

نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۱۲ آمریکا

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	۱. انتخابات سال ۲۰۱۲.....
۸.....	۲. گروه‌های زینفوز در انتخابات سال ۲۰۱۲.....
۱۸.....	نتیجه‌گیری.....
۲۰.....	منابع و مآخذ.....



نقش گروه‌های دینفوذ در انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۱۲ آمریکا

چکیده

انتخابات سال ۲۰۱۲ ریاست‌جمهوری ایالات متحده مورد توجه بسیاری از کارشناسان مسائل سیاسی جهان است. نوشتار حاضر برخلاف رویه مرسوم به جای بررسی حزبی این انتخابات به دنبال تحلیل آن براساس نقش گروه‌های دینفوذ و تلاشی است که این گروه‌ها در جهت حمایت از منافعشان انجام می‌دهند. در همین راستا پس از بررسی هزینه‌های انتخابات سال ۲۰۱۲ و نوع موضوعات مورد توجه در این انتخابات، جایگاه گروه‌های دینفوذ در تأمین این هزینه‌ها بررسی می‌شود. گروه‌های دینفوذ تخصصی، گروه‌های مهم کنش سیاسی و جایگاه هر کدام، لابی‌های حوزه سیاست خارجی و درنهایت لابی‌های صهیونیستی در این نوشتار مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این گزارش همچنین، نشان‌دهنده جای خالی لابی‌های ایرانیان ساکن در آمریکا در این مبارزات مهم و جدی است و ضرورت توجه بیشتر دستگاه سیاست خارجی جمهوری اسلامی به این موضوع را گوشزد می‌کند.

مقدمه

انتخابات ریاست‌جمهوری ایالات متحده که در ماه نوامبر انجام می‌شود، از جهات متعددی برای بسیاری از کشورهای مؤثر در سیاست جهانی اهمیت فراوانی دارد. درک نحوه کارکرد و چگونگی انجام پرهزینه‌ترین انتخابات جهان که ممکن است تغییر سیاست‌های جهانی را در مسائل مختلف به دنبال داشته باشد، از دغدغه‌های بسیاری از کارشناسان مطالعات آمریکا و علاقمندان به سیاست بین‌الملل است.

نوشتار حاضر به دنبال بررسی نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات ریاست‌جمهوری پیش‌روست. شناخت سیاست در آمریکا مستلزم شناخت این گروه‌ها و نقش و کارکرد آنها در سیاست داخلی آمریکاست. این گروه‌ها با پیگیری منافع اعضای خود، به صورت عملی به مواضع و دستورکارهای سیاست ایالات متحده در داخل و خارج شکل می‌دهند و بدین طریق کانال‌های شناخت نحوه تغییر سیاسی در آمریکا را مشخص می‌کنند.

در این نوشتار پس از توضیحی درباره گروه‌های ذینفوذ و همچنین انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا به مسئله هزینه انتخابات سال ۲۰۱۲ اشاره می‌شود. بخش بعدی این نوشتار درباره نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات است که در چند قسمت به آن پرداخته می‌شود. مهمترین گروه‌های موضوعی مداخله‌کننده در انتخابات، مهمترین کمیته‌های کنش سیاسی، مهمترین لابی‌های مشارکت‌کننده در انتخابات و همچنین مواضع لابی‌های صهیونیستی، موضوعاتی است که در این بخش به آنها پرداخته خواهد شد. در انتها نیز نتیجه این تحقیق ارائه می‌شود.



قابل ذکر است که انتخابات در ایالات متحده، همان‌گونه که روشن است، مبتنی بر سرمایه‌داری و تبلیغات هزینه‌بر و اقداماتی است که به پول فراوانی نیاز دارد. اساس این تحقیق در بررسی نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات نیز بر میزان هزینه‌هایی است که این گروه‌ها در حمایت از کاندیدای مورد نظرشان و برنامه‌های او صرف کرده‌اند یا به صندوق ستاد انتخاباتی‌اش کمک کرده‌اند. جداول این مبالغ نیز در هر قسمت ارائه شده است. این شیوه اگرچه دقت فراوانی دارد، اما به سبب اعلام نشدن همه هزینه‌ها از سوی فعالان سیاسی و همچنین فعالیت‌های مستقیمی که در تبلیغ برای یک کاندیدا یا ضد آن انجام می‌شود و به کمیسیون انتخابات اعلام نمی‌شود با درصدی خطا همراه است.

۱. انتخابات سال ۲۰۱۲

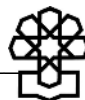
در انتخابات آتی ریاست‌جمهوری آمریکا که در سه‌شنبه ۶ نوامبر سال ۲۰۱۲ برگزار خواهد شد، رقابت اصلی میان باراک اوباما، رئیس‌جمهور فعلی و میت رامنی، فرماندار سابق ایالت ماساچوست است. در این رقابت، برای انتخاب یک‌سوم اعضای سنا و تمام مجلس نمایندگان نیز انتخابات برگزار می‌شود. این انتخابات پنجاه‌وهفتمین انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکاست. اگرچه در این انتخابات سه نامزد دیگر نیز از خارج نظام دو حزبی حضور دارند، اما شانس آنها برای انتخاب شدن، بسیار ضعیف و تقریباً صفر است.

