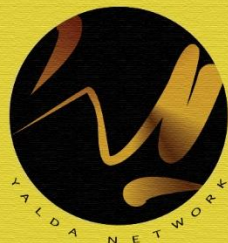


راهکارهای تشکیل و ورود به لیست‌های ائتلافی

مدرس: محمدحسین ضیاء

w w w . y a l d a n e t w o r k . o r g



راهکارهای تشکیل و ورود به لیست‌های ائتلافی

فهرست:

مقدمه ۴

بخش اول: خودسنجی ۶

● گام ۱: ارزیابی کمی ۷

● گام ۲: تحلیل کمی ۱۴

● گام ۳: ارزیابی کیفی ۱۴

● گام ۴: تحلیل کیفی ۱۶

● گام آخر ۱۸

بخش دوم: تحلیل وضعیتی ۱۹

● گام ۱: قانون ۱۹



- گام ۲: جریانات سیاسی..... ۲۲
- مجلس و شوراهای در شهرها..... ۲۷
 - مرحله اول: شناسایی..... ۲۷
 - مرحله دوم: برآورد..... ۳۰
 - مرحله سوم: مذاکره..... ۳۱
- گام ۳: تحلیل نهایی..... ۳۵
- گام ۴: رقبا..... ۳۸
- گام ۵: تحلیل ائتلاف‌ها..... ۴۳
- گام ۶: تحلیل نهایی..... ۴۶
- بخش سوم: ترسیم قدرت..... ۴۷
- بخش چهارم: ایجاد و ورود به ائتلاف..... ۵۳
 - مقدمه..... ۵۳
 - مزایا و معایب..... ۵۶
 - شرایط و ضوابط..... ۵۸
- بخش پنجم: ایجاد ائتلاف..... ۶۰
- گام اول: تحقیقات..... ۶۰



● گام دوم: انتخاب ۶۳

● گام سوم: مذاکره ۶۴

○ مذاکره مستقیم ۶۴

○ مذاکره غیرمستقیم ۶۶

بخش ششم: ورود به یک ائتلاف ۶۸

بخش هفتم: وضع آیین‌نامه و مرام‌نامه ۷۰



مقدمه:

کیفیت هر نوع نظام دموکراتیک در حکومت، با توانایی‌ها و تعهد افراد در سمت‌های انتخابی ارتباطی مستقیم دارد. از آنجا که جوامع، اقتصادها و ویژگی‌های جمعیتی همواره در حال تغییرند، دولت‌های مبتنی بر نمایندگی همواره به نوآوری در نظرات، دیدگاه‌های متفاوت و تجدید قوا نیاز دارند. برای این کار باید افراد جدیدی در انتخابات شرکت کنند و به عنوان نامزد و مقامات منتخب، در حکومت‌داری مشارکت داشته باشند.

گاه جو سیاسی به گونه‌ای است که تجدید قوا، تغییر، یا شروع دوباره را ایجاب می‌کند و نمود این تغییر و شروع دوباره معمولاً ورود افراد جدید در سمت رهبری سیاسی است. در این شرایط، جریان‌های سیاسی برای احیای مشروعیت خود، نامزدها و رهبرانی را معرفی می‌کنند که شروعی دوباره را در ذهن دارند، یا صرفاً بار مسئولیت تصمیمات و شکست‌های احتمالی گذشته را به دوش نمی‌کشند. گاه این شکست‌های احتمالی گذشته، خود عاملی است تحریک‌کننده برای ورود نامزدان انتخاباتی مستقل و جدید به عرصه انتخابات. افراد چه در سایه جریان‌های سیاسی در کشور و چه به صورت مستقل، نیازمند خودسنجی و تحلیل وضعیت انتخابات هستند.

اما ورود به فهرست نامزدهای یک جریان سیاسی، یا ایجاد و ورود به یک ائتلاف انتخاباتی، یا انتخاب شدن به عنوان نامزد رسمی از سوی گروه یا یک جریان سیاسی با قابلیت برنده شدن در انتخابات در حرف



آسان اما در عمل دشوار است. تعداد کرسی‌های نمایندگی مجلس و یا شورای شهر و روستا در همه کشور محدود است و اغلب رقابت شدیدی برای کسب کرسی‌ها وجود دارد، و کسانی که کرسی‌ها را در اختیار دارند معمولاً قصد ترک سمت خود را ندارند.

بنابراین، یکی از نکات مهم برای نامزدهای بالقوه آمادگی راهبردی هم از لحاظ تجربه و روند نامزدی و هم از لحاظ چالش جلب حمایت جریان‌های سیاسی و یا حضور و ایجاد ائتلاف‌هاست. اگرچه جریان‌های سیاسی در روستاها و شهرهای کوچک ممکن است از لیست‌های ائتلافی حمایت نکنند، اما در شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها، این موضوع متفاوت است. شهرهای بزرگ عرصه حضور فعالیت احزاب و جریان‌های سیاسی از طریق لیست‌های انتخاباتی و ائتلاف‌هاست. لذا فراگیری مهارت‌های قرار گرفتن در لیست احزاب و ائتلاف‌های جناحی، اهمیت می‌یابد.

در این درس با مراحل آمادگی در این زمینه آشنا خواهید شد. موضوعات این درس عبارتند از:

۱. خودسنجی: آمادگی برای نامزد شدن
۲. تحلیل وضعیتی: چالش‌های پیش‌رو
۳. ترسیم قدرت: شناسایی موانع و فرصت‌ها
۴. ایجاد ائتلاف و ورود به ائتلاف یک جریان سیاسی



بخش اول: خودسنجی

آیا به دنبال تغییر و بهبود شرایط شهر و روستای خود هستید؟ یا به عنوان یک زن، دنبال این هستید که میزان حضور زنان در عرصه‌های سیاسی و اجرایی را افزایش دهید؟

به هر دلیل که قصد نامزدی در انتخابات را دارید، بدانید که نامزد شدن، کاری مهم و انرژی‌بر است. این کار به اراده قوی، انگیزه و شجاعت نیاز دارد. اگر چه کار در کمپین می‌تواند هیجان‌انگیز و انرژی‌بخش باشد، اما از سوی دیگر چالش‌برانگیز و تفرقه‌انگیز است، چرا که رأی‌دهندگان را بر حسب تمایل‌شان به نامزدها، تفکیک و وادار به جناح‌بندی می‌کند.

یکی از موضوعات بسیار مهم برای موفقیت آمادگی برای چالش‌های پیش‌رو است. برای شروع کار جهت ارزیابی وضعیت فعلی خود و کارهای لازم در آینده برای جلب حمایت و سازمان‌دهی کمپین انتخاباتی، از آزمون خودسنجی زیر استفاده کنید.

آن چه در ادامه می‌آید فهرستی است از کارهایی که باید برای نامزد شدن انجام دهید. در هر مورد، با توجه به میزان آمادگی خود نمره‌ای از یک (هنوز شروع نکرده‌ام) تا سه (کار تکمیل شده است) در نظر بگیرید.



تبصره: در تمامی مواردی که درباره ائتلاف صحبت شده، پیش‌فرض ما انتخابات شورای شهر و روستاست که تعداد نامزدهای انتخاباتی از یک نفر بیشتر بوده و قابلیت ایجاد ائتلاف انتخاباتی وجود دارد. گاهی در شهرهای بزرگ که بیش از یک کرسی در مجلس شورای اسلامی دارد، مقوله ائتلاف نیز مفهوم خواهد داشت.

• گام ۱: ارزیابی کمی

۱. می‌دانم چرا می‌خواهم نامزد شوم.		
۳	۲	۱
می‌دانم	تقریباً می‌دانم	نمی‌دانم

۲. اهدافم را برای بعد از انتخاب شدن مشخص کرده‌ام.		
۳	۲	۱
مشخص کرده‌ام	در دست انجام	هنوز مشخص نکرده‌ام

۳. می‌توانم دقیقاً تفکیک اجتماعی، اقتصادی، و جمعیتی ناحیه موردنظر خود را برای نامزدی توصیف کنم.		
۳	۲	۱
کاملاً می‌توانم	تقریباً می‌توانم	هنوز نمی‌توانم



۴. لیستی از دست کم ۱۰ نفر دارم که می‌توانم برای کمک مالی با آنها تماس بگیرم.

۳	۲	۱
دارم	در دست انجام	هنوز ندارم

۵. هزینه‌های نامزدی را برآورد کرده و پیش‌نویسی را برای بودجه تهیه کرده‌ام.

۳	۲	۱
برآورد کرده‌ام	در دست انجام	برآورد نکرده‌ام

۶. با مطبوعات و رسانه‌های اجتماعی ارتباط برقرار کرده‌ام.

۳	۲	۱
برقرار کرده‌ام	در دست انجام	ارتباط برقرار نکرده‌ام

۷. مخالفان احتمالی خود را از لحاظ تعداد آرا و منابع مالی‌شان ارزیابی کرده‌ام.

۳	۲	۱
ارزیابی کرده‌ام	در دست انجام	هنوز ارزیابی نکرده‌ام



۸. وضعیت رأی‌دهندگان ناحیه موردنظر را ارزیابی کرده‌ام.

۳	۲	۱
ارزیابی کرده‌ام	در دست انجام	هنوز ارزیابی نکرده‌ام

۹. تعداد آرا در این ناحیه را محاسبه کرده و مشخص کرده‌ام آیا این میزان رأی برای انتخاب شدن کافی است یا خیر.

۳	۲	۱
مشخص کرده‌ام	در دست انجام	هنوز مشخص نکرده‌ام

۱۰. به چالش‌های احتمالی مالی، شخصی، یا قانونی پس از نامزدی رسیدگی کرده‌ام.

۳	۲	۱
رسیدگی کرده‌ام	در دست انجام	هنوز رسیدگی نکرده‌ام

۱۱. زندگی‌نامه خود (شرح تجربه‌های شخصی و حرفه‌ای، و ویژگی‌های خود) را به شکلی دقیق نوشته‌ام.

۳	۲	۱
کامل نوشته‌ام	در دست انجام	هنوز ننوشته‌ام



۱۲. زمانی را برای ارتباط و تماس با رأی‌دهندگان در نظر گرفته‌ام.

۳	۲	۱
در نظر گرفته‌ام	در دست انجام	در نظر نگرفته‌ام

۱۳. از قوانین و مقررات مؤثر بر انتخابات اطلاع دارم.

۳	۲	۱
اطلاع کامل دارم	تا حدودی	اطلاع ندارم

۱۴. در این ناحیه طرفداران زیادی دارم، شناخته‌شده هستم، و با جامعه محلی ارتباط خوبی دارم.

۳	۲	۱
کامل	تا حدودی	به هیچ وجه

۱۵. پیامی جالب توجه و مهم برای رأی‌دهندگان این ناحیه دارم.

۳	۲	۱
دارم	در دست تنظیم	ندارم



۱۶. با تصمیم‌گیرندگان اصلی در جریان سیاسی نزدیک به تفکر خود ارتباط کاری نزدیکی ایجاد کرده‌ام.

۳	۲	۱
ایجاد کرده‌ام	در دست انجام	هنوز ایجاد نکرده‌ام

۱۷. تعدادی از فعالان را از میان مردم عادی و افراد شناخته‌شده در شهر/روستا برای حمایت از خود سازمان‌دهی کرده‌ام.

۳	۲	۱
سازمان‌دهی کرده‌ام	در دست انجام	هنوز سازمان‌دهی نکرده‌ام

۱۸. با خانواده‌ام صحبت کرده‌ام تا آن‌ها را از تعهد زمانی خود و مشکلات احتمالی ناشی از نامزدی در زمینه زندگی خانوادگی و خصوصی مطلع کنم و اعضای خانواده‌ام از نامزدی‌ام حمایت کرده‌اند.

۳	۲	۱
کامل مطلع و حمایتشان را دارم	تا حدودی گفته‌ام	هنوز صحبت نکرده‌ام

۱۹. در زمینه سخنرانی عمومی و ارتباط با رأی‌دهندگان آموزش دیده‌ام و آمادگی کافی دارم.

