



NATIONAL IRANIAN AMERICAN COUNCIL

Promoting Iranian-American Participation at
All Levels of American Civic Life
www.niacouncil.org

مفهوم روند سیاسی:

رهنمودی برای جامعه آمریکائیان ایرانی تبار

نویسندگان:

دکتر بهرام رجانی، عضو انجمن علوم سیاسی آمریکا؛ تربیتا پارسی،
مدیر "نیاک"، سام فیاض، عضو "نیاک"

جامعه آمریکائیان ایرانی تبار چگونه می تواند نفوذ گذار شود؟ مسائل یا عقاید چگونه در دستور کار و برنامه عمومی قرار می گیرند؟ چه کس یا چه عاملی توجه سیاست سازان را جلب می کند؟ چه طرح هائی روند انتقال یک عقیده را به سیاست هدایت می کند؟

تماشای تصویر بزرگ

گروه هائی که سعی دارند بر مسیر تصمیم گیری سیاسی در آمریکا اثر بگذارند، اغلب به بهای شناخت و درک کامل تصویر بزرگتر، با نگاهی محدود به روند سیاسی می نگرند. گرایش به تمرکز بحث های عمومی بر مسائل سیاسی جنجال برانگیز روز، نمونه خوبی است. گرایش تقریباً انحصاری بر مبارزات سیاسی و نقش کسانی که به آنها کمک می کنند، به عنوان تنها وسیله پیشبرد برنامه های گروه های صاحب منافع، نمونه دیگری است.

ما برای تبدیل شدن به جامعه ای که قادر باشد بر تصمیمات روزانه در آمریکا نفوذ کند، نیاز داریم محرکه های تصمیم گیری سیاسی دولت را عمیق تر بفهمیم. با دریافت مفهوم گسترده تر محتوانی که سیاست در درون آن شکل می گیرد، توانائی خود را برای مشارکت موثر، با فراهم آوردن استراتژی هائی چند بُعدی و با دوام، بیشتر خواهیم کرد.

دو افسانه

در باره روند سیاسی بطور کلی دو افسانه وجود دارد، که جامعه ما به ویژه آنرا باور می کند و موجب شده است کوشش های آمریکائیان ایرانی تبار برای نفوذ گذاری بر تصمیم گیری های سیاسی به جانی نرسد. نخستین افسانه این است که روند سیاسی در شیوه ای قابل پیش بینی، پویا و مکانیکی عمل می کند. یا، عقاید و ابتکارها پیش از آن که به صورت قانون تدوین شوند، از مراحل منظم، مشخص و متوالی می گذرند. از این دیدگاه، روند سیاسی از طریق تعریفی منطقی یا شناخت مشکل عبور می کند، و جستجو برای یافتن راه حلی را موجب می شود. زمانی که یک راه حل احتمالی پیدا شد، پیش از آنکه سرانجام بتواند به عنوان سیاستی به کار گرفته شود، از صافی بررسی های گوناگون خواهد گذشت.

هرچند این برداشت ممکن است منطقی بنماید، اما واقعیت سیاست سازی را بازتاب نمی دهد. گرچه برخی جنبه های روند قانونگذاری یک طرح پویا و مشخص را دنبال می کند، اما در آمریکا فراگرد سیاست سازی با کنار هم گذاشتن مشکلات و راه حل های موجود، دقیق تر تعریف می شود. گروه هائی که معمولاً موفق می شوند پویاشگرانی هستند که پیوسته عقاید و راه حل هائی را در راهروهای کنگره - به قانونگذاران - ارائه می دهند و خود در انتظار ظهور یا شکل گیری مشکلی که راه حل پیشنهادی آنها را قادر خواهد ساخت به سیاست تبدیل شود، باقی می مانند.

یک لابیگر (lobbyist) کالانی دارد که نخست می خواهد آنرا بفروشد، و بنابراین به راه می افتد و سعی می کند سیاست سازان را متقاعد سازد که آن کالا خریدار دارد.

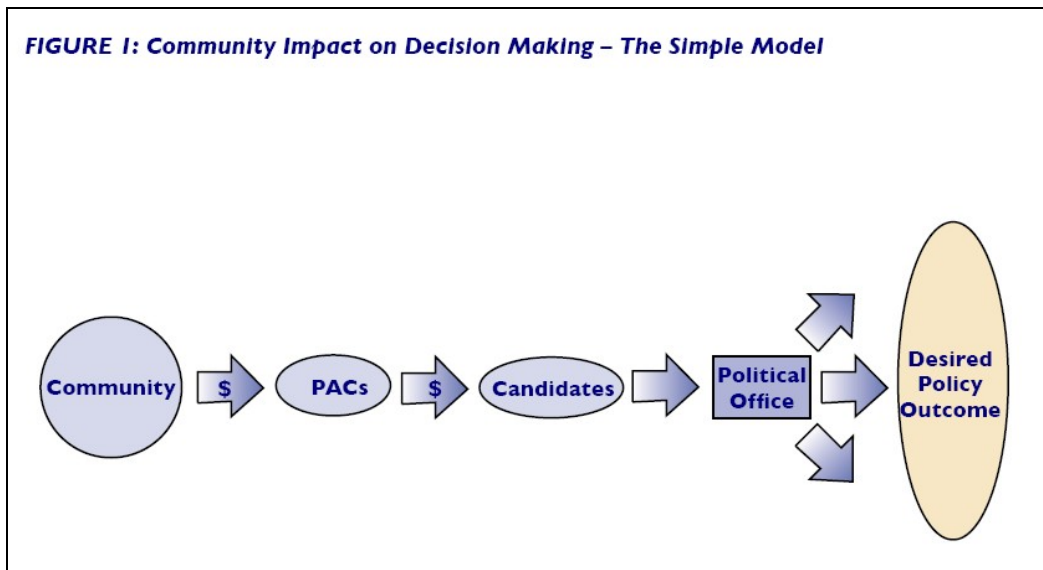
ادامه کنار هم گذاشتن مشکلات و راه حل ها لزوماً هم سیال است و هم غیر مستقیم. تغییر شکل دائمی مشکلات را ایجاب می کند، تا آن که آنها را برای جاگرفتن در یک محتوای سیاسی متغییر و با راه حل ترجیحی فرد، مناسب سازد. این روش حتی ممکن است موجب شود روند سیاسی در زمان هائی در جهت های ظاهراً متغایر حرکت کند. در نتیجه، این تصور که روند سیاسی مستقیم و فاقد جهت است نه تنها درست نیست، بلکه می تواند به هدف گروه هائی که به آن، به قیمت برداشت ها و نگرش های دیگر متکی هستند، آسیب برساند. همچنین می تواند به شکل گیری جوامع برآشفته و ناراحتی منجر شود که منابع عظیمی - به ویژه پول - را در مطرح ساختن بی موقع پیشنهادهائی برای مشکلاتی که وجود ندارد، هدر می دهند.