نظام انتخاباتی کنونی ایالات متحده به سویی در حال حرکت است که ترکیبی از

عملکرد احزاب، رسانه‌های جمعی و گروه‌های ذینفوذ است که نتیجه انتخابات را مشخص می‌کند. در این بین، نقش احزاب مشروعیت‌بخشی به کاندیداها، ایجاد راه انتخاب شفاف و قابل اعتماد برای تشخیص نخبگان سیاسی مورد نظر سیستم سیاسی و روان‌سازی کسب اعتماد گروه‌های ذینفوذ است.

رسانه‌ها نیز وظیفه تبلیغات و جمع‌آوری آرای انتخاباتی را برعهده دارند و در این حوزه به اندازه‌ای جلو می‌روند که به عقیده برخی از کارشناسان ارتباطات، میزان تبلیغات و کیفیت آن است که نتیجه انتخابات را شکل می‌دهد. در حقیقت رقابت اصلی در عرصه مجازی رسانه است تا صحنه واقعی جامعه. اما انجام تبلیغات، کاری بسیار پر هزینه و با مخارج سنگین است. پرداخت این مخارج از عهده افراد به تنهایی بر نمی‌آید. در اینجاست که کارکرد بخش سوم فعال در انتخابات یعنی گروه‌های ذینفوذ و صاحبان سرمایه‌های کلان مشخص می‌شود.

این دسته با تأمین هزینه انتخابات، امکان تبلیغات و کاندیدا شدن را برای نامزدهای انتخابات فراهم می‌کنند و ازسوی دیگر با سرمایه‌گذاری بر روی یک کاندیدا از منافع که او در زمانی که پست سیاسی را در اختیار می‌گیرد استفاده می‌کنند. روابطی که در این زمان شکل می‌گیرد، تا زمانی که آن فرد در حوزه سیاست فعالیت دارد، ادامه خواهد یافت. با توجه به همین موضوع است که مخارج انتخابات و نحوه تأمین آنها در تعیین نقش گروه‌های ذینفوذ و میزان قدرت آتی آنها بسیار مهم است. نکته بسیار جالب میزان هزینه‌ای است که خود کاندیداها در این میان برای فعالیت انتخاباتی در نظر گرفته‌اند. اوپاما ۵۰۰۰ دلار و رامنی ۲۵۰۰ دلار



(به صورت شخصی) برای فعالیت انتخاباتی کنار گذاشته‌اند!^۱

قابل ذکر است که افراد در هر سال می‌توانند تا ۳۰۸۰۰ دلار به کمیته ملی هر حزب کمک کنند و در هر انتخابات مجازند تا ۲۵۰۰ دلار به ستاد انتخابات هر فرد کمک کنند. اما در کمک به کمیته اقدام سیاسی محدودیتی وجود ندارد. از میان ۱۳ گروهی که بیشترین کمک را به کمیته‌های کنش سیاسی انجام داده‌اند، ۹ عدد به رامنی و ۴ عدد به اوباما کمک کرده‌اند.^۲ در خصوص اقدامات این کمیته‌ها در ادامه به صورت مبسوط بحث خواهد شد.

مسئله دیگر درباره نحوه هزینه‌کرد این مبالغ نجومی است. بیشتر این پول‌ها صرف تبلیغات تلویزیونی می‌شود. گاهی هزینه پخش یک تبلیغ تلویزیونی بالغ بر چندین میلیون دلار می‌شود. بیشتر هزینه جمهوریخواهان و دمکرات‌ها نیز صرف تبلیغات رسانه‌ای شده است. رامنی حدود ۱۴۵ میلیون دلار صرف تبلیغات کرده و اوباما ۱۲۱ میلیون دلار بیشتر از رامنی هزینه تبلیغات کرده است. اوباما ۱۰۰ میلیون دلار صرف هزینه پست کرده و رامنی ۲۹ میلیون دلار بیش از او صرف هزینه پست کرده است.^۳ پست اقلام تبلیغاتی به خانه‌ها بیشتر طبقه متوسطی را هدف می‌گیرد که برای فعالیت کاری در خارج از خانه به سر می‌برند و تبلیغات تلویزیونی را نمی‌بینند.

در هزینه‌های جاری ستاد انتخاباتی و تیم کاری، اوباما بیشتر از رامنی هزینه کرده است و این به معنای داشتن تیم با تجربه‌تر است. در این کارها می‌توان از کارآموز نیز استفاده کرد. در مقابل تیم رامنی هزینه بیشتری را صرف مشورت کرده

1. Sullivan, 2012.

2. Ibid.

3. Ibid

است. در تیم اوباما، آن‌ماری هابرشاوا،^۱ رئیس تیم اجرایی ستاد انتخاباتی اوباما، بیشترین دستمزد را دریافت می‌کند و در تیم جمهوریخواهان، رینس پریباس،^۲ رئیس کمیته ملی جمهوریخواهان بیشترین دستمزد را دریافت می‌کند. از سوی دیگر اطلاعات نشان می‌دهد که هر دو طرف مبالغ قابل توجهی را صرف سرمایه‌گذاری برای افزایش دارایی صندوق انتخاباتی خود کرده‌اند. این مبلغ حدود ۷۰ میلیون دلار است. نکته قابل توجه دیگر این است که اوباما دو برابر رامنی پول صرف نظرسنجی کرده است. خلاصه این موارد در نمودار یک آمده است.^۳

جدول ۱. هزینه‌های ستادهای انتخاباتی دو حزب در انتخابات ریاست‌جمهوری

(ارقام به میلیون دلار)

مشاوران	نظرسنجی	حقوق کارکنان تبلیغاتی	سرمایه‌گذاری	تیم انتخاباتی	پست	تبلیغات	
۱۰/۲	۱۹/۹	۳۶/۹	۶۹	۸۲/۷	۷۰/۶	۲۶۶/۱	اوباما
۱۴/۷	۷/۴	۱۸	۶۹/۷	۴۰/۸	۹۹/۹	۱۴۴/۷	رامنی

Source: Washington post, 2012/9/26.

