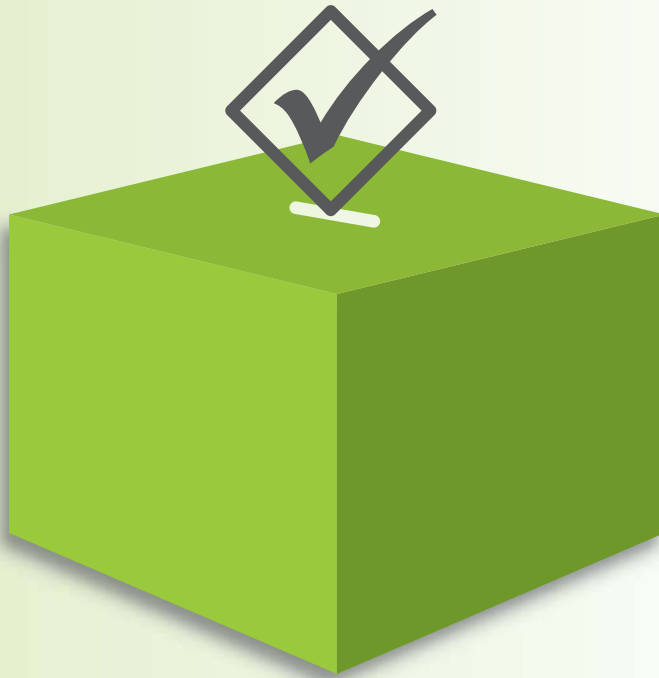


رهنمود انتخاباتی برای کاندیدان جوان



عبدالناصر فولاد، منیژه رامزی و عبدالله عطایی

رهنمود انتخاباتی برای کاندیدان جوان

پژوهشگران:

عبدالناصر فولاد

منیژه رامزی

عبدالله عطایی

بنیاد هاینریش بُل (HBS)

«بنیاد هاینریش بُل» یک بنیاد آلمانی و بخشی از جنبش سیاسی سبز بوده که در سراسر جهان در واکنش به سیاست‌های سوسیالیسم، لیبرالیزم و محافظه کاری ایجاد شده است. این بنیاد در ساحاتی چون ایکولوژی و پایداری، دموکراسی و حقوق بشر، تعیین سرنوشت و عدالت فعالیت نموده و اساساً روی دموکراسی مبتنی بر جنسیت یعنی آزادی اجتماعی و تساوی حقوق مرد و زن تأکید می‌نماید. «بنیاد هاینریش بُل» متعهد به تساوی حقوق برای اقلیت‌های قومی و فرهنگی بوده و علاوه بر آن، پالیسی‌های ضد خشونت و صلح جویانه را ترویج و توسعه می‌دهد. «بنیاد هاینریش بُل» فعالیت‌های خویش را از سال ۲۰۰۳ در افغانستان آغاز نموده و فعلاً فعالیت‌های این بنیاد روی موضوعاتی چون دموکراسی، ایکولوژی و همچنین پالیسی‌های صلح و امنیت متمرکز می‌باشد.

برای معلومات بیشتر در مورد فعالیت‌ها و همکاران این بنیاد در افغانستان، لطف نموده به وبسایت (www.af.boell.org) مراجعه نمایید و جهت ارتباط با ما به آدرس (info@af.boell.org) ایمیل بفرستید.

رهنمود انتخاباتی برای کاندیدان جوان

سلسله نشرات «گروپ تماس»

پژوهشگران: عبدالله عطایی، منیژه رامزی و عبدالناصر فولاد

ویراستار: مصطفی رحیمی

چاپ: هنر چاپ

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ اول: بهار ۱۳۹۶، کابل - افغانستان

این تحقیق با حمایت مالی «بنیاد هاینریش بُل» در افغانستان نشر شده است.

مسئولیت انتشار تحقیق به عهده‌ی «بنیاد هاینریش بُل» و مسئولیت محتوای مطالب به عهده‌ی نویسندگان آن می‌باشد و به هیچ وجه نمی‌تواند بازتاب دیدگاه «بنیاد هاینریش بُل» محسوب شود.

فهرست مطالب

پیش‌گفتار	۵
فصل اول	۱
بخش اول	۱
کلیات	۱
الف) تعریف انتخابات و مفروضات آن	۲
۱. تعریف انتخابات	۲
۲. اصول انتخابات مردم‌سالار	۲
۳. ویژگی‌های انتخابات آزاد و عادلانه:	۳
ب) نهادهای انتخاباتی (کمیسیون مستقل انتخابات و کمیسیون شکایات انتخاباتی)	۴
۱. کمیسیون مستقل انتخابات	۴
۲. کمیسیون شکایات انتخاباتی	۶
ج) انواع انتخابات در افغانستان	۶
۱. انتخابات ریاست جمهوری	۷
۲. انتخابات شورای ملی	۷
۳. انتخابات شوراهای ولایتی	۸
۴. انتخابات شوراهای والی و السوالی	۹
۵. انتخابات شاروال‌ها و شوراهای شاروالی	۹
د) نظام‌های انتخاباتی	۱۰
۱. تعریف نظام انتخاباتی:	۱۰
بخش دوم	۱۷
الف) تاریخچه انتخاباتی پارلمانی	۱۷
ب) کاندیدان انتخابات پارلمانی گذشته	۱۸
ج) مشارکت جوانان در انتخابات	۱۹
د) مشارکت جوانان در انتخابات گذشته (۲۰۰۴ الی ۲۰۱۴)	۲۱
هـ) مشارکت زنان در انتخابات؛ افغانستان و رویکرد جهانی در خصوص سهمیه‌های جنسیتی	۲۴
۱. استدلال‌های متضاد پیرامون سهمیه‌بندی جنسیتی:	۲۶
۲. تبعیض مثبت و اندیشهٔ برابری	۲۷

۳۸	۳. اقسام سهمیه
۳۱	فصل دوم
۳۱	بخش اول
۳۱	تکنیک‌های موفقیت در انتخابات
۳۱	الف) کمپاین انتخاباتی
۳۲	۱. منابع کمپاین
۳۲	۲. پلان کمپاین
۳۲	۳. ارزیابی محیط سیاسی و گروه‌های مورد هدف
۳۴	۴. استراتژی کمپاین
۳۴	۵. تاکتیک‌های کمپاین
۴۰	۶. چگونه می‌توانیم کمپاین مؤثر راه اندازی کنیم؟
۴۱	ب) کاندیدان جوان و رسانه‌ها
۴۱	۱. ارسال پیام به روزنامه‌ها
۴۲	۲. چگونگی حضور در برنامه‌های تلویزیونی
۴۳	۳. چگونگی حضور در مصاحبه‌های رادیویی
۴۴	۴. تهیه اعلامیه مطبوعاتی
۴۸	بخش دوم
۴۸	بیانیه سیاسی (مانیفست)
۴۸	مرحله اول) آمادگی برای تهیه مانیفست:
۵۱	مرحله دوم) تدوین مانیفست:
۵۳	مرحله سوم) پالایش مانیفست:
۵۵	بخش سوم
۵۵	مفاهیم و کارکردها
۵۵	الف) حرکت‌های اجتماعی
۵۵	۱. تعریف حرکت اجتماعی
۵۶	۲. پروسه‌های کلیدی
۵۷	ب) لابی‌گری
۵۷	۱. لابی چیست؟

- ۵۷..... ۲. دیدگاه‌ها در مورد لابی‌گری
- ۵۸..... ۳. چگونه لابی کنیم؟
- ۵۸..... (ج) رسانه‌های اجتماعی
- ۵۸..... رسانه‌های اجتماعی چیست؟
- ۶۰..... بخش چهارم
- ۶۰..... ۱. درس‌های آموخته شده:
- ۶۰..... ۲. مشارکت سیاسی جوانان در «کمبودیا»
- ۶۳..... فصل سوم
- ۶۳..... اقدامات مؤثر در مدیریت تیم انتخاباتی
- ۶۳..... بخش اول
- ۶۳..... فعالیت‌های قبل از انتخابات
- ۶۳..... الف) میعاد مبارزات انتخاباتی:
- ۶۵..... ب) شرایط درخواست کاندیدی طبق ماده‌ی هفتاد و سوم قانون انتخابات:
- ۶۸..... ج) محدودیت برای کاندید شدن بر اساس ماده‌ی چهل و چهارم قانون انتخابات:
- ۷۰..... د) مروری بر قواعد انتخابات
- ۷۱..... ۳. تعیین اعضای ارشد کمیسیون‌های انتخابات و شکایات انتخاباتی
- ۷۲..... ۲. ترکیب کمیسیون مستقل شکایات انتخاباتی:
- ۷۲..... ۳. امتیاز یا تبعیض مثبت:
- ۷۳..... ۴. کمیسیون شکایات به جای دادگاه ویژه انتخاباتی:
- ۷۳..... ۵. تعیین حوزه‌های انتخاباتی
- ۷۴..... ۶. تعویق نامحدود انتخابات:
- ۷۵..... ۷. بودجه کمپاین انتخابات
- ۷۷..... ۸. تعیین حدود حوزه‌های انتخاباتی
- ۷۸..... ۹. مشخصات رأی‌دهندگان
- ۷۸..... ۱۰. مشخصات کاندید شدن برای پارلمان
- ۸۰..... ۱۱. تخطی‌های انتخاباتی
- ۸۲..... ۱۲. قرنطین؛ بر اساس ماده‌ی هشتاد و ششم قانون انتخابات:
- ۸۲..... ۱۳. نظارت از روند انتخابات:

- هـ) تبصره‌هایی در مورد قواعد انتخاباتی ۸۴
۱. سیستم مختلط و سهمیه احزاب در پارلمان: ۸۴
 ۲. تلاش برای محدود ساختن حق کاندیدان با افزایش شرایط کاندیدان: ۸۴
 ۳. راه‌های برقراری تماس با مسئولین کمیسیون‌های انتخاباتی ۸۴
 ۴. ترغیب و تشویق رأی‌دهندگان ۸۵
 ۵. آمادگی برای کمپاین انتخاباتی ۸۶
 ۶. تبلیغات و کمپاین انتخاباتی ۸۷
 ۷. مؤلفه‌های تعیین‌کننده برای پیروزی یک کاندید در انتخابات پارلمانی: ۸۹
- بخش دوم ۹۴
- فعالیت‌های جریان انتخابات ۹۴
- الف) آغاز رأی‌دهی، جریان و ختم پروسه رأی‌دهی ۹۴
- ب) چگونگی پژوهش‌های اجتماعی از طریق نظرات مردم ۹۴
- ج) چگونگی نظارت از روند انتخابات (چگونگی اوراق رأی‌دهی، رنگ، صندوق‌ها) ۹۵
- د) چگونگی ترتیب شکایت‌نامه از تخطی‌های انتخاباتی برای کمیسیون شکایت انتخابات ۹۵
- بخش سوم ۹۷
- فعالیت‌های بعد از روز انتخابات ۹۷
- الف) نظارت از پروسه کاری کمیسیون‌ها و شمارش مقدماتی آرا ۹۷
- ب) چگونگی اطلاع‌رسانی برای مردم از طریق رسانه‌های همگانی در مورد پیشرفت پروسه شمارش آرا در انتخابات ۹۷
- ج) چگونگی ظاهر شدن در رسانه‌ها و موقف‌گیری از نتیجه نهایی انتخابات ۹۷
- د) روش دادخواهی برای کاندیدان شاکی از نتیجه انتخابات ۹۸
- هـ) نمایندگی از جوانان (دیدگاه، خواست‌ها، مشکلات و چالش‌ها) ۹۸
- و) ایجاد ائتلاف‌های جوانان جهت حمایت از برنامه‌های نماینده جوان ۹۸
- بیوگرافی نویسندگان ۹۹
- فهرست منابع: ۱۰۱

پیش‌گفتار

با آنکه بیش از ۶۰٪ نفوس افغانستان را جوانان تشکیل می‌دهند، مشارکت آن‌ها در سیاست رسمی یعنی نمایندگی در نهادهای سیاسی ملی از قبیل پارلمان، شوراهای ولایتی و نهادهای تصمیم‌گیرنده افزایش چشم‌گیری نداشته است؛ چیزی که برای کیفیت و تداوم حکومت‌داری دموکراتیک نیاز است. مشارکت جوانان در سیاست رسمی و رهبری جامعه اهمیت فوق‌العاده دارد. چنانچه خیزش‌ها و حرکت‌های بهار عربی به رهبری جوانان در سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ توانست که رژیم‌های اقتدارگرا در این کشورها را نابود سازد. در کشورهای در حال گذار، ایده‌های تازه و رهبری مبتنی بر نسل جوان می‌تواند منجر به پایان خشونت و شکل‌گیری یک حکومت دموکراتیک و باثبات گردد.

چنانچه افغانستان در دهه تحول قرار دارد، لازم است که سیاست‌ها و پالیسی‌های حکومت به گونه‌ای تدوین و اجرا گردد که زمینه‌ی نمایندگی واقعی جوانان را در نهادهای تصمیم‌گیری افزایش و تقویت بخشد. افغانستان یکی از کشورهای جوانی است که از مجموع ۳۰ میلیون نفر جمعیت تقریبی آن، ۱۴ میلیون نفر در سنین ۱۵ الی ۳۰ قرار دارند^۱ که با فشار فزاینده "تورم جمعیت جوانان" مواجه است و تورم جمعیت جوانان از یک طرف چالش جدی برای دولت محسوب می‌شود؛ و از طرفی دیگر جوانان را با گزینه‌های خشونت (جذب در گروه‌های افراطی) و خروج (فرار مغزها) مواجه می‌سازد. این در حالی است که حکومت افغانستان چارچوب‌های حقوقی و پالیسی اندکی را جهت توانمندی و مشارکت جوانان تدوین و تصویب نموده است. هنوز نیز قانون نظام‌مندی که اهداف و برنامه‌های مربوط به جوانان و برنامه‌های عمل‌شان را بتواند جهت مشارکت جوانان تسهیل و تقویت نماید، به تصویب نرسیده است؛ به جز پالیسی ملی جوانان که شوربختانه آن هم به صورت ناقص به تدوین و تصویب رسیده است. این امر نشان می‌دهد که فراتر از آن، هیچ نوع چارچوبی جهت توانمندسازی جوانان و تقویت مشارکت سیاسی آن‌ها در نهادهای عمومی و تصمیم‌گیری وجود ندارد.

^۱ انوش، حسین، مجله آنلاین فانوس، تأثیرگذاری جوانان در روند انتخابات.

جوانان در عرصه سیاست غیر رسمی، با در نظر داشت تجارب و تماس مستقیم با جوانان و رهبران جوان، مشارکت فعال داشته‌اند. فصل جدید سیاسی-اجتماعی پس از سال ۲۰۰۱ میلادی فرصت طلایی را برای جوانان مساعد ساخت و این گروه سنی، اولین نسلی‌اند که در یک فضای دموکراتیک و نسبتاً باز، وارد وادی فعالیت‌های مدنی و رسانه‌ای شدند. جوانان تحصیل کرده با سهم‌گیری در فعالیت‌های مدنی، لابی و دادخواهی، تجمعات و گردهمایی‌های مسالمت آمیز و آموزش‌های مدنی و سیاسی کمابیش به عنوان یک نیروی واکنش‌گر و صدای اعتراض جمعی عمل نموده‌اند؛ ولی متأسفانه این کنش‌های اعتراضی به عمل و رفتار سیاسی نظام یافته مبدل نگردید. اگر چه با شکل‌گیری حکومت وحدت ملی و برگزاری انتخابات شوراهای ولایتی در سال ۱۳۹۳ و راه‌یابی وکلای جوان اعم از دختر و پسر در شوراهای ولایتی از سراسر افغانستان، این امیدواری را به وجود آورده که جوانان با درک نقش، مسئولیت و رسالت اجتماعی و سیاسی خویش نه تنها علاقمند، بلکه آماده برای پیشبرد موفقانه پست‌های کلیدی در نهادهای تصمیم‌گیری هستند.

جوانان اکثراً در اجرای حقوق و مسئولیت‌های خویش در ارتباط با مشارکت‌شان در نهادهای تصمیم‌گیری ناتوان‌اند. این ناتوانی دو دلیل عمده دارد: اول اینکه، جوانان در رابطه با مشارکت سیاسی، نقش‌ها، مسئولیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها آگاهی کافی، توانمندی، دانش و مهارت‌های تخصصی و تجارب لازم را ندارند؛ و از طرف دیگر، فرصت‌های محدودی توسط نهادهای ملی و محلی در خصوص مشارکت و سهم‌گیری جوانان در نهادهای پالیسی‌ساز و تصمیم‌گیری فراهم شده است. این امر باعث شده است که مشارکت جوانان در سیاست رسمی، رشد و پیشرفت چندانی نداشته باشد و به عنوان نیروی دنباله‌رو و "سربازان پیاده سیاست" که توسط نخبگان سنتی رهبری می‌شوند، نگریسته شود تا یک هسته‌ی فعال سیاسی-اجتماعی.

یکی از ابعاد کلیدی دسترسی به حقوق سیاسی و اجتماعی، مشارکت جوانان در پروسه‌های تصمیم‌گیری به شمول شوراهای ولسوالی، شورای ولایتی و شورای ملی است. انتخابات پارلمانی پیش رو و احتمالاً انتخابات شوراهای ولسوالی و ولایتی، فرصت طلایی برای مشارکت جوانان اعم از کاندیدان و رأی‌دهندگان در نهاد قانون‌گذاری و نظارتی می‌باشد. رهبران جوان این ظرفیت را دارند تا فرصت‌هایی را در تأثیرگذاری بالای نهادهای تصمیم‌گیری و پالیسی‌ساز از طریق مشارکت

فعال در نهادهای مربوطه یا از طریق نمایندگان و نهادهای جامعه مدنی و تأسیس هسته فعال سیاسی با محوریت جوانان در سطح ملی و محلی به دست آورند و تأثیرگذار مثبت واقع شوند. راه یافتن جوانان در نهادهای تصمیم‌گیری می‌تواند که نقش حیاتی در استحکام دموکراسی و عینیت یافتن صلح در جریان دهه تحول (۲۰۱۵ الی ۲۰۲۴) ایفا نمایند.

با استفاده از این رهنمود کاندیدان جوان می‌توانند مهارت‌های تخصصی خویش را در ارتباط با مشارکت‌شان در انتخابات پارلمانی، شوراهای ولایتی و ولسوالی تقویت نمایند. این اثر نه تنها چارچوب‌های حقوقی و پالیسی را مرور نموده است، بلکه یک بسته انتخاباتی را برای کاندیدان جوان ارائه می‌نماید تا کاندیدان جوان بتوانند جهت مشارکت فعال‌شان در روندهای قبل از انتخابات، جریان انتخابات و بعد از انتخابات، اقدامات مقتضی را انجام دهند. این رهنمود برای کاندیدان جوان که علاقمند کاندید شدن در انتخابات پارلمانی، شوراهای ولایتی و ولسوالی می‌باشند، نگاشته شده است. از آن جایی که این رهنمود خودآموز است، تلاش صورت گرفته تا علاوه بر انتقال مناسب اطلاعات به مخاطبان‌ش، به زبان ساده نیز تدوین گردد تا اینکه جوانان بخصوص کاندیدانی که در نقاط دور دست یعنی ولایات، ولسوالی‌ها و قریه‌ها در انتخابات کاندید می‌نمایند، با مطالعه این کتاب بتوانند اطلاعات لازم را در مورد انتخابات، نهادهای مدیریتی و نظارتی، چگونگی تهیه اعلامیه مطبوعات، ظاهر شدن در مطبوعات، راه اندازی تبلیغات (کمپاین) و اقداماتی لازم به صورت مرحله به مرحله فرا گرفته و تطبیق نمایند. رهنمود کنونی بخشی از فعالیت‌های استراتژی دو ساله ۲۰۱۶ - ۲۰۱۷ است که گروپ تماس (مجموعه‌ای از نهادها و جریان‌های مدنی-سیاسی جوانان) آن را تدوین نموده است.

فصل اول رهنمود، پیرامون مباحث کلی مانند تعریف انتخابات، ویژگی‌ها و اصول انتخابات، نظام‌های انتخاباتی و انواع آن، ساختار، تشکیلات و صلاحیت‌های نهادهای انتخاباتی اعم از کمیسیون مستقل انتخابات و کمیسیون مستقل شکایات انتخاباتی، رویکرد قوانین نسبت به مشارکت سیاسی جوانان و آمار و ارقام پیرامون مشارکت جوانان در انتخابات‌های گذشته (۲۰۰۴ الی ۲۰۱۴) پرداخته است. در فصل دوم از این تحقیق، بسته انتخاباتی را برای کاندیدان جوان ارائه می‌نماید. این فصل با تعریف حرکت‌های اجتماعی، انواع حرکت‌های اجتماعی، کمپاین انتخاباتی به

شمول استراتژی‌های کمپاین، تاکتیک‌های کمپاین و سازماندهی کمپاین و سایر جزئیات مربوط به کمپاین، کاندیدان جوان و رسانه‌ها به شمول ارسال پیام به روزنامه‌ها، حضور در برنامه‌های تلویزیونی، مصاحبه‌های رادیویی، تهیه اعلامیه مطبوعاتی و لابی‌گری با تفصیل، بحث گردیده است. فصل سوم، پیرامون اقدامات عملیاتی به شمول اقدامات قبل از انتخابات، جریان انتخابات و بعد از انتخابات پرداخته است.

در این جا لازم است از همکارانم خانم منیژه رامزی و جناب عبدالناصر فولاد که در تهیه این رهنمود انتخاباتی، تلاش بی‌شائبه و همکاری بی‌دریغی داشته‌اند، ابراز سپاس و امتنان نمایم.

