

انتخابات

مشارکت عمومی،

مردم سالاری دینی

مؤلف:

داریوش داداشی دیزگاه

نشر مانتا

سرشناسه	: داداشی دیزگاه، داریوش، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: انتخابات؛ مشارکت عمومی، مردم سالاری دینی / مولف داریوش داداشی دیزگاه؛ ویراستار جواد قاضی.
مشخصات نشر	: تهران: مانانگار، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری	: ۳۸۴ص.
شابک	: 978-622-5549-51-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: ایران. ریاست جمهوری -- انتخابات
موضوع	: Iran. Presidency -- Elections
موضوع	: ایران. مجلس شورای اسلامی -- انتخابات -- مشارکت شهروندان
موضوع	: Iran. Islamic Parliament-- Elections -- Citizen participation
موضوع	: انتخابات -- ایران Elections -- Iran
	: انتخابات -- ایران -- جنبه های اجتماعی Elections -- Social aspects -- Iran
	: انتخابات -- قوانین و مقررات -- ایران Election law-- Iran
	: مشارکت سیاسی -- ایران -- جنبه های اجتماعی Political participation -- Social aspects -- Iran
	: مشارکت سیاسی -- جنبه های اجتماعی Political participation -- Social aspects
	: انتخابات -- ایران -- مشارکت شهروندان Elections -- Iran -- Citizen participation
	: انتخابات -- جنبه های اجتماعی Elections -- Social aspects
	: دموکراسی -- جنبه های مذهبی -- اسلام Democracy -- Religious aspects -- Islam
رده بندی کنگره	: JQ۱۷۸۹/۱۵
رده بندی دیویی	: ۳۲۴/۹۵۵۰۶۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۵۰۸۹۳۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

انتخابات؛ مشارکت عمومی، مردم‌سالاری دینی

داربوش داداشی دیزگاه	مؤلف:
مهندس زهرا شیخ انصاری	مدیر تولید:
دکتر جواد قاضی	ویراستار:
۹۷۸-۶۲۲-۵۵۴۹-۵۱-۷	شابک:
۱۰۰ جلد	تیراژ:
اول زمستان / ۱۴۰۲	نوبت چاپ:
تهران، نشر مانانگار ۱۴۰۲	مشخصات نشر:
۰۹۱۰۲۴۲۵۵۲۱	تلفن:
mananegar.ir	وبسایت:
Mananegar20@gmail.com	ایمیل:
۳۲۰۰۰۰ تومان	قیمت:



انتشارات مانانگار

فهرست

پیشگفتار.....	۱۵
مقدمه.....	۱۷

فصل ۱: مروری بر تاریخچه انتخابات در جهان و ایران و مبانی شرعی انتخابات

.....	۱۹
کلیات.....	۱۹
قبل از انقلاب اسلامی.....	۲۰
شرایط کاندیداها و رأی‌دهندگان در اولین نظام‌نامه انتخاباتی.....	۲۰
پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی.....	۳۲
مبانی شرعی انتخابات.....	۳۲
حاکمیت انسان بر سرنوشت خویش بر اساس اراده الهی.....	۳۳
احزاب سیاسی و انتخابات.....	۳۵
انتخابات در نظام تک‌حزبی.....	۳۸
انتخابات نظام دو‌حزبی.....	۳۸

فصل ۲: مدیریت انتخاباتی.....

