

رئیس یک کمپین کیست و چه می کند؟





رئیس یک کمیٹن کیست و

چہ مے کند؟

نویسنده: آرش غفوری

رئیس یک کمپین کیست و چه می کند؟

یک کمپین انتخاباتی با کاندیداتوری یک نامزد آغاز می شود؛ اما این تازه اول راه است. برای پیروزی در انتخابات، شما علاوه بر کاندیدای خوب، پیام مناسب، شرایط انتخاباتی و ...، به یک ساختار سازمانی مناسب هم احتیاج دارید. ساختاری که بتواند پیام کمپین شما را به مخاطبان هدف گذاری شده و به صورت بهینه ای برساند. تشکیل چنین ساختاری، وظیفه رئیس کمپین انتخاباتی است.

رئیس کمپین، مسئول اجرای بهینه فعالیت های روزانه یک کمپین است. این فعالیت های روزانه، منطبق بر استراتژی های کلی یک کمپین است که توسط کاندیدا، مشاوران وی، استراتژیست های کمپین و مدیر کمپین طراحی و تصویب شده است. او باید نسبت به ساختار کمپین و روابط اعضای ستاد، شناخت درستی داشته باشد و حداقل در یکی از ارکان هر کمپین انتخاباتی مانند نظرسنجی، تولید پیام و فعالیت های میدانی متخصص باشد.

رئیس کمپین در عین حال بیشترین ارتباط را با عناصر میدانی و عملیاتی ستاد برعهده دارد. یعنی کسانی که به صورت روزمره در حال انتقال پیام کمپین به مخاطبان هستند. به همین دلیل، این افراد باید نسبت به تخصص و تجربه مدیر کمپین برای اداره آن اطمینان داشته باشند، در غیر این صورت رئیس کمپین را جدی نخواهند گرفت. مدیر کمپین باید از آگاهی کافی در خصوص مسائل سیاسی و جریان های اصلی کشور یا منطقه ای که در آن مسئول اجرای کمپین است هم، برخوردار باشد و بتواند با آنها ارتباط خوبی ایجاد کند. یک رئیس کمپین خوب، رئیسی است که دفتر یا میز کارش در میان اعضای تیم کمپین است. مدیر خوب، اتاق ویژه با وسائل خاص به منظور پذیرایی از مهمانان و ... را ندارد. مدیر خوب برای اداره کمپین وقت محدودی دارد که در بدترین حالت می تواند آن را به پذیرایی از مهمانان خود اختصاص دهد.

یک کمپین انتخاباتی یک شرکت ساختمانی یا اداره دولتی نیست. ذات کمپین در سرعت، پاسخ سریع به تهدیدها و استفاده از فرصت ها خلاصه می شود. به همین دلایل، روابط سازمانی نباید به گونه ای باشد که برای پیشرفت یک کمپین مانع ایجاد

کند. در این لینک، عکسی از دفتر مرکزی کمپین بیل کلینتون در سال ۱۹۹۲ را می بینید. فردی که در مرکز این تصویر است جمیز کارویل، مدیر کمپین انتخاباتی بیل کلینتون است که میز کارش در کنار سایر اعضای تیم قرار دارد. آقای کارویل معتقد است مدیر یک کمپین نباید در اتاق در بسته بنشیند، او باید در میان تیم خود و به همراه تیم خود باشد.

وظایف کلی مدیر کمپین در انتخابات ثابت است و ربطی به نوع انتخابات ندارد. اما طبیعی است که اگر سطح انتخابات محلی باشد نسبت به انتخابات ملی، حجم وظایف و پیچیدگی آن هم کمتر خواهد بود. در انتخابات محلی، مثلاً در سطح شهرستان ها، مدیر کمپین باید این شهرستان را خوب بشناسد. بهتر است که حتی اهل محل هم باشد (هرچند این امر ضروری نیست، به عبارت بهتر اگر ۲ نفر با تخصص های یکسان وجود داشته باشند که یکی اهل شهرستان هست و دیگری نیست، کسی که اهل شهرستان است اولویت دارد. اما اگر فرد متخصصی که اهل شهرستان نیست، پیدا شود ترجیح این است که او انتخاب شود).