۳	۲	۱
کاملاً	تا حدودی	خیر



۲۰. گروهی از مشاوران قابل اعتماد را در اختیار دارم.		
۳	۲	۱
کاملاً دارم	تعدادی دارم	ندارم

۲۱. برای بخش‌های کلیدی کمپین خود، افرادی را در نظر گرفته‌ام.		
۳	۲	۱
همه را در نظر گرفتم	تنها تعدادی را	نگرفته‌ام

۲۲. اطلاعاتی از محفل‌ها و دوره‌های زنان در سطح شهر/روستا را برای تامین منابع انسانی و مالی، گردآوری کرده‌ام.		
۳	۲	۱
گردآوری کردم	در دست انجام	نکرده‌ام

۲۳. لیستی از ریش‌سفیدان محلی و افراد تأثیرگذار محلی تهیه کرده‌ام.		
۳	۲	۱
کامل	در دست انجام	هنوز تهیه نکرده‌ام



۲۴. لیستی از افرادی که در دوره‌های گذشته با هم ائتلاف تشکیل داده بودند را تهیه کرده‌ام.

۳	۲	۱
کامل	در دست انجام	هنوز تهیه نکرده‌ام

۲۵. جریان‌های سیاسی که در دوره‌های قبلی ائتلاف انتخاباتی را ایجاد کرده‌اند را شناسایی و با مدیران محلی آنان ارتباط‌گیری کرده‌ام.

۳	۲	۱
کامل	در دست انجام	هنوز شناسایی نکرده‌ام

۲۶. (برای انتخابات شورا) لیستی از نامزدهای احتمالی که ارتباط نزدیکی با آنان دارم را تهیه کرده‌ام.

۳	۲	۱
کامل تهیه کرده‌ام	در دست انجام	هنوز تهیه نکرده‌ام



● گام ۲: تحلیل کمی

اعداد فوق را جمع بزنید و میزان آمادگی خود برای انتخابات را با توجه به نتیجه آزمون، در جدول زیر بسنجید:

بدون آمادگی	آمادگی نسبی	آمادگی مطلوب
۲۶ تا ۴۵	۴۶ تا ۶۵	۶۶ تا ۷۸

● گام ۳: ارزیابی کیفی

با بیانی ساده اما کامل به پرسش‌های زیر پاسخ دهید:

۱. چرا می‌خواهید نامزد شوید؟

.....

.....

.....

.....



۲. بعد از انتخاب شدن، چه تجربه یا دیدگاه جدید، متفاوت، یا بهتری دارید؟

.....

.....

.....

.....

۳. آیا می‌توانید به سه مورد اشاره کنید که تصمیم دارید پس از انتخاب شدن بر روی آن‌ها کار کرده یا آن‌ها را محقق سازید؟

.....

.....

.....

.....

۴. حضور شما در انتخابات به عنوان یک زن، آیا متفاوت خواهد بود؟ چگونه؟

.....

.....

.....

.....



● گام ۴: تحلیل کیفی

- پاسخ‌های خود را به سؤالات فوق مرور کنید. آیا زبان و لحنی که برای پاسخ دادن به این سؤالات انتخاب کرده‌اید بیشتر به خود شما مربوط می‌شود یا به افرادی که می‌خواهید پس از انتخاب شدن به آن‌ها خدمت کنید و/یا به منافعی که سعی دارید نصیب آن‌ها کنید؟ به بیانی دیگر، آیا خروجی نوشته‌های شما در بالا این است که می‌خواهید آرزوهای فردی خود را محقق کنید یا منافعی را به جامعه و افراد در حوزه انتخابیه خود برسانید؟

.....

.....

.....

.....

(هرچه پاسخ‌های شما منافع بیشتری را به جامعه رأی‌دهندگان برساند، میزان کیفی آن بالاتر خواهد بود)

اگر فقط ۳۰ ثانیه یا کمتر وقت داشته باشید:

- آیا می‌توانید از پاسخ‌های خود در گام سوم برای تشریح واضح و روشن دلیل نامزد شدن خود استفاده کنید؟ اگر پاسخ منفی است، چه قسمت‌هایی را باید تغییر دهید؟

.....

.....

.....

.....



- آیا با استفاده از این پاسخ‌ها می‌توانید به رهبران جریان سیاسی/اعضای دیگر ائتلاف توضیح دهید که چرا باید شما را به عنوان نامزدی با امکان برنده شدن/عضوی از گروه ائتلافی خود انتخاب کند؟ اگر پاسخ منفی است، چه قسمت‌هایی را باید تغییر دهید؟

.....

.....

.....

.....

- آیا می‌توانید با استفاده از این پاسخ‌ها به حامیان مالی بالقوه توضیح دهید که چرا باید به کمپین شما کمک کنند؟ اگر پاسخ منفی است، چه قسمت‌هایی را باید تغییر دهید؟

.....

.....

.....

.....

- آیا با استفاده از این پاسخ‌ها می‌توانید به رأی‌دهندگان توضیح دهید چرا باید از شما حمایت کنند؟ اگر پاسخ منفی است، چه قسمت‌هایی را باید تغییر دهید؟



• گام آخر:

از نیازهای نامزدی در انتخابات، داشتن مهارت‌های فردی است. داشتن بسیاری از این مهارت‌ها لازمه دوام و موفقیت در فعالیت‌های سیاسی است.

با نگاهی به لیست زیر، ببینید که آیا آشنایی با مفاهیم زیر دارید؟ آیا تا به حال در فعالیت‌های گذشته خود، مواردی بوده که بتوان با ۱۰ مورد زیر، تطابق داد؟



عدم بهره بردن از موارد فوق، شما را در مسیر کمپین و همچنین پس از دوران انتخابات با مشکل مواجه خواهد کرد. برای پیشبرد امور انتخاباتی و نیز انجام وظایف شخصی و مردمی در پس از انتخابات، باید به همه موارد فوق آگاهی داشته باشید.



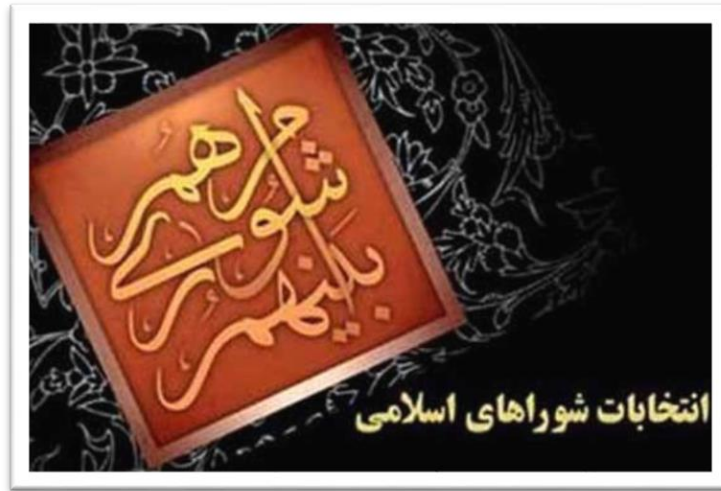
بخش دوم: تحلیل وضعیتی

پس از ارزیابی میزان آمادگی خود برای نامزد شدن، نوبت به تحلیل محیط رقابت انتخاباتی می‌رسد. در تحلیل وضعیتی برای کمپین سیاسی باید چند عامل کلیدی را در نظر داشت. برخی از این عوامل مهم عبارتند از قوانین مربوط به صلاحیت و انتخاب نامزدها، فرایند انتخاب نامزدها در جریانات سیاسی، و واقعیات عملی (در مقابل آن چه باید بنا به قوانین و مقررات اتفاق بیفتد). همچنین در این بخش به موضوع تحلیل رقبا و نیز تحلیل ائتلاف‌های انتخاباتی نیز خواهیم پرداخت.

• گام ۱: قانون

دانستن قانون، لازمه اولیه حضور شما در صحنه انتخابات است. سوالات زیر را به صورت تمرین تکمیل کرده و در نهایت آن را با قانون انتخابات مصوب، تمیز دهید.





- قانون درباره افراد واجد شرایط برای نامزدی چه می‌گوید؟ شرایط رد یا احراز صلاحیت نامزدها چیست؟
.....
- سن:
- تابعیت:
- سکونت: (آیا باید ثابت کنید که یکسال در آن حوزه انتخابیه زندگی کرده‌اید؟)
- امکان سکونت: (آیا می‌توانید برای دوران پس از انتخاب شدن، در آن حوزه انتخابیه ساکن شوید؟)
- به لحاظ اعتقادی، آیا جزو اقلیت‌های دینی نام برده شده در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران هستید؟
- آیا سمت رسمی دولتی دارید؟ (آیا برای نامزدی در انتخابات، لازم است که از سمت و یا شغل خود استعفاء دهید؟)



- درآمد یا وضع مالی (مثلاً، عدم ورشکستگی یا عدم تخلف مالی).....
.....
- تحصیلات (آیا قانون حداقل سطح تحصیلاتی برای شهر و یا روستایی که در آن کاندیدا شده‌اید، در نظر گرفته است؟).....
- سابقه کیفری و یا فعالیت‌هایی که در قانون انتخابات شوراهای شهر و روستا، مانع از کاندیداتوری شما خواهد شد (مثلاً، عدم سوءپیشینه یا محکومیت برای بازه زمانی مشخص یا در زمان نامعین)
.....
- آیا ثبت‌نام به عنوان نامزد، مبلغی باید پرداخت کنید؟ آیا کمک هزینه‌ای برای امور انتخاباتی و تبلیغاتی در قانون دیده شده است؟.....
.....
- از عملکرد هیأت‌های اجرایی اطلاع دارید؟ مواردی وجود دارد که شما پیرامون ردصلاحیت خود نگران آن باشید؟.....
.....
- آیا شرایط قانونی دیگری برای اعلام نامزدی وجود دارد؟.....
.....

تبصره: برای این گام، نه تنها بخش‌های مربوط به انتخاب‌شوندگان، مندرج در قانون انتخابات شوراهای شهر و روستا؛ بلکه سایر بندها و تبصره‌های این قانون را نیز مطالعه کنید. با ترکیب وظایف هیات‌های



اجرائی و هیات‌های نظارت آشنا شوید و بدانید که چه مواردی است که تخلف در قانون انتخابات محسوب می‌شود.

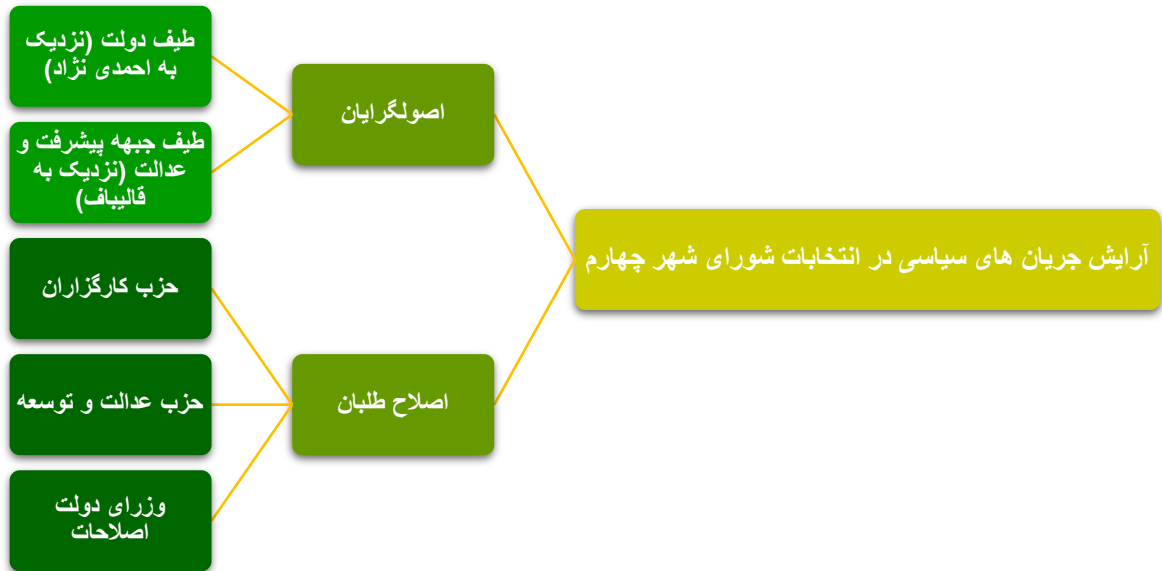
● گام ۲: جریانات سیاسی

در ایران بیشتر از آن که از عناوین حزبی برای فعالیت‌های انتخاباتی استفاده شود، از عناوین تشکیلاتی و اسامی جریانات و ائتلاف‌های سیاسی سخن به میان می‌آید. در انتخابات مجالس گذشته و یا به طور مشخص، در انتخابات شورای شهر و روستا دوره قبل در سال ۱۳۹۲، طیف‌های سیاسی بودند که در قالب دو گروه عمده اصلاح‌طلب و اصول‌گرا، به رقابت با یکدیگر پرداختند. زیرمجموعه هر دو فهرست اصول‌گرایان و اصلاح‌طلبان، تعداد زیادی حزب و تشکل سیاسی به صورت هماهنگ و یا نیمه‌هماهنگ فعالیت کردند.^۱



^۱ در همه انتخابات‌های محلی در ایران، البته هستند افرادی نیز بدون نزدیکی به جریانات سیاسی و به صورت مستقل در انتخابات شرکت می‌کنند.