دومین افسانه این است که موفقیت یا شکست یک طرح و ابتکار به یک عامل، بالاتراز تمام عوامل دیگر متکی است؛ به سخن دیگر، یک متغیر واحد مشخص می سازد که آیا یک عقیده باید به یک سیاست تبدیل شود یا نه. رایج ترین نمونه این افسانه این پندار است که پول، که از طریق یک گروه فراگیر یا کمیته های عمل سیاسی توزیع می شود، وقتی پای بسیج جامعه به میان می آید، معجزه می کند. به این معنا که اگر یک گروه اجتماعی تشکیلاتی را که بتواند از طریق آن هزینه مبارزه کاندیداهای طرفدار خود را برای مقامات سیاسی تامین کند در اختیار نداشته باشد، قادر نخواهد شد در نفوذ بر روند سیاسی به سود خود موفق شود. این افسانه بر این نظر نادرست استوار است که اگر یک گروه خاص اعمال فشار دارای عقیده و فکری است و پول هم برای رساندن آن به دست افراد مناسب دارد، آنگاه تبدیل آن عقیده به قانون یا سیاست زیاد طول نخواهد کشید. حاصل این دو افسانه به وجود آمدن برداشتی نسبت به روند سیاسی است که می توان آنرا "مدل ساده"، به گونه ای که در نمودار شماره یک در صفحه 18 تصویر شده است، توصیف کرد.

این مدل همچنین این تصور را که پول تنها "روغنی" است که ماشین سیاست سازی را روغنکاری می کند، نادرست می داند. هرچند پشتیبانی مالی کافی برای موفقیت یک طرح سیاسی اهمیتی بسیار روشن دارد، اما به هیچ روی تنها منبع مهمی که جوامع می توانند برای مطرح ساختن مسائل مورد علاقه خود به آن متوسل شوند نیست. بالاخره، هیچ نوع واحدی از سازمان مدنی یا یک گروه منافع عمومی نمی تواند، به تنهایی، به اندازه کافی طیف کاملی از منافع تمامی جامعه را پیش ببرد یا از آن حفاظت کند. این نوع استراتژی در دراز مدت محکوم به شکست خواهد بود.

عقاید از طریق کار و ثروت تعدادی انگشت شمار از افراد و گروه ها، اهمیتی در سطح ملی کسب نمی کنند. روندی است به مراتب درهم و آشفته تر که در آن بسیاری از بازیگران گوناگون، فراگردها و عقاید در یک حوزه و فضای غیر رسمی در حرکت هستند، و پیامدها نشان می دهد که عناصر و اجزای متفاوت (مشکلات، راه حل ها، و منابع شرکت کنندگان) چگونه در آنجا از هم جدا و طبقه بندی می شوند.

نمودار 1: تاثیر جامعه بر تصمیم گیری – مدل ساده



روند سیاسی به راستی چگونه کار می کند

انجمن ایران – آمریکا، به جای استفاده از یک مدل ساده طولی و دیدن فقط چند بازیگر عمده و حتی تعداد کوچکتري منابع مربوط، به عنوان کلیدهای موفقیت، به مدل بسیار دقیق تری از روند سیاسی نیاز دارد – مدلی که طبیعت چند بعدی و پویای سیاست سازی را درک کند و به حساب بیاورد. نمودار 2 این مدل را تصویر می کند.

این مدل گزینه، به دلیل برداشت جاری و متوازن خود، از نظر ببار آوردن نتایج بسیار امید بخش تر است. مسیر نهانی که در آن یک راه حل پیشنهادی به سیاست تبدیل می شود، در حقیقت مجموعه ای از بازیگران و برنامه های رقیب را در بر می گیرد، پدیده هایی که موفقیت آنها بیشتر به پافشاری و فعالیتی که دنبال می شود وابسته است. تنها تکیه بر یک استراتژی برای "روغنکاری چرخ و دنده های سیاسی" از طریق "لابی" ها یا کمک به مبارزات انتخاباتی، طیف و گستره کامل این بازیگران و برنامه های را نادیده می گیرد.

