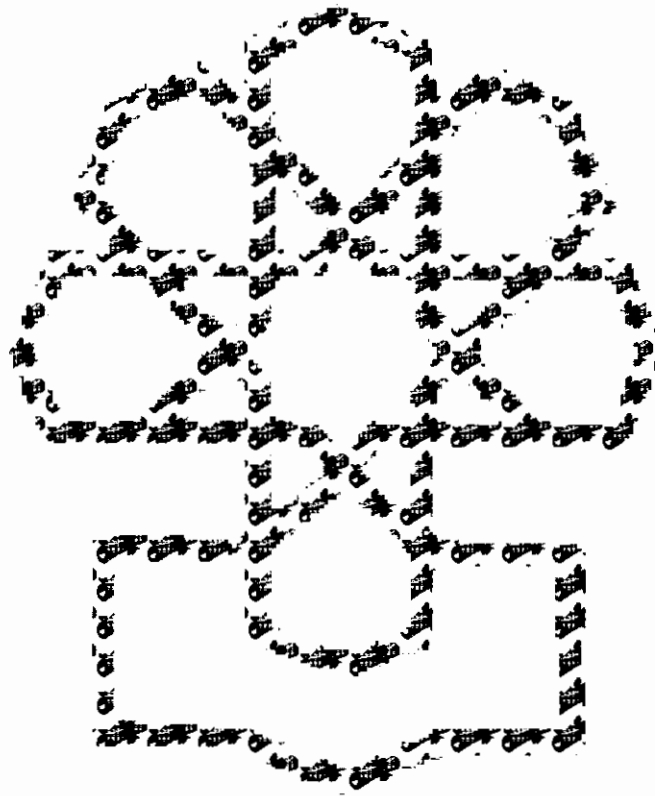




تئوری تبلیغات انتخاباتی (۳۸)

نقش مرامنامه‌های حزبی در مبارزات انتخاباتی



معاونت پژوهشی

اسفند ۱۳۷۸

کار: دفتر مطالعات سیاسی و اجتماعی

کد گزارش: ۵۵۰۵۴۰۲

بسمه تعالی

تئوری تبلیغات انتخاباتی (۳۸)
نقش مرامنامه‌های حزبی در مبارزات انتخاباتی

کد گزارش: ۵۵۰۵۴۰۲

فهرست مطالب

۲	مقدمه
۲	فصل اول- نقش مرامنامه‌های حزبی
۳	فصل دوم- روش و جمع‌آوری اطلاعات و تدوین مرامنامه‌های حزبی
۴	فصل سوم- تنوع موضوعات مطرح شده در مرامنامه حزبی
۵	فرصت‌ها
۵	مسئولیت
۵	امنیت و صلح و آزادی

محققان انتخابات از دیرباز دو عامل بسیار مهم را در تعیین رفتار رأی دهندگان دخیل می دانسته اند: بررسی عملکرد گذشته داوطلبان انتخاباتی یا احزابی که به آنها وابسته بودند و وعده وعیدهایی که آنها در زمان مبارزات انتخاباتی به رأی دهندگان می دادند و متعهد می شدند که در صورت انتخاب شدن، آن سیاست ها را اعمال کنند.^(۱) موضوع این تحقیق وعده هایی است که معمولاً انعکاس دهنده سیاست های کلان احزابی که آن داوطلبان انتخاباتی را معرفی کرده اند.