به طور **نمونه** در جریان انتخابات شورای شهر چهارم^۲ در تهران:



این تقسیم‌بندی برای انتخابات شوراهای، بیشتر در شهرهای بزرگ و مراکز استان‌هاست. در انتخابات شوراهای در شهرهای کوچک و روستاها، انتخاب افراد اکثراً خارج از این چهارچوب‌های تشکیلاتی است. گاهی این طیف‌بندی‌های سیاسی بر اساس محوریت نماینده فعلی آن شهر در مجلس و گروه مقابل آن و افراد مستقل شکل می‌گیرد.

با توجه به اینکه شوراهای شهر و روستا، وسیع‌ترین بستر حضور سیاسی همه طیف‌های جامعه در سیاست است، آن را می‌توان به عنوان پیش‌زمینه‌ای تأثیرگذار بر انتخابات مجلس شورای اسلامی در نظر گرفت. لذا اهمیت انتخابات شوراهای، نه تنها در شهرهای بزرگ، که در شهرهای کوچک و روستاها نیز به

^۲ سال ۱۳۹۲



تدریج طی دوره‌های مختلف برای جریان‌های سیاسی، مورد توجه قرار گرفته است. البته این بدین معنا نیست که کارکرد شوراهای سیاسی است. بر اساس **وظایفی** که برای شوراهای در نظر گرفته شده، امور اجتماعی و فرهنگی در آن محوریت دارد^۳ و فعالیت اعضای شوراهای شهر و روستا، خصوصاً در شهرهای کوچک و روستاها، بیشتر از آنکه سیاسی باشد، کاملاً فرهنگی و اجتماعی است.

از این رو، آگاهی داشتن از دیدگاه‌های فردی خود و آشنایی با جریان‌های سیاسی فعال در حوزه انتخاباتی، گامی اساسی است برای فعالیت تشکیلاتی و مطابق برنامه با جریان‌های سیاسی.

این جریان‌های سیاسی، طی دوران پیش از انتخابات از طریق تشکیلاتی که وظیفه‌اش شناسایی و انتخاب نامزدهای موردنظر در حوزه‌های انتخابیه است، اقدام به ایجاد ائتلاف‌های سراسری و محلی می‌کنند تا بتوانند در دراز مدت و با پیروزی در انتخابات محلی، پیروزی خود در انتخابات‌های ملی را فراهم کنند.^۴

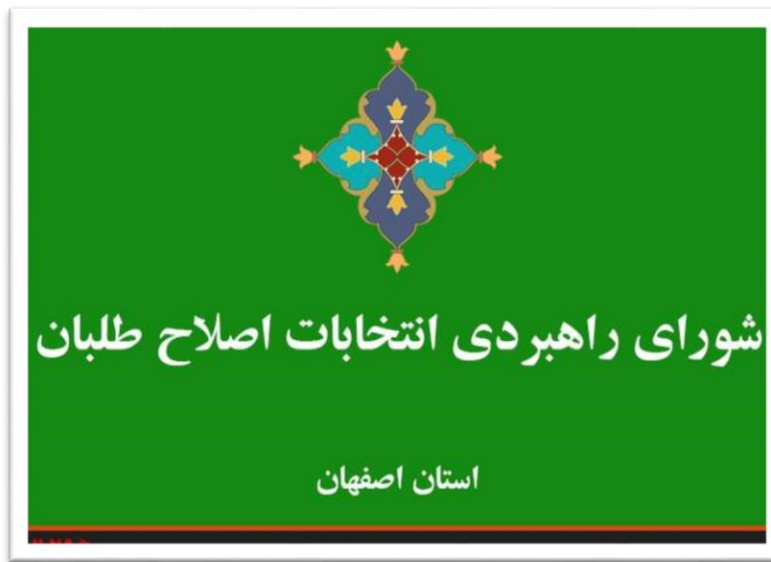
هر گروه و جریان سیاسی روش خاص خود را برای انتخاب نامزدهایش دارد. روند انتخاب نامزدها در انتخابات‌های محلی در ایران بر عهده نخبگان سیاسی-محلی است. به طور نمونه، سازوکار انتخاب نامزدهای انتخاباتی برای جریان سیاسی اصلاح‌طلبان در دوره دهم مجلس شورای اسلامی در سال

^۳ در سه بند اصلی از وظایف شوراهای آمده: ۵- برنامه‌ریزی در خصوص مشارکت مردم در انجام خدمات اجتماعی، اقتصادی، عمرانی، فرهنگی، آموزشی و سایر امور رفاهی با موافقت دستگاه‌های ذیربط. ۶- تشویق و ترغیب مردم در خصوص گسترش مراکز تفریحی، ورزشی و فرهنگی با هماهنگی دستگاه‌های ذیربط. ۷- اقدام در خصوص تشکیل انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی، امدادی، ارشادی و تاسیس تعاونی‌های تولید و توزیع و مصرف، نیز انجام آمارگیری، تحقیقات محلی و توزیع ارزاق عمومی با توافق دستگاه‌های ذیربط.

^۴ در شهرها و روستاهای کوچک این طیف‌بندی با درج تصویر افراد مسئول در پست‌های بالاتر مفهوم می‌یابد. به طور نمونه، هنگامی که شخصی نزدیک به یک تفکر و جریان سیاسی برای انتخابات مجلس و یا شوراهای نامزد می‌شود، برای انتقال پیام خود به رأی‌دهندگان پیرامون وابستگی سیاسی و دیدگاه جناحی خود، از روش درج عکس یکی از رؤسای جمهور و یا نمایندگان فعلی و یا ادوار مجلس در تبلیغات خود استفاده می‌کند.



۱۳۹۴، بدین صورت بود که ۱۲ چهره اصلاح‌طلب به عنوان شورای راهبردی ایجاد که این ۱۲ نفر به همراه رابطین ملی در هر استان حلقه‌ای ۱۰۰ نفره را تشکیل دادند.



این شورای راهبردی انتخابات در نخستین گام اجرایی به تعیین «رابطین ملی» برای هر استان پرداخت. این رابطین ملی که به تناسب وسعت و جمعیت هر استان تعدادشان تعیین شده بودند به شناسایی فعالان حزبی، مدیران اجرایی سابق اصلاح‌طلب و چهره‌های موجه غیرحزبی پرداختند. همچنین احزابی که در استان‌ها نمایندگی داشتند، می‌توانستند نمایندگان خود را به رابطین معرفی کنند. با تشکیل شوراهای استانی فرآیند انتخاب نامزدهای اصلی اصلاح‌طلبان در هر استان آغاز شد. سپس در هر حوزه انتخابیه، در صورت وجود چند نامزد نزدیک به این جریان، رأی‌گیری داخلی میان فعالین هر حوزه انجام می‌گرفت و در نهایت، نامزدی که بیشترین رأی را در انتخابات داخلی به دست آورده بود، توسط رابطین ملی به شورای راهبردی انتخابات اصلاح‌طلبان است معرفی، و در نهایت با تأیید شورا افراد به عنوان نامزد اصلی مورد حمایت آن جریان مشخص می‌شدند.



اما سازوکار انتخاب نامزدهای انتخاباتی ۳۰ کرسی تهران برای جریان سیاسی اصول‌گرایان در دوره دهم مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۹۴، بدین صورت بود که جمعی ۲۲ نفره از همه جریان‌های اصول‌گرا با محوریت روحانیون سرشناس آن جریان تشکیل شد. سپس در جلسه اول شورای ائتلاف، کارگروهی برای رسیدگی و بررسی وضعیت نامزدها که متشکل از هفت نفر ایجاد شد. سپس این جریان با دعوت از ۵۰ تشکل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و مذهبی، شاخصه، ضابطه و معیارهایی را به تصویب رساند. به طور نمونه این شاخصه‌ها مبارزه با استکبار، ساده زیستی، مردمی بودن بوده است. پس تهیه این شاخصه‌ها، یک لیست ۱۹۸ نفره تهیه می‌شود که مقرر می‌شود از بین این ۱۹۸ نفر، ۳۰ نفر انتخاب شود. همچنین لیست دومی نیز تهیه می‌شود که افراد برای آن ثبت‌نام کرده بودند. این لیست شامل ۱۲۴ نفر بوده است. در شورای مرکزی ائتلاف و از دو لیست ۱۹۸ و ۱۲۴ نفره، نظرسنجی شده و در نهایت یک لیست ۷۷ نفره تهیه شده بود. در باب تنوع در لیست که در بخشی از این جزوه درباره آن صحبت کرده‌ایم، این **جریان سیاسی** چنین رویکردی را در پیش گرفته بود: «اینکه چند اقتصاددان، چند فرد فرهنگی و اجتماعی، چند خانم و چند عالم مذهبی در لیست باشند». بر این اساس یک لیست ۵۴ نفره شکل می‌گیرد. این لیست ۵۴ نفره به شورای اصلی ائتلاف رفته و در آنجا برای هر کدام رأی‌گیری شده بود. هر شخصی که ۳ رأی را به دست می‌آورده، در کمیته ائتلاف می‌ماند. این شورا به لیستی ۲۹ نفره به‌علاوه ۴ نفر که به‌عنوان ذخیره در نظر گرفته شده بودند، رسیده بود. در نهایت مجدداً این تشکیلات پس از چند جلسه به لیست نهایی ۳۰ نفره رسیده و دیگر ذخیره‌ای هم برای لیست گذاشته نشد چرا که «منجر به مشکلات» می‌شده است.^۵

^۵ مصاحبه حسین فدایی - از اعضای ائتلاف اصول‌گرایان - <https://goo.gl/GqL6dC>





این یکی از شیوه‌های گزینش نامزدهای انتخاباتی در انتخابات‌های محلی در ایران است.

هر سازوکاری برای انتخاب نامزدها مزایا و معایب خاص خود را دارد، اما نکته مهم برای افرادی که به دنبال نامزدی و کسب کرسی هستند آشنایی با این سازوکار است.

با توجه به اینکه شیوه انتخابی فوق لزوماً در انتخابات شوراهای شهرهای کوچک و روستاها پیاده سازی نمی‌شود، در این بخش فقط به موضوع انتخابات مجلس و شوراهای شهرها اشاره می‌کنیم.

○ مجلس و شوراهای شهرها

■ مرحله اول: شناسایی

شناسایی طیف‌های فعال هم‌سو با شما در حوزه انتخابیه از مباحث اصلی و اولیه است. بسیاری از افراد به صورت مستقل در انتخابات‌های محلی شرکت می‌کنند و حتی پیروز انتخابات می‌شوند، اما اگر احساس



نزدیکی به یکی از طیف‌های سیاسی دارید و یا همچنین علاقه‌مند هستید که در لیست احزاب سیاسی قرار گیرید، باید دیدگاه‌های سیاسی خود را ابتدا سنجیده و برآوردی نزدیک از افکار و دیدگاه‌های خود با جریان‌های سیاسی به دست آورید که بتوانید رهبران و نمایندگان آن جریان سیاسی را قانع به حمایت از خود کنید. به این نکته توجه کنید که ورود به تشکیلات سیاسی یک اقدام تعهدآمیز بوده و رهبران و نمایندگان جریانات سیاسی باید به تعهد شما نسبت به این تشکیلات و تفکر سیاسی پس از پیروزی مطمئن شوند. طبعاً همان‌طور که طیف‌های سیاسی را شناسایی می‌کنید، باید رهبران و نمایندگان آن جریان را شناسایی کرده و راه‌های مطمئن و مورد اعتماد ارتباطگیری با آنان را نیز بیابید.