مقدمه.....	۴۱
برنامه‌ریزی بازاریابی مبارزات انتخاباتی.....	۴۲
بررسی وضعیت موجود.....	۴۲
حوزه انتخاباتی.....	۴۵
رأی‌دهندگان.....	۴۵
انتخابات گذشته.....	۴۶
انتخابات جاری.....	۴۶
نامزدها.....	۴۶
رقبای جدید.....	۴۷

۴۷.....	نمونه پرسشنامه حوزه انتخاباتی
۴۷.....	شرایط حوزه انتخاباتی
۴۸.....	دورنمای سیاسی حوزه انتخاباتی
۴۸.....	منابع اطلاعاتی رأی دهندگان
۴۸.....	نمونه پرسشنامه در مورد رأی دهندگان
۴۹.....	نمونه پرسشنامه در مورد گذشته
۴۹.....	نمونه پرسشنامه در مورد انتخابات جاری
۴۹.....	موضوعات
۵۰.....	برنامه‌ها
۵۰.....	نمونه پرسشنامه در مورد نامزدها
۵۰.....	منابع نامزدها
۵۱.....	نمونه پرسشنامه در مورد رقبای جدی
۵۱.....	رقبای جدی
۵۱.....	منابع رقبای جدی
۵۱.....	تعیین اهداف انتخاباتی
۵۲.....	جمعیت حوزه انتخاباتی
۵۲.....	حد نصاب
۵۳.....	تعداد خانوارها
۵۳.....	نمونه کاربرگ
۵۳.....	تعیین هدف برنامه تبلیغات انتخاباتی
۵۳.....	تدوین راهبردهای انتخاباتی
۵۴.....	صرفه‌جویی در منابع برنامه‌ها
۵۵.....	ترغیب رأی دهندگان هدف
۵۵.....	چگونه رأی دهندگان را هدف قرار دهیم؟
۵۶.....	هدف‌گیری جمعیت‌شناسی
۵۶.....	گروه‌های هدف
۵۷.....	گروه‌های هدف رقبا

۵۷.....	دشواری در هدف‌گیری
۵۸.....	تحلیل مخاطبان هدف
۵۸.....	نگرش‌ها
۵۹.....	موضوعات
۵۹.....	ویژگی‌های منتخب
۵۹.....	پژوهش‌های اجتماعی و جامعه‌شناسی
۵۹.....	رای‌گیری سیاسی
۶۰.....	اهداف پژوهش
۶۰.....	اطلاعات راهبردی برای برنامه انتخاباتی
۶۰.....	نگرش و مسائل رای‌دهندگان
۶۰.....	موضوعاتی که رای‌دهنده را تحریک می‌کند
۶۱.....	موضوع نامزد را کشف کرد
۶۱.....	ابزارهای پژوهشی
۶۲.....	پرسش‌هایی درباره محیط سیاسی کلی
۶۲.....	پرسش‌های اهمیت موضوعات و موضع‌گیری‌ها
۶۲.....	ویژگی‌های منتخب و پرسش‌های موضع‌گیری
۶۳.....	پرسش‌های آزمون پیام
۶۳.....	پرسش‌های موضوعات دوجانبه
۶۳.....	پرسش‌های جمعیت‌شناختی
۶۳.....	تدوین برنامه عملیاتی
۶۴.....	اطلاعات پیام تبلیغاتی
۶۴.....	ساخت پیام تبلیغاتی
۶۵.....	پیام باید تمایز را آشکار کند
۶۵.....	پیام باید واضح باشد و حرف دل مخاطب را بیان کند:
۶۵.....	پیام باید هدف‌گیری شود
۶۶.....	جا افتادن پیام در ذهن رای‌دهندگان
۶۶.....	ترغیب به رای‌دهندگان هدف

۶۶	آوردن به پای صندوق رأی
۶۸	شناسایی رأی‌دهندگان
۶۸	انواع روش‌های تماس با رأی‌دهنده
۷۱	تهیه مطالب تبلیغاتی
۷۳	اجرای برنامه‌های تبلیغاتی
۷۴	نقش متخصصان برنامه
۷۴	تعیین هدف
۷۵	تشکیل تیم انتخاباتی
۷۶	سازماندهی ستاد انتخاباتی
۷۷	رئیس ستاد و شرح وظایف
۷۷	واحد اطلاعات و نظرسنجی
۷۸	خزانه‌داری
۷۹	واحد نظارت و بازرسی
۷۹	واحد جذب نیرو
۷۹	واحد حراست و حفاظت
۸۰	دفتر برنامه‌ریزی
۸۰	دفتر رئیس و دبیرخانه
۸۱	معاونت حقوقی
۸۱	معاونت اقشار و گروه‌ها
۸۲	معاونت تبلیغاتی
۸۲	معاونت پشتیبانی
۸۳	تعریف تبلیغات سیاسی
۸۳	هدف تبلیغات سیاسی انتخابات
۸۳	شعار انتخاباتی
۸۴	نماد انتخاباتی
۸۴	حرفه‌گرایی سخنرانی
۸۵	ارائه سخنرانی