رابطه میان نامزد انتخاباتی و رئیس کمپین هم یکی دیگر از موضوعات مهم و قابل توجه در کمپین هاست. یک کاندیدا باید به رئیس کمپین خود اطمینان داشته باشد و اگر ذره ای عدم اطمینان میان این دو برقرار است بهتر است که فردی دیگری را برای ریاست کمپین انتخاب کند. رئیس کمپین فردی در قامت مشاور نیست. مشاوران، آرا و نظرات مختلف دارند و آنرا با کاندیدا یا سایر اعضای تیم کمپین در میان می گذارند. اما رئیس کمپین منطقاً نمی تواند برنامه ای را اجرا کند که با آن مخالف است؛ چون در این صورت پس از شکست احتمالی مسئولیتی متوجه او نخواهد بود. شما به عنوان یک نامزد، یا به رئیس کمپین خود اعتماد دارید یا ندارید. اگر به او اعتماد دارید باید در اجرای فعالیت های کمپینی کار را به رئیس کمپین بسپارید. اگر هم اعتماد ندارید زودتر عذر او را بخواهید و کسی را به کار بگمارید که با شما هم نظر باشد. برای اینکه بدانید رئیس یک کمپین انتخاباتی برای این کار مناسب است یا نه، فقط یک ملاقات با او کافی است. بعد از این ملاقات از خودتان سؤال های زیر را پرسید:

- آیا آقا یا خانم رئیس، اتاق ویژه و جدا از تیم کمپین دارد؟
- آیا آقا یا خانم رئیس دارای کارتابل ویژه، رئیس دفتر، اتاق انتظار ملاقات کنندگان و ... هست؟
- آیا اتاق آقای رئیس، دارای مبلمان اداری به سبک مدیران ادارات و ... هست؟
- آیا اگر درخواستی از رئیس کمپین می کنید، آن را به روابط اداری و سلسله مراتب وقت گیر رجوع می دهد؟
- در بحث و صحبت با او، آیا به این نتیجه می رسید که درک درستی از مناسبات سیاسی، گروه های سیاسی، ارتباط آنها و ... ندارد؟
- آیا تاکنون تجربه کار میدانی در کمپین نداشته است؟
- آیا استاد دانشگاه است؟

اگر پاسخ به اکثر سئوالات بالا مثبت است، حتما با مدیر خوبی طرف نیستید. دلیل مطرح کردن سؤال های بالا در این است که این موارد را در کمپین های ایرانی به مراتب می بینیم. بگذارید یک مثال بزنم. قربان بهزادیان نژاد، رئیس ستاد انتخاباتی میرحسین موسوی در انتخابات ۸۸ بود. ایشان هیچ کدام از صفات یک مدیر کمپین را نداشت، جز اینکه نامزد انتخابات یعنی آقای موسوی به ایشان اعتماد داشت حال آنکه اعتماد نامزد و رئیس ستاد به یکدیگر، تنها یکی از جنبه های مهم در هر کمپین است. پاسخ هر هفت سؤال بالا در مورد ایشان، مثبت بود. تعلل آقای بهزادیان نژاد در اجرای برنامه "تبلیغات در به در" در روستاها و عدم درک اهمیت آن از سوی ایشان، از جمله خطاهای کمپین انتخاباتی میرحسین موسوی در انتخابات ۸۸ به حساب می آمد. درحالیکه مدیر یک کمپین باید بداند چگونه از کوچک ترین فرصت ها به نفع اهداف کمپین استفاده کند. در سال ۲۰۰۴، کارل رو، استراتژیست کمپین جرج بوش به این نتیجه رسید که آقای بوش برای پیروزی باید مشارکت سفیدپوستان مذهبی را افزایش دهد، چون در غیر اینصورت انتخابات را خواهد باخت. به همین دلیل او در ایالت های سرنوشت ساز که تعداد سفیدپوستان مذهبی در آنها زیاد بودند، با تاکید بر مخالفت بوش با ازدواج همجنس گرایان و فرستادن نیروهای داوطلب به این مناطق، آنها را تشویق کرد به آقای بوش رای دهند. از جمله این ایالت ها کلروادو بود که در سال ۲۰۰۴، جرج بوش با اختلاف ۱۰۰ هزار رای در آن پیروز شد. کلروادو در انتخابات پس از سال ۲۰۰۴ به دموکرات ها رای داده است.