این فرآیند باید از ماه‌های قبل از زمان انتخابات آغاز شود.

تمرین:

۱. در جریان سیاسی مدنظر شما تصمیم‌گیری برای انتخاب نامزدها چگونه انجام می‌شود؟

.....

.....

.....

۲. به آرمان‌های خود برای نامزدی و رسیدن به جایگاهی با قابلیت پیروزی در انتخابات فکر کنید.

افرادی را که با تصمیم‌گیری خود در انتخاب شدن یا انتخاب نشدن شما تأثیر خواهند داشت

مشخص کنید. آیا از حمایت این افراد برخوردار هستید؟



آیا در حال حاضر از حمایت این افراد برخوردارم؟	تصمیم‌گیرندگان اصلی



■ مرحله دوم: برآورد

پیش از هر مذاکره‌ای، همیشه باید قابلیت‌ها، مزایا و پتانسیل طرف‌های مذاکره، سنجیده و برآورد شود. قبل از دیدار با نمایندگان طیف‌های سیاسی، برآوردی از داشته‌های خود را تهیه کنید. برای تهیه این برآورد، تمرین زیر را انجام دهید:

تمرین: با توجه به آنچه که در درس‌های گذشته خوانده و آموخته‌اید، و نیز با توجه به آنچه که از خود شناخت دارید به این سوالات پاسخ دهید:

۱. هدف شما از شرکت در انتخابات چیست؟
۲. دیدگاه سیاسی شما نزدیک به چه جریان سیاسی در کشور است؟
۳. چه میزان درباره طیف‌های سیاسی فعال در حوزه انتخابیه خود شناخت دارید؟
۴. چرا فکر می‌کنید که به این جریان سیاسی و ساختار فکری، نزدیک هستید؟
۵. چه برنامه‌ای برای کمک به این تفکر سیاسی در پس از انتخابات دارید؟
۶. میزان تعهد شما برای همگامی با سیاست‌های کلان این جریان سیاسی تا چه حد است؟
۷. از چه منابعی برای راه‌اندازی کمپین خود بهره می‌برید؟
۸. شانس پیروزی خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ دلایل شما بر چه دلایلی مبتنی است؟
۹. حمایت چه گروه از جامعه را در اختیار دارید؟
۱۰. کارنامه شما در امور اجرایی و مدیریتی چگونه است؟



تبصره: به سؤالات فوق می‌توان ده‌ها سوال دیگر مرتبط با دلایل و نقاط بالقوه شما برای شرکت در انتخابات را لیست کرد. برای سؤالات فوق چند خط پاسخ مبتنی بر واقعیت‌هایی که از آن برخوردارید (بر اساس کیفیت و نه کمیت) را بنویسید.

تمرین: پاسخ‌های ده سوال قبلی را با یکی از همکلاسی‌های خود به اشتراک بگذارید. آیا از نظر او، شما تسلط و آگاهی خوبی نسبت به شرایط سیاسی خود و جامعه پیرامون خود دارید؟ چرا؟

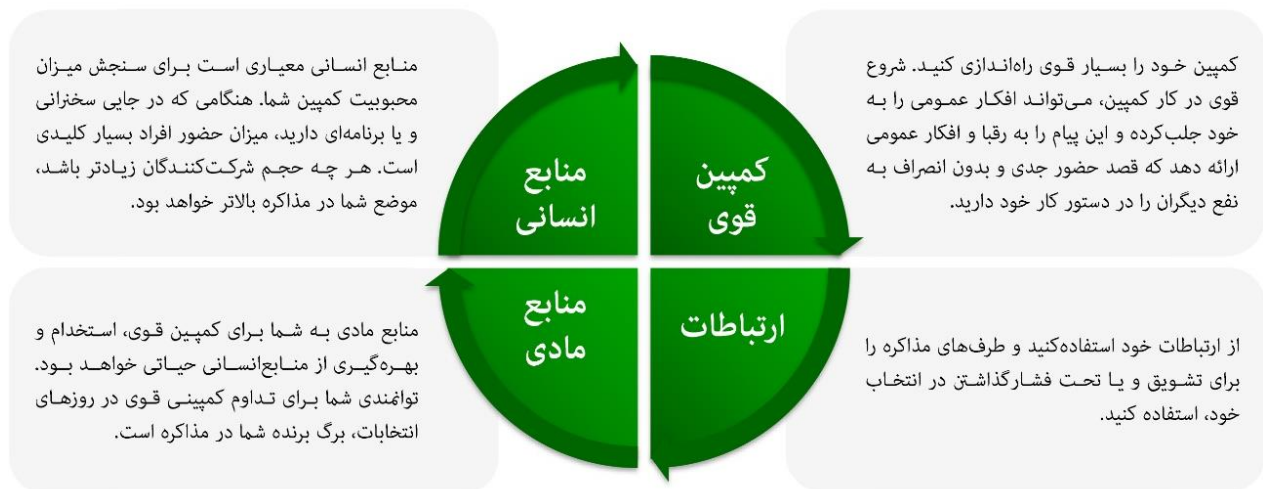
■ مرحله سوم: مذاکره

اکنون وقت آن است که برای گفتگو با رهبران و نمایندگان جریان سیاسی که از قبل انتخاب و شناسایی کرده‌اید، وارد مذاکره و گفتگو شوید. آنچه که همیشه برای طرف‌های مذاکره اهمیت دارد، میزان بهره‌مند شدن از منافع این توافق مشترک برای طرفین است. جریانات سیاسی می‌خواهند بر روی افرادی سرمایه‌گذاری معنوی و حتی مادی داشته باشند که بدانند پیروزی آن‌ها بسیار حتمی است و پس از پیروزی، متعهد به اجرای برنامه‌های آن جریان سیاسی هستند. لذا قوی بودن کمپین و برنامه‌های شما و نیز بهره‌مندی شما از منابع مادی و غیرمادی، مهم‌ترین ابزار شما برای مذاکره و متقاعد کردن آنان است. پیش از انجام هر مذاکره، شما باید موضع خود را قوی کنید. بدین معنی که باید به طرف‌های مذاکره برنامه‌ای برای روزهای انتخابات و نیز نشانه‌هایی پیرامون قدرت کمپین خود به آن‌ها ارائه کنید. این موارد به شما کمک می‌کنند تا هنگام مذاکره با نمایندگان جریان‌های سیاسی و احزاب، بتوانید از موضع



قدرت وارد مذاکره شده و حتی در جهت تامین منابع مالی نیز از آنان امتیازاتی برای کمپین خود و تامین بخشی از منابع آن، درخواست کنید:

مهمترین ابزار لازم برای برنده شدن در مذاکره



هنگام مذاکره، شما باید برای مذاکره‌کنندگان یک پیام داشته باشید.

فهرستی از افرادی که در انتخاب شما به عنوان نامزد مورد حمایت، تأثیرگذار هستند را تهیه کنید.

با مرور فهرست این تصمیم‌گیرندگان و طرف‌های مذاکره پیرامون انتخاب شما به عنوان نماینده آن طیف

سیاسی، مشخص کنید کدام یک از این افراد در حال حاضر از شما حمایت نمی‌کنند. بهترین پیام یا دلیل

متقاعدکننده برای جلب حمایت این افراد چیست؟



فرض کنید با یکی از این افراد جلسه دارید. در قسمت زیر، گفته‌های‌تان را درباره خود و منافع و دیدگاه‌های این افراد بنویسید و متقاعدکننده‌ترین پیام را برای جلب حمایت این افراد از آرمان‌های خود طراحی و تعریف کنید.

پیام من	تصمیم‌گیرندگان اصلی
-	-
-	-
-	-

دسته دوم، تصمیم‌گیران ثانویه هستند. این افراد، طرف مذاکره شما نیستند، اما بر روی طرف‌های اصلی و تصمیم‌گیرندگان اصلی مذاکره با شما، تأثیر دارند. حال به آن دسته از تصمیم‌گیرندگان ثانویه فکر کنید که می‌توانند بر تصمیم‌گیرندگان اصلی تأثیر بگذارند. کدامیک از تصمیم‌گیرندگان اصلی تحت تأثیر این افراد قرار می‌گیرند و در نتیجه ممکن است نسبت به اعلام نامزدی شما واکنش مثبت یا منفی نشان دهند؟ آیا می‌توانید این افراد را برای استفاده از نفوذ خود متقاعد کنید؟ اگر پاسخ منفی است، برای جلب حمایت این افراد چه پیامی دارید؟



آیا در حال حاضر از حمایت این افراد برخوردارم؟	تصمیم‌گیرندگان ثانویه

با مرور فهرست تصمیم‌گیرندگان ثانویه در بخش قبلی مشخص کنید کدام یک از این افراد در حال حاضر از شما حمایت نمی‌کنند. بهترین پیام یا دلیل متقاعدکننده برای جلب حمایت این افراد چیست؟

.....

.....

.....

.....



فرض کنید با یکی از این افراد جلسه دارید. در قسمت زیر، گفته‌های‌تان را درباره خود و منافع و دیدگاه‌های این افراد بنویسید و متقاعد کننده‌ترین پیام را برای جلب حمایت این افراد از آرمان‌های خود طراحی و تعریف کنید.

پیام من	تصمیم‌گیرندگان ثانویه

● گام ۳: تحلیل نهایی

بر اساس پاسخ‌های این بخش، و با توجه به شرایط قانونی کشور و شرایط داخلی در طیف‌های سیاسی، چقدر احتمال دارد به عنوان نامزد مورد حمایت یک طیف انتخاب شوید؟ درستی هر یک از گزاره‌های زیر را مشخص کنید:

در حال حاضر همه شرایط قانونی را برای نامزد شدن در سمت موردنظر در کشورم دارا هستم.		
۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست



روند انتخاب نامزد مورد حمایت برای قرار گرفتن در لیست حمایتی از سوی طیف سیاسی *** به نفع من است.

۳	۲	۱
کاملا درست	تقریبا درست	کاملا نادرست

تصمیم‌گیرندگان اصلی در حوزه انتخابیه و طیف سیاسی از نامزدی من حمایت می‌کنند.

۳	۲	۱
کاملا درست	تقریبا درست	کاملا نادرست

تصمیم‌گیرندگان ثانویه در حوزه انتخابیه از نامزدی من حمایت می‌کنند.

۳	۲	۱
کاملا درست	تقریبا درست	کاملا نادرست

فعالان سیاسی و مدنی در حوزه انتخابیه، از نامزدی من حمایت می‌کنند.

۳	۲	۱
کاملا درست	تقریبا درست	کاملا نادرست



منابع مادی کمپین من برای نمایندگان جریان‌های سیاسی، قابل توجه و اعتبار است.		
۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست

منابع انسانی کمپین من برای نمایندگان جریان‌های سیاسی، قابل توجه و اعتبار است.		
۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست

ارتباطاتی که از آن بهره‌مند هستیم، می‌تواند بر روی هر دو گروه تصمیم‌گیران اصلی و ثانویه، تاثیرگذار باشند.		
۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست

برنامه‌ای مدون و نوشته شده برای شروع کمپینی قدرتمند با هدف تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی تهیه کرده‌ام.		
۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست



پیام‌هایی شفاف، تأثیرگذار و قانع‌کننده برای تصمیم‌گیرندگان اصلی و ثانویه آماده کرده‌ام.