عوامل افزایش تأثیر سخنرانی	۸۶
ماهیت پیام	۸۶
جاذبه پیام	۸۶
ویژگی‌های یک پیام خوب	۸۷
تکنیک‌های ترغیب دیگران به پذیرش نطق	۸۷
حرکات غیرکلامی سخنرانان	۸۷
افکار عمومی	۸۸
شکل‌گیری افکار عمومی	۸۸

فصل ۳: مردم‌سالاری دینی	۹۱
مردم‌سالاری دینی و امانت	۹۲
وجوه امانت	۹۴
امنیت اجتماعی در مردم‌سالاری دینی	۹۶
صلح مردم‌سالارانه در اندیشه مردم‌سالاری دینی	۱۰۶
مردم‌سالاری (دموکراسی)	۱۰۸
اقلیت‌ها در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و ...	۱۱۵

فصل ۴: مطالعه تطبیقی انتخابات (شکل مشارکت)	۱۲۳
تأمین منابع مالی انتخابات	۱۲۶
نماد انتخابات	۱۲۷
بنابراین بی‌اعتمادی سه پیامد را به همراه دارد:	۱۲۸
محدودیت‌های نامزدهای انتخاباتی	۱۲۹
۱- محدودیت سنی	۱۲۹
۲- جمع‌آوری امضا از مردم یا نمایندگان	۱۲۹
۳- پیش‌گزینش و انتخاب داوطلبان به‌عنوان نامزد	۱۳۰
۴- حذف نامزدهای غیر جدی از طریق وثیقه‌گذاری	۱۳۰
محدودیت‌های رأی‌دهندگان	۱۳۰

۱۳۱.....	روند مبارزات انتخاباتی در جهان
۱۳۲.....	اخلاق در مبارزات انتخاباتی
۱۳۳.....	آموزش رأی‌دهندگان
۱۳۴.....	حدود مشارکت در انتخابات ایران
۱۳۶.....	حدود مشارکت انتخابات در سطح جهان

فصل ۵: نهادهای اساسی، ارکان و قوای حاکم در جمهوری اسلامی ایران ... ۱۳۹

۱۳۹.....	رهبری/ ولایت فقیه
۱۴۲.....	وظایف، حقوق و اختیارات رهبر و معانی مطلقه فقیه در قانون اساسی
۱۵۴.....	شورای موقت رهبری
۱۵۵.....	جایگاه شوراها و مشورت در جمهوری اسلامی ایران
۱۵۶.....	اساس مشورت
۱۵۸.....	نظارت همگانی و مسئولیت متقابل همگانی
۱۵۹.....	انواع شوراها در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۱۵۹.....	شوراهای پیش‌بینی‌شده در قانون اساسی عموماً در دسته‌اند:
۱۶۰.....	درباره شوراهای محلی و صنفی چند نکته‌های اهمیت است:
۱۶۱.....	قوای حاکم در جمهوری اسلامی ایران
۱۶۲.....	وظایف و مسئولیت‌های قوه مقننه
۱۶۳.....	مجلس شورای اسلامی
۱۶۳.....	شرایط انتخاب شندگان
۱۶۴.....	مرجع تشخیص صلاحیت داوطلبان نمایندگی مجلس شورای اسلامی
۱۶۷.....	شورای نگهبان مرجع تشخیص صلاحیت‌ها داوطلبان نمایندگی مجلس شورای اسلامی
۱۷۱.....	جلسات مجلس و چگونگی مذاکرات آن
۱۷۱.....	چگونگی تشکیل و شرایط آن به شرح ذیل است.
۱۷۳.....	تشکیلات مجلس شورای اسلامی
۱۷۴.....	وظایف هیأت‌رئیس سنی