در میان هزینه‌های سرسام‌آور تبلیغاتی، موضوعاتی که پیام‌های تبلیغاتی حاوی

آن بوده‌اند نیز جالب است. بیست موضوع اول این پیام‌ها در جدول ۱ آمده است.^۴

1. Ann Marie Haber Shaw

2. Reince Priebus

3. Washington Post, 2012.

4. Reuters, 2012.

**جدول ۲. موضوعات مهم در تبلیغات انتخابات و هزینه هر کدام**

میزان پول هزینه شده	موضوع	
۳۳۳,۰۲۴,۹۷۰	اشتغال	۱
۲۳۳,۹۲۱,۱۹۰	پیام‌های تخریبی ضد اوپاما	۲
۲۲۸,۷۶۱,۷۳۰	بودجه - هزینه‌های دولت	۳
۲۰۰,۰۱۳,۵۹۰	پیام‌های تبلیغی به نفع اوپاما	۴
۱۹۰,۹۴۰,۲۶۰	مالیات‌ها	۵
۱۷۱,۰۷۸,۶۹۰	پیام‌های تخریبی ضد رامنی	۶
۱۳۶,۷۳۴,۸۱۰	پیام‌های تبلیغی به نفع رامنی	۷
۱۰۷,۷۵۴,۴۹۰	پیام‌های مربوط به نظام سلامت	۸
۹۱,۶۱۷,۵۷۰	انرژی - محیط زیست	۹
۶۵,۹۳۷,۰۱۰	آموزش	۱۰
۴۶,۲۹۹,۶۴۰	مخالفت با برنامه نظام سلامت اوپاما	۱۱
۴۴,۴۰۶,۵۶۰	اصلاحات مالی	۱۲
۴۱,۳۷۲,۱۴۰	درخواست برای اقدام	۱۳
۳۵,۲۸۶,۴۱۰	وضعیت نظام سلامت و مراقبت‌های بهداشتی	۱۴
۳۱,۲۴۰,۹۵۰	پیام‌های ضد شرکت سرمایه‌گذاری بین (تخریب رامنی)	۱۵
۲۷,۷۱۷,۱۳۰	انرژی پاک - خورشیدی	۱۶
۲۵,۷۱۷,۸۳۰	نظام درمانی	۱۷
۲۲,۱۱۲,۵۵۰	اقتصاد	۱۸
۱۹,۹۱۱,۴۹۰	نفت - بنزین	۱۹
۱۷,۶۷۴,۰۰۰	تجارت	۲۰

Source: Reuters, 2012/9/26.

نکته دیگر در این خصوص، پیام‌های منفی و تخریبی در تبلیغات است. در این تبلیغات، ۲۳۳ میلیون دلار صرف تخریب اوباما شده است و ۱۷۱ میلیون دلار برای پخش تبلیغاتی در تخریب رامنی هزینه شده است. این امر به روشنی نشان‌دهنده اخلاقی نبودن روند مبارزات انتخاباتی در ایالات متحده است. ازسوی دیگر همین ارقام توجیه‌کننده دلایل حضور انواع گروه‌های ذینفوذ عجیب و گاهی غیراخلاقی در مبارزات انتخاباتی است.

۲. گروه‌های ذینفوذ در انتخابات سال ۲۰۱۲

درخصوص نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات سال ۲۰۱۲ از چند زاویه می‌توان سخن گفت. نخستین مسئله میزان اهمیت آنها در انتخابات است. میزان اهمیت این گروه‌ها را می‌توان براساس هزینه‌های انتخاباتی و مبالغی که صرف انتخابات شده است، درک کرد. در ادامه نیز در این باره توضیحاتی ارائه می‌شود. ازسوی دیگر باید به نقش بزرگ‌ترین کمیته‌های کنش سیاسی و لابی‌های مشهور نیز در این خصوص اشاره شود. به همین جهت در این قسمت ابتدا به اینکه کدام گروه‌های موضوعی از کدام کاندیدا حمایت کرده‌اند اشاره می‌شود و در ادامه نقش کمیته‌های بزرگ کنش سیاسی و لابی‌ها مورد اشاره قرار می‌گیرد.

۲-۱. نقش گروه‌های تخصصی ذینفوذ

گروه‌های ذینفوذ را می‌توان براساس کمک‌هایی که به هر کدام از کاندیداها می‌کنند،



طبقه‌بندی کرد. اینکه صنایع رایانه‌ای از کدام کاندیدا حمایت می‌کنند یا صنایع تنباکو و سیگار از کدام کاندیدا حمایت می‌کنند، براساس هزینه‌های صورت گرفته قابل توجه است و ازسوی دیگر می‌توان سیاست‌های آن کاندیدا در هنگام در اختیار گرفتن قدرت در این خصوص را تشخیص داد. میزان این هزینه‌ها در جدول ۲ آمده است.