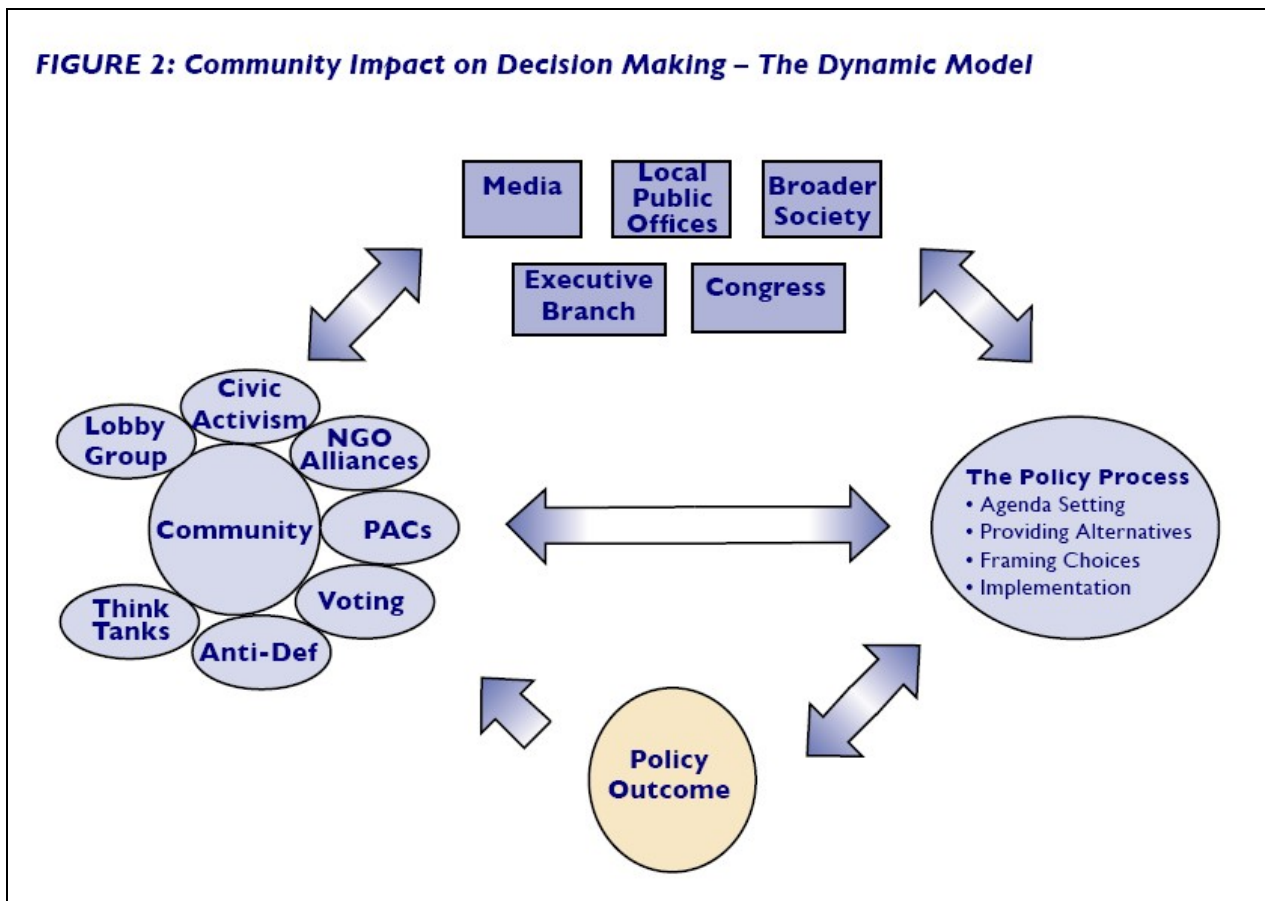
متنفذ ترین جوامع در شکل دادن به سیاست، جوامعی هستند که اعضای آنها همیشه، و تا آنجا که در این مدل ممکن است، در حوزه های هرچه بیشتر حضور دارند و کار می کنند. عقاید، گروه ها و افراد موفق فعال و مراقب هستند – نه به این مفهوم که پیوسته هدف های مشخصی را تعیین می کنند و منابعی را به حل مشکلات مشخص اختصاص می دهند، بلکه فعال و مراقب تا حدی که برای هر مشکل سیاسی مربوط یا جریان سیاسی که در سر راه آنها قرار بگیرد، راه حل هائی آماده داشته باشند. مفهوم اصلی این برداشت این است که فرد منافع گروه خود را با نگاه به ظهور مشکلات به عنوان فرصت ها و بهره گیری کامل از این فرصت ها با ارائه راه حل های مناسب که به سود حوزه انتخابیه اش باشد، به موقع و به شیوه ای ماهرانه، از طریق به کار گرفتن همزمان انواع وسایل، دنبال کند.

بازیگران سیاسی با استفاده از حوادث و جریان های سیاسی برای پیشنهاد راه حل های از پیش تهیه شده و در برگیرنده منافع شخصی که به مشکلات ارتباط دارند، سیاست آمریکا را تعیین می کنند.

بسیج یک ائتلاف اجتماعی شامل نیروهای سیاسی سازمان یافته (گروه های صاحب منافع/ هوادار) ، کارمندان کشوری، اندیشه وران، احزاب سیاسی و رسانه ها، و وادار ساختن آنها به بلند کردن صدای خود در مناسب ترین زمان، علی رغم برنامه های متفاوتی که دارند، چالشی است که موفقیت آن، موفقیت یا شکست یک طرح سیاسی را رقم خواهد زد. اما وادار کردن این گروه ها به بلند کردن فوری صدای خود، به این معنا نیست که توصیه های سیاسی آنها پذیرفته خواهد شد. وارد آوردن فشار و اعمال نفوذ شدید در حمایت از یک طرح در یک جو سیاسی که آنرا غیر منطقی یا نامربوط تلقی می کند، طرح را در راس دستور کار و برنامه سیاسی قرار نخواهد داد و آنرا مهمتر از طرح ها و پیشنهاد های دیگر جلوه گر نخواهد ساخت. زمان هائی وجود دارد که مناسب ارائه عقاید خوب نیست. همانگونه که زمان ها و فرصت های خوبی برای مطرح ساختن عقاید نا مطلوب پیدا می شود.

از دیدگاه جامعه ایرانی – آمریکائی، لازم است از طریق گسترش فعالانه مجموعه ای از انواع سازمان های درگیر در روند سیاست سازی، آنگونه که مدل ما نشان می دهد، در این فراگرد سرمایه گذاری شود. در صفحات بعدی ، مهمترین انواع این سازمان ها توصیف شده اند.