عبدالله عطایی

مسئول برنامه‌های دموکراسی و پالیسی‌های صلح و امنیت

بنیاد هاینریش بُل

بهار ۱۳۹۶

فصل اول

بخش اول

کلیات

انتخابات مانند سایر پدیده‌های اجتماعی و سیاسی در مسیر تاریخ، سیر تدریجی خود را پیموده و به مفهوم فعلی خود رسیده است. مفهوم و روبه انتخابات بار اول در یونان باستان در قرن پنجم قبل از میلاد به وجود آمده و در مراحل ابتدایی برای انجام آن مردم شهر آتن در روز یکشنبه اول سال با هم جمع می‌شدند و فرمانروایان خود را مستقیماً انتخاب می‌کردند. البته در این زمان بردگان، زنان، بیگانگان و اقشار فقیر و بدون ملکیت که اکثریت جمعیت شهر را تشکیل می‌دادند، از حق رأی محروم بودند.

انتخابات به مفهوم امروزی آن بعد از قرن هجدهم میلادی در کشورهای پیشرفته اروپایی مانند انگلستان و فرانسه و بعداً در ایالات متحده آمریکا و سایر کشورها برای انتخاب نمایندگان پارلمان‌ها و سایر مقامات انتخابی مورد استفاده قرار گرفت.

در افغانستان انتخابات آزاد و عادلانه بعنوان یگانه اصل برای تعیین رئیس جمهور، نمایندگان شورای ملی و اعضای شورای ولایتی و والسوالی پذیرفته شده است؛ چنانچه در ماده هشتاد و سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی افغانستان آمده است:

«... در قانون انتخابات باید تدابیری اتخاذ گردد که نظام انتخاباتی، نمایندگی عمومی و عادلانه را برای تمام مردم کشور تأمین نماید...»

الف) تعریف انتخابات و مفروضات آن

۱. تعریف انتخابات

انتخابات، سلسله اقدامات منسجم و عملیات پیوسته‌ای است که در یک محدوده جغرافیایی و زمانی مشخص منجر به برگزیده شدن فرد یا افراد و یا موضوع خاصی از سوی اکثریت مردم می‌شود. در این مجموعه اقدامات و عملیات، ناظرانی جهت مهار کردن قدرت انتخاب می‌شوند.

شایان ذکر است که انتخابات به مفهوم امروزی آن دارای اصول، معیارها و ویژگی‌هایی است که بدون رعایت این اصول و معیارها مفهوم بنیادین حقوق مدنی که نماینده‌سالاری باشد، از بین می‌رود. این اصول و ویژگی‌های انتخاباتی به طور مختصر در ذیل معرفی می‌گردند:

۲. اصول انتخابات مردم‌سالار

۱) اصل عمومی یا همگانی بودن انتخابات:

تمام اتباع کشور که در روز انتخابات به سن معین و قانونی رسیده باشند، صرف نظر از جنس، تعلقات ملی، قومی، نژادی، مذهب، دین، اصل و نسب، تحصیل، نوع شغل، محل سکونت، وضع اجتماعی و اداری حق دارند تا در تمامی ارگان‌های دولتی اعم از ارگان‌های عالی، مرکزی و ارگان‌های پایینی و یا محلی دولت، در انتخابات شرکت ورزند. مهمترین و مردم‌سالارترین طریقه سهم دادن مردم در اداره دولت و قدرت سیاسی عبارت از طریقه انتخابات عمومی، آزاد و عادلانه است.

۲) اصل برابری یا مساوی بودن انتخابات:

معنای این اصل این است که همه اشخاص واجد شرایط رأی‌دهی به طور یکسان حق رأی داشته باشند و رأی هر فرد دارای ارزش مساوی با رأی فرد دیگر باشد. رأی‌دهندگان و یا کاندیدان، باید در شرایط برابر با دیگر رأی‌دهندگان و کاندیدان قرار داشته باشند. هیچ کدام از اصناف و اقشار جامعه، ملیت‌ها، اقوام و پیروان مذاهب و ادیان نسبت به یکدیگر برتری نداشته باشند. این اصل در مورد احزاب سیاسی نیز به طور یکسان صدق می‌نماید.

۳) اصل آزادی و سری بودن انتخابات:

هدف از انتخابات سری، به وجود آوردن زمینه‌های مناسب تبارز آزادانه اراده انتخاب‌کنندگان در موقع رأی دادن می‌باشد. در انتخابات سری، شخص رأی‌دهنده از تأثیرات و فشارهای خارجی و بیگانه مصون می‌گردد و با دادن رای به کاندید مورد نظرش، آزادانه ابراز اراده می‌نماید.

۴) اصل مستقیم بودن انتخابات:

انتخابات مستقیم روشی را گویند که طبق آن نمایندگان به صورت مستقیم از طرف مردم انتخاب می‌شوند. در نتیجه انتخابات مستقیم است که نمایندگان منتخب دارای مسئولیت و جواب‌دهی مستقیم از فعالیت‌های خویش نزد موکلین‌شان می‌باشند. در حالی که در انتخابات غیر مستقیم یا چند درجه‌ای نمایندگان برای ارگان‌های بالای توسط ارگان‌های پایینی انتخاب می‌شوند.

۳. ویژگی‌های انتخابات آزاد و عادلانه:

- ۱) انتخابات باید دوره‌ای باشد و در فاصله زمانی مشخص انجام شود. بنابراین، باید انتخابات در تاریخ معین که در قانون اساسی پیش‌بینی شده است برگزار گردد. تقدم و تاخیر در برگزاری انتخابات بدون دلایل موجه، قانون‌مندی روند را زیر سوال قرار می‌دهد.
- ۲) آزادی تبلیغات و بیان خط مشی برای کاندیدان یکی از لوازم مردم‌سالاری و رقابت سیاسی مشروع در انتخابات می‌باشد.
- ۳) بی‌طرفی و دقت در شمارش آرا و اعلان نتایج انتخابات توسط موظفین و کارمندان انتخاباتی در چگونگی اعتبار انتخابات نقش بارز دارد.
- ۴) شیوه رأی‌دهی باید به سطح فهم و درک اکثریت رأی‌دهندگان عیار گردد و هر چه بیشتر ساده و سهل بوده و زمان کمتر را در بر گیرد. مغلق بودن پروسه رأی‌دهی به درجه صحت و تمامیت انتخابات لطمه وارد می‌سازد.

۵) شرایط انتخابات با چگونگی انتخابات آزاد و عادلانه رابطه مستقیم دارد. از جمله این شرایط امکانات مالی، سطح سواد، عمومیت فرهنگ انتخابات، امنیت، وجود کارمندان با تجربه و متخصص انتخابات، شرایط حمل و نقل، وضع آب و هوا (موسم انتخابات)، عنعنات محیطی، رواج‌های محلی، برداشت‌های مذهبی (مثلاً جدا بودن محل رأی‌دهی زنان از مردان)، حضور ناظرین انتخاباتی، حضور مطبوعات و رسانه‌ها و سایر برشمرد. همچنان شرایط دیگری چون تثبیت تابعیت و هویت رأی‌دهنده، سن قانونی، سکونت و ثبت‌نام در جدول رأی‌دهندگان و سایر شرایط تخریکی در امر کیفیت و درجه اعتبار انتخابات مردم‌سالار تأثیرات جدی می‌گذارد.

۶) چگونگی حوزه‌بندی در انتخابات یکی از مسایل خاصی است که بر اساس و نظر درست نظام حزبی، وضع نفوس از لحاظ موقعیت جغرافیایی، واحدهای اداری، ترکیب قومی، تعداد کاندیدان و سهولت در تقسیم کرسی‌ها به اساس تناسب نفوس هر واحد اداری و غیره صورت می‌پذیرد.

ب) نهادهای انتخاباتی (کمیسیون مستقل انتخابات و کمیسیون شکایات انتخاباتی)

۱. کمیسیون مستقل انتخابات

۱) چارچوب حقوقی

موجودیت اداره یا دفتر تنظیم انتخابات برای برگزاری، پیشبرد و نظارت بر تمام پروسه‌های انتخابات آزاد و عادلانه در یک کشور دارای نظام مردم‌سالار، ضروری پنداشته می‌شود. در کشور ما که بعد از چند دهه جنگ و بی‌ثباتی گام‌های نخستین را به سوی مردم‌سالاری برمی‌دارد، کمیسیون مستقل انتخابات بر اساس ماده ۱۵۶ قانون اساسی «برای اداره و نظارت بر هر نوع انتخابات و مراجعه به آرای عمومی مردم ...» تشکیل گردیده است. کمیسیون وظیفه دارد طبق قانون اساسی افغانستان، قانون انتخابات و اصول قبول شده ملی و بین المللی، انتخابات را به صورت بی‌طرفانه، مستقلانه و مسلکی سازماندهی، رهبری و نظارت کند.

کمیسیون از یک طرف مسئولیت ترویج و انکشاف فرهنگ انتخابات، تقویت سهم‌گیری رأی‌دهندگان واجد شرایط، احزاب سیاسی و کاندیدان مستقل را در روند انتخابات داشته و از طرف دیگر ایجاد فضای اعتماد میان کمیسیون، رأی‌دهندگان، کاندیدان مستقل و احزاب سیاسی، جهت برگزاری انتخابات آزاد و شفاف را دارا می‌باشد.

۲) وظایف و مسئولیت‌ها

کمیسیون مستقل انتخابات به عنوان یک اداره غیر وابسته و مستقل، مسئولیت تهیه و تصویب دستورالعمل‌ها، طرزالعمل‌ها و سایر اسناد رهنمودی را در رابطه با انتخابات بر مبنای احکام قانون اساسی و قانون انتخابات کشور، به عهده دارد.

بر اساس قانون اساسی و قانون انتخابات افغانستان، وظایف عمده کمیسیون مستقل انتخابات قرار ذیل‌اند: اعلان تاریخ انتخابات، آمادگی، سازماندهی، تدویر و نظارت بر انتخابات، ثبت‌نام و تهیه لیست رأی‌دهندگان، حصول اسناد نامزدی کاندیدان، ثبت و تصدیق واجد شرایط بودن کاندیدان، نشر لیست نهایی کاندیدان، نظارت بر کمپاین آگاهی عامه درباره انتخابات در سراسر کشور، آموزش و ارتقای ظرفیت‌های مأمورین و کارکنان انتخابات، نظارت بر مبارزات انتخاباتی، نظارت بر مصارف مالی احزاب سیاسی و کاندیدان در جریان مبارزات انتخاباتی، تأمین و استقرار تماس با احزاب سیاسی و کاندیدان مستقل، شمارش آرا، اعلان و تصدیق نتایج انتخابات و صدور تصدیق‌نامه‌ها برای کاندیدان موفق.

۳) ساختار تشکیلاتی و اداری کمیسیون مستقل انتخابات

همان طوری که از نامش پیداست، کمیسیون مستقل انتخابات یک نهاد مستقل در چهار چوب دولت افغانستان می‌باشد. کمیسیون دارای رئیس، معاون و ۵ عضو بوده که بر اساس فرمان مقام محترم ریاست جمهوری اسلامی افغانستان، تعیین می‌گردد. کمیسیون مستقل انتخابات مرجع با صلاحیت و مسئول اداره، تنظیم و نظارت از پروسه انتخابات در افغانستان می‌باشد. وظیفه اساسی کمیسیون مستقل انتخابات طرح رهنمودها، پالیسی، تصویب طرزالعمل‌ها و نظارت از پروسه انتخابات می‌باشد. کمیسیون جهت اجرای تصمیم و فیصله‌ها دارای دارالانشا می‌باشد.

دارالان‌شای کمیسیون مستقل انتخابات در مطابقت با طرزالعمل‌های تصویب شده کمیسیون، مسئولیت اجرایی تمامی امور انتخابات را بر عهده دارد. دارالان‌شای کمیسیون مستقل انتخابات دارای یک رییس، دو معاون و ۹ ریاست می‌باشد که معاونین آن به ترتیب، مسئولیت امور اداری و عملیاتی را عهده‌دار هستند.

۲. کمیسیون شکایات انتخاباتی

طبق ماده ۲۱ فقره ۲ قانون انتخابات افغانستان که در ۴ میزان ۱۳۹۵ به نشر و توسط محمد اشرف غنی رییس جمهور اسلامی افغانستان به توشیح رسید و سپس نافذ گردید، تعداد اعضای کمیسیون شکایات انتخاباتی ۵ نفر می‌باشد که بر اساس فرمان مقام ریاست جمهوری تعیین می‌گردد.

رسیدگی به شکایات و حل منازعات انتخاباتی، هرچند که در ذیل مدیریت کلان انتخاباتی قرار می‌گیرد؛ اما این بخش از مدیریت انتخابات، به یقین مهم‌تر از مدیریت برگزاری انتخابات است. به خصوص در کشورهای مانند افغانستان که ممکن است آتش منازعه زودتر شعله‌ور گردد.

رسیدگی به شکایات و حل منازعات انتخاباتی، در کشورهای مختلف، با روش‌های متفاوت انجام می‌شود. سه روش عمده در این مورد تجربه شده است. روش سیاسی، روش قضایی و روش ترکیب از این دو. به این معنا که در برخی از کشورها، یک نهاد غیر قضایی و به شکایات انتخاباتی رسیدگی و در مورد نتایج انتخابات، فیصله نهایی صادر می‌کند.

ج) انواع انتخابات در افغانستان

در قانون اساسی دولت جمهوری اسلامی افغانستان اصول کلی و اساسی انتخابات تصریح گردیده است. بر اساس قانون اساسی نظام افغانستان یک نظام مردمی بوده و تمام اتباع واجد شرایط حق انتخاب کردن و انتخاب شدن در ریاست جمهوری، عضویت شورای ملی، شورای ولایتی و سایر ارگان‌های انتخابی را دارا می‌باشند. طبق ماده ۱۵۶ قانون اساسی، «کمیسیون مستقل انتخابات برای اداره و نظارت بر هر نوع انتخابات و مراجعه به آرای عمومی مردم در کشور مطابق به احکام قانون تشکیل می‌گردد.» بر اساس قانون اساسی و قانون انتخابات، در افغانستان انتخابات ذیل پیش‌بینی گردیده است:

- (۱) انتخابات ریاست جمهوری در هر پنج سال یکبار.
- (۲) انتخابات شورای ملی (پارلمان) در هر پنج سال یکبار.
- (۳) انتخابات شوراهای ولایتی در هر چهار سال یکبار.
- (۴) انتخابات شوراهای والی و قریه‌جات در هر سه سال یکبار.
- (۵) انتخاب شاروال‌ها و شورای شاروالی.

۱. انتخابات ریاست جمهوری

انتخابات ریاست جمهوری به منظور احراز مقام ریاست جمهوری افغانستان در هر ۵ سال یکبار راه اندازی می‌گردد. مطابق با احکام قانون اساسی و قانون انتخابات، هر شهروند افغانستان که واجد شرایط شناخته شود، خود را می‌تواند کاندید ریاست جمهوری نماید. یک کاندید باید بیش از پنجاه درصد کل آرای قانونی را کسب نماید تا برنده محسوب گردد. هرگاه چنین واقع نشود، پس دو کاندیدی که بیشترین آرا را بدست آورده‌اند، در دور دوم انتخابات، اشتراک می‌نمایند. این بدان معنا است که رأی‌دهندگان برای انتخابات دور دوم باید رای بدهند. در انتخابات ریاست جمهوری تمام کشور یک حوزه انتخاباتی محسوب می‌گردد.

اولین انتخابات ریاست جمهوری در افغانستان به تاریخ ۱۸ میزان ۱۳۸۳ برگزار گردید و تمام اتباع کشور که ثبت‌نام کرده بودند و کارتهای رأی‌دهی داشتند، برای تعیین رییس جمهور خویش به پای صندوق‌های رای رفتند. وظایف و صلاحیت‌های رییس جمهور کشور در ماده ۶۴ قانون اساسی تصریح گردیده است.

۲. انتخابات شورای ملی

بعد از تدویر موفّقانه انتخابات ریاست جمهوری، انتخابات شورای ملی و شوراهای ولایتی طبق احکام قانون اساسی و قانون انتخابات به تاریخ ۲۷ سنبله ۱۳۸۴ برگزار گردید که ضمن آن مردم کشورمان، نمایندگان‌شان را در شورای ملی و شوراهای ولایتی انتخاب نمودند. در انتخابات برای احراز کرسی‌های ولسی جرگه، کشور به ۳۴ حوزه انتخاباتی جمع یک حوزه برای کوچی‌ها تقسیم گردیده بود که رأی‌دهندگان فقط در ولایت مربوطه برای نمایندگان خود رای دادند.

شورای ملی متشکل از دو مجلس، ولسی جرگه و مشرانو جرگه می‌باشد. شورای ملی عالی‌ترین ارگان مقننه جمهوری اسلامی افغانستان بوده که اعضای آن از طریق انتخابات آزاد و عادلانه از جانب مردم افغانستان برگزیده می‌شوند. تعداد نمایندگان هر ولایت در شورای ملی متناسب به نفوس همان ولایت است.

(۱) ولسی جرگه: انتخابات برای مجلس ولسی جرگه و شورای ملی در هر پنج سال یک‌بار برگزار می‌گردد. تعداد اعضای ولسی جرگه به ۲۵۰ نفر می‌رسد.

(۲) مشرانو جرگه: تعداد اعضای مشرانو جرگه سه برابر تعداد ولایات می‌باشد که مجموعاً ۱۰۲ نفر می‌شود. از این تعداد یک سوم آن یعنی ۳۴ نفر از طریق انتخابات در شوراهای والی برای مدت سه سال، یک سوم دیگر آن از طریق انتخابات در شوراهای ولایتی برای مدت چهار سال و یک سوم دیگر آن توسط رئیس جمهور برای پنج سال انتصاب می‌گردد.

احکام پیرامون انتخابات، وظایف و صلاحیت‌های شورای ملی (هر دو مجلس) در فصل پنجم قانون اساسی کشور بیان شده است.

۳. انتخابات شوراهای ولایتی

طبق قانون انتخابات افغانستان^۲، انتخابات شوراهای ولایتی در هر چهار سال یک‌بار برگزار گردیده و اعضای شوراهای ولایتی در هر ولایت از طریق انتخابات مستقیم، آزاد، منصفانه و عمومی توسط رای سری برای مدت چهار سال انتخاب می‌گردند. تعداد اعضای هر شورای ولایتی متناسب به نفوس همان ولایت بوده و این مسأله در فصل نهم قانون انتخابات در رابطه با اعضای انتخابات اعضای شورای ولایتی، تصریح گردیده است.

با در نظر داشت احکام قانون اساسی و قانون انتخابات، انتخابات شوراهای ولایتی همزمان با انتخابات شورای ملی بتاريخ ۲۷ سنبله ۱۳۸۴ در تمام ولایات برگزار گردید. با این تفاوت که در

۲ وزارت عدلیه، قانون انتخابات، جریده رسمی، شماره‌ی مسلسل ۱۲۲۶، تاریخ نشر: ۴ میزان ۱۳۹۵.

انتخابات ریاست جمهوری تمام کشور یک حوزه انتخاباتی بود و هر رأی‌دهنده واجد شرایط بدون در نظر داشت محل سکونت و محل ثبت‌نام می‌توانست در ولایت مربوطه به کاندید مورد نظر برای مقام ریاست جمهوری رای دهد؛ ولی در انتخابات شوراهای ولایتی تمام افغانستان به ۳۴ حوزه انتخاباتی تقسیم و رأی‌دهندگان بر اساس محل ثبت‌نام به کاندید مورد نظر در ولایت مربوطه رای داده‌اند.

۴. انتخابات شوراهای ولسوالی

طبق قانون انتخابات افغانستان، انتخابات شوراهای ولسوالی در هر سه سال یک‌بار برگزار گردیده و اعضای شوراهای ولسوالی در هر ولسوالی از طریق انتخابات مسقیم، آزاد، منصفانه و عمومی توسط رای سری، برای مدت سه سال انتخاب می‌گردند. تعداد اعضای هر شورای ولسوالی متناسب با نفوس همان ولسوالی بوده که در فقره اول ماده ۴۹ قانون انتخابات به آن پرداخته شده است.^۳ بر اساس قانون انتخابات، حوزه انتخاباتی برای انتخابات شوراهای ولسوالی، ولسوالی‌ها می‌باشند.

۵. انتخابات شاروال‌ها و شوراهای شاروالی

طبق ماده ۱۴۱ قانون اساسی کشور، شاروال و اعضای مجالس شاروالی، از طریق انتخابات آزاد، عمومی، سری و مستقیم انتخاب می‌شوند. انتخابات شاروال‌ها و شوراهای شاروالی، تاکنون به مرحله‌ی اجرا گذاشته نشده است. هنگامی که سیستم انتخابات مستقیم شاروال‌ها و شوراهای شاروالی که در ماده ۱۴۱ قانون اساسی کشور تسجیل یافته است، عملی شود؛ این کرسی‌ها به طور انتصابی و انتخاب مردمی احراز خواهد شد که ملزم به منظوری ریاست جمهوری می‌باشد.

^۳ وزارت عدلیه، قانون انتخابات، جریده‌ی رسمی، شماره‌ی مسلسل ۱۲۲۶، تاریخ نشر: ۴ میزان ۱۳۹۵، ص ۶۹.

د) نظام‌های انتخاباتی

۱. تعریف نظام انتخاباتی:

نظام انتخاباتی، مجموعه‌ای از مکانیزم‌هایی است که به وسیله آن، آرای که در یک انتخابات عمومی به صندوق‌ها ریخته می‌شوند، به کرسی تبدیل می‌گردند. این مکانیزم‌ها در عین‌زمان، مشخص می‌کند که کدام کاندید، یا کدام حزب، با چه تعداد آرا و با کدام فرمول ریاضی می‌تواند آن کرسی‌ها را احراز کند.