درخصوص ده گروه نخست در تأمین هزینه‌های انتخابات، قابل توجه است که بیش از ۲۵ درصد هزینه‌های انتخابات ریاست‌جمهوری را گروه‌های مالی، بیمه و پولی تأمین می‌کنند. این امر جایگاه آنها را در نظام سیاسی قابل توجه می‌کند. صنایع ارتباطی، لابی‌ستها و کارگران، گروه‌هایی هستند که بیشترین حمایت را از اوپاما داشته‌اند. در مقابل گروه‌های مالی و بیمه، گروه‌های نفتی، صنایع حمل‌ونقل، شرکت‌های عمرانی و صنایع نظامی و تسلیحاتی بیشترین حمایت را از رامنی داشته‌اند. گروه‌های بهداشتی و درمانی، گروه‌های تک‌منظوره و دارای یک هدف و همچنین سایر گروه‌ها نیز از دو طرف به یک میزان حمایت کرده‌اند.^۱

این رده‌بندی نشان‌دهنده نوعی حمایت سنتی حزبی و همچنین حمایت از جهت‌گیری کاندیداهاست. پایگاه سنتی حزب دمکرات در میان کارگران و افراد تحصیل‌کرده مانند وکلاست. به همین جهت این دو دسته به‌صورت قاطع از او حمایت کرده‌اند. توجه اوپاما به ارتباطات، جذب مخاطب از طریق اینترنت و صنایع ارتباطی جدید نیز سبب حمایت این گروه از دستور کار او شده است. سود این گروه‌ها از سیاست افزایش قدرت نرم آمریکا در زمان اوپاما را نیز نباید نادیده گرفت.^۲

1. Center For Responsive Politics, 2012.

2. *Ibid.*

ازسوی دیگر، شرکت‌های نفتی و تسلیحاتی به‌صورت سنتی حامی جمهوریخواهانند. سیاست‌های اعلامی ازسوی رامنی نیز همین امر را نشان می‌دهد. این مسئله درخصوص صاحبان سرمایه‌های کلان و ثروتمندان جامعه نیز صادق است. سیاست کاهش مالیات‌ها و کوچک‌سازی دولت که همواره ازسوی جمهوریخواهان بر آن تأکید شده است نیز در جهت حمایت از همین گروه‌ها پیگیری می‌شود.

جدول ۳. نقش گروه‌های ذینفوذ در تأمین مالی انتخابات

موضوع	مبلغ (دلار)	دمکرات‌ها (درصد)	جمهوریخواهان (درصد)
۱ مالی - بیمه - اقتصاد	۴۲۲,۹۰۷,۹۸۱	۲۷/۶	۵۲/۵
۲ دیگر	۲۹۷,۳۲۷,۷۵۴	۴۶/۸	۴۴/۴
۳ صنایع کوچک و مونتاز	۲۶۶,۲۱۶,۹۹۷	۳۰/۵	۴۳/۴
۴ حقوق‌دانان و لابی‌گران	۱۶۷,۲۳۱,۵۵۵	۶۴/۰	۳۱/۳
۵ ایدئولوژیک - تک موضوعی	۱۶۴,۸۰۲,۵۰۲	۴۶/۶	۴۴/۶
۶ سلامت	۱۵۵,۲۸۸,۲۳۹	۳۶/۵	۴۶/۱
۷ ارتباطات - الکترونیک	۱۱۹,۳۶۰,۹۵۸	۵۱/۷	۳۰/۹
۸ انرژی - منابع معدنی	۹۰,۲۶۹,۵۵۸	۱۷/۶	۶۵/۷
۹ کارگران	۷۸,۴۵۹,۶۸۹	۵۵/۳	۶/۳
۱۰ ساخت و ساز - عمران	۷۷,۹۴۳,۶۹۵	۲۱/۶	۵۲/۱
۱۱ کشاورزی و تجارت محصولات آن	۵۶,۸۰۶,۱۳۹	۲۴/۹	۶۸/۳
۱۲ حمل‌ونقل	۵۰,۹۱۵,۵۲۵	۲۳/۴	۶۸/۹
۱۳ دفاع	۱۹,۷۵۴,۴۴۷	۳۹/۹	۵۹/۷

Source: Center for Representative Politics, 2012/9/27.



باید توجه داشت که دسته‌ها و گروه‌های موجود در ایالات متحده، هرکدام با توجه به اندازه، میزان قدرت و نقشی که در جامعه دارند، از کاندیدایی که تصور می‌کنند می‌تواند سیاست مورد نظر آنها را پیگیری کند، حمایت می‌کنند. این حمایت‌ها گاهی بسیار اندک است و لیست‌های کمک‌های انتخاباتی شامل کمک چند صد دلاری یا حتی کمتر یک گروه به یک کاندیداست. وقتی این کمک اندک در کنار کمک‌های چند ده میلیون دلاری که در جداول بالا به آنها اشاره شد، قرار می‌گیرد ممکن است این سؤال پیش آید که این کمک اندک به چه کار می‌آید و چرا باید مورد توجه قرار گیرد. نکته مهم در یک سیاست متکثر همین مسئله است.

در جامعه‌ای که قدرت در سطوح و در میان نهادها و گروه‌های مختلفی پخش شده است، به هر میزان که بتوان باید در جمع‌آوری قدرت تلاش کرد و به این صداها کوچک نیز توجه کرد. به همین جهت است که گاهی تجمعات کوچکی با صرف هزینه بسیار اندک می‌توانند سیاستی را در جامعه بزرگ و بسیار پرهزینه آمریکا به پیش ببرند و دلیل آن نیز چیزی جز نبود مخالف قوی‌تر برای آن موضوع نیست. در همین راستاست که نخبگان سیاسی در آمریکا با درک شرایط به هر میزانی که توان دارند در پیشبرد اهدافشان تلاش می‌کنند و یکی از نقاطی که این تلاش به خوبی مشخص می‌شود، در تأمین هزینه‌های انتخاباتی انتخابات ریاست‌جمهوری و کنگره است.