نمودار 2: تاثیر جامعه بر تصمیم گیری – مدل دینامیک



آماده ساختن مردم برای دموکراسی آموزش مدنی و نقش نایاک

در آمریکا آموزش مدنی مهمترین عنصر در آماده ساختن جامعه برای دست زدن به یک اقدام اساسی است. از طریق چنین آموزشی سازمان ها می توانند سرمایه سیاسی را در سطح ملی، با تقویت آگاهی سیاسی جمعی و کوشانی یک جامعه، فراهم آورند. آموزش مدنی شرط لازمی است که کوشندگی سیاسی و نفوذ یک جامعه یا گروه را امکان پذیر می سازد.

جوامع موفق آنهایی هستند که از نظر سیاسی آموزش دیده باشند

یک جامعه فقط زمانی قادر خواهد بود به گونه ای کار ساز در روند سیاسی مشارکت کند و منافع خود را پیش ببرد، که به خوبی با روند سیاسی آشنا باشد. جوامع موافق آنهایی هستند که از چگونگی کار نهادهای سیاسی کاملاً آگاه هستند و در مورد دگرگونی در گرایش ها، قوانین و رویه ها اطلاعات دست اول دارند. جوامع آگاه بهتر می توانند از منابع خود (پول، نیروی انسانی، و ابزار وابسته به رسانه ها) در شیوه ای کارآمد تر استفاده کنند. تشکیل کارگاه های آموزشی، ارائه جدیدترین اطلاعات در باره قوانین اصلی، فراهم آوردن امکان بحث های رو در رو بین مردم و نمایندگان آنها، و شاید مهمتر از همه، آشنا ساختن اعضای جامعه با جهان سیاست، از جمله برخی از استراتژی ها یا فعالیت هایی است که سازمان ها به منظور آموزش جوامع خود به کار می برند.

نقش نایاک

شورای ملی آمریکایی - ایرانی (NIAC) بر خلاف گروه های دارای منافع که هدف و موضوع خاصی را دنبال می کنند، منابع خود را وقف آموزش مدنی، ضمن حفظ بی طرفی سیاسی و عقیدتی، می کند. در نتیجه، نایاک قادر است خود را از مسائل بالقوه تفرقه انگیز دور نگاهدارد و از مشارکت تمام افراد علاقه مند در یک جامعه از نظر فرهنگی متجانس و همگن، با هدف های سیاسی ناهمگون، استقبال می کند.

" شین مورفی " ، عضو هیات مدیره نایاک، در توصیف هدف های آن برای جامعه آمریکایی - ایرانی می گوید : " نایاک با این گزینش که غیر سیاسی باقی بماند، قادر بوده است، از طریق آموزش، جامعه آمریکایی - ایرانی را در کوشش برای کسب قابلیت سیاسی بیشتر، بدون تمام آشفتگی های همراه با احزاب سیاسی، یاری دهد. " نایاک، از رهگذر فعالیت های آموزش مدنی و برنامه های دیگر، شالوده لازم را برای شکوفائی گروه های آمریکایی - ایرانی ذینفع، به گونه ای که بتوانند هدف های جمعی جامعه ما را پیش ببرند، پی ریزی می کند.

" اگر شما فقط حرف و نظریک طرف را بشنوید، رای دادن مشکل نخواهد بود."
ارتباط با مقامات برگزیده

برقراری مناسبات معقول با قانونگذاران در کنگره آمریکا، برای نفوذ سیاسی جامعه لازم است. سناتور ها و اعضای مجلس نمایندگان قادر هستند مستقیماً بر برنامه و طرح های سیاسی، که برای کار برد قانونی بررسی می شوند، اثر بگذارند. بنا براین، باید به خوبی روشن باشد که چرا نزدیک شدن به این افراد قدرتمند و جلب نظر آنها، حتی اگر مقصود کسب نفوذ در سطحی عادی و محدود باشد، ضروری است. هرچند این مردان و زنان در خطوط جبهه دروازشگتن دی سی در پیکارهای سیاسی درگیر هستند، توجه آنها بیشتر بر نیازها و خواسته های رای دهندگان در ایالت هایشان متمرکز است. نهایتاً، این مردم مناطق محلی قانونگذاران هستند که به آنان فرصت می دهند در مقام خود باقی بمانند و دگرگونی هایی را موجب شوند.

پول تنها روغن برای ماشین سیاسی نیست

تعبیر نادرستی که عمومیت دارد این است که قانونگذاران با دقت زیاد به کسانی که به تامین هزینه های مبارزات انتخاباتی آنها کمک کرده اند، و به تمایلات و خواسته های گروه های نیرومند صاحب منافع پاسخ می دهند - در حقیقت، پول تنها نوع "روغن" در ماشین سیاسی است. اما واقعیت این است روش تصمیم گیری قانونگذاران بر اصول، ضوابط و اعتقاد استوار است. جیم مودی، نماینده سابق ایالت ویسکانسن در مجلس نمایندگان، که در دهه 1979 دو سال در ایران بود و در هیات مشورتی نایاک خدمت می کند، می گوید اصول و ضوابط شخصی دلیلی است که اکثر مردم ناچار هستند برای احراز یک مقام و شغل عمومی آنرا رعایت کنند. در این نظام به شجاعت پاداش داده می شود. "کسی برای اندازه گیری میزان دست زدن ها و ابراز احساسات به کنگره نمی رود، و مسلماً مقصود از ورود به آن، کسب درآمد زیادتر یا گذراندن وقت بیشتر با خانواده نیست."

برای مثال، جیم مودی با طرحی روبرو شد که به آن علاقه داشت، با این حال در میان کسانی که به او رای داده بودند بسیار نامطلوب بود. "هشتاد و پنج درصد افراد در حوزه انتخابیه من با آتش زدن پرچم آمریکا مخالف بودند و از اصلاح قانون اساسی که چنین کاری را یک جرم فدرال به حساب آورد پشتیبانی می کردند. من موافق نبودم و علیه آن رای دادم. اما جان بدر بردم و موقعیت سیاسی ام حتی بهتر شد، زیرا عمل من نشان داد که به اصولی معتقد هستم."