عده ای ممکن است به سؤال آخر (اینکه آیا استاد دانشگاه است یا خیر) ایراد داشته باشند. البته در اینجا منظور افرادی است که شغل اصلی شان کار دانشگاهی است و نه کسانی که به عنوان افراد حرفه ای، یک یا دو کلاس دانشگاهی هم دارند. در ایران مصطلح است که این عنوان "استاد دانشگاه بودن" یا داشتن مدرک دکتری سیاسی و موارد مشابه به عنوان یک مزیت در کمپین ها مورد استفاده قرار می گیرد. ماهیت کار دانشگاهی در ایران فعالیت های تئوریک و انتزاعی است. در حالی که یک رئیس کمپین انتخاباتی کار میدانی می کند. به اصطلاح پای کار است. شما کمتر استاد دانشگاهی را می توانید پیدا کنید که در ایران پای کار باشد. از آنها البته در سطح مشاور یا در موارد استثنا استراتژیست، می توانید استفاده کنید اما ریاست ستاد انتخاباتی خود را هرگز به یک استاد دانشگاه نسپارید.

البته توجه کنید این که گفته می شود مدیر اتاق دارد یا ندارد و یا منشی و دفتر دارد یا ندارد به این معنی نیست که هر مدیری که اتاق جداگانه در کمپین داشته باشد حتما مدیر خوبی نیست. مقصود اصلی از طرح این موارد اینست که اگر سطح دسترسی شما به عنوان یک عضو کمپین به مدیر کمپین آسان نباشد، معنی اش این است که حتما با مدیر انتخاباتی خوبی طرف نیستید. این یک نکته حیاتی است که روسای کمپین های انتخاباتی باید به آن توجه داشته باشند.

سازمان غیردولتی و ناسودبر «عرصه سوم» در سال ۱۳۸۹ / ۲۰۱۰ در آمستردام (هلند) بنیان نهاده شد و به ثبت رسید. این سازمان به کوشش گروهی از کنش‌گران مدنی و شخصیت‌های علمی ایرانی و غیرایرانی در هلند با اهداف زیر شکل گرفته است:

- ترویج و گسترش اندیشه‌های مدنی، صلح‌آمیز، دموکراسی و حقوق بشر
- ظرفیت‌سازی سازمان‌ها، کنشگران جامعه مدنی و مدافعان حقوق بشر
- ترویج و گسترش اخلاق مدنی و فرهنگ کارهای داوطلبانه
- آسان‌سازی دسترسی، گردش و مبادله آزاد اطلاعات
- و ایجاد فضایی مناسب برای تبادل نظر، گفت‌وگو بین کنش‌گران جامعه مدنی و دیگر گروه‌های اجتماعی

از دیدگاه پایه‌گذاران «عرصه سوم»، جامعه مدنی قانون مقاومت، تهدید قدرت سیاسی و عرصه قدرت‌یابی شهروندان است. جامعه مدنی مرکز بروز خلاقیت‌ها، ابتکارات تازه اجتماعی و مدرسه آموزش و تمرین دموکراسی، تساهل، مدارا، شهامت و اخلاق مدنی است. جامعه مدنی همچنین قانون تولید، انباشت سرمایه اجتماعی و عرصه آزادی، رهایی و برابری است.



www.darsahn.org



[Minahassastraat 1
1092 RS, Amsterdam
The Netherlands]

[www.arsehsevom.net
contact@arsehsevom.net
press@arsehsevom.net]