۳	۲	۱
کاملاً درست	تقریباً درست	کاملاً نادرست

نتیجه تحلیل

آماده برای انتخاب شدن	وضعیت برزخی	عدم آمادگی
۲۶ تا ۳۰	۱۶ تا ۲۵	۱۰ تا ۱۵

● گام ۴: رقبا

می‌خواهید برای نمایندگی مجلس و یا شورای اسلامی نامزد شوید. بالطبع در این رقابت تنها نیستید. این افراد رقبای شما هستند. باید شناخت خوبی نسبت به آنان و برنامه‌ها و شعارهایشان داشته باشید. به همین منظور جدول زیر را برای هر کدام از رقبای خود تهیه کنید:

^۶ این بخش در درس بعدی مربوط به ائتلاف‌ها نیز موردنیاز خواهد بود.



نام:	سن:	جنسیت:
قومیت:		
شهر/ روستا / منطقه / محله تولد:		
شهر/ روستا / منطقه / محله سکونت:		
شغل فعلی / صنف کاری:		
شغل قبلی / صنف کاری:		
وضعیت تأهل:		
نام همسر:		
قومیت همسر:		
مذهب همسر:		
وابستگی قبیله‌ای و فامیلی همسر:		
شهر/ روستا / منطقه / محله تولد همسر:		
شغل / صنف کاری همسر:		
میزان شناخته شده بودن در حوزه (از ۱ تا ۱۰) ^۷ :		
دلایل: (دلایل می‌تواند به دلایل شغلی، مشهور بودن اعضای خانواده و یا مواردی شبیه این باشد.)		

^۷ عدد ۱ کمترین است و ۱۰ بیشترین



.....
محل کمپین از نظر کیفیت مکانی (از ۱ تا ۱۰):
مزایا: (به طور مثال نزدیکی به میدان اصلی و پر رفت و آمد شهر یا روستا)
.....
اعضای برجسته کمپین: (کمپین رقیب شما توانسته چه افراد مهم و تأثیرگذار را جذب خود کند؟)
.....
منابع انسانی (از ۱ تا ۱۰):
(منابع انسانی را می‌توان بر حسب تعداد شرکت‌کننده در سخنرانی‌ها و یا برنامه‌های شخص تخمین زد. و یا بر اساس تعداد افرادی که وی در محل کمپین خود سازماندهی کرده)
منابع مالی (از ۱ تا ۱۰):
(قدرت مالی نامزدها به سادگی قابل تخمین نیست. اما می‌توانید بر اساس مکانی که برای ستاد انتخاباتی خود گرفته و یا نیروها و برنامه‌هایی که تدارک می‌بیند، تخمینی حدودی داشت)
پنج نقطه قوت شخص نامزد:^۸

^۸ هنگام نوشتن نقاط ضعف و قدرت کمپین رقیب، نکات را بر اساس دیدگاه‌های فردی و بسته خود بیان نکنید. آن را بر اساس گفتگو با دیگر اعضای صاحب نظر در کمپین خود تکمیل کنید.



(به طور نمونه نقاط قوت یک نامزد رقیب می‌تواند شامل: وابستگی خانوادگی به یک فرد و یا خانواده مشهور و خوش‌نام / قدرت مالی بالا / قدرت بیان بالا / تحصیلات و سابقه کار / سیمای جذاب و ... باشد)

- ۱.
- ۲.
- ۳.
- ۴.
- ۵.

پنج نقطه ضعف نامزد:^۹

(مانند: ارتباط نزدیک با یک چهره منفور / قدرت مالی پایین / عدم شناخته شده بودن / عدم قدرت سخنوری و ...)

- ۱.
- ۲.
- ۳.
- ۴.
- ۵.

پنج نقطه قوت کمپین انتخاباتی نامزد:

(نمونه: محل کمپین / بودجه بالا / مدیر کمپین / اعضای که کمپین جذب کرده / هماهنگی و برنامه‌ریزی قوی / دسترسی به منابع و ...)

^۹ رجوع شود به پی نوشت ۸



..... ۱.

..... ۲.

..... ۳.

..... ۴.

..... ۵.

پنج نقطه ضعف کمپین انتخاباتی نامزد:

(نمونه: محل کمپین / بودجه کم / مدیر ناکارآمد کمپین / کمبود نیروی انسانی / عدم استقبال مردم / طراحی ضعیف اقلام تبلیغاتی و ...)

..... ۱.

..... ۲.

..... ۳.

..... ۴.

..... ۵.

■ (سنجش نقاط قوت و ضعف رقبا به ما کمک می‌کند تا بتوانیم طی دوران کمپین، از شعارها و برنامه‌ریزی‌هایی استفاده کنیم که ضمن پوشش دادن نقاط ضعف آن‌ها در برنامه‌های خود، نقاط قدرت‌شان را در برنامه‌های منظور کنیم.)

پنج روش تبلیغاتی (ارتباط با رأی‌دهندگان) مورد استفاده توسط کمپین رقیب / گرم یا سرد بودن روش:

(کمک می‌کند تا روش‌های خود را بهبود بخشیده و پیام متفاوتی نسبت به دیگر نامزدهای حاضر در صحنه رقابت، به



رای‌دهندگان ارسال کنید. به بیانی دیگر، کمک خواهد کرد تا روش‌های ارتباط با رای‌دهندگان که توسط دیگر رقبا ممکن است به روشی سرد تبدیل شده باشد را تشخیص و روش‌های گرم خود را جایگزین آن کنید)

(نمونه: توزیع بسته‌های تبلیغاتی درب منازل / روش گرم چون تا به حال نامزدی چنین کاری را نکرده بود - و یا: ارسال پیامک به مناسبت محرم / روش سرد چون یک پیام تسلیت ساده بود و محتوای خاصی نداشت)

۱. /
۲. /
۳. /
۴. /
۵. /

تمرین: جداول فوق را برای یکی از نامزدهای دوره‌های گذشته تکمیل کنید.

● گام ۵: تحلیل ائتلاف‌ها^{۱۰}

همان‌طور که گفته شد، در انتخابات‌هایی که در یک حوزه انتخابیه برای دو کرسی نمایندگی و بیشتر برگزار می‌شود، می‌تواند ائتلاف بین چند نامزد انتخاباتی شکل بگیرد. در بخش بعدی به طور کامل به

^{۱۰} همچنین می‌توانید از توضیحات داده شده در بخش چهارم **درس** «روش‌شناسی و زمینه‌سازی برای پیروزی» صفحه ۴۱ پیرامون ائتلاف‌ها استفاده کنید.



مقوله ائتلاف و ایجاد آن خواهیم پرداخت. اما در این بخش تنها برای تحلیل وضعیتی به نکاتی که برای شناسایی ائتلاف‌ها مفید خواهد بود، خواهیم پرداخت.



(نمونه ائتلاف نامزدها - انتخابات شورای شهر لارستان در خرداد ۱۳۹۲)

- آیا در دوره‌های گذشته، حوزه انتخابیه شما، تجربه داشتن ائتلاف‌های انتخاباتی را داشته‌است؟

.....

.....

- در صورتی که پاسخ شما مثبت است، چه تعداد از اعضای هر کدام از آن ائتلاف‌ها توانستند به کرسی موردنظر خود دست یابند؟

.....

.....



● علت موفقیت آن ائتلاف(ها) چه بود؟

- ۱.
- ۲.
- ۳.
- ۴.
- ۵.

● علت ناکامی آن ائتلاف(ها) چه بود؟

- ۱.
- ۲.
- ۳.
- ۴.
- ۵.

● میزان استقبال مردم از نامزدها در لیست ائتلاف‌ها چه بود؟ آیا شیوه ائتلافی در حوزه انتخابیه شما

برای مردم مورد قبول واقع شده است؟

.....

.....



• گام ۶: تحلیل نهایی

تمام پنج گام قبلی به شما کمک می‌کند تا خود و کمپین خود را سنجیده و بر اساس آن هنگام مذاکره و گفتگو با نمایندگان احزاب و تشکل‌ها و نیز دیگر نامزدهای انتخاباتی برای ایجاد یک ائتلاف از ظرفیت و توان خود و ظرفیت و توان آنان آگاهی کامل پیدا کنید.

به تمام سؤالات گام‌های قبلی، بدور از تعصب و نگاهی دور از واقعیت، پاسخ دهید. این بخش را باید نامزد انتخاباتی، به صورت انفرادی تکمیل، سپس پاسخ‌های خود به هر سوال را با رئیس کمپین، مدیر مالی کمپین، مدیر تبلیغات کمپین و دو چهره صاحب‌نظر، مستقل و خارج از کمپین خود به صورت گروهی بررسی کنید. حتما ترکیب جنسیتی را رعایت کرده و از هر دو جنسیت در ترکیب این گروه بررسی، استفاده کنید. این بررسی گروهی کمک خواهد کرد تا دیدگاه شما به واقعیت نزدیک‌تر شود.

نقاط ضعف خود در پرسش‌های قبلی را لیست کرده در برنامه‌ریزی کمپین، بخشی را برای رفع آن در نظر بگیرید.



بخش سوم: ترسیم قدرت

نمودار ترسیم قدرت ابزاری معمول برای ترسیم مسیر پیش‌رو در محیط سیاسی چالش‌برانگیز است. در این نمودار افراد دارای قدرت و نفوذ مشخص شده و سپس این تصمیم‌گیرندگان بر اساس واکنش احتمالی و تأثیرشان بر اقدام پیشنهادی دسته‌بندی می‌شوند. در اینجا، این اقدام پیشنهادی تصمیم برای نامزدی در سمت موردنظر است. ترسیم قدرت به شما امکان می‌دهد بهترین واکنش را در وضعیت موردنظر مشخص کنید که یکی از بخش‌های آن افزایش همکاری حامیان و کاهش تأثیر مخالفان است.

فهرست تصمیم‌گیرندگان اصلی و ثانویه را در گام ۲ در بخش قبلی مرور کنید. به واکنش احتمالی این افراد نسبت به برنامه شما برای نامزد شدن فکر کنید. به نظر شما این افراد واکنش مثبت خواهند داشت یا منفی؟ شدت این واکنش در چه حد خواهد بود؟

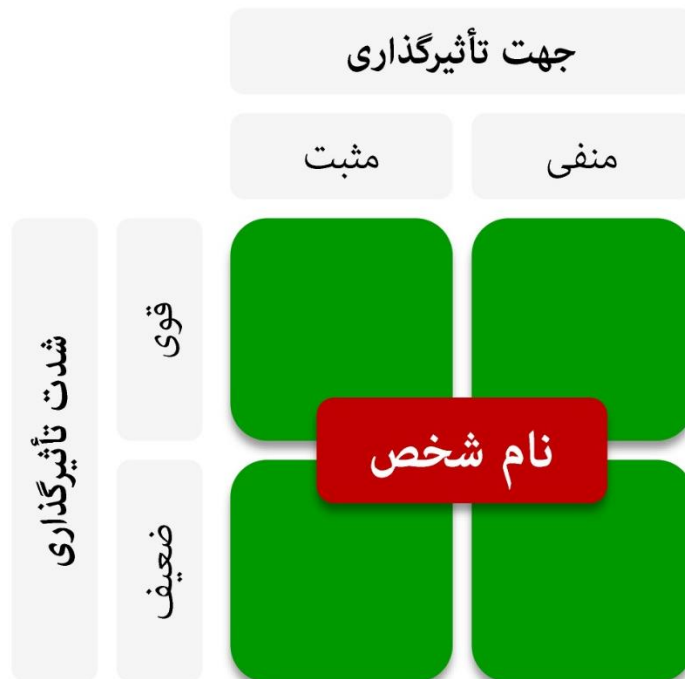
.....

.....

.....



برای هر کدام از اسامی فهرست گام ۲، جدولی مشابه جدول زیر را ترسیم کنید و در مربع مربوطه علامت بزنید.



جدول زیر را تکمیل کنید و بر اساس آن بگویید که این نمودار چه چیزی را نشان می‌دهد؟ آیا تعداد حامیان احتمالی‌تان بیش از چیزی است که فکر می‌کردید؟ آیا شدت مخالفت بیشتر از چیزی است که فکر می‌کردید؟

تصمیم‌گیرندگان اصلی			
تعداد مثبت ضعیف	تعداد منفی ضعیف	تعداد مثبت قوی	تعداد منفی قوی
تصمیم‌گیرندگان ثانویه			
تعداد مثبت ضعیف	تعداد منفی ضعیف	تعداد مثبت قوی	تعداد منفی قوی
جمع			

تبصره: برای واقعی‌تر شدن تحلیل در جدول فوق و با توجه به اینکه تصمیم‌گیرندگان اصلی رأی مستقیم و کاملی داشته و تصمیم‌گیرندگان ثانویه از این مهم برخوردار نیستند، قدرت تصمیم‌گیرندگان ثانویه را یک سوم تصمیم‌گیرندگان اصلی در نظر می‌گیریم. یعنی هر سه رأی گروه ثانویه، برابر با یک رأی گروه اصلی خواهد بود.



