

خلاصه درس

بسیج منابع

— حمایت، کمک های مالی، و کار داوطلبانه —

مدرس: محمد حسین ضیاء

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



شما اعانه جمع نمی‌کنید؛ شما می‌خواهید تا هزینه‌های کمپین خود را از مسیری شفاف تأمین، و از مردم برای تحقق و پیاده‌سازی خواسته‌ها و تفکرات مشترک‌تان، کمک بگیرید. تأمین مالی کمپین، یکی از ملزومات پیروزی در انتخابات است. با جمع‌آوری کمک‌های مالی بالا، امکان ارتباط در گستره و عمقی بیشتر با رأی‌دهندگان، افراد متنفذ و تأثیرگذار فراهم می‌گردد. قدرت مالی به شما این امکان را می‌دهد تا پیام کمپین خود را با روش‌های متعدد، به سطح بیشتری از جامعه رأی‌دهندگان برسانید. همچنین، قدرت مالی این اختیار را به شما می‌دهد تا از نیروی انسانی متخصص، طی بازه‌های زمانی متعدد برای پیگیری امور انتخاباتی‌تان، بهره ببرید. بنابراین کسب مهارت در این زمینه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با این حال، یافتن منابع مالی و انسانی مورد نیاز برای ستاد انتخاباتی، گاه با چالش‌هایی عمده روبرو است. بیشتر نامزدها، به ویژه در ماه‌های مانده به انتخابات که نیاز به منابع بیشتر می‌شود، در پی تحلیل و جمع‌آوری بودجه مورد نیاز خود هستند. نامزدهای انتخاباتی موفق نه تنها با روش‌های تأمین منابع مالی آشنایی دارند، بلکه با چگونگی جذب و مدیریت انواع دیگر منابع نیز آشنا هستند. این کار به معنی یافتن حامیانی است که کمک‌های مالی خود را در اختیار کمپین شما قرار می‌دهند، یا حامیانی که در قبال دریافت منابع مالی، خدمات یا کالا ارائه می‌دهند، و یا جذب افراد داوطلبی، که می‌توانند مهارت و نیروی کار خود را به صورت رایگان در اختیار کمپین انتخاباتی نامزد قرار دهند. با در نظر گرفتن بودجه یکسان برای دو کمپین مختلف، نامزدی پیروز انتخابات خواهد بود که بتواند با کمترین صرف بودجه، بیشترین راندمان، بازده و اثربخشی را داشته باشد.

دریافت کمک مالی، سطح بالایی از توقع را در حامی مالی ایجاد می‌کند. گاه در حوزه‌های جغرافیایی کوچک مانند روستاها و شهرهای کوچک، هزینه تبلیغات و کمپین، اندک است. لذا اگر توانایی مالی شما به گونه‌ای است که بتوانید هزینه‌های مالی ضروری را خود تأمین کنید و باقی نیازهایتان را از محل کمک‌های غیرمادی حامیان و داوطلبان تأمین نمایید، می‌توانید انرژی مربوط به این بخش را روی سایر اقدامات مربوط به کمپین بگذارید. برنامه‌ریزی دقیق منابع و برآورد هزینه‌ها و استفاده درست از منابع، نیاز شما به منابع مالی را بسیار کاهش خواهد داد.

نقطه شروع در جلب حمایت شهروندان، گاه کاری بسیار کوچک یا ساده است - مثلاً شرکت در یک برنامه یا گردهمایی برای نامزد - و سپس این فعالیت به کاری بزرگ‌تر تبدیل می‌شود. به طور مثال از حامیان خود در گروه‌های کوچک بخواهید که در یک محل جمع شده و ضمن توضیح سرخط برنامه‌هایتان به بیانی ساده و تمثیل وار، از آنان بخواهید که نقش بیشتری در امور ستادی و کمپین شما ایفا کنند. بدین ترتیب از آنها بخواسته‌اید تا وارد «نردبان مشارکت» شوند.

این مراحل را می‌توان در شکل زیر مشاهده کرد:





در این حالت، فرد حامی که قصدش صرفاً رأی‌دادن به شماست، همکاری فراتر از رأی‌دادن را با کمپین نامزد مورد نظرش شروع می‌کند و سپس مشارکت او گسترده‌تر می‌شود. هر چه اعتماد فرد حامی به شما و کمپین شما بیشتر شود، قدم‌های بیشتری را در این پله‌ها بر می‌دارد. بسیاری از فعالان کمپین‌ها برای شروع کار و گسترش مشارکت سیاسی از همین روش استفاده می‌کنند.