از سوی دیگر هر گروهی که دنبال کاندیدایی است که برنامه‌هایش در راستای تأمین اهداف آن گروه باشد. برای مثال همجنس‌گرایان به دنبال اوباما حرکت می‌کنند و کسانی که گرایش‌های مذهبی دارند بیشتر به سمت جمهوریخواهان تمایل دارند. بوش

پسر با درک همین نکته توانسته بود رأی آنها را جذب کرده و در انتخابات موفق شود. در همین راستاست که بعضی موارد گروه‌ها به کاندیدایی کمک می‌کنند که شانس کمتری برای پیروزی دارد. البته در انتخابات ریاست‌جمهوری در بیشتر سال‌ها اختلاف آرا بسیار کم و فاصله‌ها اندک است و کمتر انتخاباتی است که مانند انتخابات سال ۱۹۸۰، از قبل شکست کارتر به سبب پیروزی انقلاب اسلامی و حوادث بعد از آن در ایران، قابل پیش‌بینی باشد و اختلاف بسیار زیاد شود.

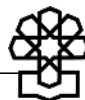
۲-۲. نقش کمیته‌های بزرگ کنش سیاسی

«کمیته‌های کنش سیاسی»^۱، کمیته‌هایی هستند که به نمایندگی از دسته‌جات، احزاب و نهادهای دیگر در انتخابات و مسائل سیاسی شرکت کرده و به صرف هزینه می‌پردازند. بزرگ‌ترین این کمیته‌ها که با توجه به اندازه گروهی که آن را نمایندگی می‌کنند، بیشترین نقش را در سیاست ایالات متحده داشته و بیشترین کمک را به کاندیداهای انتخابات ریاست‌جمهوری می‌کنند، «کمیته‌های بزرگ کنش سیاسی»^۲ خوانده می‌شوند.

لیست کمک این گروه‌ها به هر کدام از کاندیداها و همچنین هزینه‌ای که هر کدام از این گروه‌ها به نفع یک کاندیدا به صورت مستقل هزینه می‌کند یکی از مهمترین مسائل موجود درباره انتخابات آمریکاست. همان‌گونه که اشاره شد این گروه‌ها می‌توانند به صورت مستقل نیز به نفع یک کاندیدا وارد عمل شده و به صرف هزینه

1. Political Action Committee (PAC)

2. Super PAC



بپردازند، اما موظفند که هزینه‌های انتخاباتی خود را به کمیسیون مربوطه اعلام کنند. در ادامه جدولی از مهمترین گروه‌ها و نیز هزینه‌هایی که صرف انتخابات به نفع هر کاندیدا کرده‌اند، ارائه می‌شود. قابل توجه است که این جدول هزینه‌های صورت گرفته به نفع کاندیداهای جمهوریخواهی که نتوانستند در انتخابات درون حزبی بالا بیایند را نیز شامل می‌شود. ازسوی دیگر سعی شده است تا مهمترین این گروه‌ها براساس هزینه صرف شده توسط آنها معرفی شوند.

براساس این اطلاعات گروه «ترمیم آینده‌مان»^۱ که حامی رامنی است توانسته بیشترین کمک را داشته باشد و هزینه صرف کند. مجموع این هزینه‌ها بالغ بر ۹۶/۶ میلیون دلار است. گروه دوم «اولویت‌های عمل ایالات متحده» است که به نفع اوپاما عمل کرده و بالغ بر ۳۵/۶ میلیون دلار هزینه کرده است. دیگر گروه‌ها نیز به ترتیب در جدول ۳ آمده است.^۲

نکته جالب توجه در نوع گروه‌ها در این لیست است. از میان ۲۵ کمیته کنش سیاسی که بیشترین هزینه‌کرد را داشته‌اند، ۱۶ گروه حامی جمهوریخواهان و تنها ۷ گروه حامی لیبرال‌ها بوده‌اند. این تفاوت نشان از جایگاه متفاوت گروه‌های حامی احزاب و همچنین کارکرد شعارها و برنامه‌های حزبی برای هرکدام از دو سطح بالا و متوسط جامعه ایالات متحده دارد.