هر سه یا چهار نفر می توانند نتیجه یک انتخاب را تغییر دهند

جوامعی که دارای نفوذ سیاسی هستند، از توجه اصلی قانونگذاران بر حوادث و جریان ها در حوزه های انتخابیه فعالیت به صورت محلی استفاده می کنند. این جوامع اعضای محلی خود را از طریق آموزش سیاسی توده های و مبارزات انتخاباتی بسیج می کنند. آنها مناسباتی را که به سود هر دو طرف باشد، با رهبران با نفوذ در سطح محلی و نیز به عنوان ائتلاف هائی با جوامع دیگر، که منابع همسان و منابع مکمل دارند، برقرار می سازند. متنفذ ترین جوامع آنها هستند که قادرند با معرفی خود به عنوان افراد بیشتر، بلکه نمایندگان شبکه ای از افراد یک جامعه فعال، به قانونگذاران معرفی کنند. "جیم مودی" با تاکید بر اهمیت شبکه های محلی می گوید: "کسانی که در جامعه خود فعال هستند امتیاز می گیرند، زیرا دارای شبکه هائی هستند. تمام اعضای کنگره می دانند که هر گروه سه چهار نفری، اگر بدرستی سازمان یافته و فعال باشد، می تواند نتیجه یک انتخاب را، حتی برای یک کرسی بدون رقیب، تغییر دهد."

جلسه در ناحیه

جوامع متنفذ فرصت هائی برای ملاقات رو در رو در روی اعضای علاقه مند با قانونگذاران در سطح محلی فراهم می آورند. گردهمائی های ناحیه ای، بر خلاف جلساتی که در واشنگتن دی سی تشکیل می شوند، هم برای رای دهندگان و هم برای قانونگذاران مفید است. برای رای دهندگان، یا اعضای یک جامعه، دیدارهای محلی عموماً موثرترین رخداد از نظر زمان و هزینه به شمار می آیند. در ناحیه، رای دهندگان با گروه های محلی اعمال نفوذ (لابی) برای ملاقات با نماینده مجلس باهم رقابت نمی کنند. به گفته "جیم مودی"، "پول می تواند به شما برای خرید وقت ملاقات در واشنگتن دی سی کمک کند، اما وقت ملاقات در ناحیه رایگان است." دیدارهای ناحیه ای برای قانونگذاران نیز جالب است، زیرا آنها قادر می شوند وقت بیشتری را با رای دهندگان سازمان یافته بگذرانند و به نگرانی های آنها بپردازند."

گرفتن وقت ملاقات با قانونگذاران

دقیقاً یک فرد چگونه می تواند با این صاحبان به ظاهر جدابافته قدرت وقت ملاقات بگیرد؟ نخست و مهمتر از همه، قانونگذاران آن گونه که ممکن است تصور شود، جدا یافته نیستند. آنچه معمولاً لازم است، این است که گروه کوچکی دور هم جمع شوند و از قانونگذار خود درخواست ملاقات کنند. راه دیگر این است که در یک

گردهمایی کوچک که برای جمع آوری پول تشکیل می شود حاضر شوید. در باره مسائلی که برای خودتان و برای جامعه شما اهمیت دارد با یک نماینده بحث کنید. کمک مالی کوچکی بکنید، و سپس خود را با برنامه کار او تطبیق دهید. این " وقت ملاقات " با قانونگذاران برای پیشبرد منافع جامعه مهم است، و اگر شما این کار را انجام ندهید تقریباً مسلماً بازنده می شوید. آن گونه که جیم مودی در باره روند تصمیم گیری می گوید: " اگر فقط حرف یک طرف را بشنوید، رای دادن آسان خواهد بود."

تبدیل ناشکیبائی به یک پدیده اجتماعی " نفرت انگیز " گروه های ضد تبعیض

گروه های ضد تبعیض یا طرفدار حقوق مدنی می خواهند رعایت حقوق مدنی و رفتار قانونی برابر با تمام آمریکاییان را مسلم سازند. آنان با پالایش عقاید و طرح هایی که به زیان جامعه می نماید، پیش از رسیدن به مراحل نهائی روند تصمیم گیری، نقشی مهم در روند سیاسی بازی می کنند.

نخستین خط دفاع

گروه های ضد تبعیض در تهیه دستور کار و برنامه سیاسی، نقش مهم، و در عین حال ماهرانه ای، ایفا می کنند. فعالیت های ضد تبعیض به عنوان یک " فیلتر ناشکیبائی " برای آنچه از نظر لفاظی، گفتار عمومی، و سیاست های دولت در مورد گروه های خاص قابل قبول می نماید، عمل می کنند. به سخن دیگر، هدف گروه های مخالف تبعیض از مبارزه این است که مسلم سازند عقاید مغایر با منافع یک جامعه پیش از رسیدن به واکنش دی سی، و ورود به روند سیاسی، حذف شود. در این مفهوم، گروه های ضد تبعیض با قرار دادن خود در نخستین خط دفاع، نقشی بسیار مهم برای جوامع ایفا می کنند.

" قانون STEP " که در سال 2003 پیشنهاد شد، نمونه خوبی است. این لایحه بحث انگیز تمام ایرانیان غیر مهاجر را - حتی اگر به طور قانونی در آمریکا بسر ببرند - ظرف 60 روز فقط به دلیل ملیت آنها اخراج می کرد. از نقطه نظر جامعه آمریکائی - ایرانی، مشکل لایحه این نبود که شانسی واقعی برای تصویب داشت - زیرا چنین نبود - بلکه این بود که اصولاً چرا به کنگره پیشنهاد شد.