فصل اول - نقش مرامنامه های حزبی

در اسنادی با عنوان مرامنامه حزبی^(۲)، پیش از انتخابات گردآوری و منتشر می شود و در مبارزات انتخاباتی محور اصلی تبلیغات قرار می گیرد. در تحقیق حاضر در صدد برآمدیم که تأثیر مرامنامه های حزبی را در رقابت های انتخاباتی بررسی کنیم، همچنین به روال نگارش مرامنامه های حزبی و تنوع موضوعاتی که معمولاً در این اسناد مورد توجه قرار می گیرد، اشاره می کنیم. از آنجا که تحقیقات جامعی در این زمینه انجام نشده مرامنامه حزبی حزب دمکرات در امریکا را مبنا قرار داده ایم و تنوع موضوعات را در آن بررسی کردیم. مرامنامه های حزبی، مهم ترین اسنادی است که یک حزب سیاسی ارائه می کند. مرامنامه حزبی حاکی از موضع اصلی آن حزب است؛ زیرا در این اسناد دلایلی که رأی دهندگان به داوطلبان آن حزب رأی می دهند، به وضوح بیان شده است. ولی به نظر می رسد که این اسناد هیچ ضمانت اجرایی ندارد و چند برگی کاغذ بی ارزش است. دانشمندان علوم سیاسی به خوبی به این تناقض واقف اند. کسانی که مسئولیت سیاسی احزاب را قبول دارند، مرامنامه های حزبی را اساس و در کانون توجه جلسات و سیاست گذاری های حزبی می دانند. به نظر آنها همین اسناد است که به سؤالات اصلی رأی دهندگان در انتخاب کاندیدای حزب مورد نظرشان پاسخ می دهد و همچنین مبنایی را برای سیاست گذاری های حزب برنده، فراهم می کند. رأی دهندگان می توانند با مقایسه شعارهای منعکس شده در مرامنامه حزبی و عملکرد آینده آنها درباره آن حزب و انتخابات بعدی، تصمیم گیری کنند. «جرالد پومپر» و «جف فیشر» برای مرامنامه های حزبی ارزش زیادی قائل شده اند. به نظر آنها مهم ترین مشخصه احزاب سیاسی مرامنامه های آنهاست و به واسطه همین اسناد است که سیاست گذاری ها و جهت گیری های اصلی آنها، معلوم می شود. به بیان واضح تر می توان حوادث پس از انتخابات را با بررسی این اسناد پیش بینی کرد.^(۳)

البته محققان دیگری برای این باورند که خواندن مرامنامه های حزبی راه درستی برای تعیین رویدادهای پس از انتخابات نمی باشد. موریس فیئرینا و محققان دیگر معتقدند که اعمال گذشته یک داوطلب انتخاباتی بهترین راه برای قضاوت درباره نحوه عمل او خواهد بود و وعده های قبل از انتخابات معیار نیست. اما

* این گزارش، ترجمه و تلخیص مقالات زیر است:

- 1- David M.Farrel, University of Manchester June 1998, Political Consultancy Overseas: The Internationalization of Campaign Consultancy.
- 2- Stephen K.Medvic, old Dominion University, June 1998, The Effectiveness of the Political Consultant as a Campaign Resource.
- 3- James A. Thurber, American university, June 1998, A state of Candidates, a Recession of Economists, an Advice of Consultants .

صرف نظر از آنچه به صورت مکتوب در مرامنامه‌های حزبی آمده، چند نفر از رأی‌دهندگان واقعاً وعده و وعیدهای مبارزات انتخاباتی را باور خواهند کرد؟
با وجود این، پومپر با بیان عبارت ذیل ما را از بی‌ارزش تلقی کردن مرامنامه‌های حزبی بر حذر دانسته است:

«در یک نظام دو حزبی ممکن است برای احزاب معقول به نظر برسد که در بیان موضوعات مهم اظهار نظر دقیقی نداشته باشند تا بدین وسیله حمایت گروه‌های متنوعی از رأی‌دهندگان را جلب کنند. با این همه چنین ابهام‌هایی را رأی‌دهندگان بی‌پاسخ نمی‌گذارند و چنانچه در دریافت پیام داوطلبان انتخاباتی با مشکل روبه‌رو شوند، در حمایت خود تجدید نظر خواهند کرد... از این رو مرامنامه‌های حزبی باید دقیق، مشخص و متقاعد کننده باشد.»^(۵)

فصل دوم- روش جمع‌آوری اطلاعات و تدوین مرامنامه‌های حزبی

در بسیاری از جهات روش رسمی نگارش مرامنامه‌های حزبی در انتخابات مختلف متفاوت است. این اختلاف در احزاب مختلف و در مقایسه‌ای بزرگ‌تر بین کشورها نیز به وضوح دیده می‌شود. اما نقطه مشترک در همه آنها پیش نویس‌های مختلفی است که برای مرامنامه‌های حزبی تهیه می‌شود. همچنین افراد مؤثر در نگارش این پیش نویس در تعیین و شکل‌گیری مرامنامه حزبی اهمیت زیادی دارند. در تحقیق مایسل درباره مقایسه مراحل نگارش مرامنامه‌های حزبی در حزب دمکرات و جمهوریخواه امریکا، به موارد زیر اشاره شده است:

- ۱- انتصاب اعضای کمیته نگارش مرامنامه حزبی؛
- ۲- جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف؛
- ۳- جمع‌آوری پیش نویس‌هایی که اعضا معرفی کرده‌اند؛
- ۴- تعیین پیش نویسی که کمیته نگارش با استفاده از نظریات اعضا تدوین می‌کند؛
- ۵- جرح و تعویل پیش نویس و تصویب نهایی آن.^(۵)

یکی از مباحثی که در این زمینه اهمیت بیشتری دارد، ارتباط مؤسسات تحقیقاتی سیاست‌گذاری یا خزانه‌های اندیشه^(۶) با احزاب سیاسی و داوطلبان انتخاباتی در تدوین مرامنامه‌های حزبی است. براساس تحقیقی که انجام شده، یک سال قبل از انتخابات ریاست جمهوری ۱۹۹۶ در امریکا ارتباطات نزدیکی بین داوطلبان انتخاباتی و تعدادی از این مؤسسات تحقیقاتی سیاست‌گذاری برقرار شد. همکاری و ارتباط طولانی بت یوشمن با مؤسسه راکفورد در ایلینویز، ارتباط شخصی و شغلی آلن کیز با مؤسسه بنگاه‌های امریکایی و رابطه مستمر باب دال با تعدادی از خزانه‌های اندیشه در واشنگتن، مثل مؤسسه بنگاه‌های امریکایی و بنیاد میراث در امریکا، از مصادیق بارز ارتباط و اتکای داوطلبان انتخابات ریاست جمهوری با مؤسسات سیاست‌گذاری است. طی سال‌های ۱۹۰۷ تا ۱۹۵۰ تعداد این مؤسسات در امریکا از ده - دوازده عدد تجاوز نمی‌کرد. با وجود این در اوایل دهه ۸۰ فقط در واشنگتن بیش از یکصد مؤسسه تحقیقاتی سیاست‌گذاری فعالیت می‌کردند و چند صد مؤسسه دیگر از این قبیل در امریکا وجود داشت. در اواخر دهه و اوایل دهه ۷۰ دانشگاهیان محافظه کار به آنچه تسلط فزاینده تعصبات لیبرالی در میان دانشگاه‌های امریکا

تقسیم‌بندی دیگر، دمکرات‌ها (۸۴درصد به کلیتون، ۱۰درصد به دال و ۵درصد به پرو)؛ جمهوری خواهان (۸۰درصد به دال، ۱۳درصد به کلیتون و ۶درصد به پرو) و در نهایت کسانی که خود را وابسته و هوادار به هیچ یک از دو جناح نمی‌دانستند، بیشترین آرای خود را به (کلیتون، ۴۳درصد)، (دال، ۳۵درصد) و (پرو، ۱۷درصد) اختصاص دادند. اما جناح مذهبی بیشترین رأی خود را با (۶۵درصد به دال) اختصاص می‌دهد. نتیجه آمار بالا این گونه نشان می‌دهد که پایگاه طبقاتی کلیتون دمکرات در میان (زنان و سیاه‌پوستان و مستقل‌ها) و دال جمهوری خواه در میان (سفیدپوستان و مذهبیون) قرار دارد. این در حالی است که مردان به طور مساوی هر دو رقیب اصلی را مدنظر داشته‌اند. اما نکته جالب در اینجاست که حتی کسانی که خود را دمکرات یا جمهوری خواه می‌نامیدند، تمام آرای خود را به نامزد حزبی خود اختصاص ندادند و یک نوع نگرش محافظه کارانه داشته‌اند. در نهایت کلیتون (با ۴۹درصد آرا یا ۳۷۹ رأی انتخاباتی) بر رقبای خود (دال با ۴۱درصد و ۱۵۹ رأی انتخاباتی و پرو با ۸درصد) پیروز گشت و دومین بار به ریاست جمهوری امریکا رسید. نکته قابل توجه در زمان انتخابات این بود که نخستین بار در تاریخ سیاسی امریکا، به هنگام ریاست جمهوری یک دمکرات، جمهوری خواهان توانستند در همین سال (۱۹۹۶) بیشترین کرسی‌های مجلس سنا (با ۵۴ کرسی از ۱۰۰ کرسی) و مجلس نمایندگان را (با ۲۲۵ کرسی از مجموع ۴۳۵ کرسی) در مقابل (۴۵ و ۲۰۸ کرسی به ترتیب از آن دمکرات‌ها) به خود اختصاص بدهند.