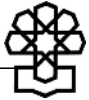
1. Restore Our Future

2. CNN, 2012.

جدول ۴. میزان هزینه‌های کمیته‌های بزرگ کنش سیاسی در انتخابات سال ۲۰۱۲

ردیف	نام گروه	میزان هزینه مستقل (دلار)	نوع نگاه سیاسی	میزان کل کمک‌ها
۱	Restore Our Future	۸۴,۵۵۷,۰۱۳	محافظه‌کار (طرفدار رامنی)	۹۶,۶۶۷,۰۰۲
۲	Priorities USA Action	۳۳,۱۶۴,۹۱۳	لیبرال (طرفدار اوباما)	۳۵,۳۳۶,۱۲۲
۳	American Crossroads	۳۰,۰۰۷,۷۶۶	محافظه‌کار	۵۶,۷۶۴,۴۱۲
۴	Winning Our Future	۱۷,۰۰۲,۷۶۲	محافظه‌کار (طرفدار گینگریچ)	۲۳,۹۲۱,۲۱۵
۵	Majority PAC	۱۳,۰۵۴,۸۸۰	لیبرال	۱۴,۶۶۱,۳۱۲
۶	Club for Growth Action	۱۲,۲۲۹,۹۹۵	محافظه‌کار	۱۳,۸۴۱,۴۴۷
۷	House Majority PAC	۹,۹۵۹,۹۹۱	لیبرال	۱۵,۱۷۸,۱۱۸
۸	Red, White & Blue	۷,۵۲۹,۵۵۴	محافظه‌کار (طرفدار سنتروم)	۸,۵۱۷,۹۲۶
۹	Freedomworks for America	۶,۶۴۱,۳۳۷	محافظه‌کار	۶,۴۱۸,۱۸۵
۱۰	Service Employees International Union	۶,۰۲۳,۴۲۲	لیبرال	۵۵۰,۰۰۰
۱۱	Texas Conservatives Fund	۵,۵۱۱,۶۰۱	محافظه‌کار	۳,۹۲۲,۶۰۴
۱۲	Endorse Liberty	۴,۳۲۱,۳۶۴	محافظه‌کار (طرفدار پال)	۳,۷۹۵,۶۵۱
۱۳	Make Us Great Again	۳,۹۵۹,۸۲۴	محافظه‌کار (طرفدار پری)	۵,۶۰۷,۸۸۱
۱۴	YG Action Fund	۳,۸۵۸,۷۹۰	محافظه‌کار	۵,۶۴۹,۱۵۰
۱۵	Women Vote	۳,۵۸۲,۴۶۵	لیبرال	۴,۱۲۹,۹۶۴
۱۶	Our Destiny PAC	۲,۸۰۴,۲۳۴	محافظه‌کار	۳,۱۹۳,۲۹۷
۱۷	Ending Spending Fund	۲,۰۱۹,۱۳۸	محافظه‌کار	۹۳۷,۲۷۳
۱۸	Florida Freedom PAC	۱,۸۴۱,۸۹۶	لیبرال	۱,۳۶۱,۷۳۴
۱۹	Campaign for Primary Accountability	۱,۸۱۶,۴۷۶		۳,۶۰۲,۹۵۸
۲۰	Planned Parenthood Votes	۱,۷۵۹,۰۰۰	لیبرال	۲,۲۵۴,۸۷۶
۲۱	Liberty for All Super PAC	۱,۶۹۷,۵۴۳	محافظه‌کار	۲,۸۲۹,۷۰۰
۲۲	Now or Never PAC	۱,۶۲۶,۱۶۰	محافظه‌کار	۴۸۴,۰۰۰
۲۳	National Assn of Realtors	۱,۳۰۸,۸۸۰		۱,۸۱۱,۲۵۱
۲۴	Congressional Leadership Fund	۱,۱۹۵,۰۳۶	محافظه‌کار	۶,۵۱۱,۴۰۱
۲۵	Freedom PAC	۱,۱۳۳,۱۲۶	محافظه‌کار	۱,۱۱۷,۶۷۹

Source: center for representative politics, 2012/9/28.



۳-۲. نقش لابی‌ها

بیشتر لابی‌های مشهور در زمان انتخابات از طریق کمیته‌های کنش سیاسی اقدام به فعالیت کرده و از یک کاندیدا حمایت می‌کنند. باید توجه داشت که براساس برنامه کاری و تبلیغات یک کاندیدا می‌توان حدس زد که کدام لابی‌ها از یک کاندیدا حمایت می‌کنند.

نکته دیگر درخصوص فعالیت لابی‌ها، توجه لابی‌های اصلی به دستور کار هر دو حزب و کاندیدای سیاسی است. برای مثال، لابی کوبایی‌های مقیم آمریکا، در بیشتر انتخابات‌ها از کاندیدای حزب جمهوریخواه حمایت کرده است. در این خصوص انتخابات سال ۲۰۰۸ و حمایت از اوباما یک استثناست، اما هم در انتخابات سال ۲۰۰۸ و هم در این انتخابات، لابی کوبایی‌ها، با توجه به گروه‌های زیرمجموعه‌اش سعی کرده تا با هر دو کاندیدا کار کرده و به‌صورتی عمل کند که در صورت پیروزی هر کدام از آنها مشکلی نداشته باشد. دیگر لابی‌های مرتبط با سیاست خارجی نیز به همین صورت عمل می‌کنند.^۱

با توجه به امکان همین چرخش‌های سیاسی که در مورد لابی کوبا به آن اشاره شد، سیاستمداران هر دو حزب سعی در جلب حمایت این گروه‌های کوچک و متوسط داشته و سعی می‌کنند به سیاست آنها خدشه وارد نسازند. این امر درخصوص لابی ژاپن در ایالات متحده نیز صادق است.^۲

نحوه دخالت لابی‌ها در انتخابات و طرفداری هرکدام از آنها به نفع کدام کاندیدا را

۱. کوهکن، ۱۳۹۰.

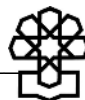
۲. همان.

می‌توان از جدول ۲ دریافت. بنابراین در این قسمت به صورت مجزا به آنها اشاره نمی‌شود.