این عقیده که می توان مهاجران ایرانی را فقط به این علت که ایرانی هستند هدف گرفت، باید در نخستین مرحله از صافی یک گروه ضد تبعیض می گذشت تا نتواند به کنگره راه پیدا کند. وظیفه رویارونی با لایحه، وقتی به کنگره رسید، بر عهده یک گروه اعمال نفوذ قرار می گیرد، اما دلیلی وجود ندارد که نباید در مرحله ای زودتر، از طریق کوشش گروه های مخالف تبعیض، متوقف می شد. از این گذشته، ناتوانی در متوقف ساختن آن در کنگره می تواند فاجعه بار شود. بنابراین، کنگره باید آخرین، و نه اولین خط - دفاع باشد.

پیشنهاد لایحه STEP نشان داد که در نخستین خط دفاعی جامعه آمریکائی - ایرانی شکافی پیدا شده است، تنها به این دلیل ساده که ما فاقد گروه های ضد تبعیض کارآمد بودیم. نقش گروه های ضد تبعیض این است که نظریه ها و عقاید و سیاست های دارای انگیزه های نژادی، نفرت انگیز یا بدخواهانه را از نظر سیاسی غیر قابل قبول سازند - بنابراین موفقیت سیاسی آنها را غیر ممکن کنند. این وظیفه در سطح اجتماعی، همانند فعالیت گروه های آموزش مدنی، بهتر انجام می گیرد.

مدیون بودن به بحث سازمان های پژوهشی و ارانه طریق (Think Tanks)

این سازمان ها و نهادها در شکل دادن به بحث در باره مسائل سیاسی، نقش مهمی برعهده دارند. هرچند ممکن است نفوذ آنها در تصمیماتی که قانونگذاران سرانجام می گیرند اندک باشد، اما با ارانه گزینه های گوناگون که امکان دارد قبل از دستور کار و برنامه قرار نگرفته باشد، پارامترها و محدوده بحث را مشخص می سازند. از دیدگاه یک جامعه، سازمان های پژوهشی و ارانه طریق، مکان هائی هستند که در آنها عقاید ساخته و پرداخته می شوند یا وزن و اعتباری روشنفکرانه به پیام جامعه می افزایند. برای نفوذ در جهان سیاست و تاثیر گذاری بر تصمیمات قانونگذاران، جوامع باید پیامی را که به وسیله اندیشه وران مشهور- که عمری را در اندیشیدن در باره این مسائل سپری کرده اند- تهیه شده است، فراهم آورند و بفروشند. توانائی تهیه پیام شما عنصری حیاتی است، و اهمیت آن از اعداد، پول یا قدرت سازمانی کمتر نیست.

"داریل ادواردز" مدیر برنامه شورای مناسبات خارجی می گوید: " شما می خواهید عقایدتان از یک فضای آکنده از اندیشه و تفکر بیرون بیاید. می توانید صاحب تمام پولهای جهان و حتی موضوع خوبی باشید. اما، بالاتر از همه، باید پیامی را آماده کنید. هدف، شکل دادن به پارامترهای پیام است. وقتی بحثی داشته باشید، مانند این است که بزرگراهی در اختیار دارید. می توانید برای عبور از آن هر مبلغی می خواهید عوارض بگیرید. اگر نتوانید به بحث و گفتمان شکل دهید، آنگاه آماج مقاصد و خواسته های فرد دیگری در این کشور قرار می گیرید.

در باره هر موضوعی با توجه به ارزش آن، نقطه نظرهای متفاوتی وجود دارد. اما طرفی که معنا و مفهوم موضوع را در واشنگتن شکل می دهد، برتری مشخصی خواهد داشت. موفق ترین سازمان های پژوهشی و ارانه طریق، از آگاهی و اعتباری که از رهگذر " منصف و متوازن بودن " به دست می آید، برخوردار هستند و اندیشه ورانی بسیار والا، با کیفیت عالی، در کنار خود دارند. دارویل ادواردز با این موضوع موافق است. " یکی از عواملی که به راستی می تواند بر بحث و گفتمان در واشنگتن اثر بگذارد، این است که بازیگران دیگر شما را چگونه ببینند. اگر در هیچ طرفی اعتباری نداشته باشید، آن وقت نخواهید توانست بر بحث نفوذ کنید.

" ژنرال بودن لذت بخش است، اما نخست باید ارتشی تشکیل دهید."

گروه های اعمال نفوذ

گروه های اعمال نفوذ و کارگشا، بازیگران ابزاری در سیاست های آمریکا هستند. آنها کوشش های خود را در جهت نفوذ در شاخه های مقننه و مجریه دولت هدایت می کنند. این گروه ها با فراهم آوردن آگاهی های عمیق در مسائل مشخص و راه حل هائی برای مشکلات پیچیده، و از طریق قول های ادامه حمایت، سعی می کنند قانونگذاران را به تائید قانونی که مطلوب گروه باشد تشویق کنند.

" لابی" ها: نمایندگان جوامع نزد نمایندگان آنها

رسانه ها اغلب گروه های " لابی" را به عنوان چهره های سایه ای، که با بی عاطفگی مقامات دولت را به زیان آمریکاییان عادی می خرنند، تصویر می کنند. هرچند برخی از " لابی" های بسیار قدرتمند برای قرار دادن گزینه خود در برنامه و دستور کار به فساد آلوده شده اند، اما برداشت معمول از آنها به عنوان گروه هائی که فقط در اندیشه منافع خود هستند، درست نیست. این گروه ها در آموزش و بسیج جوامع و تصمیم گیران کارساز هستند. " لابیست" ها - کار چاق کن ها - با فراهم آوردن سرمایه سیاسی، یعنی حمایت سیاسی برای مسائل مورد علاقه و نگرانی های خود - که از طریق کوشش در یک سطح محلی به دست آمده - قانونگذاران را متقاعد می سازند برای آنچه که آن جامعه آنها مهم می داند مبارزه کنند. کسی ممکن است " کار چاق کن"

ها را کسانی پندارد که نمایندگی جامعه را نزد نمایندگان آن بر عهده دارند. آنگاه این پرسش پیش می آید: یک گروه فشار برای موفقیت در فضای سیاسی بسیار پر رقابت و آشنگتن، که در آن دیگر گروه های مخالف ممکن است به گونه ای خستگی ناپذیر علیه منافع آنها کار کنند، به چه چیزی نیاز دارد؟ افزون بر این، آنها سرمایه سیاسی را چگونه به دست می آورند و چگونه خرج می کنند؟ هرچند فرمول واحدی برای موفقیت وجود ندارد، اما ویژگی هائی هست که گروه های " کار چاق کن" - اگر قرار باشد یک جامعه را به گونه ای کارساز به پارچه بادوام و آشنگتن بدوزند- باید داشته باشند.