نظام‌های انتخاباتی را در یک دسته‌بندی کلی به چهار خانواده تقسیم کرده‌اند که عبارتند از:

(۱) خانواده نظام‌های اکثریتی

(۲) خانواده نظام‌های تناسبی

(۳) خانواده نظام‌های مختلط

(۴) و خانواده سایر نظام‌ها

نظام انتخاباتی هر کشوری را می‌توان در یکی از این خانواده‌های نظام انتخاباتی بررسی کرد که در ذیل بطور مختصر درباره ی آنها توضیحاتی ارائه می‌شود:

اول) اکثریتی^۴

نظام‌های اکثریتی به نوبه خود، به چهار شاخه تقسیم می‌گردد:

۱) نظام اکثریتی ساده (FPTP^۵):

در این نظام از هر حوزه، یک نفر بر اساس اکثریت نسبی انتخاب می‌شوند. رأی‌دهنده حق یک رای دارد. امریکا، انگلستان، هندوستان و برخی دیگر از کشورها از این نظام استفاده می‌کنند. این نظام برای دموکراسی‌های تحکیم شده توصیه شده است.

^۴ The Plurality _ Majority (PM)

^۵ First Past the Post (FPTP)

۲) نظام رای دسته‌جمعی (BV^۶):

در این نظام از هر حوزه چند نفر انتخاب می‌شوند، رأی‌دهنده به اندازه سهمیه کرسی‌های همان حوزه حق رای دارد؛ اما رأی‌دهنده مختار است که کمتر از آن هم رای بدهند. کاندیدی که اکثریت نسبی آرا را از آن خود نماید، برنده شناخته می‌شود. در این نظام شمارش بسیار پیچیده است. این نظام فعلاً کاربرد کمتری دارد و در کشورهای نظیر مالدیو و کویت به کار می‌رود.

۳) نظام رای بدیل (AV^۷):

در این نظام از هر حوزه یک نفر انتخاب می‌شود؛ اما رأی‌دهنده حق چند رای را دارد که به ترتیب اولویت، کاندیداهای مورد نظر خود را انتخاب می‌کند. مثلاً در کنار اولویت اول، اولویت دوم و سوم و غیره را نیز روی برگه رای مشخص می‌کند. در این نظام، اگرچه رأی‌دهنده مجبور نیست که به همه کاندیدان یا تعداد زیادی از آن‌ها رای بدهد؛ اما این حق را دارد که به همه کاندیداهای روی برگه، بر اساس ترتیب اولویت رای بدهد. به این نظام، رای ترجیحی نیز اطلاق می‌شود. کسی که اکثریت مطلق آرا را از آن خود نماید، برنده محسوب می‌گردد. هرگاه اولویت اول نتواند یک کاندید را برنده سازد، اولویت دوم و سومش الی آخر محاسبه می‌شود.

۴) نظام دو مرحله‌ای (TRS^۸):

در این نظام کاندیدی برنده می‌شود که اکثریت مطلق آرا را در دور اول کسب کند و یا در برخی کشورها یک اکثریت مخصوص را که در قانون قید شده است، به دست آورد. در غیر آن انتخابات به دور دوم می‌رود. در این نظام، رأی‌دهنده حق یک رای را دارد.

^۶ The Block Vote (BV)

^۷ Alternative Vote (AV)

^۸ Two-Round System (TRS)

دوم) تناسبی^۹

نظام‌های تناسبی به دو شاخه ذیل تقسیم می‌گردد:

(۱) تناسبی لیستی ('PR List):

نظام‌های تناسبی لیستی، در بسیاری از دموکراسی‌های جدید پذیرفته شده است. مخصوصاً در اروپا، آمریکای لاتین و آفریقا. در نظام‌های تناسبی لیستی، هر رأی‌دهنده حق یک رای دارد و آن را به حزب یا به کاندیدای حزبی در داخل لیست احزاب استفاده می‌کند. لیست باز و لیست بسته هر دو معمول است. در این نظام، آرا قابل انتقال است. نظام‌های تناسبی در دموکراسی‌های نو پا بیشتر توصیه شده است. در نظام‌های تناسبی معمولاً یک حد نصاب وجود دارد. گرچه برخی از کشورها تابع حد نصاب نیستند؛ مانند آفریقای جنوبی.

نقاط قوت نظام تناسبی لیستی:

- (۱) پارلمان انعکاس‌دهنده واقعیت‌های فکری و سیاسی جامعه است؛
- (۲) نمایندگی عادلانه به مفهوم واقعی تمثیل می‌شود؛
- (۳) به زنان و گروه‌های آسیب‌پذیر، فرصت حضور در پارلمان را می‌دهد؛
- (۴) حوزه‌بندی آسان است؛
- (۵) هزینه کمتر نیاز دارد. به خصوص در لیست بسته؛
- (۶) آرا هدر نمی‌رود یا حداقل، کمتر هدر می‌رود؛
- (۷) اتحادها و ائتلاف‌ها را تشویق می‌کند؛
- (۸) احزاب را از محلی شدن به سوی ملی شدن سوق می‌دهد؛
- (۹) سطح منازعه را پایین می‌آورد و در کشورهایی که دارای شکاف‌های اجتماعی هستند، به ثبات کمک می‌کند؛
- (۱۰) و رسیدگی به شکایات انتخاباتی نیز ساده است.

^۹ The Proportional (PR)

^{۱۰} Proportional List (PR List)

نقاط ضعف نظام تناسبی لیستی:

- (۱) در کشورهایی که نظام سیاسی پارلمانی حاکم است، حکومت ائتلافی شکل می‌گیرد؛
- (۲) به تعداد احزاب زمینه می‌دهد؛
- (۳) پاسخگویی جغرافیایی را ضعیف می‌کند؛
- (۴) در صورتی که لیست بسته باشد، به رهبران احزاب برای گزینش کاندیدان شانس بیشتر می‌دهد.

(۲) نظام تک‌رأی قابل انتقال (STV):

نظام تک‌رأی قابل انتقال، عمدتاً در حوزه‌هایی که چند نفر انتخاب می‌شوند، کاربرد دارد. اما در حوزه‌های تک‌کرسی نیز قابلیت تطبیق را دارد. هرگاه نظام تک‌رأی قابل انتقال در حوزه‌های تک‌کرسی تطبیق شود، نظام جایگزین نیز گفته می‌شود. در نظام تک‌رأی قابل انتقال هرگاه حوزه چند عضوی باشد، مانند نظام تناسبی لیستی، کرسی‌ها نرخ دارند؛ اما در نوع جاگزینی‌اش، برنده با اکثریت (۵۰+۱) انتخاب می‌شود. البته نظام تک‌رأی قابل انتقال در مجموع، چندان مورد استقبال قرار نگرفته و در انتخابات مجالس قانون‌گذاری زیاد شایع نیست. در این نظام هر رأی‌دهنده حق دارد همه کاندیدان را در یک حوزه چند عضوی، به طور منفرد و بدون در نظر گرفتن وابستگی حزبی‌شان، به ترتیب اولویت روی برگه رای رتبه‌بندی کند؛ ولی مجبور نیست که لزوماً اینکار را انجام بدهد. می‌تواند تنها به یک رای نیز اکتفا کند. در این نظام آرا قابل انتقال می‌باشد.

نقاط قوت نظام تک‌رأی قابل انتقال:

- (۱) مزایایی را که در نظام تناسبی لیستی برشمردیم عمدتاً در این نظام وجود دارد؛
- (۲) و این نظام نسبت به نظام تناسبی لیستی به رأی‌دهندگان فرصت بیشتری برای انتخاب کاندیداهای محبوب‌شان فراهم می‌کند.

¹¹ Single Transferable Vote (STV)

سوم) نظام‌های مختلط

نظام‌های مختلط نیز به دو شاخه تقسیم می‌شود:

۱) نظام تناسبی مبتنی بر اعضای مختلط (MMP^{12}):

قبلا گفتیم اگر تصور کنیم که نظام‌های اکثریتی یک سر طیف و نظام‌های تناسبی سر دیگر طیف است، نظام‌های مختلط، دقیقا در وسط این طیف قرار می‌گیرند و از مزایای هر دو استفاده می‌کنند. نظام تناسبی مبتنی بر اعضای مختلط، نسبت به نظام مختلط موازی تناسب بیشتر ایجاد می‌کند. به این معنا که عدم تناسبی که از یک سطح به وجود می‌آید توسط سطح دیگر جبران می‌شود. مثلا اگر یک حزب از بخش اکثریتی نظام تعداد کرسی به دست بیاورد، همان تعداد کرسی از بخش تناسبی نظام از سهمیه‌اش کسر می‌شود تا احزاب دیگر آسیب نبینند.

۲) نظام موازی (PS^{13}):

نظام موازی از خانواده نظام‌های مختلط است. نظام‌های مختلط، نقاط مثبت دو نظام متفاوت را با هم ترکیب می‌کنند. ۳۰ کشور که حدودا یک‌پنجم جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، از خانواده نظام‌های مختلط استفاده می‌کنند. در نظام‌های مختلط، دو نظام مختلط در یک کشور در کنار هم قرار می‌گیرند. در این نظام‌ها دو سطح رقابت وجود دارد؛ هر رأی‌دهنده، حق دو رأی دارد. برگه‌های رأی‌دهی نیز معمولا دو تا می‌باشد. درصد معینی از کرسی‌ها با خصوصیت یک نظام و درصدی معین دیگر با خصوصیت نظام دیگر به کاندیدان توزیع می‌شود. انتخاب نظام مختلط، گاهی به حیث یک گام وسط به سوی عبور از یک نظام، به نظام دیگر، ضروری پنداشته می‌شود.

¹² Mixed Member Proportional (MMP)

¹³ Parallel System (PS)

چهارم) سایر نظام‌ها

سه نظام دیگر تحت عنوان سایر نظام‌ها دسته‌بندی شده‌اند:

۱) نظام تک‌رأی غیر قابل انتقال (SNTV^{۱۴}):

نظام تک‌رأی غیر قابل انتقال، که به دلیل سادگی‌اش در افغانستان تطبیق شد، یک نظام متروکی است که تنها در چهار کشور از آن استفاده می‌شود:

۱) افغانستان

۲) اردن

۳) وانواتو (مجمع الجزایری در شمال خاوری استرالیا؛ دارای ۲۰۰۰۰۰ جمعیت در سال ۲۰۰۰ و ۱۲۹۰ کیلومتر مربع مساحت)

۴) جزایر پتکارین (جزایری در منطقه خاوری جزایر پولینزی فرانسه؛ در اقیانوس آرام؛ از سرزمین‌های تابعه انگلستان؛ دارای ۲۰۰۰ نفر جمعیت و ۳۵/۵ کیلومتر مربع مساحت)

بر اساس سیستم رأی واحد غیر قابل انتقال، هر رأی‌دهنده، در حوزه‌ی انتخاباتی چند کرسی، یک حق رأی و یک انتخاب دارد و رأی وی غیر قابل انتقال به نامزد یا حزب سیاسی است. در این سیستم، تناسب میان رأی داده شده و کرسی‌های به دست آمده، وجود ندارد. این سخن بدان معنی است که در حوزه‌ای انتخاباتی که چهار نامزد وجود دارد، یک نامزد می‌تواند تنها با به دست آوردن یک رأی بیشتر از ۲۵ درصد مجموع آرا، کرسی مربوط را از آن خود کند.^{۱۵}

نقاط ضعف نظام رأی واحد غیر قابل انتقال:

۱) در نظام (SNTV) عدالت در انتخاب رعایت نمی‌شود؛ یکی با هزاران رأی، شکست می‌خورد و دیگری با چند رأی به کرسی پارلمان می‌رسد؛

^{۱۴} Single Non-Transferable Vote (SNTV)

^{۱۵} دانش، سرور (۱۳۹۰). جایگاه انتخابات در نظام سیاسی افغانستان، فصل‌نامه علمی- پژوهشی کتاب سینا، سال اول- شماره اول، کابل، بهار ۱۳۹۰، موسسه‌ی تحصیلات عالی ابن‌سینا (دانشگاه ابن‌سینا).

- ۲) نمایندگی عادلانه ایجاد نمی‌شود؛
- ۳) پارلمان ضعیف، بی‌برنامه و فرد-محور شکل می‌گیرد؛
- ۴) زمینه‌ساز فساد در پارلمان می‌شود؛
- ۵) در انتخابات‌های گذشته نزدیک به هفتاد درصد آرا، ضایع شده و به کرسی تبدیل نگردیده است؛
- ۶) به احزاب زمینه مشارکت مؤثر و هدفمند فراهم نمی‌کند؛
- ۷) گروه‌های آسیب‌پذیر زمینه مشارکت مؤثر پیدا نمی‌کنند؛
- ۸) و زمینه منازعات انتخاباتی را به طور نسبی بیشتر می‌سازد.

۲) نظام انتخاباتی رای محدود (LV^{۱۶}):

نظام رای محدود در حوزه‌هایی استفاده می‌شود که از آن تنها چند نفر انتخاب می‌شوند. در این نظام رأی‌دهندگان بیش از یک رای حق ندارند، اما کمتر از کرسی‌های حوزه مربوطه؛ به همین دلیل رای محدود می‌گویند. کسی که اکثریت نسبی آرا را از آن خود نماید، برنده محسوب می‌شود. این نظام نسبت به سطوح ملی، در سطوح محلی کاربرد بیشتری را دارد.

¹⁶ Limited Vote (LV)

بخش دوم

الف) تاریخچه انتخاباتی پارلمانی

از اوایل قرن ۲۰ تاکنون مردم افغانستان، ۱۶ بار پای صندوق‌های رأی به منظور شرکت در انتخابات پارلمانی رفته‌اند و پس از ۱۳ دوره انتخابات پارلمانی، سرانجام در ۱۳۵۲ شمسی و با تغییر نظام از شاهی به جمهوری، پارلمان نیز از قانون اساسی افغانستان حذف شد.

در نیمه دوم دهه ۶۰ شمسی نظام پارلمانی در قانون اساسی جدید افغانستان دوباره احیا شد؛ اما پس از یک دوره برگزاری انتخابات پارلمانی و به دلیل پیروزی مجاهدین و عدم وجود شرایط مساعد، باز هم فعالیت پارلمان در این کشور به حاشیه رفت.

در افغانستان نظام ریاستی مختلط، حاکم است و مردم در کنار این که به صورت مستقیم رئیس جمهور را انتخاب می‌کنند، به همین شیوه نمایندگان خود را برای پارلمان بر می‌گزینند؛ اما انتخابات اخیر ریاست جمهوری طور دیگر و بی‌پیشینه رقم خورد که نتیجه آن تشکیل حکومت وحدت ملی بود.

در سال ۱۳۸۴ شمسی دوباره انتخابات پارلمانی در افغانستان انجام و پس از پایان موفقیت آمیز یک دور کاری در سال ۱۳۸۹ یک‌بار دیگر انتخابات پارلمانی در این کشور برگزار شد. دوره کاری پارلمان افغانستان چهار ساله است و بر اساس قانون این کشور در بهار سال پنجم انتخابات پارلمانی برگزار می‌شود. در قانون انتخابات افغانستان آمده است که احزاب سیاسی ثبت شده می‌توانند در هر ولایت تا صد در صد کرسی‌های اختصاص داده شده برای آن ولایت کاندیدا معرفی کنند؛ یعنی هیچ مانعی برای ثبت‌نام کاندیداها به نمایندگی از احزاب سیاسی و شخصیت‌های مستقل برای حضور در پارلمان افغانستان وجود ندارد.

در فصل هفتم قانون انتخابات صراحتاً اعلام می‌دارد که پارلمان افغانستان دارای ۲۵۰ کرسی است که ۲۳۹ کرسی آن با در نظر داشت تناسب نفوس به ولایات، ۱۰ کرسی آن برای کوچی‌ها و ۱ کرسی آن برای اهل هنود و سکه اختصاص داده شده است. در مجموع به همه ولایت‌های

افغانستان ۲۵۰ کرسی اختصاص داده شده و با تقسیم بر جمعیت هر ولایت میزان حضور نمایندگان مردم مشخص شده است. ۲۵ درصد کل اعضای پارلمان افغانستان که حدود ۶۴ نفر از مجموع نمایندگان را در مجلس این کشور تشکیل می‌دهد، از میان زنان انتخاب می‌شوند. انتخابات مجلس نمایندگان افغانستان دومین انتخابات اعضای ولسی جرگه در ۲۷ سنبله ۱۳۸۹ انجام شد. نتایج نهایی این انتخابات در ماه جدی اعلام شد.

ب) کاندیدان انتخابات پارلمانی گذشته

تعداد ۲۵۸۴ کاندید در این انتخابات از ۳۴ ولایت ثبت‌نام کرده‌اند که همراه با یک حوزه انتخابیه برای قوم کوچی‌ها نیز می‌باشد. تعداد ۴۰۶ نفر از این تعداد زن می‌باشد. مطابق به گزارش بنیاد مستقل انتخابات افغانستان، تعداد بسیار زیادی از این کاندیدان، صلاحیت کافی را به دلایل بی‌سواد، نقض حقوق بشر، فعالیت‌های شبه نظامی و فعالیت‌های تبهکارانه، برای وارد شدن به ولسی جرگه ندارند.

آمار نهایی کاندیدان انتخاباتی سراسر کشور ۱۳۸۹ ^{۱۷}			
توضیحات	تعداد مجموعی	مردان	زنان
تعداد اصلی کاندیدان (پیش از رد صلاحیت)	۲۵۷۷ نفر	۲۱۷۱	۴۰۶
تعداد نهایی کاندیدان (بعد از رد صلاحیت)	۲۵۲۹ نفر	۲۱۲۳	۴۰۶
تعداد کرسی‌های مجلس	۲۴۲ کرسی	۱۷۵	۶۷

¹⁷ <http://www.iec.org.af>

ج) مشارکت جوانان در انتخابات

جوانان اکثریت مطلق نفوس جامعه‌ی افغانستان را تشکیل می‌دهند. جوانان قشری‌اند که به طور وسیع در پروسه آینده سازی کشور سهم فعال دارند. در حالی که دیدگاه نسل‌های گذشته اغلباً به خواسته‌ها و آرزوهای کوتاه مدت معطوف بوده، جوانان در تمام زمینه‌ها دارای دیدگاه بلندمدت می‌باشد. آینده جوانان وابسته به نظام‌سازی است. خواسته‌های جوانان به عنوان قشری که از لحاظ سن و سال در موقعیت خاصی قرار داشته و نیازمندی‌های ویژه مشترکی دارند که ناشی از موقعیت سن و سال آنان است، به هیچ صورت ناظر بر تفاوت‌های جنسیتی آنان نیست. توجه به این نکته، مخصوصاً از این جهت حایز اهمیت است که قشر جوان، به طور طبیعی، دارای دیدگاه آینده‌نگر و درازمدت است و برنامه‌هایی که در ذهن دارد، با اتکا و امیدواری نسبت به آینده‌ای دور و مطمئن مطرح می‌شود. با توجه به این، مشارکت جوانان تحصیل کرده در مدیریت قدرت سیاسی و ساختار قدرت باید جدی در نظر گرفته شود.

در این جای شک و شبهه‌ای نیست که بیشترین جمعیت افغانستان را جوانان تشکیل می‌دهد. طبق آمارهای رسمی حدود ۶۰ درصد جمعیت کشور را جوانان تشکیل می‌دهد. این مسأله به مثابه‌ی یک نقطه‌ی قوت است که می‌تواند به عنوان نیروی مؤثر و کارآمد در رشد و توسعه کشور به حساب آید؛ اما از آنجایی که تهدیدها و آسیب‌های فراوانی در برابر جوانان وجود دارد، توانمندی آنان را در پیشبرد اهداف توسعه به چالش مواجه ساخته است.

افغانستان در دهه تحول (۲۰۱۵ - ۲۰۲۴) قرار دارد و قرار است افغانستان در این دهه در عرصه‌های مختلف به ویژه در عرصه اقتصادی به توانایی و خودکفایی دست یابد. جوانان با اتکا به دانش و تخصصی که دارند، می‌توانند سهم بارز و قابل توجهی را در بازسازی و توسعه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به دوش بگیرند. از سویی هم با توجه به نوگرایی و نوپذیری جوانان می‌توان گفت که این نیروی عظیم و فراموش شده، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در زمینه گذار و تحول سالم جامعه از سنت به مدرنیته ایفا کنند و آن را به منصه اجرا بگذارند.

مشارکت جوانان در عرصه‌های مختلف مدیریتی، نیازمند برداشتن گام‌های مؤثر از جانب حکومت، نهادهای مدنی و بخصوص خود جوانان است که باید با جدیت برداشته شود. اصلاح نظام انتخاباتی یکی از راه‌های مهم و بی‌بدیلی است که می‌تواند حضور جوانان را در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی تضمین و جوانان را به آینده امیدوار سازد.