به طور کلی، مردم به سه دلیل عمده از نامزدها و کمپین‌های انتخاباتی حمایت می‌کنند:

۱. حمایت به دلیل تمایل به حمایت از یک نامزد (عقیدتی - سیاسی)
۲. حمایت به دلیل درخواست دیگران (قومی - قبیله‌ای و گروهی و ...)
۳. حمایت به دلیل دریافت حمایت از نامزد، پس از برنده شدن در انتخابات (سرمایه‌گذاری)

کار اعضای کمپین این است که افراد حامی یا کسانی را که به نامزد رأی خواهند داد را شناسایی کرده و سپس با انتقال این افراد به پله‌های بالاتر نردبان مشارکت میزان حمایت، همکاری و تعهد آنها را افزایش دهند تا کمپین به افراد داوطلب و منابع مادی و غیر مادی مورد نیاز خود دسترسی پیدا کند.

باورهای نادرست در تأمین منابع مالی کمپین انتخاباتی

در بحث تأمین منابع مالی کمپین انتخاباتی برداشته‌هایی نادرست وجود دارد. این باورها مانع از آن خواهند شد تا شما بتوانید کیفیت و کمیت لازم برای تأمین هزینه‌های کمپین خود در اختیار بگیرید. برخی از این باورها شامل موارد زیر هستند:



| باور نادرست |
|--|
| فقط افراد ثروتمند به کمپین‌های انتخاباتی و نامزدها کمک مالی می‌کنند. |
| درخواست پول افراد را عصبانی می‌کند. |
| تأمین منابع مالی صرفاً به پول محدود می‌شود. |
| مهم نیست قانون چه می‌گوید؛ هیچ‌کس چیزی نخواهد فهمید. |
| تأمین منابع مالی از مردم نوعی تکدی‌گری و عملی شرم‌آور است. |
| لازم نیست دنبال حامی مالی بگردیم؛ حامیان مالی ما را پیدا خواهند کرد! |
| مردان بهتر از زنان می‌توانند منابع مادی و انسانی جذب کنند. |
| تا پیش از روند تأیید صلاحیت‌ها، نمی‌توان حامی مادی و غیرمادی پیدا کرد. |

شناسایی حامیان مالی بالقوه

تأمین منابع مالی کمپین انتخاباتی به معنی ارتباط روشن و شفاف با حامیان مالی بالقوه جهت تشریح راه‌های مشارکت در راستای چشم‌انداز کمپین و چگونگی حمایت از اهداف کمپین و نامزد انتخاباتی است. اگر حامیان مالی همان چشم‌انداز کمپین یا نامزد انتخاباتی را در نظر داشته و به دنبال تحقق آن اهداف برای کشور یا جامعه محلی باشند، ایجاد پیوند بین نیازهای آنها و تأمین مالی منابع کمپین ساده‌تر خواهد شد. اما کجا می‌توان چنین افرادی را پیدا و شناسایی کرد؟

گام اول: طوفان فکری نقطه شروع برای یافتن حامیان مالی بالقوه شناسایی افراد و گروه‌هایی است که با نامزد انتخاباتی باورها، افکار، چشم‌انداز، و نگرش‌های مشترک دارند. انجام این کار بسیار ساده است و همه چیز از طوفان فکری آغاز می‌شود. طوفان فکری در اینجا یعنی جمع‌آوری اطلاعات از طریق تفکر دقیق درباره سؤالات و نکاتی که حامیان مالی احتمالی را مشخص می‌کنند.

گام دوم: تدوین فهرست‌ها در هنگام انجام طوفان فکری برای شناسایی حامیان مالی بالقوه، برای شروع تدوین فهرست‌ها، نام و اطلاعات تماس افراد و گروه‌هایی را که در حین بحث و پاسخ‌گویی به سؤالات مطرح می‌شوند را یادداشت کنید.