مثال نمونه: اعضای گروه تصمیم‌گیرندگان اصلی شما ۷ نفر بوده و تصمیم‌گیرندگان ثانویه، گروهی ۳۰ نفره هستند. شما پس از رایزنی و گفتگو با افراد توانسته‌اید نظر آن‌ها را به شرح زیر دریافت کنید:

● **تصمیم‌گیرندگان اصلی:**

الف. مثبت و قوی ۲ نفر

ب. منفی قوی ۱ نفر

پ. منفی ضعیف ۲ نفر

ت. مثبت ضعیف ۲ نفر

● **تصمیم‌گیرندگان ثانویه:**

الف. مثبت و قوی ۹ نفر

ب. منفی قوی ۶ نفر

پ. منفی ضعیف ۱۲ نفر

ت. مثبت ضعیف ۳ نفر

اعداد مربوط به تصمیم‌گیرندگان اصلی به صورت مستقیم در جدول درج می‌شوند. اعداد مربوط به تصمیم‌گیرندگان ثانویه، تقسیم بر ۳ شده و در جدول درج می‌شوند:



تصمیم‌گیرندگان اصلی			
تعداد مثبت ضعیف	تعداد منفی ضعیف	تعداد مثبت قوی	تعداد منفی قوی
۲	۲	۲	۱
تصمیم‌گیرندگان ثانویه			
تعداد مثبت ضعیف	تعداد منفی ضعیف	تعداد مثبت قوی	تعداد منفی قوی
۱	۴	۳	۲
جمع			
۳	۶	۵	۳

برآیند جدول فوق به سود شما نیست. مجموع نظرات منفی به شما بیشتر از مجموع نظرات مثبت به شماست. شما باید تمرکز خود را بر روی قوی‌کردن مثبت‌های ضعیف و نیز تبدیل منفی‌های ضعیف به مثبت است. در جدول فوق، تعداد بالای منفی ضعیف می‌تواند شرایط برزخی را برای شما ایجاد کند.

در مرحله بعد به این فکر کنید که چطور باید با این وضعیت برخورد کرد. برای حرکت به سمت بخش‌های مختلف این نمودار به چه چیزی نیاز دارید؟ برای رسیدن به این هدف باید چه کارهایی انجام دهید؟ به بیانی



دیگر، برای اینکه نظر یک تصمیم‌گیرنده اصلی از منفی قوی به مثبت ضعیف و حتی مثبت قوی تغییر یابد، باید چه کنید؟ (برای یافتن این پاسخ، نیاز دارید تا بخشی را برای درج علل عدم رضایت هر یک از افراد تصمیم‌گیرنده در نظر بگیرید.)

در ادامه، واکنش‌هایی را هبردی برای هر یک از چهار بخش این نمودار ارائه شده است. آیا این واکنش‌ها در شرایطی که در آن قرار دارید مفید خواهند بود یا باید به گزینه‌های دیگر فکر کنید؟



بخش چهارم:

ایجاد و ورود به ائتلاف

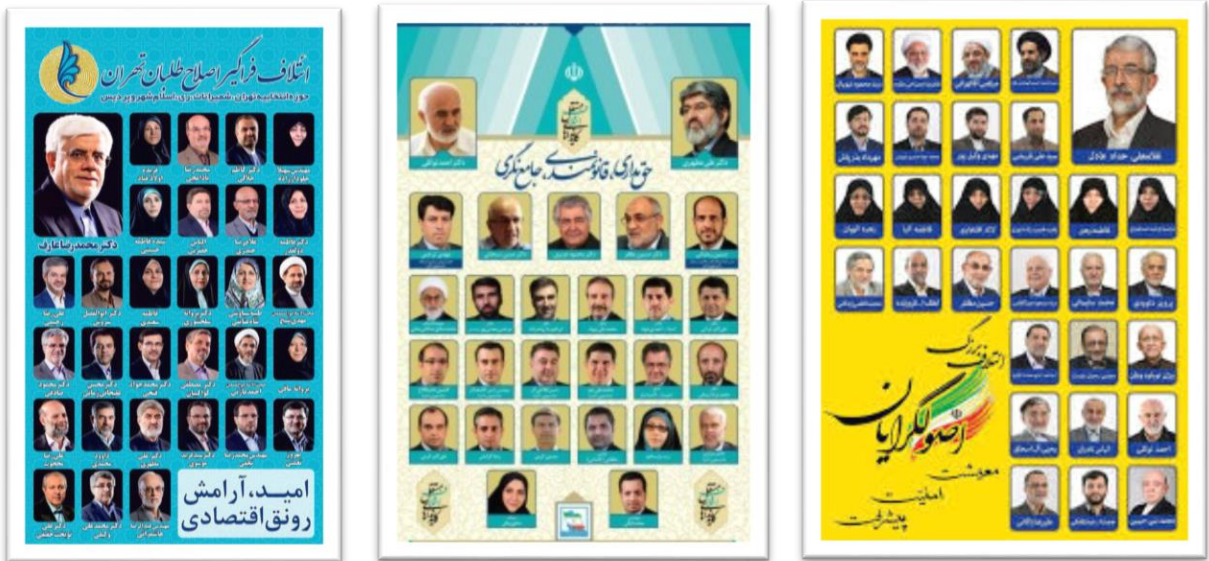
• مقدمه:

ائتلاف چیست؟ به بیانی ساده، ائتلاف یک اتحاد کوتاه و یا بلندمدت نیروها و گروه‌های سیاسی است برای رسیدن به یک هدف مشترک. در این درس، منظور از کمپین؛ اتحادی کوتاه‌مدت، میان نامزدهای انتخاباتی و با هدف پیروزی در انتخابات است.

همان‌طور که پیشتر گفته شد، در شهرها و روستاهایی که تعداد کرسی‌های موجود از عدد یک بیشتر است، امکان ایجاد ائتلاف‌های انتخاباتی وجود دارد. افراد با سلايق و دیدگاه‌های نزدیک به هم، می‌توانند با ائتلاف‌کردن با یکدیگر، منابع خود را جمع و میزان خروجی کمپین خود را کاهش دهند. در بخش بعدی پیرامون مزایا و معایب کمپین‌های ائتلافی صحبت خواهیم کرد. نکته‌ای که در این مقدمه باید بدان اشاره نمود این است که طی دوره‌های گذشته انتخابات در ایران، شیوه کمپین ائتلافی به تدریج جایگاه خود را پیدا نموده و به نوعی شما به عنوان نامزد انتخاباتی، باید آمادگی این را داشته باشید که نه تنها وارد یک ائتلاف شوید، بلکه شرایط را برای مدیریت و بهره بردن صحیح از آن تغییر دهید. شیوه‌های ائتلافی برای افراد کم



شناخته شده و یا افرادی که از منابع کمی بهره می‌برند، بسیار مفید خواهد بود. ممکن است یک نامزد جوان نتواند به سادگی هزینه‌های کل کمپین خود را تامین کند، اما قادر به تامین ۲۰ درصد از هزینه‌های یک کمپین ائتلافی است.



ائتلاف اصلاح‌طلبان

ائتلاف مستقل

ائتلاف اصول‌گرایان

«ائتلاف‌های سه جریان اصول‌گرا، مستقل و اصلاح‌طلب برای مجلس اسفند ماه ۱۳۹۴»

در بخش‌های بعدی به صورت دقیق به همه این موارد خواهیم پرداخت. طبیعا آنچه که در این بخش درج شده بر اساس تجربیات منطقه‌ای و فردی است و نیاز دارد تا شما آن را بر اساس نامزدهای حوزه انتخابیه خود، بومی‌سازی‌تر کنید.



پیش از شروع، تمرین زیر را انجام دهید:

- بر اساس پیش فرضی که از کلمه ائتلاف دارید و یا بر اساس ائتلاف‌های احتمالی که در دوره‌های گذشته در انتخابات‌ها دیده و تجربه کرده‌اید، آیا تمایل شما به شرکت مستقل در انتخابات است یا به صورت ائتلافی؟ چرا؟

.....

.....

.....

- شیوه کمپین‌های ائتلافی بر روی چه مواردی از نیازهای کمپین، تاثیر مستقیم خواهد داشت؟

.....

.....

.....

- در صورت ائتلاف با چند نامزد انتخاباتی دیگر، مهم‌ترین قانون و قول مشترک چه باید باشد؟

.....

.....

.....



● مزایا و معایب

به مانند همه شراکت‌های اقتصادی و اجتماعی، شراکت سیاسی نیز مزایا و معایب خود را دارد. اما در نهایت آنچه که مهم خواهد بود این است که این مزایا تا چه میزان بر معایب چیره خواهند شد و در نهایت باعث خواهند شد که رضایت مشارکت‌کنندگان را به همراه داشته باشد. در زیر به برخی از این موارد اشاره می‌کنیم.

مزایا:

مهم‌ترین نیاز هر کمپینی، منابع خواهد بود. این منابع شامل منابع مادی، انسانی و غیرمادی است. تأمین این منابع برای همه نامزدهای انتخاباتی به یک اندازه مقدور نیست. اگر شما زن جوانی هستید که می‌خواهید برای اولین بار در انتخابات شورای شهر در حوزه انتخابیه خود شرکت کنید، احتمالاً نتوانید به سادگی از پس هزینه‌های مختلف کمپین برای شناساندن خود به رأی‌دهندگان و مبارزه با دیگر رقبای بر بیایید. در مدل کمپین ائتلافی، همه هزینه‌ها و منابعی که مصرف می‌شوند، میان تمام نامزدها تقسیم می‌شوند. لذا هنگامی که در کمپین انفرادی، شما هزینه‌ای معادل یک میلیون تومان برای یک محل ستاد می‌پردازید، این مبلغ در کمپین ائتلافی تقسیم بر تمامی نامزدهای ائتلاف خواهد شد. به صورت تیتروار این موارد از مزایای سیستم ائتلافی است:

۱. سرشکن شدن هزینه‌های مالی (محل ستاد، پذیرایی، تبلیغات و ...)

۲. افزایش میزان دسترسی به منابع مادی و غیرمادی



۳. افزایش میزان دسترسی به منابع انسانی

۴. افزایش تعداد رأی‌دهندگان بالقوه (به دلیل جذب بخشی از رأی حامیان دیگر نامزدان در ائتلاف

شما)

۵. افزایش تعداد مکان‌های میزبانی

۶. استفاده از سیستم رأی ائتلافی (بدین معنی که هنگامی که حامیان نامزد هم ائتلاف شما به او

تمایل داشته باشد، و در سیستم ائتلافی به کل نامزدهای لیست ائتلاف رأی دهد، خود به خود سرانه رأی

شما افزایش می‌یابد)

۷. تنوع در دسترسی به شیوه‌های ارتباط‌گیری با رأی‌دهندگان به دلیل افزایش منابع مالی و انسانی

۸. تأثیر روانی مثبت بر جامعه رأی‌دهندگان

معایب:

۱. احتمال عدم هماهنگی در اتخاذ شیوه‌های ارتباط با رأی‌دهندگان

۲. احتمال تفاوت سلیقه در میانی اولیه ائتلاف و شعارها

۳. احتمال بروز تفرقه هنگام انتخاب رئیس کمپین و دیگر اعضای اصلی کمپین



۴. احتمال عدم اطمینان به دیگر اعضای ائتلاف در درخواست از رأی‌دهندگان حامی یک نامزد برای رأی دادن به دیگر نامزدهای موجود در لیست ائتلاف
۵. احتمال عدم رضایت از شیوه توزیع اقلام تبلیغاتی
۶. احتمال بروز اختلاف در هنگام تأمین منابع

• شرایط و ضوابط

۱. برای ایجاد و ورود به یک کمپین، نیازمند این مهم هستید که ضوابطی برای آن تعیین و یا تابع شرایط خاصی وارد یک کمپین ائتلافی بشوید.
۲. تعداد اعضای ائتلاف باید دقیقاً با تعداد کرسی‌های موجود برای آن انتخابات برابر باشد.
۳. مدیر کمپین و مدیر مالی باید مورد تأیید و تفاهم همه اعضا باشد.
۴. تمام مسئولیت‌های مربوط به بودجه موردنیاز و افزایش سقف آن باید توسط مدیر کمپین و بدون دخالت مستقیم نامزدها تعیین شود.
۵. هر نامزد باید برنامه خود را برای انتخابات پیش‌رو برای موضوع بودجه، شیوه‌های ارتباط گیری با رأی‌دهندگان، مکان ستاد، و ... پیشنهادات نوشته شده‌ای داشته باشد.
۶. هیأتی متشکل از سه نفر که مورد تفاهم همه نامزدهای ائتلاف هستند به عنوان هیأت حل اختلاف تعیین شوند.