لابیگری یک روند وارونه است

کوشش مستقیم برای جلب نظر مقامات دولت، عنصر اصلی در موفقیت سیاسی هر جامعه ای است. با این حال، بدون آگاهی از روند سیاسی یا درگیری سیاسی در سطح محلی، شانس قرار دادن یک طرح و برنامه مطلوب در دستور کار در واشنگتن بسیار اندک است. به سخن " آرام سورن هامپاریان"، مدیر اجرایی کمیته ملی ارمنه در آمریکا، " ثمر بخش ترین استراتژی در دفاع از یک طرح، کار در سطح محلی، و در آموزش و بسیج جوامع محلی است. این یک روند وارونه است. هزینه کردن سرمایه سیاسی آسان است، اما تا آنرا فراهم نیاورید، چیزی برای خرج کردن نخواهید داشت."

لابی ها " ادراک سیاسی" را برای جوامع فراهم می آورند

اعضای جامعه برای اطمینان از بالا بودن سطح فعالیت در میان توده های مردم، باید از چگونگی کار روند سیاسی آگاهی کامل داشته باشند. لابی ها، گروه های آموزش مدنی و دیگر گروه های مدافع و طرفدار یک طرح، وظیفه دارند پیچ و خم های فراگرد سیاسی را به جامعه بیاموزند. کارگاه ها، سمینارها، و دیگر ابزار آموزشی، به جوامع امکان می دهند بفهمند چگونه می توانند به گونه ای کارساز منافع خود را حفظ کنند و نتیجه ای را که می خواهند به دست آورند. هم کمیته روابط عمومی اسرائیل - آمریکا (AIPAC) و هم کمیته ملی ارمنه در آمریکا (ANCA) منابع قابل ملاحظه ای را به آموزش جوامع خود اختصاص می دهند. هامپاریان در باره راز موفقیت کمیته ملی می گوید: " شما نمی توانید مردمی را که آموزش ندیده اند بسیج کنید. پنجاه درصد موفقیت سیاسی از طریق آموزش در سطح محلی به دست می آید. این فراگردی دائمی است. لحظه ای که متوقف شدید یا از سرعت خود کاستید، کنار زده می شوید." وقتی جامعه ای به سطح اولیه آگاهی از روند سیاسی - یا به قول "کیث ویسمن"، عضو کمیته روابط عمومی اسرائیل - آمریکا - به درک سیاسی برسد، آنگاه قادر خواهد بود به گونه ای موثر برای فراهم آوردن سرمایه سیاسی مورد نیاز در یک سطح ملی، به منظور تکمیل کاری که در سطح محلی انجام می گیرد، بسیج شود.

جوامع باید لابی های چند گانه داشته باشند

سرمایه سیاسی بیشتر از همه در سطح ملی به دست می آید. جوامع با برقراری مناسبات با سیاستمداران محلی، که به سود هر دو باشد، حمایت سیاسی کسب می کنند، پدیده ای که می تواند سرانجام به نفوذ در سطح ملی تبدیل شود. مناسبات با مقامات محلی باید برقرار و تقویت شود و ادامه پیدا کند. در همین حال لازم است علاقه و تعهدی واقعی به مسائل محلی، که بیرون از قلمرو منافع گسترده تر جامعه قرار می گیرند، به وجود آید. وقتی مقامات محلی احساس کنند یک جامعه به مسائلی که برای آنها مهم است توجه دارد، و می توانند روی حمایت آن حساب کنند، آن وقت این مقامات سعی خواهند کرد آگاهی های دقیق از نگرانی های جامعه به دست آورند و منافع آنها را، زمانی که نقش رسمی و اداری خود را ایفا می کنند، در نظر بگیرند.

هامپاریان استراتژی بنیانی کمیته ملی ارمنه در آمریکا را تشریح می کند: " گروهی که بطور کلی در جهت کسب بیشترین موفقیت سیاسی حرکت می کند، گروهی است که آنرا در محل کسب می کند. یک عضو کنگره ممکن است دلواپس مساله ای باشد، و یکی از نکاتی که آنها بررسی خواهند کرد این است که " مردم محلی چه فکر می کنند؟" اگر تعداد مناسبات محلی شما قابل ملاحظه باشد، خواهید توانست آنچه را سعی دارید در سطح محلی به انجام برسانید، ادامه دهید."

" کیث ویسمن " عضو AIPAC وقتی در باره راز موفقیت آن بحث کرد، نظر و حساسیت های " آرام هامپاریان " را باز تاب داد. " آنچه ما به آن می بالیم این است که در هر ناحیه ای فعال باشیم. هر شهری با یک جمعیت قابل ملاحظه آمریکایی - ایرانی باید شعبه ای از سازمان ملی اعمال فشار داشته باشد. " اگر " لابیست " ها از حمایت یک جامعه بسیار آگاه و فعال - که به هدف های خود متعهد است و آماده باشد در جهت منافع آن جامعه در سطح محلی بجنگد - برخوردار نباشند، تمرکز بر پیچیدگی ها و طرفت های درونی بیهوده خواهد بود. به سخن " آرام هامپاریان " : " ژنرال بودن لذت بخش است، اما نخست باید ارتشی داشته باشید. "

لابی ها باید از نفوذ خود مسئولانه استفاده کنند

" کیث ویسمن " عضو AIPAC بر اهمیت ایجاد اعتماد با جامعه از طریق استفاده از نفوذ به گونه ای مسئولانه تاکید می گذارد. او توصیه می کند: " پیام ساده ای فراهم آورید، غیر حزبی باقی بمانید، و آنقدر مسئول باشید که بدانید نمی توانید هر چیزی را داشته باشید. " جلب نظر مقامات دولت نه تنها ایجاب می کند که از آنها خواسته شود منافع جامعه را در نظر بگیرند، بلکه همچنین لازم است آنها در مسائلی که فرصت یا منابع لازم را برای شناخت ندارند، آموزش داده شوند.