گام سوم: تعیین میزان یا مبلغ درخواستی مناسب پس از تهیه فهرست اصلی حامیان مالی بالقوه، سؤال بعدی این است که میزان مبلغ درخواستی از هر یک از این افراد باید چقدر باشد و بهترین راه برای درخواست چیست؟ برای این کار تخمینی از



مبلغ مورد نیاز برای کمپین خود طی دوره انتخابات را تهیه کنید. مبلغ قابل درخواست از افراد هر دسته به شرایط اقتصادی محلی، میزان درآمد، و بود یا نبود فرهنگ حمایت مالی سیاسی، بستگی دارد که ایجاد آن نیازمند زمان است. هر یک از این عوامل را در نظر گرفته و برای هر دسته از حامیان مالی رقم خاص یا مبلغ خاصی را جهت درخواست از هر یک از افراد مندرج در فهرست مشخص کنید.

ابزارها و شیوه‌های تأمین منابع مالی

ابزارها و شیوه‌های تأمین منابع مالی، فعالیت‌ها، روش‌ها، و ابزارهایی است که نامزدها برای جمع‌آوری پول به کار می‌گیرند. نمونه‌هایی از این ابزارها و شیوه‌ها عبارتند از پرداخت دوره‌ای، مزایده، پذیرایی یا ضیافت شام، همایش و جلسات مذهبی، و غیره. در این بخش به برخی از شیوه‌های رایج در تأمین منابع اشاره می‌کنیم:

- مزایده
- پرداخت مرحله‌ای یا دوره‌ای
- تأمین عمومی منابع مالی
- پذیرایی یا میهمانی چای
- جلسات بزرگداشت
- کنسرت
- جشنواره محلی
- معاشرت فردی
- درخواست مجدد
- تماس تلفنی و پیامک
- اینترنت و شبکه‌های اجتماعی
- کمیته مالی
- همایش و گردهمایی

مقایسه منابع و بازدهی آنها

در تأمین منابع مالی همواره باید منابع لازم برای هر کار (مثلاً، زمان، افراد، پول، و غیره) را با بازدهی حاصل از آن (مثلاً، پول جمع‌آوری‌شده یا درآمد خالص برای کمپین) مقایسه کرد. برای هر یک از برنامه‌های مورد نظر خود، جداولی را تهیه کنید.



آگاهی از اهداف، ابعاد و منافع هر برنامه، نکته‌ای کلیدی است که با افزایش دامنه اطلاعات شما از شیوه‌های مورد نظر خود، به آن خواهید رسید.

هنر درخواست کردن

توانایی درخواست کردن از مهارت‌های مذاکره است. در سیاست، درخواست حمایت - خواه حمایت مالی و خواه حمایت غیر مادی یا سیاسی - از مهارت‌های مهمی است که باید رشد پیدا کند. به خاطر داشته باشید که جلب مشارکت حامیان گاه از کاری کوچک شروع می‌شود، و سپس به تعهدی گسترده‌تر تبدیل می‌شود. توانایی درخواست کردن از حامیان برای برداشتن این گام کوچک و تبدیل شدن از خنثی به رأی‌دهنده و از رأی‌دهنده به داوطلب به اندازه توانایی درخواست حمایت‌های مالی عمده، اهمیت دارد. در هنگام مذاکره و یا سخنرانی برای گروهی که قرار است از آنان درخواست کمک مالی کنید، اصول تهییج، انگیزه، ثبات، قدرت و صمیمیت را هنگام طرح کلام، رعایت کنید.

در بحث درخواست، رویکرد خاص مورد استفاده در این مسیر به ماهیت رابطه با فرد مقابل و نوع زبان و سبک‌های ارتباط قابل استفاده برای فرد درخواست‌کننده بستگی دارد. با این حال، در این روند معمولاً به گام‌های زیر نیاز داریم:

۱. آمادگی

۲. ایجاد تفاهم

۳. ارتباط

۴. ارائه درخواست مشخص

۵. توقف حرف زدن

۶. گوش‌دادن و پاسخ‌دادن

۷. توجه به جزئیات

۸. قدردانی

۹. درخواست مجدد

۱۰. حفظ ارتباط

۱۱. تمرین



منافع: پیش از مذاکره با هر کمک‌کننده احتمالی مالی، لیستی از منافع احتمالی آن فرد در صورت پیروزی شما در انتخابات را در ذهن داشته‌باشید. باید بتوانید آنان را به این باور برسانید که منافع مشترکی با شما در این انتخابات دارند و این مذاکره، یک مذاکره برد-برد برای طرفین است.

