اگر هم در این موارد وعده‌ای داده شود، در عمل بیهوده و غیرقابل اجرا و بدون تضمین است، در حالی که وعده‌های محلی و منطقه‌ای به وفور داده می‌شود؛ وعده‌هایی که خارج از صلاحیت‌های نمایندگان است، ولی اجرای آنها از طریق معاوضه میان حق وظایف ملی با امتیازات محلی انجام می‌شود و در نهایت اینکه انتخابات به میدانی برای رقابت میان ایده‌های گوناگون برای اداره کشور تبدیل نمی‌شود.

نکته پایانی اینکه آنچه گفته شد، توصیف وضعیت در دو حالت انتزاعی است: یک حالت اینکه انتخابات کاملاً حزبی باشد و هیچ فرد غیرحزبی وارد عرصه نشود و یا نتواند وارد شود، و نامزدهای پیروز نیز در مجلس بر اساس تعلقات حزبی رأی دهند، مثل پارلمان بریتانیا؛ حالت مقابل این است که همه نامزدها بدون تعلقات گروهی و حزبی وارد میدان شوند، که شاید کمتر کشوری چنین وضعی را داشته باشد، همیشه ترکیبی از تعلقات حزبی و فردی است. البته، ساختار انتخابات حزبی به کلی متفاوت با ساختار انتخابات فردی است که موضوع این یادداشت نیست. ولی، واقعیت نظام انتخاباتی ایران نزدیک به انتخابات فردی با حدی از گرایش و وابستگی به لیست‌های جناحی و نه حتی حزبی است. جالب اینکه وضعیت ایران در حال حاضر به گونه‌ای است که حتی احزاب هم وعده‌های انتخاباتی نمی‌دهند، زیرا به معنای واقعی حزب نیستند. احزاب واقعی منابع مالی شفاف داشته و دارای تشکیلات به نسبت منسجم و با انتخابات درون حزبی منظم و کنگره‌های سالانه هستند. آنها اعضای دارند که در کمیته‌های گوناگون حزبی فعال هستند و در عمل دولت در سایه دارند و هر روز پیگیر مسائل جاری کشور هستند و سلباً یا ایجاباً در مورد سیاست‌های جاری موضع دارند. تعداد این گونه احزاب به سختی در یک جامعه به بیش از پنج مورد می‌رسد، زیرا احزاب کوچک توانایی تولید این خدمات سیاسی را ندارند؛ همچنان که تولید خودرو در کارخانه‌هایی که زیر چندصد هزار تولید دارند اصلاً مقرون به صرفه نیست، چه رسد به کارخانه‌ای که چندده خودرو تولید کند! چون کارخانه‌هایی با تیراژ کم هزینه بالاسری زیادی دارند، ضمن اینکه نمی‌توانند بودجه لازم را برای r&d فراهم کنند

و کارخانه‌ای که این کار را نتواند انجام دهد پیشاپیش بازار را واگذار کرده است. در ایران کنونی، با تعداد ده‌ها بلکه صدها حزب روبه‌روایم که به جای تولید خدمات سیاسی از جمله برنامه‌سیاسی و مدیریتی، نقش بنگاه کاریابی برای اعضای محدود خود دارند و در موقعیتی نیستند که ایده‌پردازی کنند و برنامه دهند. البته، در مواردی برخی از احزاب چنین کرده‌اند، ولی به علل دیگر از جمله ناپایداری بقای حزبی مانع از تداوم این سنت شده است. اگر توجه کنیم، همه‌ی مباحث احزاب و گروه‌های ایرانی در حال حاضر حول مسائل شکلی و تشکیلاتی و نیز رفع موانع حضور انتخاباتی است و کمتر با طرح موضوعات برنامه‌ای مواجه می‌شویم. از این رو، در حال حاضر دادن وعده‌های کلان برای اداره‌ی کشور و امور سیاسی از سوی نامزدهای مجلس اگر ممتنع نباشد، خیلی سخت است و انتظار می‌رود که رقابت‌های انتخاباتی پیرامون موضوعات محلی و منطقه‌ای شکل بگیرد و این به نفع کشور نیست.