نامیده می‌شد، انتقاد و در مقابل، نیاز به نهادهای تحقیقاتی مستقل را پیشنهاد و تشویق کردند. توماس هنری یکسون، معاونت مؤسسه هوور برابن نظر است که مؤسساتی از قبیل مؤسسه تحقیقات معاصر (۱۹۷۲)، بنیاد میراث (۱۹۷۳) و مؤسسه سی ای تی او (۱۹۷۷) برای دادن امکانات مناسب به دانشگاهیان محافظه کار جهت دنبال کردن علایق تحقیقاتی خود در محیط مطلوب تأسیس یافته و این گرایش بعد از دوران ریاست جمهوری ریگان در اعتلای خزانه‌های اندیشه محافظه کار رشد قابل توجهی یافته است. این مؤسسات که مشوق اساسی آنها رشد بی سابقه و دور از انتظار مؤسسه میراث بوده، بسیاری از متخصصان سیاست‌گذاری را در خود گردآورده و عرصه‌ای برای تضارب افکار مختلف شده است. انتقال قدرت در کنگره به جمهوریخواهان در سال ۱۹۹۴ نیز تسهیلاتی برای ظهور و بروز چند مؤسسه جدید سیاست‌گذاری از جمله مؤسسه بنگاه‌های رقابتی، شهروندان برای اقتصادی سالم و بنیاد ترقی و آزادی، فراهم کرده است. دیگر عامل مؤثر در رشد این مؤسسات، حمایت‌های مالی و معافیت‌های مالیاتی است که بر آنها اعمال می‌شود. این موضوع انگیزه‌ای قوی برای سیاست‌گذاران و رهبران سیاسی و مقامات دولتی است که خودشان دست به تأسیس این بنیادهای خصوصی بزنند. با برپایی خزانه‌های اندیشه خصوصی به صورت مؤسسات غیرانتفاعی و با به کارگیری فن‌آوری‌های پیچیده پست مستقیم، بنیان‌گذاران این مؤسسات سیاست‌گذاری توانستند حمایت شرکت‌ها، بنیادهای همسو و شهروندان را در جمع‌آوری هزارها دلار کمک در تحقیقات درباره موضوعات داخلی و خارجی مورد علاقه آنها جلب کنند. کمک نقدی به بعضی از این مؤسسات اغلب به مفهوم همکاری و دسترسی شهروندان خصوصی به تصمیم‌گیرندگان مسائل عمومی بوده است. دلیل دیگر افزایش این مؤسسات را شاید بتوان ضعف احزاب سیاسی در امریکا دانست، ولی در آلمان برخلاف امریکا، به دلیل اقتدار احزاب سیاسی، این احزاب، بنیادهایی برای تحقیقات سیاست‌گذاری ایجاد کرده‌اند. از این گذشته تقاضای روز افزون مردم برای ارائه بهتر خدمات اجتماعی این امکان را برای خزانه‌های اندیشه فراهم کرده که توصیه‌های مختلفی در برنامه‌های اقتصادی از قبیل تغییر در اداره صنایع هوایی یا به کارگیری و توسعه یک نظام دفاعی قضایی برای سیاست‌گذاران داشته باشند تا بدین طریق خزانه‌های اندیشه با شخصیت‌های ویژه‌ای که دارند خلأ سیاست‌گذاری در مسائل اجتماعی را پر کنند.^(۷)

فصل سوم - تنوع موضوعات مطرح شده در مرامنامه حزبی

با ملاحظه رویه‌های جاری احزاب در می‌یابیم که مرامنامه‌های حزبی نشان‌دهنده سیاست‌گذاری‌های واقعی حزب پس از به قدرت رسیدن نیست، بلکه همانند فرایند انتخابات، موضع‌گیری‌های شخصی داوطلب انتخاباتی دارد. داوطلبان انتخاباتی از آن حیث این موضع‌گیری‌ها را اتخاذ می‌کنند که در انتخابات موفق شوند. در اصل، این مرامنامه‌ها اهداف غایی داوطلبان و احزابی است که برای پیروزی در انتخابات به آنها متوسل می‌شوند، نه برای دستور کار سیاست‌گذاری‌های آینده خود. این موضوعات در کشورهای گوناگون و با سطوح مختلف توسعه، با یکدیگر تفاوت دارد. در اینجا از میان چند مرامنامه حزبی که اسناد آنها در دسترس قرار داشت، مرامنامه حزب دمکرات امریکا در سال ۱۹۹۶ را که شمول بیشتری داشت، برگزیدیم و اینک به موضوعات مطرح شده در آن اشاره می‌کنیم. موضوعات اساسی مطرح شده در این مرامنامه تحت سه عنوان: فرصت‌ها، مسئولیت‌ها، امنیت و صلح و آزادی،

جمع‌آوری شده و حاکی از سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی است.