۷. همه نامزدها نماینده‌ای را در کمیته‌ای به عنوان کمیته هماهنگی و امور میدانی و اجرایی داشته باشند.

۸. نامزدها باید به تعهدی که نسبت به تأمین منابع در ابتدای راه‌اندازی ائتلاف داده‌اند، عمل کنند.

۹. قبل از ورود به هر ائتلاف، از کیفیت دیگر اعضای ائتلاف آگاهی یابید، چرا که خروج در میانه کمپین آثار منفی برای شما و دیگر اعضای کمپین ائتلافی به همراه خواهد داشت.

۱۰. کمپین ائتلافی ایده‌آل، کمپینی خواهد بود متشکل از هر دو جنسیت مرد و زن در رده‌های سنی متنوع و با پوشش حداکثری از اقوام و اقلیت‌های مذهبی، اما با سطح سواد متناسب.

۱۱. وجود یک تفکر سیاسی مشترک.

۱۲. داشتن حس همکاری و اعتماد متقابل و تلاش در جهت بالا بردن تمامی اعضای ائتلاف.



بخش پنجم: ایجاد ائتلاف

در این بخش شیوه ایجاد یک ائتلاف انتخاباتی را بررسی می‌کنیم. ائتلاف‌ها یا به صورت خودجوش از سوی چند نامزد احتمالی ایجاد می‌شود و یا از طریق تشکل‌ها و احزاب سیاسی. طبعاً هنگامی می‌توان برای ایجاد ائتلاف وارد عمل شد، که نامزدهای بالقوه برای شرکت در انتخابات را از قبل بررسی و تحت‌نظر باشند. به همین منظور ابتدا شیوه ایجاد ائتلاف به شیوه خودجوش را بررسی می‌کنیم و در بخش بعدی شیوه ورود به یک ائتلاف ایجاد شده از طریق تشکل‌ها و احزاب سیاسی را بررسی می‌کنیم.

● گام اول : تحقیقات

برای ایجاد یک ائتلاف، نیازمند تحقیقات اولیه هستید. این موارد موردنیاز است:

۱. لیستی از نامزدهای بالقوه که در یک خط‌مشی سیاسی هستید (با در نظر گرفتن تنوع جنسیتی، شغلی و سن و سال و ...) برای این بخش از جدول سنجش رقبا در گام ۴ در بخش تحلیل وضعیتی کمک بگیرید.



۲. شناسایی میزان حوزه رأی اختصاصی هر کدام از نامزدهای موردنظر برای ائتلاف (هر کدام از نامزدها از لحاظ حوزه جغرافیایی، به دلیل وابستگی قومی و یا محل تولد و سکونت، بخشی از رأی منطقه‌ای را به همراه خود خواهند داشت. این مناطق را برای هر نامزد مشخص کنید)

۳. تخمین حدودی از میزان منابع موجود پیرامون هر نامزد موردنظر برای ائتلاف

۴. نقاط قوت و ضعف هر نامزد موردنظر برای ائتلاف

۵. میزان محبوبیت نامزد موردنظر برای ائتلاف

تمرین: دو فرد شناخته شده و یا دو تن که فکر می‌کنید حتما طی دوره‌های آینده نامزد خواهند شد را در شهر یا روستای خود در نظر بگیرید. جدول زیر را برای آن دو تن به صورت جداگانه تکمیل کنید:

نام	سن		
تحصیلات	شغل		
قومیت	مذهب		
متولد محله / خیابان	ساکن محله / خیابان		



	تخمین تعداد آرای بالقوه در آن حوزه اختصاصی		حوزه رأی اختصاصی
	میزان منابع انسانی (کم / متوسط / زیاد)		میزان منابع مادی (کم / متوسط / زیاد)
	نفوذ در میان رده سنی (جوانان / بزرگسالان)		نفوذ در میان جنسیت (زنان / مردان)
			نقاط ضعف (سه مورد)
			نقاط قوت (سه مورد)
	میزان عدم محبوبیت (از ۱ تا ۱۰)		میزان محبوبیت (از ۱ تا ۱۰)
			سوابق مدیریتی
	میزان رأی / رتبه		سوابق داشتن کرسی در مجلس و شورای شهر
	میزان رأی / رتبه		سوابق شرکت در انتخابات
			مشی سیاسی همسو یا غیر همسو



● گام دوم: انتخاب

بر اساس معیارهایی که در گام اول گفته شد، باید نامزد و یا نامزدهایی را انتخاب کنید. معیار اصلی برای انتخاب اعضای ائتلاف، بیشترین میزان سطح پوشش حوزه رأی‌دهندگان است. بدین معنی که به شیوه‌ای افراد در ائتلاف را انتخاب کنید که بیشترین سطح از تمایل رأی‌دهندگان به لیست خود را، در اختیار داشته باشید.

تمرین:

- جدول تمرین گام اول را که برای دو فرد تکمیل کرده بودید را مرور کنید. کدام یک از آن دو تن را برای ائتلاف با خود برمی‌گزینید؟

.....

.....

- دلایل شما برای انتخاب این فرد چیست؟

.....

.....

- دلایل شما برای رد فرد دیگر چیست؟

.....

.....



- آیا با انتخاب این فرد، بخشی از جامعه رأی‌دهندگان را که در اختیار نداشتید را تحت پوشش کمپین ائتلافی به دست خواهید آورد؟

.....
.....

تبصره: گاهی چهره‌های مستقل، شناخته شده با احتمال پیروزی بالا در انتخابات‌ها شرکت می‌کنند و بخش زیادی از آرای مردم را به خود جلب می‌کنند. اگر چه این فرد از منظر دیدگاه سیاسی، مستقل است، اما گاهی این افراد پس از مذاکره با گروه‌های سیاسی، حاضر به ورود به ائتلاف می‌شوند. این افراد را از قلم نیاندازید. آن‌ها می‌توانند بخش زیادی از اعتماد عمومی و رأی بالقوه را به سمت کمپین شما هدایت کنند. لذا در شهرهای کوچک و روستاها که جناح‌بندی‌ها و مرزبندی‌های سیاسی رنگ و بوی کمتری دارند، شیوه‌های ائتلافی بدین صورت بیشتر کاربرد خواهد داشت.

• گام سوم: مذاکره

حال که افراد موردنظر را انتخاب کردید، باید خود را برای مذاکره آماده کنید. دو راه برای مذاکره پیش رو دارید:

- **مذاکره مستقیم:** در این روش خود شما به عنوان نامزد انتخاباتی با دیگر نامزدهای لیست موردنظر خود ارتباط گرفته و دیدگاه خود مبنی بر ایجاد ائتلاف را با آنان مطرح می‌کنید. بر اساس این موارد پیش بروید:



- پیش از تماس برای مذاکره، از یکی از معتمدین نزدیک به خود بخواهید که قرار تماس تلفنی را با فرد یا افراد موردنظر (به صورت جداگانه) تنظیم کند.
- شما با فرد یا افراد موردنظر تماس تلفنی گرفته و دیدگاه اولیه خود برای ائتلاف را با آنان مطرح کرده و می‌گویید که قصد دارید برای صحبت درباره جزئیات کار، با آنان دیداری خصوصی داشته باشید.
- ابتدا با افراد مطرح با مقبولیت و احتمال پیروزی بالا تماس بگیرید. جذب این افراد به ائتلاف، کمک خواهد کرد تا جذب افراد دیگر به ائتلاف بسیار ساده پیش رود و حتی نامزدهای زیادی خواهان پیوستن به ائتلاف شما باشند. و حتی ممکن است جریان‌های سیاسی نیز بخواهند که شما دیدگاه آنان را نمایندگی کنید و در مقابل از شما حمایت سیاسی کنند.
- شروع مذاکره برای ائتلاف را با افراد مسن و یا زنان آغاز کنید. این افراد برای کمپین شما اعتبار بیشتری به همراه خواهند داشت.
- هنگام مذاکره، تمرکز خود را بر روی داشته و توانایی‌های کمپین شخصی خود بگذارید و با دادن بخش اندکی از ایده‌های خود (و نه همه آن) آنان را به پیوستن به کمپین‌تان، تشویق کنید. هنگامی که دیگر نامزدها بدانند که شما دیدگاه و ایده جدید و کارآمد و جذابی دارید، به همکاری با شما مشتاق خواهند شد. این ایده‌ها می‌تواند ترکیبی پیرامون شیوه‌های ارتباط‌گیری با رأی‌دهندگان و اهداف پس از پیروزی در انتخابات باشد.
- هیچ‌گاه با افرادی بیشتر از میزان مورد نیاز، وارد مذاکره نشوید. زیرا کنار گذاشتن افرادی که قبلاً با آن‌ها برای کمپین ائتلافی مذاکره کرده‌اید، موجب دشمنی و دلخوری خواهد شد. البته این میزان مورد نیاز، دو نفر بیشتر از تعداد کرسی‌ها خواهد بود. چرا که باید افرادی را به عنوان جایگزین



احتمالی افرادی که ردصلاحیت شوند و یا انصراف می‌دهند، در نظر داشته باشید. افراد ذخیره باید از ابتدا در جریان این تصمیم شما باشند.

- کل پروسه مشخص کردن اعضای ائتلاف و مذاکره با افراد را طی یک هفته تا ۱۰ روز انجام دهید. زیرا زمان اندکی برای پیگیری دیگر امور کمپین در اختیار دارید. هماهنگی با اعضای دیگر ائتلاف و تصمیم‌گیری برای تمامی موارد، پروسه‌ای زمان‌بر خواهد بود.

○ مذاکره غیرمستقیم:

- در این شیوه، فردی معتمد، معتبر، نزدیک به شما، و شناخته شده، این وظیفه را برعهده می‌گیرد. آن فرد معتمد، خود محوریت کار را برعهده باید بگیرد و حتی ممکن است در نهایت از او بخواهید که مدیریت کل کمپین را برعهده گیرد. لذا هنگام انتخاب این فرد، شخصی را در نظر بگیرید که هم از مقبولیت نسبی نزد دیگر اعضای احتمالی ائتلاف برخوردار باشد و هم توانایی مدیریت کل این پروسه را داشته باشد.
- در این شیوه، شما محوریت مستقیم نداشته و وظیفه امور را به فرد معتمد واگذار می‌کنید. اما تمام اصول اولیه و بررسی دیگر نامزدها به عهده شما خواهد بود.



تمرین:

- پیرامون خود جستجو کنید و فردی را که واجد شرایط مذاکره غیرمستقیم است را انتخاب کنید. مهم‌ترین معیارهای شما برای انتخاب این فرد چه بوده؟ این فرد تا چه میزان با دو نامزد احتمالی موردنظر شما در جدول تمرین‌های قبل نزدیکی و امکان تعامل دارد؟

.....

.....

.....

.....

- با یکی دیگر از اعضای گروه خود، وارد گفتگو شده و با بیان بخشی از دیدگاه‌ها و انگیزه‌های خود برای ورود به عرصه انتخابات، شیوه گفتگو با یک نامزد احتمالی را تمرین کنید. از فرد مقابل خود بخواهید که شما را با پرسیدن سوالاتی درباره میزان اطمینان از موفقیت کار ائتلافی و یا برنامه‌های شخصی، به چالش بکشد.