در کشورهای دیگر، احزاب سیاسی یکی از ابزارهای مهم حضور جوانان در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی به حساب می‌آید؛ اما در افغانستان چون احزاب به معنای واقعی آن شکل نگرفته و بیشتر در چنبره قومی و تباری زندانی شده‌اند و فعالیت‌هایشان نیز بیشتر مقطعی و محدود است تا همه زمانی و همه مکانی احزاب در افغانستان از جوانان بیشتر به عنوان چوب سوخت و سیاهی لشکر در زمان همایش‌های انتخاباتی و یا هم اعتراض علیه دولت استفاده کرده‌اند. با وجود آنکه در انتخابات گذشته بیشترین نقش را جوانان داشت اما در زمان تقسیم قدرت و امتیازات مادی، دیگر این قشر عظیم که از آن به عنوان آینده افغانستان یاد می‌شود، کمترین مجال برای هنرنمایی در عرصه‌های مدیریت خرد و کلان جامعه نیافتند و مثل همیشه از قافله توزیع قدرت بیرون ماندند. هیچ حزبی فراقومی که در تمام جغرافیای افغانستان نیرو یا حداقل هواخواه داشته باشد، وجود ندارد. اکثر احزاب در افغانستان واکنشی‌اند و هیچ نوع برنامه‌ای برای بهبود و توسعه کشور ندارند. کار فعالیت احزاب در افغانستان بیشتر آن که بنیادین باشد، پروژه‌ای جلوه می‌نماید.

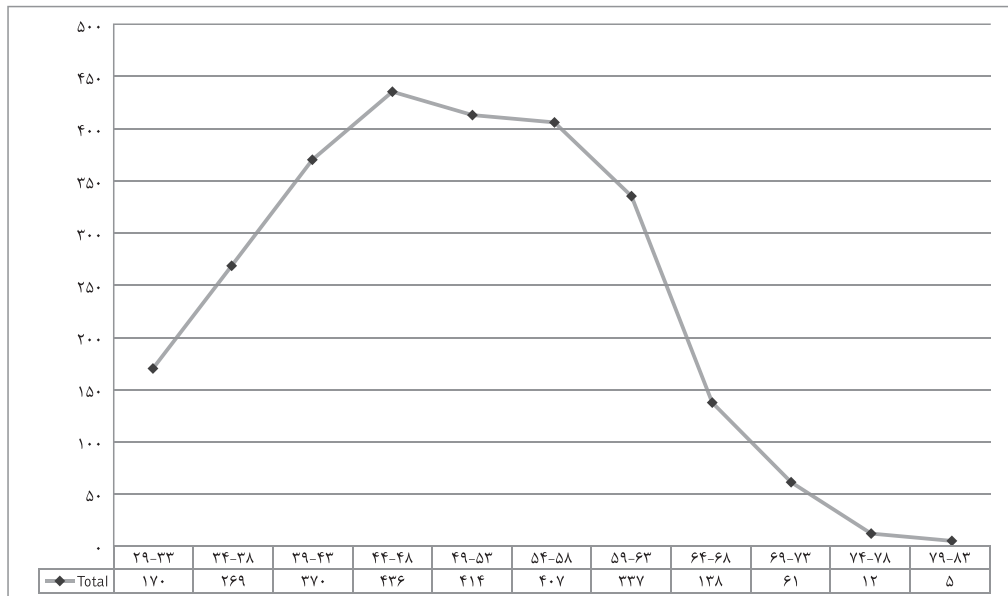
تلاش برای سهمگیری جوانان در قدرت و تصمیم‌گیری‌های مهم در سطح ملی، جلوگیری از استفاده ابزاری نیروی جوان، تقویت روحیه همدیگرپذیری و مبارزه با هر گونه تبعیض قومی، نژادی، زبانی، جنسیتی، سمتی و مذهبی، ایجاد همگرایی و بسیج جوانان در نهادهای مدنی-سیاسی به منظور افزایش تأثیرگذاری و نفوذ آنها در پروسه‌های ملی باید هم از طرف حکومت و هم از طرف نهادهای جامعه مدنی و مدافع حقوق جوانان بصورت جدی پیگیری شود؛ وگرنه گفتن این جمله که آینده افغانستان به دست جوانان است، شعار میان تهی و فریبانه‌ای بیش نخواهد بود. تنها راهی که می‌تواند سبب رشد و توسعه افغانستان شود، استفاده از نیروی سرشار و با استعداد نسل جوان است.

د) مشارکت جوانان در انتخابات گذشته (۲۰۰۴ الی ۲۰۱۴)

افغانستان با جمعیت رو به رشد جوانان مواجه است و نزدیک به دو- سوم جمعیت کشور زیر سن ۲۵ سال قرار دارد. تنها در سال ۲۰۱۴ بیشتر از ۳.۸ میلیون که جدیداً به سن رأی‌دهی رسیده بودند، کارت رأی‌دهی دریافت نمودند که یک- سوم آنها را زنان تشکیل می‌داد. رأی جوانان هنوز در انتخابات افغانستان بسیار مهم و تعیین‌کننده است، هرچند به دلیل تعیین قاعده بازی از سوی رهبران سنتی و نخبگان کهنه‌کار، جوانان نتوانسته‌اند که از آرای‌شان به طور هدفمند و نظم یافته‌ای برای تغییر زمینه‌های سیاسی به طور مؤثر استفاده نمایند. اما تحول در نوع رابطه هویت‌های قومی و احزاب سیاسی در انتخابات پارلمانی و شوراهای ولایتی زمینه‌های بهتری را برای مشارکت سیاسی جوانان فراهم می‌آورد تا بتوانند سهم فعال‌تری در ساماندهی ساختار سیاسی کشور بگیرند.

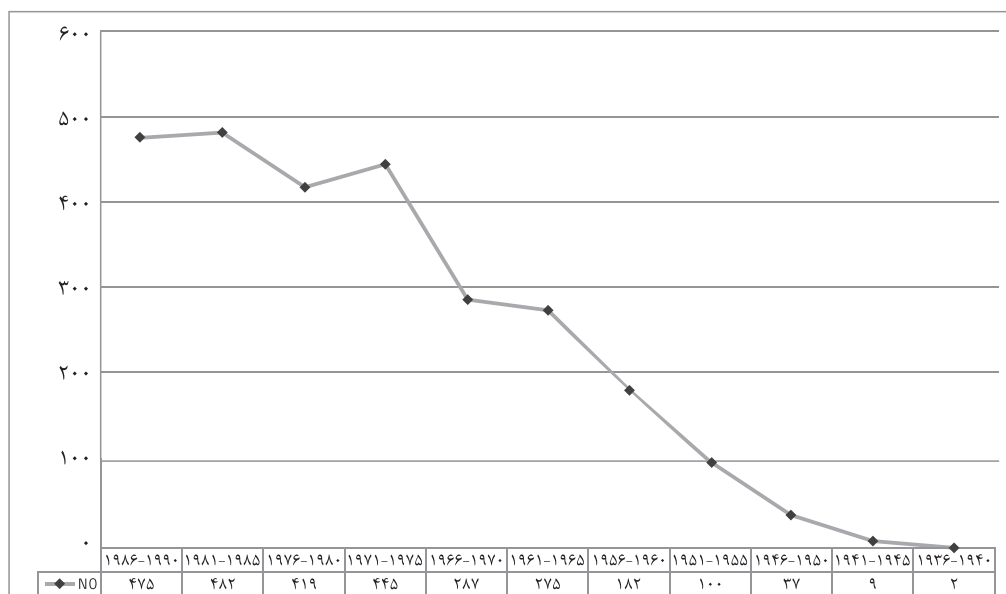
به عنوان نمونه، در انتخابات پارلمانی سال ۲۰۰۵ از مجموع ۲۴۹ کرسی، پشتون‌ها ۱۱۸ و تاجک‌ها ۵۳ و هزاره‌ها ۴۱ و ازبک‌ها ۲۰ کرسی را به خود اختصاص دادند. اگر در پارلمان، وابستگی‌های حزبی را با بخش‌بندی‌های قومی بسنجیم، شکاف قومی - سیاسی آفتابی‌تر می‌شود. ۴۹ درصد از اعضای پشتون پارلمان با احزاب عمدتاً پشتون همچون حزب اسلامی و افغان ملت در پیوند بودند. وابستگی‌های حزبی در میان سه قوم دیگر نیرومندتر بود. ۷۰ درصد اعضای تاجیک و ۸۰ درصد اعضای هزاره و ۱۰۰ درصد اعضای ازبک به جناح‌های مسلط سیاسی و قومی، وابسته بودند. تنها ۶۹ تن از ۲۴۹ عضو خود را ناپیوسته به احزاب یا جناح‌های سیاسی نشان دادند.

در سال ۲۰۱۰، انتخابات گواهی بر فروآمدن بیشتر احزاب سیاسی بود. شمار اعضای حزبی در پارلمان از ۷۲.۳ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۴۸.۵ درصد در سال ۲۰۱۰ کاهش یافت. بیش از ۱۲۸ نماینده خود را مستقل و ناپیوسته به احزاب خواندند که ۵۱.۴ درصد از کل ۲۴۹ کرسی ولسی جرگه را در بر می‌گیرد.



نمودار ۱: کاندیداهای انتخابات پارلمانی ۲۰۱۰ بر اساس گروه‌های سنی

از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴ مشارکت جوانان در انتخابات، توسعه یافته و جوانان از رأی‌دهنده‌های منفعل به کاندیدای فعال که دنبال دستیابی به کرسی‌هایی در مجالس محلی و ملی هستند، تغییر یافته‌اند. هر چند در نبود آمار و داده‌های دقیق و قابل اعتماد درباره مشارکت سیاسی جوانان، اندازه‌گیری میزان تغییر و توسعه مشارکت جوانان و تحلیل نحوه تحول در شکل مشارکت جوانان کاری دشواری است، اما گزارش‌ها و آمارهای موجود توسعه و تحول مثبت در نحوه مشارکت سیاسی جوانان را تایید می‌نماید. در طول دهه گذشته، جوانان توانسته‌اند تا حضورشان را در شوراهای ولایتی به خصوص در شهرهای بزرگ مانند کابل و هرات و مزارشریف بیشتر بسازند. یکی از دلایل اصلی موفقیت بیشتر جوانان در انتخابات شوراهای ولایتی قابل دسترس بودن آرای محلی برای جوانان است که توانسته‌اند با تکیه نسبی بر روابط محلی و طایفه و خانواده و تا حدودی با توانایی و استعداد فردی آرای محلی را جلب نمایند. به علاوه، بلندپروازی بیشتر نخبگان سنتی برای به دست آوردن کرسی‌های پارلمان موجب ایجاد فضای خلوت‌تری برای رقابت جوانان در انتخابات شوراهای ولایتی گردیده است.



نمودار ۲: کاندیداهای انتخابات شوراهای ولایتی سال ۲۰۱۴ بر اساس گروه‌های سنی

تحلیل آماری در هر دو گراف بر مبنای آمار برگرفته از دیتابیس کمیسیون مستقل انتخابات صورت گرفته است. اسناد و داده‌های رسمی نشان می‌دهد که میانگین سنی ۲۶۱۹ کاندیدای انتخابات پارلمانی سال ۲۰۱۰ به طور عام ۴۹ سال بود در حالی که این میانگین در انتخابات بعدی شوراهای ولایتی ۴۱ سال بوده است. برای دست یافتن به یک تحلیل دقیق از میزان تحول سنی در لیست کاندیداهای انتخابات پارلمانی ۲۰۱۰ و شوراهای ولایتی ۲۰۱۴، نخست تمامی کاندیداهای لیست شده در انتخابات پارلمانی به یازده گروه سنی با تفاوت ۵ سال تقسیم شده و در قالب جدول ساده پیووت ارائه گردید (نگاه کنید به جدول ۱). بر اساس این تحلیل بیشترین کاندیدان، مربوط به گروه‌های سنی ۴۴-۴۸ با ۴۳۶ نفر، ۵۳-۴۹ با ۴۱۴ نفر، ۵۴-۵۸ با ۴۰۷ نفر، ۳۹-۴۳ با ۳۷۰ نفر، ۵۹-۶۳ با ۳۳۷ نفر و ۳۴-۳۸ با ۲۶۹ نفر بود.

اما در انتخابات شوراهای ولایتی سال ۲۰۱۴، کاندیداهای جوان رقم بیشتری را در لیست مجموعی کاندیدان انتخابات تشکیل می‌دادند. بر اساس این تحلیل، از آمار مربوط به کمیسیون انتخابات که مبتنی بر سال تولد کاندیدان ترتیب گردیده بود، ۴۰ درصد کاندیداها میان سال‌های

۱۳۵۰ الی ۱۳۶۹ متولد شده‌اند که بین سنین ۲۵ تا ۴۵ سال هستند و ۲۳ درصد کاندیدان انتخابات نیز میان سالهای ۱۳۶۰ الی ۱۳۶۹ متولد شده‌اند و در گروه سنی ۲۵-۳۴ سال قرار می‌گیرند. بر اساس گزارش انستیتوت دموکراتیک ملی یا NDI کاندیداهای جوان در مجموع ۷۰ درصد کاندیدان انتخابات ۲۰۱۴ را تشکیل می‌دادند. این مبین یک دستاورد بزرگ برای جوانان در یک جامعه پدرسالار و سنتی است. این داده‌ها نشان می‌دهد که اولاً جوانان بیشتر برای به دست آوردن کرسی‌هایی در شوراهای ولایتی تلاش می‌کنند و دوم اینکه میانگین سنی کاندیدان جوان‌تر می‌شود که مبین یک واقعیت کلان اجتماعی است که نشان می‌دهد بیشتر جوانان در پروسه سیاسی است تا بتوانند بر حلقه‌های پالیسی‌ساز به طور مستقیم تأثیر بگذارند.^{۱۸}

هـ) مشارکت زنان در انتخابات؛ افغانستان و رویکرد جهانی در خصوص سهمیه‌های جنسیتی

به دنبال روند برنامه‌ی عمل بېجینگ (۱۹۹۵)، سهمیه‌ی جنسیتی به ابزاری مطلوب برای رقم زدن جهش تاریخی در عرصه‌ی مشارکت زنان در سطوح مختلف دستگاه سیاسی مبدل شد. تا سال ۲۰۱۵، در ۱۲۵ کشور جهان یکی از اشکال سهمیه‌ی جنسیتی در سطوح ملی یا محلی به مرحله‌ی اجرا درآمده است. در پارلمان‌های ملی تک مجلسی یا دو مجلسی، وضعیت ولسی جرگه (مجلس عوام) قرار ذیل است: قاعده‌ی کرسی‌های اختصاصی در حال حاضر در بیست و سه کشور جهان، عمدتاً در آسیا، آفریقا و منطقه‌ی خاورمیانه و آفریقای شمالی، وجود دارد؛ سهمیه‌های حزبی داوطلبانه نیز در پنجاه و سه کشور جهان به خصوص در آمریکا، آفریقا و اروپا اجرا شده‌اند، در حالی که سهمیه‌های قانونی کاندیدان در پنجاه و چهار سیستم انتخاباتی در سرتاسر جهان تصویب و عملی شده‌اند. بیست کشور آسیایی سیستم سهمیه‌بندی را به عنوان مکانیزمی برای بهبود مشارکت سیاسی زنان مورد استفاده قرار داده‌اند- پنج کشور از طریق سهمیه‌های حزبی داوطلبانه، نه کشور از طریق سهمیه‌های قانونی کاندیدان و هفت کشور از طریق قاعده‌ی کرسی‌های اختصاصی.

^{۱۸} وفايي زاده، محمد قاسم (۱۳۹۴)، سیاست‌ورزی قومی و مشارکت سیاسی جوانان در افغانستان، بنیاد هاینریش بل.

در هفت کشور اخیرالذکر، میزان مشارکت زنان بین پانزده تا بیست و هفت درصد بوده است. در بخش زیر، برخی از استدلال‌های متضاد پیرامون سهمیه‌های جنسیتی، تبعیض مثبت و اندیشهٔ برابری تشریح شده است و ضمناً اقسام مختلف سهمیه‌های جنسیتی موجود در سراسر جهان با نگاهی کلی مورد اشاره قرار گرفته است.^{۱۹}

افغانستان از نظام اکثریتی و کم کاربرد رأی غیر قابل انتقال واحد (SNTV) استفاده می‌کند که در آن رأی‌دهندگان در حوزه‌های انتخاباتی ولایتی و چندعضوی، می‌توانند یک رأی به صندوق بیاورند. نظام پارلمانی افغانستان نیز یک نظام دو مجلسی متشکل از ولسی جرگه (با ۲۵۰ کرسی) و مشرانو جرگه (با ۱۰۲ کرسی) است. در پارلمان افغانستان، سهمیه‌هایی برای دو گروه به حاشیه کشانده شده، یعنی زنان و کوچی‌ها، اختصاص یافته است. بنا به مادهٔ ۸۳ قانون اساسی افغانستان (مصوب ۲۰۰۴) و ماده‌های ۲۰ و ۲۳ قانون انتخابات (مصوب ۲۰۱۳)، دست کم شصت و هشت کرسی ولسی جرگه به زنان اختصاص می‌یابد که سه کرسی آن مختص نمایندگان زن کوچی است که نباید خالی بمانند یا به عنوان سقف شیشه‌ای در نظر گرفته شوند؛ زیرا مادهٔ ۲۳ قانون انتخابات (۲۰۱۰) تصریح می‌دارد که تصمیم‌گیری در مورد کرسی‌های باقیمانده در حوزه‌های انتخاباتی چندعضوی، بنا بر قواعد سیستم رأی غیر قابل انتقال واحد بدون لحاظ جنسیت نامزد صورت می‌گیرد. در انتخابات پارلمانی ۲۰۱۰، شصت و نه نامزد زن موفق به ورود به ولسی جرگه شدند. در مشرانو جرگه، دو سوم اعضا به شکل غیر مستقیم توسط شوراهای ولایتی سی و چهارگانه انتخاب می‌شوند و یک سوم دیگر، مطابق به حکم مادهٔ ۸۴ قانون اساسی (مصوب ۲۰۰۴) از جانب رئیس‌جمهور، ضمن لحاظ شرط برابری جنسیتی در معرفی کاندیدان، منصوب می‌شوند. قانون تعدیل یافتهٔ انتخابات (مصوب ۲۰۱۰) در مادهٔ ۳۰ تصریح می‌کند که حداقل بیست فیصد کرسی‌ها در شورای ولایتی برای زنان اختصاص می‌یابد و باقی کرسی‌ها بر حسب قواعد سیستم (SNTV) و بدون در نظرداشت جنسیت نامزد پیروز احراز می‌گردد، لیکن در این جا از نسبت بیست و پنج فیصدی که پیش از این تصویب شده بود، کاسته نمی‌شود.

¹⁹ Andrea Fleschenberg, Reviewing Gender Quotas in Afghanistan and Pakistan (2015), HBS.

۱. استدلال‌های متضاد پیرامون سهمیه‌بندی جنسیتی:

مخالفان:

- (۱) غیر دموکراتیک است؛ زیرا در تضاد با اصل فرصت‌های برابر برای همگان و دیگر اصول دموکراتیک، از جمله ارجحیت تصمیمات رأی‌دهندگان، قرار دارد.
- (۲) تبعیض مثبت با اصل شایسته‌سالاری در تضاد است و به نگرانی‌های جنسیتی ارجحیت می‌دهد.
- (۳) مشارکت سیاسی زنان را به ایجاد حوزه‌های انتخاباتی زنان و مسایل وابسته به آن محدود می‌کند.
- (۴) منجر به بروز تضاد درونی در سازمان‌ها و نهادهای سیاسی می‌شود.

هواداران:

- (۱) دموکراتیک است؛ زیرا سهمیه‌ها "نبود دموکراسی جنسیتی" در حوزه سیاست را جبران می‌کنند. زنان به عنوان شهروندان جامعه، حق دارند سهم خود را در سیاست ایفا کنند. انتخابات در اصل با هدف نمایندگی از مردم انجام می‌شود؛ نه این‌که وسیله‌ای باشد برای جذب نخبگان مرد دارای تحصیلات و قابلیت‌های سیاسی آن هم در نظام سیاسی‌ای که بر محور مردمداری و مردسالاری شکل گرفته است.
- (۲) به دلیل نبود میدان بازی متوازن، سهمیه‌ها وسیله‌ای هستند برای مقابله با موانع جنسیتی ساختاری یا محدودیت‌های به وجود آمده توسط کسانی که امکانات و منابع اختصاص یافته به نامزدها را تحت کنترل دارند.
- (۳) سهمیه‌بندی جنسیتی منجر به رقم خوردن نقطه تغییر می‌شود و مانع از آن خواهد شد که تجربه تنش‌زای مساوات طلبی نمایشی برای زنان رخ دهد.
- (۴) فراگیری: سهمیه‌ها امکان رقم خوردن تجربه‌های زنانه در حوزه سیاست را فراهم می‌کنند. حال آن‌که چنین تجاربی در بستر نظام‌های سیاسی‌ای غیر از سیستم‌های مردمحور امکان شکل‌گیری می‌یابند.

۵) تحول‌زایی و دموکراتیزه کردن: منازعاتی که در نتیجه کاربرد سهمیه‌ها شکل می‌گیرند، جنبه موقتی دارند و دلایل آن عبارتند از:

۱- نابرابری‌های اجتماعی مهم که در قالب اشکال همه روزه خشونت و منازعه تبارز می‌یابند.

۲- نبود حساب‌دهی، قانون‌گرایی و عدم شفافیت در روندهای نامزدی سیاسی.