۱۷۵	وظایف، اختیارات و صلاحیت‌های مجلس شورای اسلامی
۱۸۰	ماهیت و جایگاه مجلس شورای اسلامی و شورای نگهبان
۱۸۱	اقسام لوایح و طرح‌هایی که به مجلس شورای اسلامی داده می‌شود
۱۸۲	لوايح و طرح‌های با قید فوریت: این طرح‌ها و لوايح خود سه دسته‌اند
۱۸۳	استعفاي نماینده
۱۸۴	شورای نگهبان
۱۸۵	ترکیب و کیفیت انتخاب اعضای شورای نگهبان
۱۸۶	وظایف و اختیارات شورای نگهبان
۱۸۶	وظایف خاص فقه‌های شورای نگهبان
۱۸۷	وظایف و اختیارات نهاد شورای نگهبان
۱۸۸	مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۸۹	وظایف و صلاحیت‌های مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۹۰	مجمع تشخیص مصلحت نظام و شورای بازنگری قانون اساسی
۱۹۰	ترکیب اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۹۱	قوه مجریه
۱۹۲	الف) نهاد ریاست جمهوری و رئیس‌جمهور
۱۹۳	مطابق مفاد اصل ۱۲۱ قانون اساسی
۱۹۴	وظایف و اختیارات رئیس‌جمهور
۱۹۶	معاون رئیس‌جمهور
۱۹۷	وظایف و اختیارات معاونان رئیس‌جمهور
۱۹۷	هیأت‌وزیران - وزرا
۱۹۸	وظایف و اختیارات هیأت‌وزیران
۱۹۹	نصب و عزل وزرا
۱۹۹	وظایف و صلاحیت‌های خاص وزرا
۲۰۰	شورای عالی امنیت ملی
۲۰۰	هدف از تشکیل این نهاد:
۲۰۱	ترکیب اعضای شورای عالی امنیت ملی

۲۰۲.....	نیروهای نظامی و انتظامی در قانون اساسی
۲۰۲.....	ارتش جمهوری اسلامی ایران
۲۰۴.....	سپاه پاسداران انقلاب اسلامی
۲۰۴.....	رهبر و نیروهای نظامی و انتظامی
۲۰۵.....	اصول مربوط به کنترل امور نظامی و نیروهای مسلح
۲۰۵.....	قوه قضائیه
۲۰۷.....	استقلال قضاوت
۲۰۸.....	وظایف و اختیارات رئیس قوه قضائیه در امور مربوط به قوه قضائیه
۲۰۹.....	دادگستری در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۲۱۰.....	دادسرا
۲۱۰.....	انواع دادگاه‌ها و محاکم دادگستری
۲۱۱.....	عدالت اداری
۲۱۲.....	سازمان بازرسی کل کشور
۲۱۹.....	فصل ۶: مجموعه قوانین انتخابات (هیأت اجرایی - هیأت نظارت - شورای نگهبان)
۲۹۳.....	پیوست ۱
۲۹۷.....	پیوست ۲
۳۰۰.....	پیوست ۳
۳۵۷.....	پیوست ۴
۳۸۵.....	منابع و مآخذ