بخش ششم: ورود به یک ائتلاف

در این بخش شما به عنوان نامزد بالقوه برای ورود به یک ائتلاف انتخاب شده‌اید. شما محوریت ایجاد آن را در دست نداشته اما نظر مثبتی در باب حضور در کمپین ائتلافی را دارید. هنگامی که افراد و یا جناح‌های سیاسی برای پیوستن شما به یک کمپین ائتلافی، وارد مذاکره می‌شوند.

- همان معیارهایی که برای همکاری با نامزدهای احتمالی در بخش قبل مورد توجه قرار دادید را، در این ائتلاف نیز مورد توجه قرار دهید.
- پیش از دادن هرگونه پاسخ مثبت یا منفی، شما نیازمند انجام تحقیقات هستید. همه موارد تحقیقات مربوط به گام اول بخش ایجاد ائتلاف را برای افراد این ائتلاف نیز انجام دهید.
- در کنار ابراز تمایل به ورود به ائتلاف، معیارهای خود را برای پیوستن به این ائتلاف بیان کنید. این معیارها باید مواردی باشد که به تحقق ایده‌ها و شعارهای شما برای کار کمپین، کمک کند. کمپین ائتلافی باید به شما برای تحقق ایده‌ها و افکارتان، کمک کند و نه اینکه مانعی برای تحقق آنان باشد.
- از ساختار مالی و تبلیغاتی کمپین اطمینان حاصل کرده و از آنان بخواهید که برنامه‌ای عملی و دقیق برای هر بخش به شما ارائه دهند.



- از میزان همدلی، اعتماد و نزدیکی تمام نامزدهای ائتلاف، اطمینان حاصل کنید. بروز اختلاف میان نامزدها طی دوران کمپین، ضربه‌ای جبران ناپذیر خواهد بود.
- تمام معیارهایی که برای کار ائتلافی همچون وجود هیات حل اختلاف و دارا بودن نماینده‌ای امین برای هر نامزد و مواردی از این دست را در نظر بگیرید.
- تعهدات خود برای ورود به این ائتلاف را جویا شوید. اهداف جریان‌های سیاسی صرفاً در کسب کرسی انتخاباتی نیست. بلکه به دوره‌های بلند مدت‌تر و همکاری متقابل می‌اندیشند. لذا باید از قبل از میزان خواسته‌ها و تعهدات متقابل آگاهی یافت.



بخش هفتم:

وضع آیین‌نامه و مرام‌نامه

از مهم‌ترین بخش‌های هر کمپین ائتلافی، قانونی و آیین‌نامه‌ای است که بر آن وضع می‌شود. تعدد افراد و منافع فردی و سیاسی هر نامزد، آنقدر قوی و قدرتمند است که می‌تواند نزدیک‌ترین ارتباطات و تعهدات را نیز به چالش بکشد. لذا نگارش قوانین و مقررات مورد توافق و قابل اجرا برای همه نامزدهای احتمالی ائتلاف، از مهم‌ترین امورات است.

این قوانین به شما کمک می‌کند که با کمترین نگرانی نسبت به مشکلات درونی کمپین ائتلافی، نگاه به برنامه‌های تبلیغاتی خود و سخنرانی‌ها و دیگر امورات داشته باشید.

- برخی از این قوانین را درج کرده و البته بسته به مکان و انتخاباتی که شما نامزد آن خواهید شد، می‌تواند مواردی به آن اضافه و یا تغییراتی در آن داده شود.

آیین‌نامه:

- همه اعضای ائتلاف باید به یک اندازه در تعهدات خود نسبت به تامین منابع مادی، غیرمادی و انسانی وفادار باشند.



- همه اعضای ائتلاف باید به صورت مشترک و هماهنگ، امور تبلیغاتی خود را پیاده‌سازی کنند.
- مدیر کمپین در نهایت آخرین تصمیم را بر اساس نظر کلی افراد خواهد گرفت.
- هیات حل اختلاف مورد تأیید همه اعضای ائتلاف، تشکیل و در مواقع بروز اختلاف، نظر نهایی را صادر و مورد قبول همه افراد واقع شود.
- تخریب و یا زیر سوال بردن دیگر اعضای ائتلاف ممنوع است.
- گروه‌بندی داخلی داخل یک ائتلاف ممنوع است.
- شیوه‌های تبلیغاتی، میزان زمان برای سخنرانی، و حجم تبلیغات محیطی، باید به صورت یکسان و مورد توافق همه اعضا باشد.
- ترتیب نوشتن اسامی باید مورد توافق قرار گیرد (ترتیب حروف الفبای فامیل و یا ترتیب سنی)
- هر کدام از نامزدها بتوانند برای حوزه تخصصی خود، وقت، تبلیغات و پیام مشخص و جداگانه‌ای داشته باشند. به طور مثال، نامزدهای زن در ائتلاف، تمایل بیشتری خواهند داشت تا پیرامون موضوع زنان و مشکلات آنان سخنرانی کنند.
- پیرامون تبلیغات مازاد برای هر نامزد، تصمیم‌گیری از قبل گرفته شود. ممکن است برخی از نامزدها به دلیل ناشناخته بودن و موارد دیگر، مایل باشند که حجم بیشتری از تبلیغات را برای خود انجام دهند.
- گروهی نظارتی با ترکیبی مشترک از نمایندگان همه نامزدها، برای نظارت بر امور کمپین، در نظر گرفته شود.
- جلساتی دایمی و گروهی برای هماهنگی همه اعضای ائتلاف به صورت هر چند روز یکبار برگزار کنید.



- در جلسات عمومی، همه اعضای ائتلاف باید حضور داشته باشند.
- همه اعضای ائتلاف باید زمان مشخصی و مورد توافقی را در محل ستاد مرکزی صرف کنند.
- ترکیب کمیته‌ها باید به توافق همه اعضای ائتلاف برسد.
- در شهرهای بزرگ می‌توان از ترکیب ستادهای ائتلافی و فردی استفاده کرد. بدین صورت که همه اعضای ائتلاف یک ستاد مشترک داشته باشند و هر کدام از آن‌ها نیز بنا به تشخیص خود، ستادی جداگانه نیز داشته باشند. با این تفاوت که هنگام تبلیغات اختصاصی برای هر فرد، لوگو و ترکیب رنگ و گرافیک و گاهی عکس دیگر اعضای ائتلاف درج، اما سایز عکس نامزد مورد نظر، بزرگتر درج شود.



(نمونه تبلیغات انفرادی در قالب تبلیغات ائتلافی - انتخابات مجلس اسفند ۱۳۹۴)

(نمونه تبلیغات انفرادی در قالب تبلیغات ائتلافی - انتخابات مجلس ۱۳۹۴)

- اسم، شعار، ترکیب رنگ، عکس یکسان برای همه تبلیغات فردی و گروهی در نظر گرفته شود.
- تدوین برنامه‌ای جامع و هدفمند برای پیش و پس از انتخابات. محتوای این برنامه جامع شامل دیدگاه و برنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است که تشریح‌کننده شعارها و برنامه‌ها و سخنرانی‌های شما در پیش، و نیز اقدامات و تصمیم‌گیری‌های شما در پس از انتخابات باشد.^{۱۱}

^{۱۱} (نمونه برنامه‌ها) <http://booyebaran.ir/?p=27741>



نمونه‌ای از این برنامه برای ائتلاف «کاندیداهای مستقل سراسر کشور» مجلس در سال ۱۳۹۴ به صورت زیر است:

■ **اصول ائتلاف:**

۱. اعتقاد به حاکمیت الهی و دین مبین اسلام با احترام به ادیان الهی؛
۲. التزام به قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، به عنوان میثاق ملی؛
۳. اعتقاد به اهداف و ارزش‌های انقلاب اسلامی و حاکمیت ولایت فقیه؛
۴. صیانت از استقلال و تمامیت ارضی جمهوری اسلامی ایران.
۵. تعهد به اخلاق اسلامی و ارزش‌های راستین انسانی در فعالیت‌های سیاسی و ترویج آن؛

۶. اولویت به منافع ملی در تصمیم‌گیری‌های سیاسی، به دور از منافع غیرقانونی شخصی، جناحی، گروهی و توقعات غیرقابل توجیه منطقه‌ای؛

■ **اهداف ائتلاف:**

۱. شناسایی، همفکری و سازماندهی کاندیداهای مستقل حوزه‌های انتخابیه سراسر کشور در قالب یک ائتلاف انتخاباتی برای پیروزی در انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی؛
۲. بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای برای معرفی برنامه‌های کاندیداهای مستقل سراسر کشور به مخاطبان؛ مبتنی بر رعایت اصول حرفه‌ای و اخلاقی و صرفه‌جویی در هزینه‌های احتمالی؛ (با تکیه بر تجربیات ائتلاف کاندیداهای مستقل در انتخابات مجلس هشتم)



۳. بسترسازی برای مشارکت اعضای ائتلاف در تصمیم‌گیری و تدوین طرح‌های مجلس نهم، از طریق ارائه آراء و دیدگاه‌های کارشناسی و علمی به کاندیداهای راه یافته به مجلس.

■ محورهای ائتلاف:

۱. اعتقاد به لزوم تحول در به کارگیری نیروهای انسانی در حوزه کلان سیاسی و قاعده‌مندسازی آن بر اساس شایسته‌سالاری و توسعه سازوکارهای قانونی مشارکت سیاسی نخبگان علمی؛ بر مبنای طرح «رئیس جمهور ایرانیان».

۲. اولویت به مسائل اجتماعی و اقتصادی داخلی و تلاش برای بهبود وضعیت معیشت عموم مردم ایران، با محور قرار دادن نهادهای اجتماعی و تشکیل «وزارت خانواده».

۳. تلاش برای ارتقای جایگاه سیاسی ایران در منطقه و نظام بین‌الملل بر اساس فرهنگ و تمدن اسلامی - ایرانی منحصر بفرد آن، با اولویت به همگرایی نوین منطقه‌ای در سیاست خارجی، در قالب طرح «اتحادیه کشورهای وارث تمدن ایرانی».

۴. تلاش برای قانونمندسازی «نظارت همگانی» (مصرح در اصل هشتم قانون اساسی) در جامعه و نهادینه‌سازی پاسخ‌گویی و رجوع به خرد جمعی در تصمیم‌گیری‌های کلان، برای پیش‌گیری از مفاسد اقتصادی، اداری و سیاسی.



۵. مشارکت صاحب‌نظران و فعالان اقتصادی در تصمیم‌گیری و اجرا، در سه بخش خصوصی، تعاونی و دولتی، برای فراهم‌سازی بسترها و امکانات فعالیت اقتصادی همه نیروهای آماده به کار و فعال کشور؛

۶. استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های همه نخبگان و فعالان حوزه فرهنگ، ادب و هنر در ارتقای هویت فرهنگی و پاسداری از ارزش‌های دینی، قومی و محلی سراسر کشور در سه حوزه تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و اجرا.

● هنگامی که تعداد اعضای مستعد برای پیوستن به ائتلاف، بیشتر از تعداد کرسی‌ها بود، معیار نظرسنجی در شهرهای بزرگ و یا انتخابات درون‌گروهی و درون‌تشکیلاتی در شهرهای کوچک را می‌توان استفاده کرد.

تمرین: تصور کنید که با جمعی از زنان و مردان شهر و یا روستای محل سکونت خود، قصد دارید تا در انتخابات به صورت ائتلافی شرکت کنید. در ۲۰ بند، قوانینی را طرح کنید که در آن تمام حدود یک کمپین در نظر گرفته شده باشد. این حدودها باید شامل شیوه‌های تامین منابع مالی، تبلیغات، راه‌های دیگر ارتباط‌گیری با رأی‌دهندگان، حجم منابع موردنیاز، و نیز راه‌های تامین آن باشد.





www.yaldanetwork.com

www.facebook.com/yaldanetwork

www.aparat.com/yaldanetwork

telegram.me/yaldanetwork

© 2016 Yalda Network

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شبکه یلدا است.