فرصت‌ها

۱- رشد اقتصادی: موضوعاتی مانند: توازن بودجه، تخفیف مالیات‌ها به خانواده‌های کارگران و صاحبان مشاغل و کار و کسب‌های کوچک، به کارگیری فن‌آوری، ایجاد مشاغل از طریق توسعه تجارت در آن مطرح شده است.

۲- آموزش و پرورش: به موضوعاتی مانند: تقویت مدارس دولتی، آموزش ارزش‌ها، فراهم کردن محیط امن و بهداشتی در مدارس، استفاده از فن‌آوری‌های جدید، متناسب بودن آموزش و پرورش با بازار کار آینده، فراهم کردن امکان تحصیلات عالی برای همه شهروندان، کاهش هزینه تحصیلات عالی انسان شده است.

۳- امنیت اقتصادی برای شهروندان در قرن ۲۱: موضوعاتی مثل: ارزش‌گذاری به کار و پرداخت حقوق متناسب بانوع کار، مسائل ایمنی محیط کار، بیمه‌های بازنشستگی، آموزش ضمن کار، حمایت از کارمندان و کارگران و مسائل صنفی آنها، ارتقای رشد اقتصادی و فراهم کردن این امکان که برای همه فرصت وارد شدن به بازار کار وجود داشته باشد و حمایت از مشارکت شهروندان، مطرح شده است.

مسئولیت

۱- مبارزه با جرایم: مسائل مطرح شده در این مقوله از این قرار است: حمایت از پلیس اجتماعی، محافظت از کودکان، همسایگان و پلیس در برابر سوء استفاده از اسلحه، سخت‌گیری در اجرای مجازات‌ها، مبارزه با خشونت جوان‌ها و جلوگیری از بزهکاری و جرایم آنها، مبارزه با مواد مخدر، پایان بخشیدن به خشونت اجتماعی.

۲- اصلاحات مربوط به مسائل رفاهی.

۳- حمایت از حقوق زنان و برقراری فرصت‌های مساوی با مردان.

امنیت و صلح و آزادی

۱- کوچک و محدود کردن اختیارات دولت در دخالت در امور خصوصی افراد؛

۲- توسعه و اصلاحات سیاسی: از طریق محدود کردن نفوذ گروه‌های ذی نفع و جلب مشارکت عامه مردم، نظارت دقیق بر هزینه‌های مبارزات انتخاباتی، جلوگیری از هزینه و مخارج کلان در پیشبرد اهداف گروه‌های خاص، امکان نماینده شدن برای همه شهروندان؛

۳- برقراری امنیت: تقویت نیروی نظامی و کاهش تکثیر سلاح‌های کشتار جمعی؛

۴- برقراری صلح و دموکراسی: در این مقوله نحوه ارتباط با کشورهای دیگر (سیاست خارجی) مطرح شده است. (۸)

با بررسی مرانامه حزبی حزب دمکرات در می‌یابیم که به طیف وسیعی از موضوعات اشاره شده است. بهترین اسناد و مراجع برای مطالعه موضوعات مطروحه در مرانامه‌های حزبی، همان دستورهای جامعی است که پیش از انتخابات از جانب مؤسسات مطالعاتی سیاست‌گذاری در اختیار داوطلبان انتخاباتی گذاشته می‌شود. مثلاً در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری سال ۱۹۹۶، «بنیاد میراث» در امریکا کتابچه‌ای با

عنوان «موضوعات ۹۶: کتابچه داوطلبان انتخاباتی» منتشر کرد که در آن خلاصه‌ای از مهم‌ترین مسائل سیاست داخلی و خارجی را که احتمال داشت در جریان رقابت‌های انتخاباتی مطرح شود، جمع‌آوری کرده بود. همچنین پاسخ به سؤالاتی که خبرنگاران مطرح می‌کردند، آورده شده بود.^(۹)