تاکید بر قدرت: دقت کنید که قدرت در مذاکره از نکات کلیدی است. برای هیچ مبلغی، قدرت و اعتبار خود را هدر ندهید. اگر افراد در شما خلل در قدرت ببینند، احتمال کمک‌کردن مالی آنها به شما، بسیار کاهش خواهد یافت.

پرهیز از ضعف: در صورتی که شما درخواستی را مکرراً برای فردی که به شما پاسخ منفی داده طرح کنید، و یا بیشتر از اینکه مردم درباره برنامه‌های شما بشنوند، درباره نیاز مالی کمپین شما بشنود؛ حسی از ضعف را در جامعه پیرامون خود القاء می‌کنید.

مواجهه با چالش ردصلاحیت برای جمع‌آوری منابع

یکی از چالش‌های اصلی پیش روی نامزدهای انتخاباتی در کشور، عدم اطمینان آنان از تأیید یا رد صلاحیت شدن از سوی نهادهای نظارتی برای شرکت در انتخابات است. حتی منتخبان اسبق نیز از این قاعده مستثنی و با توجه به قوانین، این عدم اطمینان گاهی تا هفته‌های آخر منتهی به انتخابات نیز به طول می‌انجامد. لذا ابهام در وضعیت نامزد انتخاباتی، ابهام پیرامون اطمینان خاطر حامیان را پدید می‌آورد. به عنوان نامزد انتخاباتی و یا مدیر کمپین، راه‌کارها و برنامه‌های زیر را باید در پیش بگیرید:

۱. برنامه‌ریزی مالی: عامل دوام و بقای شما در عرصه انتخابات، بیشتر از اینکه به منبع مالی وابستگی داشته‌باشد، به برنامه ریزی مالی برای کمپین انتخاباتی بستگی دارد. منظور از برنامه‌ریزی در این بخش، اولیت‌بندی برای برنامه‌ها، هزینه‌ها، روش‌های تبلیغاتی، تأمین بودجه و نیز اثربخشی هر کدام از روش‌های تبلیغاتی است. توجه داشته باشید که کمپین شما باید شروع قدرتمندی داشته باشد. شما در تبلیغات انتخاباتی خود، نیاز به دو موج روانی برای تحریک افکار عمومی نیاز دارید.

۲. تحقیق و ارائه آمار: به قانون انتخابات و موضوع هیأت‌های اجرایی در شهرستان‌ها، از کانال‌های ارتباطی خود با افراد ذی‌نفوذ سیاسی، نسبت به تأیید و رد صلاحیت خود، پیگیری‌هایی را داشته باشید.



۳. سرمایه‌گذاری شخصی: اگر به موضوع نامزدی در انتخابات به دید سرمایه‌گذاری نگاه کنیم، هنگامی که فردی در انتخابات نامزد می‌شود، طبعاً تصمیم خود برای سرمایه‌گذاری را گرفته است. فرد هنگامی اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کند که از سودآوری و موفقیت آن نشانه‌های زیادی را از پیش دیده‌باشد.

۴. گفتگو: در طی دوران کمپین انتخاباتی خود، بارها با این پرسش مردم مواجه خواهید شد که «آیا نگران ردصلاحیت هستید؟» از به کاربردن پاسخ‌هایی همچون «حتماً تأیید می‌شوم» «مگر می‌شود تأیید نشوم؟»، «می‌ترسم رد صلاحیت شوم»، «می‌دانم، امیدوارم رد صلاحیت نشوم» و مواردی از پاسخ‌ها که نشانه سردرگمی، عدم تفکر و یا خیال‌پردازی باشد، پرهیز کنید. بر اساس استدلال عقلی که «هیچ چیز قطعی نیست»؛ نباید به پرسش افراد، پاسخ قطعی بدهید، اما آنان را از تأیید صلاحیت خود مطمئن کنید. اگر کاندیدای شورای شهر و روستا هستید، می‌توانید از آمار «تأیید صلاحیت» شدگان سخن بگویید و نیز بگویید که شرایط شما مطابق شرایط اولیه نامزدهای انتخاباتی درج شده در قانون انتخابات است. از ذکر نمونه‌های تأیید صلاحیت شده از افرادی که شرایط اجتماعی و سیاسی مشابه شما داشته‌اند نیز، استفاده کنید.





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.