۲. تبعیض مثبت و اندیشه برابری

یکی از دانشمندان سرشناس که به موضوع سهمیه‌های جنسیتی پرداخته است، در نوشته‌های خود چنین استدلال می‌کند: «فرصت‌های برابر تنها با از میان برداشتن موانع رسمی محقق نمی‌شوند. تبعیض مستقیم و موانع پنهانی، زنان را از اکتساب سهم‌شان از نفوذ سیاسی باز می‌دارد. رویکرد سهمیه‌بندی جنسیتی، به طور کلی نمایانگر گذار از نوعی برداشت به‌خصوص از اصل برابری به سوی برداشتی متفاوت از آن است.» برداشت لیبرال کلاسیک از مفهوم برابری به نوعی متمایل به "فرصت‌های برابر" یا "برابری رقابتی" بود. از میان برداشتن موانع رسمی، از جمله اعطای حق رأی به زنان، برای تحقق این اصل کافی به نظر می‌رسید و باقی مسیر را می‌بایست خود زنان می‌پیمودند. به دنبال اعمال فشار فراوان از سوی فمینیست‌ها در چند دهه اخیر، که یکی از نمونه‌های آن در "برنامه عمل بیجینگ" (۱۹۹۵) بیان شده است، برداشت دوم از اصل برابری در معرض پشتیبانی فزاینده‌ای قرار می‌گیرد. در این برداشت ثانوی، اصل برابری به معنای "برابری در نتایج" مد نظر است. در این‌جا استدلال این است که فرصت‌های برابر در واقعیت امر تنها با از میان رفتن موانع رسمی محقق نمی‌شود. تبعیض مستقیم و الگوی پیچیده‌ای از موانع پنهانی، زنان را از نامزد شدن و اکتساب سهم‌شان از نفوذ سیاسی باز می‌دارد. بدین لحاظ، سهمیه‌ها و دیگر اشکال تبعیض مثبت، ابزاری برای تحقق برابری در نتایج بر شمرده می‌شوند. این استدلال بر مبنای این تجربه شکل گرفته است که برابری به عنوان هدف، به‌واسطه برخورد رسمی برابر که خود ابزاری برای رسیدن به این هدف است، قابل دستیابی نیست. در اینجا استدلال می‌شود که اگر موانع وجود داشته باشند، اقدامات جبرانی صرفاً باید به مثابه ابزاری برای دستیابی

به اصل برابری در نتایج، مورد استفاده قرار گیرند. از این دیدگاه، سهمیه‌ها به معنای تبعیض (علیه مردان) نیست، بلکه به منظور جبران موانع ساختاری فراروی زنان در روند انتخابات عرضه می‌شوند.

۳. اقسام سهمیه

پروژه سهمیه‌بندی کرسی‌ها، سه نوع عمده سهمیه‌های موجود در سطح جهان را از همدیگر متمایز می‌کند:

(۱) کرسی‌های اختصاصی، که در آن تعداد مشخصی از کرسی‌های پارلمان در نتیجه برگزاری هر گونه انتخاباتی که در قانون اساسی یا قوانین انتخاباتی پیش‌بینی شده‌اند، به زنان اختصاص می‌یابند؛

(۲) سهمیه‌های نامزدی، که در آن، تعداد مشخصی از نامزدها، بنا به الزام قانون اساسی یا قانون انتخاباتی، باید زن باشند؛

(۳) سهمیه حزب سیاسی، که بنا به توافق احزاب سیاسی یا اتحادیه‌های انتخاباتی، اعطاء می‌شود. سهمیه‌ها صرفاً به منظور جهت‌دهی سیاسی زنان مورد استفاده قرار نمی‌گیرند، بلکه به عنوان ابزاری برای مهندسی روند مشارکت و نمایندگی سیاسی فراگیر، به کار می‌روند. "در برخی از کشورها، سهمیه‌ها به اقلیت‌های منطقه‌ای، قومی، زبانی یا مذهبی اختصاص می‌یابد. تقریباً تمام نظام‌های سیاسی نوعی سهمیه جغرافیایی را جهت تأمین نمایندگی حداقلی از ساحات دارای جمعیت متراکم، جزایر و دیگر موارد به اجرا در می‌آورند. سیستم‌های سهمیه‌ای با این هدف شکل گرفته‌اند که زنان حداقل "اقلیت حیاتی" ۳۰ یا ۴۰ فیصدی را تشکیل دهند. اجرای سهمیه‌های زنان دلالت بر آن دارد که زنان تعداد یا درصد معینی از مناصب یک ارگان را چه در فهرست اسامی کاندیدان، چه در یک انجمن پارلمانی، چه در یک کمیته و یا دولت از آن خود کنند.

سیستم سهمیه‌ای بار مسئولیت استخدام را نه بر دوش زنان بلکه بر دوش آن‌هایی می‌اندازد که کنترل روند استخدام را به‌دست دارند. اندیشه اصلی‌ای که در پشت این سیستم نهفته است، همانا

به کارگماری زنان در مناصب سیاسی و حصول اطمینان از این نکته است که حضور زنان در حیات سیاسی تنها جنبه نمادین ندارد. استدلال‌هایی که پیش از این در مورد اختصاص کرسی به تنها یک زن یا تعداد معدودی از زنان مطرح شده است، دیگر کافی پنداشته نمی‌شود؛ زیرا در این جا مشخص نیست که به کدام گروه زنان اشاره شده است. امروز سیستم‌های سهمیه‌ای در صد تضمین آن هستند که زنان بخش بزرگ ۲۰، ۳۰ یا ۴۰ درصدی را تشکیل می‌دهند و یا حتی در صد تأمین توازن واقعی "پنجاه به پنجاه" هستند. در برخی از کشورها، نظام سهمیه‌بندی به عنوان یک اقدام موقتی به اجرا در می‌آید. به این معنا که این قاعده تا زمان رفع موانع ورود زنان به عرصه سیاست به قوت خود باقی خواهد ماند، اما اکثر کشورهایی که این سهمیه‌ها را به اجرا در می‌آورند، دامنه کاربرد سهمیه‌ها را در گذر زمان محدود نکرده‌اند.^{۲۰}

^{۲۰} جهت معلومات بیشتر در مورد سهمیه جنسیتی لطفاً به منابع زیر مراجعه فرمایید

https://af.boell.org/sites/default/files/it_is_not_charity_research_dari.pdf

www.quotaproject.org

فصل دوم

بخش اول

تکنیک‌های موفقیت در انتخابات

الف) کمپاین انتخاباتی

دلایل زیادی وجود دارد که افراد برای ادارات عمومی، کاندید می‌شوند. بعضی از مردم از ناکارایی کارگزاران فعلی به انزجار آمده‌اند. بعضی هم پالیسی‌های غیر متعادل را مشاهده کردند و می‌خواهند که آن‌ها را تغییر بدهند. بعضی از افراد برای اینکه نهادهای انتخابی برای آن‌ها قدرت می‌بخشد، کاندید می‌نمایند و بعضی هم به خواست‌ها و منافع مردم منطقه و محل توجه داشته و می‌خواهند که در جهت مثبت سوق داده شوند. اما راه یافتن به نهادهای انتخابی، مستلزم داشتن بسته‌ی انتخاباتی می‌باشد که برای کاندیدان جوان مؤثر واقع گردد.

راه اندازی کمپاین انتخاباتی یکی از ابزارهای مهم می‌باشد که کاندیدان انتخابات را می‌تواند به کامیابی برساند. هدف اساسی کمپاین انتخاباتی جلب حمایت رأی‌دهندگان می‌باشد. به این منظور کاندیدان استراتژی‌های مختلفی را به کار می‌گیرند که در دورترین نقاط بتوانند به رأی‌دهندگان‌شان دسترسی پیدا نمایند.

این فصل از رهنمود انتخاباتی، معلومات دقیق را در رابطه با آمادگی و تهیه یک کمپاین انتخاباتی ارائه می‌نماید. چگونه یک کمپاین مؤثر و فراگیر را ترتیب نموده تا کاندیدان جوان را در مسیر کمپاین موفقانه کمک و یاری نماید تا دریابند که منابع کمپاین چیست و چگونه می‌توان فرصت‌ها و موانع را جهت تطبیق کمپاین شناسایی و تدابیر لازم را در نظر گرفت.

۱. منابع کمپاین

جهت تهیه و راه انداز کمپاین انتخاباتی، اولین اقدامی که برای کاندیدای جوان اهمیت دارد این است تا منابع لازم کمپاین را فراهم و در نظر بگیرد. این منابع عبارت است از:

(۱) زمان: به این معنی که ابعاد مختلف کمپاین انتخاباتی در کدام وقت برای چی مدت انجام شود.

(۲) بودجه: بودجه کمپاین یکی از نکات کلیدی است که قبل از تهیه جزئیات کمپاین در نظر گرفته شود.

(۳) منابع بشری: افرادی که برای تطبیق کمپاین انتخاباتی لازم است، در نظر گرفته شود.

(۴) استعداد: گزینش و تشکیل یک تیم با استعداد که توانایی پیشبرد کمپاین را داشته باشد.

۲. پلان کمپاین

زمانی که کاندید جوان، برنامه تبلیغاتی خود را آماده می‌سازد، به نکات ذیل توجه نماید:

(۱) ارزیابی محیط سیاسی و گروه‌های مورد هدف

(۲) استراتژی کمپاین

(۳) تاکتیک‌های کمپاین

(۴) تهیه پلان

(۵) ارزیابی پلان

۳. ارزیابی محیط سیاسی و گروه‌های مورد هدف

ارزیابی محیط سیاسی و گروه‌های مورد هدف کاندید جوان از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار می‌باشد. کاندید باید ارزیابی نماید که رقیب وی در انتخابات چی شخصی است و چی برتری‌هایی نسبت به کاندید جوان دارد و چه مقدار بودجه برای اجرایی کردن کمپاین‌شان در نظر گرفته‌اند. جهت ارزیابی محیط سیاسی هر کاندید باید به نکات زیر توجه نماید:

<p>تشخیص و شناسایی حوزه انتخاباتی مبنی بر گروه‌های مورد هدف، فرصت برنده شدن، تعداد نماینده در پارلمان، امکانات موجود.</p>	<p>(۱) تحلیل حوزه انتخاباتی</p>
<p>چه تعداد رأی‌دهندگان جوان در انتخابات گذشته اشتراک کرده اند؟ چه تعداد آرای کهن سالان را می‌توان جذب کرد؟ رأی‌دهندگان زن و مرد در انتخابات‌ها چگونه بوده است؟ رأی‌دهندگان برای چی به شما رأی بدهند؟ ضروریات و تقاضاهای آن‌ها چیست؟ برنامه شما چگونه می‌تواند نیازمندی‌های رأی‌دهندگان را رفع سازد؟ هنگامی که برنده شدید، چه کسانی متحدین اصلی شما خواهند بود؟</p>	<p>(۲) سوابق رأی‌دهندگان</p>
<p>کاندیدان از چه رده سنی برخوردارند؟ چه تعداد کاندیدان زن و مرد و کاندیدان جوان وجود دارد؟ در صورت برنده شدن، کاندیدان دارای چه پالیسی و استراتژی می‌باشند؟ میزان تجربه کاندیدان در دوره‌های گذشته انتخاباتی چه مقدار می‌باشد؟ سابقه کاندیدان نیز از این جهت مهم است که بدانید کدام کاندیدان در اثر اشتباه در کمپاین، بازنده شده‌اند و نیز بدانید که کدام کاندیدان غیر مترقبه کامیاب گردیده‌اند. کارهای مثبت و منفی کاندیدان را ارزیابی نمایید.</p>	<p>(۳) سابقه کاندیدان</p>
<p>فکر کنید جوان با کدام نوع رسانه‌ها همسو است؟ کدام رسانه‌ها می‌تواند تربیون کاندید جوان باشد؟ کدام رسانه‌های چاپی می‌تواند در جریان کمپاین، گزارش‌ها و تحلیل‌ها را به نفع کاندید جوان به نشر برساند؟ از کدام رسانه محلی می‌توانید که معلومات در رابطه به کاندیداتوری خویش دریافت نمایید. در مورد روزنامه‌های مجانی، مکان‌های رادیویی و تلویزیون‌ها فکر نمایید.</p>	<p>(۴) ارزیابی رسانه‌ها</p>
<p>با در نظر داشت شرایط و بافت اجتماعی، رقابت‌های بین فامیلی، طایفه‌ای و منطقه‌ای باید بررسی شود. مانند اینکه، مطابق قانون اساسی، از هر ولایت دو نماینده زن در پارلمان راه می‌یابد بنابراین، برای کاندیدان جوان زن حوزه انتخاباتی که کمترین زن کاندید شده باشد، سبب برنده شدن وی می‌گردد.</p>	<p>(۵) ارزیابی سایر رقابت‌ها</p>

۴. استراتژی کمپاین

استراتژی مجموعه‌ای از برنامه هاست با چشم اندازی دراز مدت مبتنی بر تحلیل وضعیت محیط فعالیت است که در صورت تطبیق آن، بهترین فرصت برنده شدن را برای کاندید جوان فراهم می‌کند. استراتژی کمپاین، موارد ذیل را معین می‌کند:

۱) چه کسانی؟	رأی‌دهندگان شما چه کسانی هستند؟ آرای مردمی را که می‌خواهید بدست آورید.
۲) چرا؟	دلایل رأی دادن آن‌ها به شما چیست؟ چرا مردم به شما رأی بدهد؟
۳) چه نوع؟	چه نوع پیام‌هایی را باید ارائه نمایید تا بتواند رأی‌دهندگان را متحد کند؟
۴) چگونه؟	تاکتیک‌ها و زمان‌بندی تطبیق استراتژی چگونه باید باشد؟

۵. تاکتیک‌های کمپاین

در این قسمت به تاکتیک مختلفی اشاره می‌کنیم که کاندیدان جوان می‌توانند در جریان کمپاین‌شان به منظور هدف قرار دادن رأی‌دهندگان، استفاده نمایند. این تاکتیک‌ها عبارت است از:

۱) ارتباط جمعی: این مورد بسیار ساده و همیشه قابل استفاده بوده است. کاندیدان جوان می‌توانند از طریق نشر و پخش تبلیغات تلویزیونی و رادیویی و نصب بلبوردها، رأی‌دهندگان‌شان را به گونه‌ای مجذوب خود نمایند.

۲) آنلاین: این مورد بستگی به مخاطب و دموگرافیک^{۲۱} (Demographic) کاندیدان جوان دارد. در صورتی مخاطب و رأی‌دهندگان افراد خاصی باشند، از طریق ارسال ایمیل، مجله‌های آنلاین و تبلیغات در وبسایت‌ها می‌تواند به انتقال پیام به مخاطبان کمک نماید.

^{۲۱} جمعیت‌شناختی

۳) تاکتیک دروازه به دروازه: در کمپاین‌های محلی، یکی از روش‌های مؤثر و مفید، کمپاین خانه به خانه است. البته این تاکتیک را همه کاندیدان استفاده می‌نمایند؛ اما اکثر کاندیدان به تمام خانه‌ها نمی‌توانند سر بزنند و مهم‌تر از این، نمی‌توانند پیام اصلی را به مخاطب خود انتقال دهند. برای کاندیدان جوان مهم است که قریه، ولسوالی و محله‌هایی بررسی شود که کاندیدان فکر می‌کنند آرای آن‌ها را بدست آورده می‌توانند. در غیر این صورت کمپاین خانه به خانه، اتلاف وقت فراوانی را به همراه دارد.

۴) محافل کمپاین: محافل کمپاین، می‌تواند بهترین روش برای جلب افراد تلقی گردد. مکان‌هایی که کاندید جوان جهت کمپاین باید آن را مد نظر گیرد، باید محل زندگی و کار باشد. محافل کمپاینی زیاد است اما مهمترین برای کاندیدان جوان قرار ذیل است:

• محافل سیاسی و غذای شام	• راه اندازی مباحثات و نمایشنامه‌ها
• تشکیل مجمع‌های محلی	• جلسه‌های چای سبز و قهوه
• کمپاین‌های روی سرک	• طرح و راه اندازی فعالیت‌ها جهت بدست آوردن بودجه
• تجمعات فامیلی- قومی	• فعالیت‌های رسانه‌ای
• راه اندازه برنامه‌های ورزشی	• جلسات عمومی و خصوصی
• تشکیل کاروان‌ها	• جلسات کاری
• جلسات سازمانی	• دعوت مخاطبان به «باربی کیو»

۵) **تشکیل بورد و مشاورین کمپاین:** آیا کاندید جوان یک کمیته مالی دارد؟ آیا گروهی از جوانان متخصص را با خود دارد؟ آیا شورای مشورتی کمپاین را تشکیل داده است؟ کاندید جوان باید مطمئن شود که رهبران حوزه انتخاباتی مورد هدف، رهبران پیش برنده‌ی کمپاین‌شان نیز باشد.

۶) داوطلبان: اگر می‌خواهید برنده انتخابات شوید شما به رضاکاران و داوطلبان ضرورت دارید که مردم را در رابطه به کاندیداتوری شما آگاهی داده و با شما همگام شوند.

مطمئن شوید که تمام یا بخشی از داوطلبان کمپاین کاندیدان جوان از همان حوزه و گروه‌های مورد هدف انتخاب گردد. افرادی که به صورت داوطلبانه در کمپاین کاندید سهم می‌گیرند، به همان اندازه می‌توانند که دوستان، همسایه‌ها و اقوام و نزدیکان خود را متقاعد سازند که به کاندید مورد نظر رأی داده و شبکه‌شان توسعه یابد.

(۷) سایر تاکتیک‌هایی که برای پیشبرد کمپاین لازم است که در نظر گرفته شود:

- رهنمودهای ارتباط با رأی‌دهندگان
- زمان‌بندی
- چگونگی سازماندهی
- ارتباطات
- برنامه‌های سازمان یافته برای توده
- بودجه‌یابی
- ساختار مدیریتی

(۸) تهیه پلان: جهت راه اندازی یک کمپاین به طور اوسط سه تا چهار ماه زمان نیاز است. جهت تهیه پلان و ارزیابی آن، رعایت یکسری نکات، مهم به نظر می‌رسد:

• ایجاد تیم پلان‌سازی	• جمع آوری تحقیقات
• خلق نظریات	• تصمیم‌گیری
• مرور بر مسوده	• تصویب پلان
• ارزیابی پلان	• جامع بودن پلان
• منحصر به فرد بودن پلان	• مقاصد پلان
• عملی بودن پلان	• قابل ارزیابی بودن پلان

(۹) سازماندهی کمپاین: در سازماندهی کمپاین، رعایت برخی اصول سازماندهی، ضروری می‌باشد که از قرار ذیل‌اند:

- سازماندهی، نبض کمپاین را تشکیل می‌دهد.

- کاندید باید برنامه سیاسی داشته باشد.
 - سازماندهی باید با ضروریات کمپاین مطابقت داشته باشد.
 - سازماندهی مؤثر از توانایی و استعداد مردم بهره می‌جوید.
- ۱۰) جدول زمان‌بندی کمپاین: زمان‌بندی کمپاین، شامل تعیین زمان برای پیشبرد فعالیت‌ها و کمپاین، تعیین ساحه جغرافیایی و مردم می‌شود. جهت پیشبرد موفقانه کمپاین، تقسیم اوقات طوری صورت گیرد که نخست، فرد مشخصی جهت تقسیم اوقات کاندید، تعیین گردد؛ و سپس تصمیم‌گیری در مورد اجرای فعالیت‌های کمپاین به صورت درست آن در نظر گرفته شود.
- این نکته حایز اهمیت است که در اکثر کمپاین‌ها افراد به صورت داوطلبانه فعالیت می‌نمایند.

در جدول زمان‌بندی نکات ذیل رعایت گردد:

• نقشه و ساحه مورد هدف	• موقعیت‌ها
• رهبران	• درجه‌بندی نهادها
• نهادها	• تهیه لیست فعالیت‌ها
• لیست تماس‌ها	• آدرس و شماره‌های تماس
• برنامه‌های معین	

- ۱۱) چند اصل باید در تطبیق فعالیت‌های تعیین شده، در نظر گرفته شود:
- فرد مسئول، فعالیت‌های کمپاین را تنظیم نماید.
 - دانستن این که کاندید چگونه می‌خواهد کمپاین به پیش برده شود.
 - دانستن ابعاد مختلف در رابطه به فعالیت و برنامه‌ای که قرار است کاندید اشتراک نماید.
 - جهت‌دهی و سازماندهی دقیق و کامل صورت گیرد.
 - برنامه‌ها نباید بسیار دور تنظیم شود.
 - تمام درخواستی‌های کاندید جهت اشتراک باید کتبی باشد تا از هرج و مرج و هم‌زمانی برنامه‌ها جلوگیری شود.