تغییر چارچوب های مراجعه به گذشته که قانونگذاران به کار می برند، عنصر مهمی در جلب توجه بیشتر آنها به منافع جامعه است. بنابراین، مهم است پیامی که تهیه می شود نه تنها با جامعه به طور کلی، بلکه با تصمیم گیران همصدائی داشته باشد.

ویسمن استعاره هوشمندانه ای به کار می برد، و می گوید " اگر برای ماهیگیری به واشنگتن می روید، باید از طعمه ای که ماهی دوست دارد استفاده کنید، نه آنچه به مذاق خود شما خوشایند می آید. " اگر یک جامعه حضور محلی قابل ملاحظه ای نداشته باشد، یا آماده نباشد دیگر نگرانی ها و دلوپسی های نمایندگان خود را درک کند، متحدان زیادی در کنگره پیدا نخواهد کرد. ویسمن با فراست نتیجه می گیرد " اگر خواهان دوستی در واشنگتن هستید، خودتان باید دوست باشید. "

ما فقط یک سازمان مبارزاتی هستیم کمیته های عمل سیاسی

کمیته های عمل سیاسی به منظور جمع آوری پول برای کاندیداهای احراز یک مقام یا خدمت به عنوان یک صندوق عمومی برای یک کمیته اجرایی تشکیل می شوند. این کمیته ها اکثراً نماینده سازمان های بازرگانی، کارگری و دارای منافع سیاسی هستند. کمیته های انفرادی می توانند 5 هزار دلار به یک کاندیدا در هرا انتخابات، 15 هزار دلار به هر کمیته سراسری حزب در سال، و سالانه 5 هزار دلار به هر کمیته دیگر کمک کنند. کمیته ها می توانند سالیانه 5 هزار دلار از هر فرد، کمیته عمل سیاسی یا کمیته حزبی قبول کنند.

کمیته عمل سیاسی " لابی " نمی کند

کمیته های انفرادی از کمیته های عمل سیاسی برای جمع آوری پول و خرج آن در مبارزات انتخاباتی کاندیداهانی که با منافع جامعه همراه هستند، استفاده می کنند. در این مقوله، می توان گفت که کمیته های عمل سیاسی گروه های مبارزاتی وابسته به منافع هستند. آنچه روز بعد از انتخابات از نظر کار با نمایندگان برگزیده در مورد برنامه آنها می گذرد، و اطمینان از این موضوع که منافع جامعه در برنامه گنجانده شود، به وسیله گروه های " لابی " بهتر انجام می گیرد. ملیسا شیفمن، معاون مدیر ارتباطات " Emily's List " - که عموماً موفق ترین کمیته عمل سیاسی در واشنگتن تلقی می شود - می گوید: " ما فقط یک سازمان مبارزاتی هستیم. اعمال نفوذ نمی کنیم، ما گروهی که در باره موضوع خاصی تبلیغ کند نیستیم. ما به کاندیداها کمک می

کنیم، و وقتی انتخاب شدند، دیگر کار زیادی با آنها نداریم. زمانی که عضو شدند، ما کار خود را انجام داده ایم."

کمیته های عمل سیاسی و لابی ها دست در دست هم حرکت می کنند

هرچند کمیته ها در فراهم آوردن وسایل موفقیت کاندیداهای همراه برای جامعه فوق العاده مهم هستند، اما معمولاً برای رهبری یک استراتژی بسیج جامعه مناسب نیستند. بهتر است این وظیفه به گروه هائی در سطح ملی واگذار شود که بر خلاف کمیته های عمل سیاسی، بر اساسی دائمی - و نه فقط در جریان انتخابات - در روند تصمیم گیری سیاسی مشارکت دارند. بدون کمیته های عمل سیاسی گروه های ذینفع در توزیع پول در میان قانونگذاران فعلی یا آینده مشکل خواهند داشت. با این حال، بدون این گروه ها، از رهبری هماهنگ، ادامه مذاکرات و انتشار ارجحیت های سیاسی یک جامعه خبری نخواهد بود. در حالی که پول مسلماً عنصر مهمی در فراگرد انتخابات تلقی می شود، لزوماً نباید از طریق کمیته های عمل سیاسی انتقال یابد. به گفته آرام سورن هامپاریان، مدیر اجرایی کمیته ملی ارامنه در آمریکا، هشتاد و پنج درصد کمک های سیاسی جامعه آمریکا، نه از طریق کمیته ها، بلکه مستقیماً در اختیار کاندیداها یا تشکیلات مبارزات انتخاباتی آنها قرار می گیرد.

موثر ترین پول آن است که از مسافتی کوتاه بگذرد

گرچه " لیست امیلی " شهرتی سراسری کسب کرده و بودجه سالانه آن قابل ملاحظه است، اما عملیات مبارزاتی آن همچنان محلی است. شیقمی می گوید: " ما در سطح ملی کاری انجام نمی دهیم: بسیار گران و پرهزینه است." در عوض، " لیست امیلی " کمیته خود را در سطح توده و مردم توانا می سازد و آنرا آموزش می دهد، و بر اهمیت انتخابات در سطح محلی تاکید می گذارد. زمانی که فاصله بین اعانه دهنده و دریافت کننده کوتاه باشد، مسنولیت و حساب پس دهی بهتر خواهد بود. در نتیجه، موثر ترین پول آن است که کوتاهترین مسافت را طی کند.