۴-۲. لابی‌های صهیونیستی

با توجه به نقش و اهمیت گروه‌های صهیونیستی در انتخابات ریاست‌جمهوری و کنگره ایالات متحده، مواضع آنها به صورت جداگانه در این قسمت بررسی می‌شود. در ابتدا باید اشاره کرد که بیشتر نقش صهیونیست‌ها در انتخابات کنگره آمریکا است و آنها در انتخابات ریاست‌جمهوری به سبب وسعت زیاد، جمعیت بالا و تعدد عوامل دخیل در انتخابات قدرت مورد اشاره در کنگره را ندارند. به همین جهت است که استقلال عمل دولت آمریکا نسبت به کنگره در قبال سیاست‌های اسرائیل قابل توجه است. البته آنها به صورت روزافزون درصد افزایش نقش خود بوده و این امر را می‌توان با مقایسه انتخابات سال ۱۹۹۲ و انتخابات سال ۲۰۱۲ دریافت. در انتخابات سال ۱۹۹۲، بوش پدر اهمیتی به مخالفت صهیونیست‌ها با دستور کار سیاست خارجی‌اش نداد و مخالفت آنها را به جان خرید. دلیل این امر قابل توجه نبودن قدرت آنها از نظر بوش پدر و مشاورانش بود. در سال ۲۰۱۲، هر دو کاندیدای ریاست‌جمهوری سعی دارند تا حداکثر حمایت صهیونیست‌ها را جلب نموده و برای این منظور تلاش فراوانی می‌کنند.

نکته دوم، عدم موضع‌گیری رسمی لابی‌های صهیونیستی و در رأس آنها، آپیک، در قبال انتخابات ریاست‌جمهوری است. این لابی‌ها همواره اعلام کرده‌اند که در قبال رقابت‌های سیاسی داخل آمریکا مواضع بی‌طرفانه‌ای دارند و همه تلاش خود را برای



شکل دادن به سیاست خارجی آمریکا در قبال اسرائیل در منطقه جنوب غرب آسیا به خرج می‌دهند. از همین‌رو، با اینکه آرای یهودیان بیشتر به سمت حزب دمکرات و کاندیدای آن گرایش داشته اما آنها در انتخابات همواره بی‌طرف بوده‌اند.^۱

تفاوت این انتخابات با دفعات گذشته در این است که این بار آپیک به صورت مستقیم وارد کارزار شده و از اوپاما حمایت کرده است. آن هم در زمانی که رامنی و تیم سیاست خارجی او به شدت به اوپاما به سبب سستی در حمایت از اسرائیل و سیاست نادرست در منطقه انتقاد کرده‌اند. در چنین شرایطی، آپیک در تاریخ ۱۸ سپتامبر سال ۲۰۱۲ با انتشار بیانیه‌ای با تقدیر از تلاش‌های مجدانه اوپاما از مواضع راسخ او در حمایت از اسرائیل حمایت می‌کند. در این بیانیه آمده: «با توجه به مواجه شدن اسرائیل و آمریکا با خطرات و چالش‌های جدی در خاورمیانه، ما از همکاری نزدیک و بی‌تزلزل آمریکا و اسرائیل بسیار خرسندیم. رئیس‌جمهور اوپاما، هر دو حزب و رهبران کمیته‌های مشترک حزبی در سنا و مجلس نمایندگان در حمایت عمیق آمریکا از اسرائیل در این شرایط حساس و خطرناک سهیمند و ما از آنها متشکریم».^۲ آپیک اعلام کرده این بیانیه را به جهت شروع سال جدید یهودی صادر کرده است. حمایت صریح از اوپاما در شرایطی که رامنی و نتانیاهو به سبب نرمش در قبال مسائل ایران، به شدت او را مورد سرزنش قرار می‌دهند، نشان از تغییر سیاست این لابی درباره انتخابات ریاست‌جمهوری دارد.

بی‌تردید یکی از دلایل این مسئله نگرانی از تشدید سیاست‌های افراطی نتانیاهو با

۱. درخشه و کوهکن، ۱۳۸۸.

2. JPost, 19/9/2012.

روی کار آمدن یک رئیس‌جمهور مانند او در آمریکا است. به همین جهت است که صهیونیست‌ها ترجیح می‌دهند او با ما در مسند قدرت باقی بماند.

نتیجه‌گیری

این نوشتار به موضوع بررسی نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۲ ایالات متحده اختصاص داشت. به همین منظور در ابتدا توضیحاتی درباره انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۲ و میزان هزینه‌های آن ارائه شد. نوع تبلیغات انجام شده نیز یکی از موارد مورد اشاره بود. نقش گروه‌های ذینفوذ نیز بر اساس موضوعات مورد علاقه آنها، کمیته‌های کنش سیاسی و میزان هزینه‌کرد توسط آنها، لابی‌های سیاست خارجی و نقش آنها و به‌صورت خاص لابی‌های صهیونیستی مورد بررسی قرار گرفت.

براساس این تحقیق، گروه‌های مختلف ذینفوذ با توجه به علایق و میزان قدرتی که دارند سعی می‌کنند تا در انتخابات ریاست‌جمهوری شرکت کرده و به نفع کاندیدای مورد نظر خود عمل کنند. اگرچه تصور می‌شد با تکامل ابزارهای جدید ارتباطی نقش رسانه‌های سنتی در انتخابات کاهش یابد، ولی شواهد نشان از اهمیت بسیار آنها در انتخابات سال ۲۰۱۲ دارد. به همین جهت بیشترین هزینه صورت گرفته مربوط به پخش پیام‌های تبلیغاتی له یا علیه یک کاندیداست.