- هیچ‌گاه از کلمه «جزئیات» هراس نداشته باشید. به این معنی که هر فعالیتی را تنظیم می‌نمایید، باید با جزئیات و دقیق و کامل باشد.
- ۱۲) انواع برنامه‌ها: علاوه بر در نظر داشت محافل کمپاین‌ها که در بالا اشاره شد، در جریان این برنامه‌ها، چند مورد حایز اهمیت است که باید یادداشت، نوت‌برداری و بایگانی گردد:
 - مواردی که توافق صورت می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، نکات مهم تصمیم.
 - وعده به مردم یعنی پاسخ به تقاضاهای مردم محل و حوزه انتخاباتی.
 - تمام تصمیم، وعده‌های کاندید ثبت کتاب مشخص شود.
 - صورت جلسات به طور منظم و در فایل مشخص جمع آوری شود.
- ۱۳) تیم کمپاین: بدون شک که کاندید جوان به تنهایی نمی‌تواند برنده گردد. چون کاندید، سازمان‌دهی کلی کمپاین را به عهده داشته، در جلسات و گردهمایی‌ها اشتراک می‌کند و این که به خواست‌ها و تقاضاهای مردم پاسخ بگوید. بنابراین تمام توجه باید متمرکز بر این باشد که یک تیم کمپاین مؤثر تشکیل بدهد. از سوی دیگر، توقع نباید داشت که تمام جزئیات فعالیت‌های را موفقانه مدیریت کرد. درحالی که ممکن است وظایف مختلف روی دست داشته باشد. بر این اساس، این بسیار مهم است که از آغاز کار، دنبال شناسایی افرادی باید بود که می‌خواهند شما را کمک نمایند. شما به کارمندان کمپاین و یک گروه از داوطلبان ضرورت دارید. ساختار تیم کمپاین نیز اهمیت دارد. ساختن یک تیم ایده آل مستلزم موارد زیر است:

<p>فعالیت‌های روزانه کمپاین را مدیریت نموده و در صورت غیابت کاندید در جلسات اشتراک می‌کند. با رسانه صحبت می‌کند. در قسمت بودجه‌یابی کمک می‌کند. داوطلبان را هماهنگ می‌کند. از برنامه‌های کمپاین اطلاع می‌دهد و مطمئن می‌سازد که تمام تیم‌های عملیاتی وظایف محوله را به خوبی پیش می‌برد.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • مدیر کمپاین
<p>مسائل مالی، اسناد، فایل‌ها و گزارش‌های مالی مربوط به کمپاین را مدیریت می‌کند.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • مسئول مالی و اداری
<p>برای رضاکاران یکپاک هماهنگی تعیین گردد که آنها را آموزش، نظارت و برنامه‌های کمپاین آنها را زمان‌بندی نماید. این فرد باید مردم را دوست داشته و از تغییر و تبدیل تقسیم اوقات کار و افراد خسته نشود.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • هماهنگ‌کننده رضاکارا
<p>اگر شخص توانمندی که تجربه کار با رسانه‌ها را داشته باشد با کاندید همکاری نماید، منجر به قوی‌تر شدن تیم می‌شود. هماهنگ‌کننده رسانه اعلامیه‌های مطبوعاتی را روزنامه‌ها، تلویزیون‌ها و رادیوها می‌فرستد. به همین ترتیب، تمام رسانه‌ها را نظارت نموده، بخصوص رسانه‌های وابسته به رقیب. در قسمت تهیه پیام و متن سخنرانی کاندید را کمک می‌نماید. هماهنگ‌کننده رسانه باید با مدیر کمپاین هماهنگ باشد.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • هماهنگ‌کننده ارتباط عامه/رسانه

۶. چگونه می‌توانیم کمپاین مؤثر راه اندازی کنیم؟

راه اندازی یک کمپاین مؤثر یکی از ویژگی‌های خاص برای برنده شدن کاندید جوان محسوب می‌شود. بنابراین در این قسمت از رهنمود به مواردی اشاره می‌شود که در سازماندهی و پیشبرد کمپاین مؤثر کمک می‌نماید.

(۱) دانستن هدف: در اینجا توجه به چند نکته را باید ضروری دانست:

- برای هر کاندید، اهداف دراز مدت بسیار دقیق و واضح باشد.
- قدم‌های رسیدن به هدف تعریف گردد.
- تصمیم بگیرید که در کدام قسمت کمپاین مصالحه صورت گیرد.
- اهداف را به صورت منظم مرور و بررسی نمایید.

(۲) استراتژیک- محور باشید:

- تصمیم‌گیرندگان را تشخیص دهید.
- سلسله مراتب تصمیم‌گیری را شناسایی نمایید تا بتوانید دقیقاً افراد تأثیرگذار را بشناسید.
- شناسایی افرادی که در توازن قدرت در پارلمان یا در زمان انتخابات تأثیرگذارند.

(۳) برقراری روابط:

- با افراد سیاسی کلیدی (و مهره‌ها و کارمندان‌شان) در حکومت، اپوزیسیون و احزاب
- با اعضای محلی و منطقوی
- با افراد کلیدی تصمیم‌گیرنده در ادارات
- با ژورنالیستان کلیدی در رسانه‌ها

(۴) شناسایی متحدین:

- کار کردن با بازیگران درجه یک نهادها
- ایجاد شبکه‌ها، ساختن ائتلاف‌ها با افراد هم‌نظر

(۵) شناسایی رقیبان:

- پیش‌بینی استدلال‌هایی که قرار است رقیبان شما آن را ارائه نماید.
- در نظر گرفتن رویکردی که بتواند در برابر اپوزیسیون و مقاومت‌کنندگان منجر به موفقیت شود.
- ۶) جلب و بسیج حمایت‌کنندگان:
 - بدست آوردن حمایت توده و اعوام از طریق مکاتبات، جلسات عمومی و گروه‌های خبرنگاری
 - استفاده از رسانه‌ها به منظور نشر مسائل مهم و جلب حمایت افراد
- ۷) استفاده از منابع:
 - مستندسازی مسایل با استدلال‌های قانع‌کننده
 - استفاده از اطلاعات؛ همچون آمار، نتایج سروی‌ها، مطالعات موردی و تحقیقات آکادمیک

ب) کاندیدان جوان و رسانه‌ها

رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم در یک جامعه دموکراتیک محسوب می‌گردد. بنابراین، رسانه یکی از ابزارهای کلیدی، نه تنها برای اطلاع‌رسانی، بلکه برای نفوذ و تأثیرگذاری بالای رأی‌دهندگان از اهمیت فوق‌العاده برخوردار می‌باشد. چنانچه در انتخابات ۲۰۱۰ پارلمانی برخی چهره‌های جوان از آدرس رسانه‌ها، موفق به کسب آرای لازم جهت نمایندگی در پارلمان بدست آورد و به پارلمان راه یافتند. از این جهت، اینکه چگونه می‌توان از رسانه‌ها جهت افزایش نفوذ و تأثیرگذاری کاندیدان در روند انتخابات استفاده به عمل آورد و چگونه در رسانه‌ها حضور پیدا نماید، در ذیل نکات مهمی ارائه می‌گردد.

۱. ارسال پیام به روزنامه‌ها

ارسال مقاله و پیام به سردبیر روزنامه‌ها، فرصت عالی برای ناگفتنی‌های کاندیدان و سیاستمداران جوان محسوب می‌شود. این پیام‌ها نکته آغازی نسبت به فعالیت‌های که قبلاً انجام داده‌اید و همچنین پیام‌های جدیدی را که می‌خواهید با مخاطبان خویش شریک سازید، می‌باشد. قابل

یادآوری است که اگر در گذشته مقاله‌ای مرتبط نوشته و ارسال داشته‌اید، به جزئیات آن ارتباط بدهید. پیام‌های تان باید کوتاه، مختصر و مفید باشند و از شکل و صورت مزین برخوردار باشد.

۲. چگونگی حضور در برنامه‌های تلویزیونی

رسانه‌های بصری یکی از ابرازهای مهم اطلاع‌رسانی و عامل تأثیرگذاری کاندیدان جوان می‌باشد. تلویزیون یک وسیله دیداری است. بنابراین اگر شما هدف حضور در تلویزیون را دنبال می‌نمایید، باید یک سلسله برنامه‌هایی را در مقابل دوربین تنظیم کنید تا این که اطمینان حاصل نمایید که حضور رسانه‌ای شما صرف صحبت کردن نیست. وقتی که دوربین بالای شما آماده می‌گردد، لازم است به اصل مسأله بپردازید و شرح دهید و مرتبط با موضوع صحبت نمایید.

در حضور رسانه‌ای، نکات ذیل حائز اهمیت است:

(۱) خودتان باشید:

عبارت "خودتان باشید!"، به این معنی است که مثل شخص خودتان بنشینید و صحبت کنید. به هر شکل و شیوه‌ای و با هر لحنی که برایتان خوشایند است و به هیچ صورت ادا و حرکت شخص دیگری را در نیاورید.

(۲) طرز نگاه کردن:

لازم است که در هنگام صحبت به شخصی که با شما صحبت می‌کند، نگاه کنید و مصاحبه‌کننده را با نام کوچک‌اش صدا نمایید.

(۳) حاضر شدن قبل از وقت:

لازم است که چند دقیقه قبل از موعد که برنامه تلویزیونی دارید، در استدیو حاضر شوید.

(۴) تهیه نکات کلیدی:

قبل از حضور در برنامه تلویزیونی مفید است که یادداشت‌های مختصر و مفید را تهیه نمایید که در جریان صحبت به آن‌ها می‌پردازید. نقل قول‌ها و همچنین اشاره به بعضی از اسناد، مواد قانون اساسی، گزارشات و غیره جهت آمادگی تهیه شود.

۳. چگونگی حضور در مصاحبه‌های رادیویی

در مصاحبه‌های رادیویی مهم است که بدانید با چه کسانی صحبت می‌کنید و مخاطب شما چه کسانی هستند. مجموع مخاطبین شاید بسیار زیاد باشد اما در واقعیت شما به همین سادگی با یک یا دو نفر صحبت می‌کنید که در خانه یا در ماشین، رادیو می‌شنوید. گویا، صرف یک مکالمه با آن‌ها دارید.

شاید در فاصله نزدیک از شما درخواست شود که مصاحبه بدهید. وقتی که گرداننده برنامه با شما به تماس می‌شود، از وی در مورد موضوع مورد مصاحبه و نیز در مورد طویل بودن مصاحبه بپرسید. برنامه‌های رادیویی از نیم ساعت گرفته تا یک ساعت می‌باشد و مصاحبه‌های مختصر از ۱۰ الی ۱۵ دقیقه و یا ۳۰ ثانیه الی ۱ دقیقه ثبت می‌گردد.

بهتر است یک‌بار برنامه رادیویی را قبل از مصاحبه بشنوید تا اینکه بدانید که در فکر مصاحبه‌کننده چیست و از شما چه چیزهایی قرار است پرسیده شود و نیز در مورد شیوه مصاحبه وی آشنا شوید. بعد از این که مصاحبه را شنیدید، اطلاعات خویش و تحقیقات لازم را قبل از مصاحبه تنظیم نمایید. سعی کنید اطمینان حاصل نمایید که در مورد حقایق و اینکه می‌خواهید در مورد چه موضوعاتی صحبت نمایید.

هنگامی که مصاحبه شروع گردید، بسیار آرام و خونسرد باشید و به سوالات به طور واضح ولی راحت پاسخ بگویید. در پایان یک جمع‌بندی مفید انجام دهید تا این که استدلال‌های جدید پیشکش کنید. به این طریق است که همیشه می‌توانید نکات مهم را دنبال کنید. فرض بر این است که با مخاطب خویش صحبت می‌کنید. پیامی را که می‌خواهید ارائه نمایید، سعی کنید که با پیام‌های بعدی‌تان همخوانی داشته و مرتبط باشد؛ مانند «طبق آمارهای ارائه شده، جوانان بیش از ۶۰٪ نفوس کشور را تشکیل می‌دهند. جهت رسیدگی به خواست‌ها و نیازمندی‌های جوانان ضرورت است که تعدادی در حکومت، قوه قضایه و تعدادی از جوانان از طریق انتخابات آزاد و عمومی می‌توانند به قوه مقننه و شوراهای ولایتی راه یابند تا اینکه تغییرات اساسی در پالیسی‌ها و قوانین و ساختارهای سنتی که متناقض خواست‌ها و ضروریات جوانان‌اند، به عمل آید...».

۴. تهیه اعلامیه مطبوعاتی

با اهمیت جلوه دادن یک طرح، موضوع یا مسأله‌ای با تهیه یک اعلامیه مطبوعاتی خوب آغاز می‌گردد. برای تهیه یک اعلامیه مطبوعاتی مؤثر مهم است که مهمترین مطلب و خواست به صورت دقیق و درست در شروع اعلامیه جا داده شود، به طوری که مخاطب با مرور اجمالی موضوع را بگیرد.

برای اینکه اعلامیه مطبوعاتی با رسانه‌ها شریک ساخته شود، اولین قدم جهت تماس با رسانه‌ها تهیه و ارسال دعوت‌نامه مطبوعاتی است تا رسانه از مسأله آگاهی حاصل نمایند. در این مورد، چند نکته حایز اهمیت است:

(۱) دعوت‌نامه در دسترسی رسانه‌ها و مخاطبینی که قصد دارید، قرار گیرد و مهم‌تر این که با تک رسانه‌ها به طور تلفنی، صحبت گردیده و هماهنگی لازم انجام شود.

(۲) اهمیت مسأله، تحلیل و ارزیابی شود. به دلیل این که رسانه‌ها نیز مسائل، موضوعات و گزارشات را دسته‌بندی نموده و طبق اولویت آن‌ها را تحت پوشش خبری قرار می‌دهند.

(۳) زمان و مکان برگزاری کنفرانس مطبوعاتی ضروری است. در خصوص زمان کنفرانس، در روزی برگزار شود که خوراک رسانه‌ای کمتر باشد. به طور مثال روزهای پنجشنبه و جمعه بهترین روزها است. از لحاظ محل برگزاری، یک سلسله مکان‌هایی وجود دارد که برای حضور رسانه‌ها آسان می‌نماید و بهتر است که در این محلات برگزار گردد.

یک اعلامیه مطبوعاتی مؤثر و موفق آن است که خلاصه مطالب با مورد جا داده شود و یافتن اطلاعات مهم از داخل متن آسان باشد. به عبارت دیگر خطر از دست رفتن اطلاعات مهم کمتر باشد. به همین ترتیب، تهیه اعلامیه مطبوعاتی مؤثر، عنوان اعلامیه از اهمیت فوق‌العاده برخوردار است تا بتواند عجلتاً توجه سردبیرهای روزنامه‌ها و دست‌اندرکاران تلویزیون‌ها را جلب نماید. به دلیل این که ممکن است روزانه، رسانه‌ها صدها اعلامیه مطبوعاتی بدست آورند. با در نظرداشتن این مسأله، مهم است که عنوانی که تهیه می‌گردد، در رابطه با موضوع باشد و مخاطبین را با یک دید طوری جذب نماید که از کل اعلامیه آگاهی حاصل نموده‌اند. همچنین، عنوان اعلامیه مانند

عناوین روزنامه‌ها موجز و مختصر باشد و نباید گیج‌کننده باشد. به دلیل این که فرض بر این است، سردبیر روزنامه‌ها و مسئولین خبرگزاری‌ها کنفرانس مطبوعاتی‌تان را از بین صدها اعلامیه و برنامه خبری دیگر انتخاب می‌نماید و دیگران را کنار می‌گذارد.

• نکات کلیدی اعلامیه مطبوعات (موضوع، مخاطب، زمان و مکان)

قاعده اول که در اعلامیه مطبوعاتی در نظر گرفته شود این است که اعلامیه ساده و در ارتباط به مسأله نوشته شود. مهم است که اطلاعات کلیدی در پاراگراف اول اعلامیه جا داده شود تا در لابلای پاراگراف‌ها.

قاعده دوم در پیوست به قاعده اول مربوط به ابزاری می‌شود که در اعلامیه مطبوعاتی استفاده به عمل می‌آید. این قاعده شامل بر پنج حرف انگلیسی '۵ W می‌باشد که قرار ذیل شرح داده می‌شود:

چه کسی = Who	چه کسی در رابطه با برنامه کاندید یا موضوع خبری و مسأله پیش آمده، صحبت می‌نماید.
چه چیزی = What	چه موضوعی را می‌خواهید با مردم، رسانه‌ها و مسئولین ذیربط شریک سازید.
کجا = Where	کنفرانس مطبوعاتی در کجا گرفته می‌شود؟ ارائه معلومات در رابطه به آدرس مشخص و اینکه چگونه فرد در آنجا حضور پیدا نماید.
چه موقع = When	کنفرانس مطبوعاتی در چه زمانی برگزار می‌گردد؟ لازم است ساعت و تاریخ دقیق برنامه در دعوت‌نامه مطبوعاتی ذکر و با رسانه‌ها شریک ساخته شود.
چرا = Why	همانطوری که عنوان کنفرانس و اعلامیه باید توجه مخاطبین را جلب نماید، پاراگراف مبتدی، اطلاعات مختصری را در رابطه با چرایی اعلامیه مطبوعات بیان دارد.

در کنار این که '۵ W در پاراگراف اول جا داده شود، لازم است که معلومات در رابطه با زمان، تاریخ و مکان نیز اشاره شود. یک نتیجه‌گیری مفید در آخر کنفرانس مطبوعاتی نیز حائز اهمیت است که که اطلاعات کلیدی و مهم تکرار گردد.

اعلامیه‌های مطبوعاتی بهتر است که یک صفحه تنظیم شود. طبیعی است که معلومات کلی‌ای که ارائه می‌نمایید، در یک صفحه گنجانیده نمی‌شود؛ ولی شما می‌توانید که اطلاعات اضافه را به صورت جداگانه ضمیمه ایمیل به رسانه‌ها، ارسال بدارید. اینگونه است که شما به رسانه‌های مصروف فرصت می‌دهید که معلومات طویل‌تان نیز در فرصت، مورد مطالعه قرار گیرد.

دعوت‌نامه و اعلامیه مطبوعاتی باید جزئیات تماس نهاد برگزار کننده را داشته باشد تا در صورت بروز سوالات ایجاد می‌شود و در اعلامیه مطبوعاتی وجود ندارد، رسانه‌ها بتوانند با شما به تماس شوند. سوالاتی مانند:

- در صورتی که رسانه‌ای کنفرانس مطبوعاتی شما را از دست می‌دهد، چگونه می‌تواند اطلاعات را بدست آورد؟
- آیا کارشناسان در دسترس‌اند تا در رابطه به موضوعی که شما ارائه کردید، بحث نمایند؟
- رسانه‌ها چگونه می‌توانند که یک کپی از اسناد و مدارک که شما آن را عمومی ساختید، بدست بیاورند؟

سرانجام باید توجه جدی به جزئیات مطالب اعلامیه مطبوعاتی صورت گیرد و به گونه‌ای نباشد که همانند مقاله‌ای که معلومات نادرست و غیر دقیق را در روزنامه‌ای به نشر می‌رساند. در صورتی که اعلامیه مطبوعاتی دقیق و درست مرور نگردد، به فلاکت و بدبختی منجر می‌شود. به همین ترتیب، به روز و تاریخ دقیق در دعوت‌نامه مطبوعاتی توجه صورت گیرد تا یک یا چند رسانه به دلیل اشتباه در تاریخ و ساعت برنامه‌تان را از دست ندهد. این مورد در رابطه به شماره‌های تلفون نیز صدق می‌کند. طوری که شماره موبایل درست نوشته شود، نام اشخاص که در دعوت‌نامه ذکر می‌گردد، اشتباه نیاید و آدرسی که می‌دهید، منجر به سردرگمی ژورنالیستان نگردد.

هنگامی که رسانه‌ها حضور می‌یابند و برنامه شروع می‌شود، لازم است که نماینده برنامه را افتتاح، هدف کنفرانس مطبوعاتی را بیان، پنلیست‌ها (هیئت داوران) را معرفی، و کنفرانس را مدیریت نماید. در قدم اول به مطالبی اشاره شود که توجه رسانه را به پوشش خبری کنفرانس مطبوعاتی جلب نماید. پنلیست‌ها به ترتیب باید نگرانی‌ها، اسناد دست داشته و صحبت‌های خویش را با

رسانه‌ها شریک سازند. بعد از ابراز نگرانی‌ها و مشکلات، اعلامیه در حضور رسانه‌ها قرائت می‌گردد. قرائت اعلامیه اهمیت فوق‌العاده دارد؛ تُن صدا، نکات کلیدی، زیر و بم صدا و خوانش بدون اشتباه، مواردی هستند که مطالب اعلامیه را به صورت درست با رسانه‌ها می‌توانید شریک سازید. اعلامیه مطبوعاتی به زبان‌های ملی و بین‌المللی ترجمه شود و به تعداد کافی چاپ شود تا در دسترس مطبوعات قرار گیرد.

بخش دوم

بیانیه سیاسی (مانیفست)

مانیفست^{۲۲}، یک واژه لاتین است و اشاره ضمنی به مساله‌ای می‌کند که بسیار واضح و آشکار باشد. به عبارت دیگر، مانیفست یا بیانیه سیاسی سندی است که در آن یک شخص، نهاد یا حزبی مقاصد، انگیزه‌ها، بینش سیاسی و دیدگاه‌های خویش را در رابطه با مساله گنجانیده و ابراز می‌نماید. مانیفست در واقع وسیله‌ای برای پاسخ به این سوال است که: «من چه باوری دارم؟».

ابراز استقلالیت، شکلی از مانیفست است. انواع مختلف مانیفست وجود دارد: از قبیل مانیفست مذهبی و هنری، مانیفست فلسفی، مانیفست خصوصی و مانیفست سیاسی. محتوا و طویل بودن انواع مانیفست متفاوت است ولی باید به یاد داشت که مانیفست درست و حسابی حاوی یک سری مراحل مهمی است که نه تنها می‌تواند حمله واضح به یک جهان‌بینی ارائه نماید، بلکه می‌تواند ابزار پراگماتیک (عملی) برای آشکارسازی اهداف و مقاصد نیز باشد.

برای تهیه یک مانیفست سیاسی، سه مرحله عمده وجود دارد که رهنمودهای لازم را هم از نظر صوری و محتوایی ارائه می‌کند. این مراحل، طرز تهیه و نهایی نمودن مانیفست را به صورت دقیق و جامع بیان می‌نماید. این مراحل عبارت اند از:

مرحله اول) آمادگی برای تهیه مانیفست:

۱. با یک سوال بامعنی آغاز نمایید؛ این مورد به شما کمک می‌کند که ایده‌های الهام‌بخش شکل دهید. این سوالات به شما تمرکز ایجاد می‌کند. شما می‌توانید بیشتر از یک سوال بپرسید یا روی موضوعاتی بر محور یک سوال مشخص، تمرکز کنید. برخی از مثال‌ها چنین است:

- چه چیزهایی به زندگی شما معنی و هدف می‌بخشد؟
- چه نوع اعمالی با ارزش‌های شما هم‌تراز می‌باشد؟
- چه می‌خواهید که (به عنوان فرد، گروه یا سازمان) به میراث بگذارید؟

²² Manifesto

۲. در مورد مخاطب‌تان فکر نمایید؛ این مانیفست را برای چه کسی یا چه کسانی می‌نویسید؟ آیا بیانیه شما توسط همکاران شما، مشتری‌ها و یا افراد خوانده می‌شود؟

شناخت مخاطب کمک می‌کند شما زبانی که استفاده می‌کنید، متفاوت باشد. در صورتی که مانیفست شما دینی است و مخاطب آن اشخاص آکادمیک است، ممکن است ترمینولوژی (اصطلاحات) آکادمیک زیادی داشته باشد؛ ولی اگر مخاطب شما یک تجمع بزرگ مردمی است، مانیفست شما ممکن است سخنرانی ساده باشد.