پیشگفتار

به حق می‌توان انتخابات را مبنای مردم‌سالاری و دموکراسی آینه تجلی تعالی حضور و مشارکت ملت در تعیین سرنوشت خویش نامید که در آن فرهنگ و رشد فکری خویش را به نمایش می‌گذارد. ملت بزرگ ایران که در پرتو انقلاب اسلامی، شیرینی تأثیر خود را در تعیین سرنوشت خویش در مراحل مختلف انقلاب تجربه کرده است، به‌خوبی به اهمیت نقش خود در انتخابات واقف است. امروزه هرچند گاه شاهد انجام انتخابات در کشورهای مختلف دنیا هستیم، اما آنچه انتخابات را در جمهوری اسلامی ایران از سایر کشورها متمایز می‌کند، تفاوت ظاهری آن نیست، چه این‌که انتخابات در نقاط مختلف جهان، تفاوت ظاهری چندانی با هم ندارند و لکن آن تفاوت اساسی که انتخابات را در جمهوری اسلامی ایران از انتخابات سایر کشورها متمایز می‌کند.

تفاوت ماهوی و محتوایی انتخابات در ایران و سایر کشورها وجود دارد؛ زیرا انتخابات در سایر کشورها با انگیزه‌های خاص برای حاکم کردن افراد و احزاب بر سرنوشت ملت‌ها صورت می‌گیرد. در آنجا تنها چیزی که مطرح نیست مسائل مذهبی و جهان‌بینی الهی است، اما بعد از وقوع انقلاب اسلامی در ایران که این انقلاب خود نیز در حقیقت نوعی انتخاب به معنای واقعی بود، مردم ایران تا آن زمان نقشی در تعیین سرنوشت خویش نداشتند. لذا به‌طوری جدی وارد صحنه شدند و سرنوشت و مقدرات خویش را به‌دست گرفتند و هنوز دو ماه از پیروزی انقلاب سپری نشده بود که اولین انتخابات در ایران برای تغییر رژیم سلطنتی به جمهوری اسلامی صورت گرفت که بالای ۹۸٪ از واجدین شرایط در آن انتخابات شرکت نمودند و به جمهوری اسلامی رأی دادند و از آن به بعد نیز مردم بارها در انتخابات مختلف شرکت کردند و نمایندگان مورد نظر خود را تحت عناوین نمایندگان مجلس شورای اسلامی، ریاست جمهوری، مجلس خبرگان، شوراهای شهر و روستا و ریاست جمهوری برگزیدند. این انتخابات نشانگر اعتقاد و احترام فوق‌العاده رهبر انقلاب حضرت امام خمینی (ره) به نقش مردم در تعیین سرنوشت خویش از همان روزهای اول پیروزی انقلاب اسلامی در ایران است.

آنچه در پیروزی انقلاب اسلامی نقش اساسی داشت، رهبری دینی و انسجام مردمی در قبول آن که در وجود امام خمینی (ره) تبلور و تجسم یافته بود و جمهوریت را ایجاد کرد و دیگری اسلامی بودن انقلاب بود. با این تفکر پایه یک حکومت اسلامی با مبانی توسعه‌یافته مردم‌سالاری دینی و دمکراسی جهانی بنا نهاده شد.

مقدمه

واژه «انتخابات» از ریشه عربی فعل «نخب» به معنای برگزیدن و اختیار کردن است و معادل اروپائی آن یعنی Election نیز به فعل لاتین Eliyere به معنای جدا کردن، سوا کردن و برگزیدن بازمی‌گردد. از نظر علم معنانشناسی نیز این اصطلاح تغییر و تحولات معنایی وسیعی پیدا کرده است. در کاربرد رایج و عام آن به معنای فرآیند رسمی تصمیم‌گیری است که از آن طریق فرد را برای یک امر عمومی انتخاب می‌کنند و انتخاب، یک فرآیند تصمیم‌گیری است که از طریق آن جمعیتی یک فردی را برای به‌دست گرفتن یک مقام رسمی انتخاب می‌کنند و می‌توان گفت انتخابات فرآیندی است که طی آن افراد شایسته در سطوح ملی یا محلی با در نظر گرفتن ضوابط معین از طریق مراجعه به آرای شهروندان برگزیده می‌شوند و انتخابات مهم‌ترین مجرای عملی شدن دموکراسی و معیاری برای ارزیابی جایگاه و میزان نقش‌آفرینی مردم در نظام‌های سیاسی است.