محتوای پیام‌های تبلیغاتی نشان‌دهنده نبود فرهنگ اخلاقی در انتخابات ریاست‌جمهوری است. به همین سبب است که فرهنگ سیاسی آمریکا هر روز بیشتر



از قبل به سمت سقوط پیش می‌رود. روی کار آمدن افرادی با سطح پایین تجربه و توانایی به‌عنوان نخبه سیاسی نیز از نتایج این روند است.

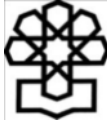
با توجه به رأی دادگاه فدرال در سال ۲۰۱۰ و باز گذاشتن دست کمیته‌های کنش سیاسی در فعالیت مستقل به نفع یک کاندیدا در انتخابات، نقش این گروه‌ها در انتخابات روزبه‌روز بیشتر می‌شود. جمهوریخواهان، اوباما را متهم کرده‌اند که خود را با این شرایط بیشتر از رقیبش وفق داده است.

در این انتخابات شاهدیم که لابی آپیک به‌عنوان مهمترین گروه صهیونیستی در آمریکا، به‌صورت رسمی از اوباما در تبلیغات حمایت کرده است که این امر نشان از پیچیده‌تر شدن وضعیت منطقه‌ای اسرائیل و همچنین احساس قدرت بیشتر این لابی در عرصه سیاست داخلی آمریکا دارد. مقایسه انتخابات سال ۱۹۹۲ و ۲۰۱۲ تغییر این قدرت در طول زمان کوتاه بیست‌ساله را به خوبی نشان می‌دهد.

نکته آخر در این است که هیچ کدام از گروه‌های ایرانی در عرصه و کارزار انتخاباتی آمریکا حضور و نقش تعیین‌کننده‌ای ندارند. بیشتر طیف سنتی ایرانی‌ها به جمهوریخواهان نزدیکند. نسل‌های جدید با دمکرات‌ها نزدیکی بیشتری دارند، ولی هیچ کدام به‌صورت سازمان یافته در انتخابات شرکت نداشته‌اند. البته دیدارهای گروه نیاک با تیم اوباما می‌توانست نویدبخش شروع این فعالیت باشد که تحقق پیدا نکرد. با توجه به حضور گروه‌های بسیار کوچک در این عرصه و صرف هزینه درخصوص این مسئله مهم، بسیار ضروری است که سیاست‌سازان جمهوری اسلامی نیز در این خصوص فعال شده و با اتخاذ یک برنامه منسجم و بلندمدت به دنبال تأمین منافع ملی و اهداف انقلاب اسلامی در این بازی بسیار پیچیده و فنی باشند.

منابع و مأخذ

۱. درخشه، جلال، علیرضا، کوهکن. نگاهی نو به دلایل حمایت آمریکا از اسرائیل، فصلنامه خط اول، پاییز، ۱۳۸۸.
۲. کوهکن، علیرضا. لابی ژاپن در ایالات متحده آمریکا؛ فصلنامه مطالعات آمریکا، ش ۱، زمستان، ۱۳۸۹.
3. N,N “AIPAC praises Obama's ‘steadfast’ support for Israel”, JPost, 19 September, from: <http://www.jpost.com/USPresidentialrace/Article.aspx?id=285486>, retrieved at 26/9/2012.
4. N,N (2011) “Estimated Costs of 2012 Campaign”, Public Radio International, from: <http://www.pri.org/stories/politics-society/government/estimated-cost-of-2012-campaign-6-billion3276.html>, retrieved at 26/9/2012.
5. N,N (2012) “Super PACs”, Center For Responsive Politics, from: <http://www.opensecrets.org/pacs/superpacs.php>, retrieved at 28/9/2012.
6. N,N (2012) “Industries in 2012 Presidential Election”, Center For Responsive Politics, from: <http://www.opensecrets.org/industries/index.php>, retrieved at 26/9/2012.
7. N,N (2012) “Super PACs in Presidential Election”, CNN, from: <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/01/24/super-pac-presidential-spending-surpasses-35-million>, retrieved at 26/9/2012.
8. N,N (2012) “US financial Regulation of Election”, Reuters, from: <http://www.reuters.com/article/2012/09/20/us-financial-regulation-pawlenty-idUSBRE88J0LL20120920>, retrieved at 26/9/2012.
9. Salisbury, Robert H. “An Exchange Theory of Interest Groups.” Midwest Journal of Political Science, Vol.13, No.1, February, 1969.
10. Shakhnazarov, G.kh. ed, Contemporary Political Science in USA and Western Europe, Translated by James Riordan, Melbourne: Progress Publisher, 1985.
11. Sullivan, Sean “How the Presidential Campaigns are Spending Money, in one Chart”, Washington Post, 26 September, from: <http://www.washingtonpost.com/blogs/the-fix/wp/2012/09/26/how-the-presidential-campaigns-are-spending-money-in-one-chart>, retrieved at 26/9/2012.
12. Taylor, Richard W. ed., “Life, Language, Law: Essays in Honor of Arthur F. Bentley, Yellow Spring”, Ohio: Antioch Press, 1957.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۲۶۳۷

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: نقش گروه‌های ذینفوذ در انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۱۲ آمریکا

نام دفتر: مطالعات سیاسی (گروه سیاست خارجی)

تهیه و تدوین: علیرضا کوهکن

ناظر علمی: محمد جمشیدی

متقاضی: معاونت سیاسی - حقوقی

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. گروه ذینفوذ
۲. انتخابات سال ۲۰۱۲ ریاست‌جمهوری
۳. ایالات متحده
۴. لابی
۵. کمیته کنش سیاسی

تاریخ انتشار: ۱۳۹۱/۸/۱۵