۳. خلق ایده و بحث پیرامون آن (Brainstorming): وقتی که در ابتدای کار هستید، احساس نکنید که شما مجبور هستید همه‌ی مواردی را که می‌خواهید بگویید، دقیقاً بدانید. ایده‌های خود را در جلسات منظم بنویسید. راه‌های زیاد در ارتباط به پرداخت موضوع وجود دارد؛ ولی آن یکی که بیشتر با شما مطابقت می‌کند را انتخاب کنید تا بتوانید ایده‌های زیاد خلق کنید. حرکت کلیدی، این است که راه را برای خلق ایده‌ها باز نمایید؛ نه این که صرفاً انتقاد نمایید و منفعل باشید.

- فکر کنید که وب‌سایت‌ها می‌تواند شما را با ایده‌های مختلف وصل نماید. مطمئن شوید که شما می‌توانید به همان اندازه اطلاعات جزئی را جمع‌آوری نمایید که ضرورت دارید.
- فهرست کردن ایده‌ها، یک شیوه موثر است که می‌توانید ایده‌های مختلف را به سرعت یادداشت نمایید. برای هر بخش از مانیفست‌تان فهرست آماده نموده و به آن‌ها عناوین درست بدهید.

- نوشتارهای جریان‌های فکری شما را کمک می‌کند تا فکر خود را بالای موضوع مشخص متمرکز کنید. با نوشتن آنچه در ذهن شما می‌آید و این بدون این که نگران انشا و املا و نکات گرامری شوید، احساس راحتی نموده و مفاهیم مهم را بیان دارید. به خودتان حدود زمانی مشخص تعیین کنید و نگاه کنید که چقدر می‌توانید در این مدت ایده‌ای، خلق و یادداشت نمایید.

۴. تحقیق نمایید؛ با تحقیق نمودن موضوعتان شما ایده‌هایتان را تقویت می‌نمایید. از منابعی استفاده نمایید که می‌تواند استدلال شما را حمایت نماید. شما همچنان می‌توانید سروی‌های دیگری را مشاهده نمایید که مشابه با موضوع شما قبلاً نوشته شده و به شما می‌تواند الگو ارائه نماید.

- مانیفست‌های مشابه را مطالعه نمایید تا از استدلال‌ها و ابزار آن استفاده نمایید. مانیفست مشهور کمیونیزم که توسط کارل مارکس نوشته است؛ «من رویایی دارم» اثر مارتین لوتر کینگ؛ و جان اف. کندی «مرد در مهتاب».
- استدلال‌های خویش را با مطالعه نظریات مخالف به صورت آنلاین تقویت نمایید. در صورتی که فرصت و منابع لازم در دسترس دارید، به صنف معینه آن اشتراک نمایید.
- خود را با نظریه‌ای که محور موضوع شما را شکل می‌دهد، آشنا سازید. به کتابخانه و یا کتاب‌فروشی محل بروید و از فرد مسئول در مورد نویسندگان مشابه به موضوعتان کمک بگیرید.

۵. فهرست مطالب تهیه نمایید: یک‌بار که ایده‌های کافی در دسترس داشتید و می‌خواهید توحید نمایید، فهرست مطالب تهیه نمایید. این مورد به شما کمک می‌کند که ایده‌های خویش را تنظیم نمایید. در هنگام نوشتن ارتباط منطقی بین موضوعات وجود داشته باشد. مهم است که یک مقدمه و نتیجه‌گیری در فهرست مطالبتان شامل باشد. لازم نیست که جملات کامل را اینجا بنویسید. این شیوه‌ای است که به شما کمک می‌کند که جریان نوشتارتان را به صورت منظم تعقیب نمایید.

- از اعداد رومی برای بخش‌های عمده موضوع استفاده نمایید.
- در صورتی که به زبان انگلیسی باشد، استفاده از حروف کلان جهت یادداشت جزئیات بخش‌های عمده صورت گیرد.
- استفاده از اعداد عربی برای نکات مشخص یا مثال‌ها در رابطه با جزئیات بخش‌های عمده موضوع.

مرحله دوم) تدوین مانیفست:

۱. شناخت خودی و اهداف‌تان: این مورد ممکن است عقاید شخصی، جهان‌بینی و تجارب شما را در مانیفست منعکس نماید. با معرفی خودتان، شما به خوانندگان مانیفست، فهم درست از زندگی و عقاید خویش فراهم می‌کنید.

- سعی کنید که جزئیات عقاید و زندگی خویش را در رابطه با موضوع بیان نمایید.
- ارتباط دادن تجارب مهم از کار، مکتب یا زندگی که به خوانندگان کمک می‌کند تصویری از موقف و مقام شما یا نهاد و شبکه‌تان ارائه نماید.
- ذکر تخصص، تجربه و رشته تحصیلی فردی و یا دورنما، اهداف و حوزه کاری سازمان.

۲. شامل ساختن فرضیه: باید نکاتی در مانیفست ذکر گردد که قابلیت توحید شدن را دارا باشد. این می‌تواند شامل استدلال‌های قانع‌کننده باشد که تمام ایده‌ها را یکجا با هم وصل می‌کند. وقت کافی اختصاص دهید و فرضیه خوب و جامع تدوین نمایید.

۳. اصول و احکام مانیفست را در مقدمه شرح دهید: احکام مانیفست، اقدامات ایده‌آل و دستورالعملی است که رفتارها و مفکوره‌ها را تنظیم می‌نمایند. شما به خوانندگان مانیفست در رابطه با آنچه که آنها خواهند خواند، قبل از ورود به اصل متن، بگویید. لازم نیست که تمام چیزها را بلکه برخی نکات کلیدی را ذکر کنید تا خوانندگان، یک تصویر کلی از مانیفست شما دریابند. حداقل یک جمله را در رابطه با نکات اساسی مانیفست اختصاص دهید.

- احکام و نکات کلیدی مانیفست را می‌توانید به صورت برجسته‌سازی ذکر کنید.
- در صورتی که وضاحت لازم باشد، یک جمله مختصر تشریحی نیز علاوه نمایید؛ اما جزئیات موضوع را به اصل متن ارجاع دهید. در صورتی که تشخیص شود که مساله خاص بخشی از نکات کلیدی نیست، در مقدمه آورده نشود.

۴. برنامه برای عمل بسازید: صرفاً به تهیه ایده‌ها بسنده نکنید؛ بلکه رهنمودی برای تغییر ارائه کنید. مانیفست‌ها طبیعتاً انقلابی‌اند. اما تمام انقلاب‌ها یکسان نیستند. اگرچه تمامی انقلاب‌ها برای تغییر مطلوب شکل می‌گیرند.

- بالای «فعل‌هایی» تمرکز کنید که حس عمل را در مردم برانگیزد. از استفاده افعالی مانند "هستم، هستید و هستند" و "داشتم و دارم" جلوگیری کنید. برای مثال بهتر است که بگویید: "هر هنرمند، هنر خویش را آشکار می‌سازد!"; بجای این که بگویید: "هر هنرمند، هنر خویش است."

- جزئیات را دقیق بیان نمایید: از الفاظی مانند "چیز" و "بعضی چیزها" جلوگیری کنید؛ چون این الفاظ مطالب را درست نمی‌رساند. برای مثال، بجای "برخی چیزها در سیستم سیاسی مرا نگران می‌کند."؛ نوشته کنید که "فساد یا سهل‌انگاری در سیستم سیاسی مرا نگران می‌کند."

- بالای مساله داغ روز تمرکز کنید و فکر کنید که چگونه می‌توانید از طریق ایدئولوژی خویش آن را تغییر دهید.

۵. ایده‌ها را به طور انفرادی به دقت شرح دهید: حتی برای یک مانیفست کوتاه یک بخش را برای هر یک از نکات کلیدی اختصاص دهید. این می‌تواند نکات اساسی را برای خوانندگان مانیفست واضح سازد و همچنان به شما کمک می‌کند که به سوالاتی که خوانندگان ممکن است پرسند، پاسخ دهید.

- به هر نکته اساسی یک پاراگراف مربوط، اضافه کنید.

- برای بخش‌های طولانی، عنوان‌های فرعی در نظر بگیرید.

۶. مانیفست مختصر باشد: یک مانیفست خوب، حاد و خشک می‌باشد. تمرکزش واضح است و عینیت در قصدش وجود دارد. مفهوم و هدف آن اشتباه‌ناپذیر است. با اختصار نگهداشتن مانیفست شما از خارج شدن موضوع جلوگیری می‌کند.

۷. مطمئن سازید که نتیجه‌گیری داشته باشید: به این طریق نکاتی کلیدی مانیفست و اینکه خوانندگان «چه چیزهایی» بخوانند را یادآوری می‌کنید. مطمئن باشید که به فرضیه اصلی به نحوی در نتیجه‌گیری نیز اشاره کنید.

مرحله سوم) پالایش مانیفست:

۱. بلند بخوانید: هنگامی که چندین بار متن را مرور می‌کنید، بعضی اوقات مشکل است که ببینید در روی صفحه، چه چیزی موجود است. تمرکز را ممکن است از دست بدهید. ممکن است که جملات را بسیار سریع و یا جدا-جدا دریافت کنید و یا هم اشتباهات تخصصی داخل متن را متوجه نشوید. بنابراین، هنگامی که بلند می‌خوانید به احتمال زیاد، اشتباهاتی که وجود دارد را متوجه می‌شوید. همچنان جملات غامض و بی‌دست و پا را کشف می‌کنید به همین ترتیب، احساس اینکه بیانیه چگونه معلوم خواهد شد را ایجاد می‌کند.

۲. تجدید نظر کردن مانیفست: این مرحله‌ای است که شما می‌توانید تغییراتی را در تصویر کلی از مساله‌ای که وجود دارد، وارد نمایید. با تجدید نظر کارتان، مسوده بیانیه را به یک بیانیه خوب، جامع و مختصر و مرتبط با مساله می‌سازید. در این مرحله در مورد تمام چیزها نگران نباشید؛ ولی چیزی که باید انجام بدهید این است که تغییرات گسترده و اساسی انجام شود.

- در مورد ساختار مانیفست از قبیل نظم پاراگراف‌ها و نکات کلیدی دوباره فکر و تجدید نظر کنید.

- جاهایی که وضاحت لازم دارد، دقیق شرح دهید.

- موارد غیر ضروری را حذف نمایید.

۳. ویرایش بیانیه: ویرایش با تصحیح فرق می‌کند. هنگامی که ویرایش می‌کنید، شما متن را با چشم تیزبین مرور نموده و شکل و ارتباط بخش‌ها را اصلاح می‌کنید و به همین ترتیب، جملات بی‌دست و پا و شکننده را درست می‌کنید.

- بررسی ارتباط بخش‌ها و جریان متن بیانیه، مهم است. توجه کنید که هر جمله با جمله بعدی‌اش ارتباط داشته باشد.

- مطمئن سازید که اطلاعات شما درست و دقیق است.

- از زبان قوی‌تر استفاده کنید.

- راه‌هایی را جستجو کنید که جملات شما را بیشتر دقیق و واضح می‌سازد.

۴. خوانش بیانیه توسط شخص قابل اعتماد: خواندن بیانیه توسط شخص ثالث در بسیاری موارد کمک زیاد می‌کند. این به شما دیدگاه جدید در رابطه با نحوه‌ی ارائه ایده‌تان ایجاد می‌کند. بحث در مورد مانیفست با شخص ثالث همچنان به شما کمک می‌کند که ایده‌های قوی‌تر انکشاف دهید و اهداف‌تان را به صورت دقیق و روشمند در مانیفست انعکاس دهید.

۵. تصحیح مانیفست: تصحیح مانیفست یکی از مواردی مهمی است که می‌تواند اعتبار مانیفست شما را بلند ببرد. در این مرحله اشتباهات جزئی را که در جریان نوشتن مانیفست انجام داده‌اید، اصلاح نمایید. تصحیح را زمانی انجام می‌دهید که دیگر قصد تغییرات بزرگ در متن را ندارید. این آخرین مرحله فرآیند ویرایش است.

- به کلمات نادرست توجه کنید.
- اشتباهات انشائی را پیدا کنید.
- تمام اشتباهات جزئی را ترمیم نمایید.

بخش سوم

مفاهیم و کارکردها

الف) حرکت‌های اجتماعی

۱. تعریف حرکت اجتماعی

حرکت‌های اجتماعی عبارت است از شبکه‌ها و گروه‌ها و نهادهای غیر رسمی از افراد و سازمان‌هایی که بر موضوعات سیاسی و اجتماعی خاص تمرکز دارند. به عبارت دیگر، حرکت‌های اجتماعی، تغییرات اجتماعی را یا از طریق آوردن تغییرات و یا مقابله با تغییرات انجام می‌دهند.

از دیدگاه چارلز تیلی، حرکت‌های اجتماعی موتور بزرگ برای مشارکت مردم عادی به سیاست می‌باشد. او استدلال می‌کند که سه عنصر عمده در یک حرکت اجتماعی وجود دارد. این عناصر عبارت‌اند از:

(۱) کمپاین: کمپاین عبارت است از تلاش عمومی سازمان یافته و دوام‌دار به منظور رسیدگی

به یک خواست عمومی به نهادهای مقام‌های مسئول.

(۲) تشکیل اجتماعات با هدف واحد: ایجاد انجمن‌ها، ائتلاف‌ها و اجلاس‌های عمومی،

حرکت‌های دسته جمعی سمبولیک، راه اندازی تظاهرات و راه پیمایی‌ها، پیشبرد

دادخواست (petition) و بیانیه‌ها از طریق رسانه‌های جمعی و روزنامه‌ها، ماهنامه‌ها و

سایر.

(۳) نمایشات (WUNC) به این معنی که مشارکت و نمایندگی در نهادهای عمومی با در

نظرداشت شایستگی (Worthiness)، وحدت (Unity)، تعداد (Number) و تعهد

(Commitment) شکل گیرد؛ نه بر اساس زد و بندهای گروهی، سمتی، حزبی و غیره ...

سیدنی تارو^{۲۳} حرکت اجتماعی را به عنوان یک چالش دسته جمعی در برابر نخبگان، مقامات و سایر گروه‌های ذینفع توسط مردم به طور متحدانه و با اهداف مشترک از طریق تعاملات مداوم با نخبگان، رقیبان و مقامات ذیربط دولتی تعریف می‌نماید. او در واقع به تفکیک حرکت‌های اجتماعی از احزاب سیاسی و گروه‌های ذینفع تمرکز دارد.

۲. پروسه‌های کلیدی

بسیاری از پروسه‌ها در طرح و راه اندازی حرکت‌های اجتماعی در تاریخ، نقش داشته است. این فرآیندها را در ذیل بررسی می‌نماییم:

فرآیند شهرنشینی که منجر به تأسیس شهرهای بزرگ گردید، در واقع تعامل اجتماعی بین مردم فراهم نمود. در این شهرها بود که مردم توانستند اهداف مشابه یکدیگر را شناسایی و تجمعات را تشکیل بدهند و نشانه‌های اولیه حرکت‌های اجتماعی نمایان گردید.

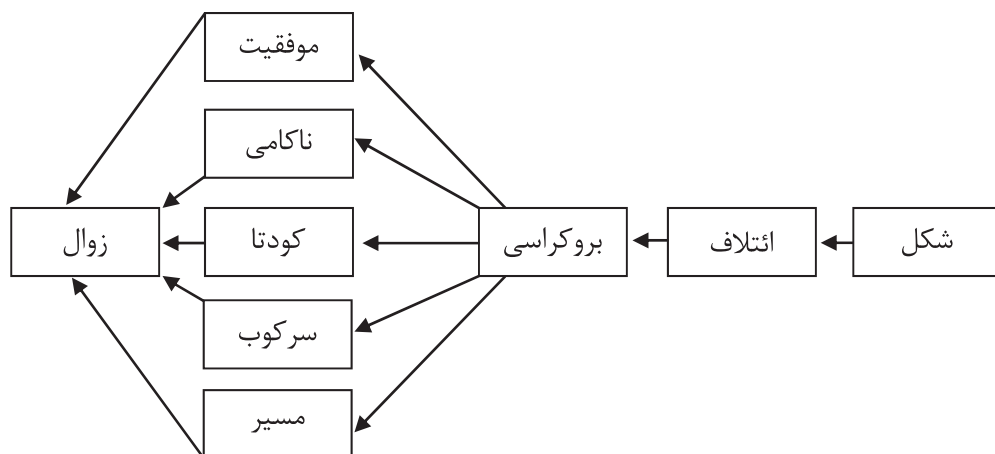
به همین ترتیب، یکی دیگر از پروسه‌هایی که حرکت‌های اجتماعی را پدید آورد، پروسه صنعتی‌سازی است که منجر به جمع آوری کتله‌ای عظیم از کارگران گردید که مسئول پیشبرد حقایقی بودند که حرکت‌های اولیه اجتماعی موضوعات مهم مربوط به همان طبقه اجتماعی را به عهده داشتند.

بسیاری از حرکت‌های اجتماعی دیگر در دانشگاه‌ها شکل گرفت؛ جایی که تحصیلات عالی کثیری از جوانان را زیر یک سقف گرد آورد. با انکشاف وسایل ارتباطی، ایجاد و فعالیت حرکت‌های اجتماعی آسان‌تر گردید. به گونه‌ای که در قرن ۱۸ با توزیع بروشورها در قهوه خانه‌ها تا روزنامه‌ها و اینترنت در عصر کنونی، تمام این وسایل عامل عمده در توسعه حرکت‌های اجتماعی پنداشته می‌شود.

سرانجام، توسعه دموکراسی و حقوق سیاسی مانند آزادی بیان، ایجاد و شکل‌دهی حرکت‌های اجتماعی را به کلی آسان‌تر ساخت.

حرکت‌های اجتماعی با ساختار سیاسی دموکراتیک ارتباط تنگاتنگ داشته و دارد. حرکت‌های اجتماعی در دموکرات ساختن ملت‌ها نقش مهمی ایفا نموده است؛ اگرچه اکثراً بعد از دموکراتیزه شدن ملل رشد و نمو نموده است.

^{۲۳} از نظریه‌پردازان عمده‌ی نظریه «بسیج منابع».



نمودار ۴: مراحل حرکت‌های اجتماعی

ب) لابی‌گری

۱. لابی چیست؟

لابی روش تأثیرگذاری بالای تصمیم نهادهای ذیربط دولتی به شمول پارلمان، حکومت، محاکم و سارنوالی‌ها می‌باشد. این روش برای نفوذ بر تصمیم اعضای پارلمان، کارمندان و مسئولین حکومتی از طریق نمایندگان، مؤکلین و یا گروه‌ها و جامعه مدنی صورت می‌گیرد. لابی‌کننده، شخص یا اشخاصی هستند که به نمایندگی از گروهی که منافع مشترک دارد، جهت نفوذ و تغییر تصمیم اتخاذ شده، لابی می‌کنند.

۲. دیدگاه‌ها در مورد لابی‌گری

برخی استدلال می‌کنند که لابی‌گری یک عمل نامطلوب است. به این خاطر که به گروه کوچکی از مردم با منافع خاص اجازه می‌دهد که به نمایندگان پارلمان و کارمندان ذیربط دسترسی پیدا نموده و با وعده‌ها و تعهدات نامطلوب ارتباط متناقض با نمایندگان برقرار می‌نمایند. از این جهت لابی‌گری ناپسند و نامطلوب است و در صورتی که نظارت نشوند، می‌تواند خطری برای دموکراسی محسوب شوند. بسیاری از مردم لابی‌گری را فساد بالقوه به سیستم حکومتی می‌دانند. در حالی که دیگران با آن نظریه مخالف‌اند.

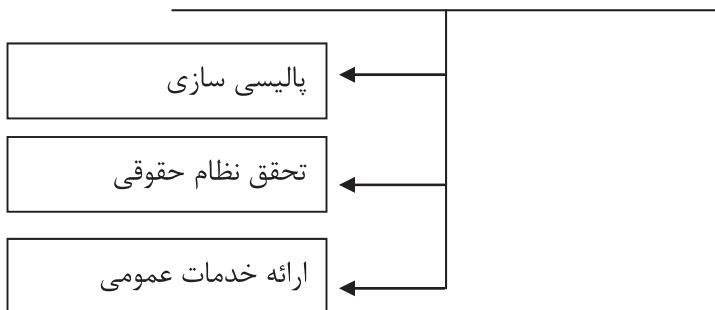
۳. چگونه لابی کنیم؟

واضح است که "هیچ راهی کوتاه به قدرت وجود ندارد". برای مشارکت مؤثر جوانان در سیاست یک سلسله از فعالیت‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌هایی لازم است که بتواند به مشارکت جوانان در جامعه و سیاست کمک نماید. برای این که صدای جوان بلند باشد، به خواست‌ها و نیازهای آن‌ها پاسخ داده شود. لابی کردن یک امری ضروری است. لابی کردن به زنجیره‌ای از مسئولیت‌ها و تبادلات مربوط می‌شود که در شکل ذیل نمایش داده شده است.

• سه عرصه کلیدی سهم‌گیری در نهادهای عمومی:

- ۱) دسترسی (در این مرحله مهم است با که افراد و نهادهای ذی‌دخل پیرامون نگرانی‌ها، خواست و نیازهای جوانان مشورت و گفتگو صورت گیرد.)
- ۲) مشارکت (در مرحله دوم، جوانان عملاً در قدرت نماینده دارند و از جوانان نمایندگی می‌نمایند.)