انتخابات، چارچوب و ابزاری است که از طریق آن اراده مردم در شکل‌گیری نهادهای سیاسی و تعیین متصدیان اعمال قدرت سیاسی به ظهور می‌رسد و از این طریق، مردم در عرصه‌های تصمیم‌گیری، اجرا و نظارت در اداره کشور، نقش‌آفرینی می‌کنند. در واقع مشارکت مردم در انتخابات، چگونگی رابطه متقابل جامعه و دولت را به نمایش می‌گذارد. می‌توان گفت، تحصیل مشروعیت یک نظام سیاسی به اعتبار آرای شهروندان است. بدین ترتیب از انتخابات به‌عنوان فرآیندی با مؤلفه‌های زیر می‌توان نام برد:

- نهادینه‌سازی قدرت

- مشروعیت بخشی به قدرت، بازسازی و اصلاح هرم قدرت سیاسی

- خلق قضایی به‌منظور تضارب آرا و اندیشه‌ها

- فرآیندی برای بازسازی و ترمیم مشروعیت سیاسی در مقاطع مختلف یک نظام سیاسی

با تعمیق دموکراسی دینی در کشور، ایران به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به سرزمین انتخابات است، برگزاری همه‌پرسی و انتخابات ادواری ریاست جمهوری، مجلس شورای

اسلامی، مجلس خبرگان رهبری و شوراهای شهر و روستا، نمونه بارزی از این ادعاست که پایه جمهوریت روزبه‌روز در حال تحکیم است. طبیعی است که در چنین عرصه‌ای عقلایی کردن مبارزات انتخاباتی از سوی داوطلبان یک نیاز استراتژیک است.

انتخابات در ایران در اشکال و اندازه‌های مختلف ظاهر می‌شود. از مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری در حوزه گسترده کشوری گرفته تا مبارزات محلی برای شرکت در شورایی‌ها و از صرف هزینه‌های میلیاردی در سطح ملی تا هزینه‌های ناچیز برنده شدن در انتخابات محلی، البته ادراک و انتظارات مردم نقش مهم در انتخابات بازی می‌کند. انتخابات یک بازی برد و باخت است. باید به کمک مشاوران سیاسی ورزیده به مبارزات انتخاباتی نظم و جهت داد. هر نامزد باید مسابقه را بر حسب معیارهای خود تعریف کند، نه معیارهای رقبای، یا رسانه‌ها و یا اشخاص سوم لازم است. باید مسائل به‌خوبی تحلیل شوند و پیام مناسبی به مردم در آن رابطه داده شود و اینکه چرا حل آن مسائل از طریق پیروزی انتخاباتی فرد یا گروه خاص ممکن است.

امروزه مدیریت سیاسی یک مقوله فراگیر است که شامل فعالیت‌های مختلف در حوزه سیاسی است. این رشته شامل مدیریت مبارزات انتخاباتی، آگاهی‌سازی، سیاست‌های توده‌های مردمی، پژوهش‌های راهبردی، جمع‌آوری کمک‌های مالی، رأی‌جویی و مانند این‌هاست. از مدیریت سیاسی گاهی به‌عنوان سیاست کاربردی یا علوم سیاسی کاربردی نام برده می‌شود. در رشته ارتباطات از آن با عنوان ارتباطات سیاسی کاربردی یاد می‌کنند و در رشته بازاریابی تحت عنوان بازاریابی سیاسی تعریف می‌شود. از نظر سیاسی، این مفهوم ناظر بر چگونگی برگزاری انتخابات، مطالعه رفتار فعالان سیاسی در استفاده از ابزارهای الکترونیکی، چگونگی به‌کارگیری نهادهای انتفاعی و غیر انتفاعی در مبارزات انتخاباتی و چگونگی حرفه‌گرایی در مبارزات انتخاباتی در سراسر جهان است!