۳) تأثیرگذاری (مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و اجرایی کردن برنامه‌ها و تعهدات)

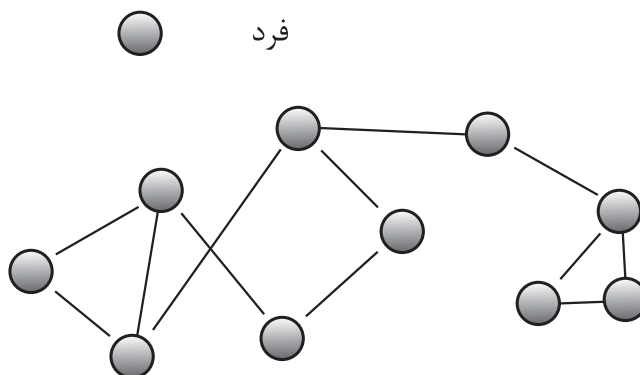


ج) رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی چیست؟

دنیای مجازی به خصوص رسانه‌های اجتماعی نقش فوق‌العاده‌ای در زندگی روزمره افراد و سازمان‌ها ایفا می‌کند. رسانه‌های اجتماعی یک چارچوب اجتماعی است که ارتباطات را بین

گروهی از افراد و سازمان‌هایی که به نحوی وابستگی‌هایی چون منافع خاص یا مشترک، ارزش‌ها، ایده‌ها و دورنمای مشترک، مسایل مالی مشترک، تجارت، خویشاوندی، دوستی و یا بیزاری مشترک دارند، تسهیل می‌نماید. تحقیقات دانشگاهی نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در سطوح مختلف از خانواده گرفته تا اجتماع و سیاست عملی بوده و نقش مهم در تشخیص مسایل و راه حل‌های آن، چگونگی پیشبرد فعالیت سازمان‌ها و درجه‌ای که افراد تا چه اندازه در دستیابی‌شان به هدف موفق بوده‌اند. شبکه همچنان می‌تواند در تشخیص سرمایه اجتماعی بازیگران مورد استفاده قرار گیرد.



استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت مشارکت سیاسی، یک پدیده‌ای جدید است. اما به صورت عموم، رسانه‌های اجتماعی می‌تواند ابزار مفید جهت انتقال و توزیع پیام‌ها و دیدگاه‌های سیاسی، بسیج افکار عمومی، انعکاس مسایل و مشکلات اجتماعی، شفافیت انتخابات و معلومات مرتبط با مسایل اقتصادی و فرهنگی باشد. این نکته حایز اهمیت است که کاندیدان جوان می‌توانند پیام انتخاباتی خویش را علاوه روش‌های چاپی، از طریق آنلاین به مخاطبین خویش برسانند.

بخش چهارم

۱. درس‌های آموخته شده:

در این بخش تلاش شده که تجارب مفید و درس‌هایی که جوانان در عرصه مشارکت سیاسی در سایر کشورها آموخته‌اند را به عنوان الگویی ذکر نماییم تا بتوانیم که از این طریق مشارکت جوانان را در سیاست و اجتماع را تقویت نماییم. البته یادآوری این نکته لازم است که جوانان، ستون جامعه خویش را تشکیل داده و نقش‌های فراوانی در سراسر جهان ایفا نموده‌اند؛ ولی در اینجا صرف به چند مورد آن اشاره صورت می‌گیرد.

۲. مشارکت سیاسی جوانان در «کمبودیا»

وضعیت مشارکت جوانان در سیاست در کشور کمبودیا^{۲۴} شباهت‌های فراوانی با افغانستان دارد. در این کشور فرصت مشارکت جوانان در سیاست بخصوص کاندید شدن به دفاتر عمومی و سایر فعالیت مرتبط با حقوق بشر و دموکراسی بسیار محدود است. در کمبودیا زمانی که بحث از مشارکت جوانان به عمل می‌آید، آنها نیز حمایت کنندگان مطیع‌اند تا تصمیم‌گیرندگان فعال؛ با آن که جوانان تقریباً ۷۰٪ نفوس مملکت را تشکیل می‌دهند. هنگامی که جوانان عضو احزاب سیاسی می‌شوند، فرصت رهبری برای‌شان بسیار محدود است. ذهنیت عمومی این که است که جوانان ضرورت دارند که از بزرگان و پیش‌کسوتان بشنوند و بیاموزند. جوانان کمبودیایی نیز با چالش‌های فراوان اجتماعی مواجه‌اند؛ از جمله فقر فراگیر، میزان بی‌سوادى بالا، قاچاق انسان و مواد مخدر و درجه بالای اچ.آی.وی. اگرچه آزادی بیان، تظاهرات و تجماعت سیاسی در قانون اساسی کمبودیا تسجیل شده است، اما در عمل حکومت اکثراً این حقوق را محدود می‌سازد. فاصله عمیق بین نسل جوان و نسل کهن سال وجود دارد. نسل کهن سال اکثراً جوانان را به دلیل نداشتن تجارب کاری کافی از پست‌های کلیدی عزل می‌کنند و باور دارند که سیاست هیچ ربطی به نسل جوان ندارد. جوانان باید اوقاتی زیادی را صرف آموزش سیاست نمایند.

^{۲۴} کشوری در جنوب شرقی آسیا

با این حال، جوانان در کمبود دیدگاه‌های خویش را از طریق کمپاین رسانه‌ای، لابی با رهبران احزاب، برگزاری تظاهرات و تشکیل تجمعات عمومی ابراز می‌نمایند. علاقمندی و تعهد آن‌ها به منظور تأثیرگذاری بر جامعه در مشارکت آن‌ها به احزاب سیاسی و نهادهای جوانان نهفته است. حرکت محصلین برای دموکراسی اکثراً تظاهرات و کمپاین‌های مرتبط به مسایل دموکراسی و فعالیت‌های سیاسی انجام می‌دهند. در حالی که انجمن جوانان KYA برنامه‌های آموزشی، دادخواهی، شبکه سازی و بخش معلومات مرتبط با دموکراسی و حقوق بشر انجام می‌دهد. انجمن KYA زنان جوان بین سنین ۱۶ الی ۳۵ سال در ارتباط با اهمیت مشارکت سیاسی، تاریخچه مشارکت سیاسی زنان، اساسات دموکراسی، حقوق بشر و مفاهیم عمومی سیاست را آموزش می‌دهد. هدف از راه اندازی این برنامه توانمندسازی زنان و تقویت نمایندگی زنان در امور سیاسی است. جوانان کمبود در تلاش‌اند تا سهمیه خاصی جهت نمایندگی جوانان در لایه‌ها و بخش‌های مختلف حکومت در نظر گرفته شود تا مشارکت سیاسی آن‌ها تقویت شود و جوانان تشویق شوند تا در انتخابات نامزد شوند. مشارکت سیاسی جوانان برای آوردن تغییر و ایجاد ایده‌های جدید برای ملت‌سازی در کمبود حیاتی پنداشته شده است. برای جوانان کمبود اهمیت دارد که در پروسه‌های تصمیم‌گیری اشتراک نموده و حرف بزنند و منافع جوانان را حمایت نمایند.

فصل سوم

اقدامات مؤثر در مدیریت تیم انتخاباتی

بخش اول

فعالیت‌های قبل از انتخابات

الف) میعاد مبارزات انتخاباتی:^{۲۵}

بر اساس ماده هفتاد و ششم قانون انتخابات، میعاد مبارزات انتخاباتی برای کاندیدان به ترتیب ذیل تعیین می‌گردد:

۱. انتخابات ریاست جمهوری ۶۰ روز.
۲. انتخابات ولسی جرگه ۲۰ روز.
۳. انتخابات شورای ولایتی ۲۰ روز.
۴. انتخابات شورای ولسوالی ۱۵ روز.
۵. انتخابات شورای قریه ۷ روز.
۶. انتخابات شاروال و مجالس شاروالی‌ها ۲۰ روز.

از همان ابتدای برنامه، برخی تاریخ‌های خاص که برای شما حیاتی است، مشخص، ذکر و ثبت شده است. تاریخ‌های مهم، شامل مهلت‌ها و تاریخ‌هایی که قانون مشخص کرده، باید گزارشات خاصی را ارائه دهید. کلیه این تواریخ باید روی تقویم اصلی انتخاباتی مشخص شوند. در اوایل کار این تقویم حالت ماهانه دارد؛ ولی با نزدیک شدن به روز انتخابات، یک تقویم هفته‌ای یا روزانه با جزئیات زیاد ضرورت می‌یابد.

^{۲۵} وزارت عدلیه، قانون انتخابات، جریده رسمی، شماره‌ی مسلسل ۱۲۲۶، تاریخ نشر: ۴ میزان ۱۳۹۵.

هر گونه رویداد یا ملاقات مهم که باید شما به عنوان کاندید جوان و پیشتاز در آن حضور یابید، در این تقویم باید ذکر شود. برنامه شما باید، سیستمی برای رسیدگی به دعوت‌ها اتخاذ کند. این سیستم باید شامل راه‌های تشخیص این باشد که آیا حضور در آن مجموعه ارزش دارد و در غیر اینصورت چطور باید دعوت را رد نمود. سپس باید کلیه فعالیت‌های تماس با رأی‌دهندگان متنوع را به قضیه فعالیت‌های خود بیافزایید.

در اینجا، مهم است که میان فعالیت‌هایی که از شما به صفت کاندید جوان ساخته است و کارهایی که از برنامه داوطلبان برمی‌آید، تفکیک قایل شوید. از آنجا که برخی فعالیت‌های تماس مردمی در مدت زیادی، انجام می‌شود و با سایر فعالیت‌ها همسویی دارد، لازم است یک سیر زمانی رویدادها تهیه کنید، که جزئیات بیشتری در مورد وقت، پول و افراد دست‌اندرکار در امور کمپاین انتخاباتی شما را ارائه کند. اگر کاندید جوان تقویم جداگانه‌ای تهیه ننماید، موجب سردرگمی کارها می‌شود. زمان را تقسیم‌بندی نمایید. تمام فعالیت‌ها نباید تنها برای روز انتخابات زمان‌بندی شود. فعالیت‌های شما باید در این سه مرحله تنظیم گردد:

- مرحله قبل از انتخابات
- مرحله جریان انتخابات
- مرحله پس از انتخابات

یک سیر زمانی مشابه از ابتدا تا انتهای برنامه خود تدوین کنید. در این رابطه قواعد زیر مفید خواهد بود:

- ۱) برنامه‌ریزی تماس مردمی را از روز انتخابات انجام داده و به عقب برگردید. در روز پایان برنامه انتخاباتی، برای برنده شدن به چه اموری نیازمندید؟ چند پوستر باید نصب کنید؟ چند جزوه باید پخش کنید؟ چند درب از طرف شما و حامیان شما باید زده شود؟
- ۲) کلیه فعالیت‌های تماس مردمی باید قابل سنجش باشد. اهداف تماس‌های مردمی نباید شامل «ایجاد رابطه رسانه‌ای مطلوب» باشد؛ زیرا این هدف قابل سنجش نیست. چند رویداد باید برگزار شود؟ چند بیانیه مطبوعاتی باید ارسال گردد؟ شما باید همه چیز را به دو دلیل، کمیت‌سنجی کنید:

اهداف قابل سنجش به شما در اندازه‌گیری پیشرفت برنامه کمک می‌کند. اگر انتخابات در اخیر میزان باشد و فرصت کمپاین الی ۳۰ روز را داشته باشید، در ۲۰ سنبه ۵۰۰۰

نفر رأی‌دهنده را می‌خواهید ملاقات کنید، آیا کار مطلوبی شده است یا خیر؟ اگر هدف ۶۰۰۰ نفر باشد، مطلوب است ولی اگر هدف ۶۰۰۰۰ نفر باشد، مطلوب نیست. زمان کافی برای گرفتن حمایت آنها از ۱ سنبله الی ۲۰ سنبله نیست. اگر شما یک هدف قابل سنجش معین نکنید، دچار مشکل خواهید شد.

اهداف قابل سنجش به شما در جریان بودجه‌بندی کمک می‌کند. شما نمی‌توانید هزینه یا سودمندی ارسال یا نصب جزوات یا پوستر را مقایسه کنید؛ مگر بدانید از هر کدام چند عدد در دست دارید.

۳) در مورد هر هدف، فعالیت‌ها را طوری تنظیم کنید که به آن هدف دست یابید. اگر نظر شما نصب ۵۰۰۰ پوستر تا اول میزان است، طرح پوستر را تا چه تاریخی باید زیر چاپ ببرید؟ چه موقع باید افراد لازم برای نصب ۵۰۰۰ پوستر را گرد آورید؟

۴) فراموش نکنید برای منابعی که جهت رسیدن به هدف هر فعالیت نیاز دارید، برنامه‌ریزی کنید. با توجه به سیر زمانی، در مورد هر هفته مشخص کنید که چند نفر و چقدر پول برای فعالیت‌های آن هفته نیاز دارید. این منابع از کجا تأمین می‌شود؟

۵) سیر زمانی را در چارچوب قانون انتخابات تعیین کنید. آیا قانون انتخابات افغانستان، تواریخ خاصی را برای فعالیت‌های خاص و تکمیل آنها معین کرده و اینکه تا قبل از تمام آنها شروع سایر اقدامات ممنوع می‌باشد؟ بر اساس قانون انتخابات، ۴۸ ساعت قبل از انتخابات باید کمپاین انتخاباتی توقف داده شود.

ب) شرایط درخواست کاندیدی طبق ماده‌ی هفتاد و سوم قانون انتخابات:

۱. اشخاصی که خود را به کرسی‌های انتخاباتی مندرج این قانون کاندید می‌نمایند، مکلف‌اند در زمان تعیین‌شده، درخواست کتبی کاندیدی خود را غرض ثبت نام به کمیسیون ارایه نمایند.
۲. درخواست ثبت نام حاوی مطالب ذیل می‌باشد:

(۱) اسم و آدرس مشخص.

(۲) کاپی سندی که معرف هویت وی باشد.

(۳) کاپی تأیید شده‌ی اسناد تعلیمی و تحصیلی مندرج این قانون.

(۴) معلومات در مورد عدم محکومیت، سن، حالت صحی، دارایی منقول و غیر منقول، محل سکونت اصلی و فعلی، آخرین محل وظیفه و سایر موارد مندرج این قانون.

(۵) فهرست اسامی، شماره کارت ثبت نام و نشان انگشت رأی‌دهنده ساکن حوزه‌ی انتخاباتی مربوطه که کاندید شدن شخص را در ورق رأی‌دهی تأیید نماید و به ترتیب ذیل می‌باشد:

- برای کاندید ریاست جمهوری، یکصد هزار رأی‌دهنده، حداقل از بیست ولایت، حداقل از هر ولایت دو فیصد.
- برای کاندید ولسی جرگه، یک هزار رأی‌دهنده.
- برای کاندید کوچی در ولسی جرگه، یک هزار رأی‌دهنده کوچی.
- برای کاندید اهل هنود و سکه‌پ در ولسی جرگه دوصد رأی‌دهنده‌ی اهل هنود و سکه‌پ.
- برای کاندید شورای ولایتی، با نظرداشت تعداد نفوس حسب احوال از دوصد الی ششصد رأی‌دهنده.
- برای کاندید شورای ولسوالی، با در نظرداشت تعداد نفوس حسب احوال از یکصد الی سهصد رأی‌دهنده.
- برای کاندید شورای قریه، ده رأی‌دهنده.
- برای کاندید شاروالی، در مرکز ولایات درجه اول دو هزار، ولایات درجه دوم یک هزار، در ولایات درجه سوم پنجمصد و برای سایر شاروالی‌ها دوصد و پنجاه رأی‌دهنده.
- برای کاندید مجالس شاروالی، در مرکز ولایات درجه اول یک هزار، ولایات درجه دوم پنجمصد، در ولایات درجه سوم دوصد و پنجاه و برای مجلس سایر شاروالی‌ها یکصد و بیست و پنج رأی‌دهنده.

(۶) ارایه‌ی سند رسمی مبنی بر استعفا از وظایف دولتی طابق احکام قانون.

۳. کاندید ریاست جمهوری نام‌های دو معاون خود را که واجد شرایط مندرج این قانون باشند، همزمان با کاندید شدن خود به کمیسیون ارایه می‌نماید.

۴. کاندیدان مکلف‌اند، پول پیش‌شرط را به ترتیب ذیل تأدیه نمایند:

(۱) کاندید ریاست جمهوری، مبلغ یک میلیون افغانی. این مبلغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل ده فیصد آرای قانونی استعمال شده در دور اول انتخابات به کاندید اعاده می‌گردد.

(۲) کاندید ولسی جرگه، مبلغ سی هزار افغانی. این مبلغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل دو فیصد آرای قانونی، به کاندید اعاده می‌گردد.

(۳) کاندید شورای ولایتی، مبلغ بیست هزار افغانی. این مبلغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل دو فیصد آرای قانونی استعمال شده به کاندید اعاده می‌گردد.

(۴) کاندید شورای ولسوالی، مبلغ ده هزار افغانی. این مبلغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل دو فیصد آرای قانونی استعمال شده به کاندید اعاده می‌گردد.

(۵) کاندید شورای قریه، مبلغ پنج هزار افغانی. این مبلغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل دو فیصد آرای قانونی استعمال شده به کاندید اعاده می‌گردد.

(۶) کاندید شاروالی ولایات درجه اول، مبلغ یکصد هزار افغانی، کاندید شاروالی ولایات درجه دوم مبلغ پنجاه هزار افغانی، کاندید شاروالی ولایات درجه سوم مبلغ بیست و پنج هزار افغانی و هر کاندید سایر شاروالی‌ها مبلغ دوازده هزار و پنجصد افغانی. این مبالغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل پنج فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید شاروالی ولایات درجه اول، سه فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید شاروالی ولایات درجه دوم، دو فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید شاروالی دلايات درجه سوم و یک فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید سایر شاروالی‌ها اعاده می‌گردد.

۷) کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه اول مبلغ بیست هزار افغانی، کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه دوم مبلغ ده هزار افغانی، کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه سوم مبلغ پنج هزار افغانی و کاندید مجلس سایر شاروالی‌ها مبلغ دو هزار و پنجصد افغانی. این مبالغ در صورت برنده شدن یا کسب حداقل چهار فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه اول، سه فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه دوم، دو فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید مجلس شاروالی ولایات درجه سوم و یک فیصد آرای قانونی استعمال شده برای کاندید مجلس سایر شاروالی‌ها اعاده می‌گردد.

۸) کمیسیون مکلف است، پول پیش‌شرط کاندیدانی را که فیصدی آرای قانونی مندرج فقره‌ی (۴) این ماده را بدست نیاورده‌اند، به حساب واردات دولت تحویل بانک نماید.

ج) محدودیت برای کاندید شدن بر اساس ماده‌ی چهل و چهارم قانون انتخابات:

۱. اشخاص آتی قبل از استعفا از وظایف‌شان، به کرسی‌های انتخابی مندرج این قانون کاندید شده نمی‌توانند:

(۱) رئیس و اعضای ستره محکمه و سایر قضات.

(۲) لوی سارنوالی، سارنوالان و اعضای مسلکی اداره سارنوالی.

(۳) وزرا، وزرای مشاور، مشاورین ریاست جمهوری، معینان، رؤسای ادارات و معاونان آنها، رؤسا و اعضای کمیسیون‌های مستقل، والی‌ها و معاونین آنها، ولسوالان، سفرا و کارکنان نمایندگی‌های سیاسی کشور مقیم خارج.

(۴) منسوبین نظامی وزارت‌های دفاع ملی و امور داخله و ریاست عمومی امنیت ملی و سایر وزارت‌ها و ادارات دارای تشکیلات نظامی.

(۵) کارکنان خدمات ملکی.

(۶) کارکنان موقت یا دایمی کمیسیون.

(۷) استادان مؤسسات تحصیلات عالی دولتی و اعضای کادر علمی آکادمی علوم افغانستان.

۲. اشخاصی که فرماندهی گروه‌های مسلح غیر قانونی را در دست داشته یا عضو آن باشند، نمی‌توانند در انتخابات به حیث کاندید اشتراک نمایند. فرماندهی یا عضویت اشخاص در گروه‌های مسلح غیر قانونی توسط کمیسیون جداگانه‌ای متشکل از نمایندگان وزارت‌های دفاع ملی و امور داخله، ریاست عمومی امنیت ملی و اداره‌ی ارگان‌های محلی تحت ریاست رییس کمیسیون شکایات، مورد بررسی قرار گرفته و تصمیم لازم در زمینه اتخاذ می‌گردد. هر نوع شکایت در این مورد در کمیسیون شکایات، مورد بررسی قرار می‌گیرد و تصمیم کمیسیون شکایات نهایی می‌باشد.

۳. هرگاه اشخاص مندرج فقره‌ی (۱) این ماده در انتخابات موفق نشوند، مطابق احکام قانون مجدداً مقرر شده می‌توانند. در این صورت عواقب استعفا بالای ذوات مندرج اجزای (۵ و ۷) فقره‌ی (۱) این ماده تطبیق نمی‌شود.

۴. هرگاه یکی از اعضای کرسی‌های انتخابی بخواهد به کرسی دیگر انتخابی خود را کاندید نماید، مکلف است از کرسی موجود استعفا دهد. اعضای شورای ولایتی و شورای ولسوالی که به عضویت مشرانو جرگه و یا اعضای مشرانو جرگه که خود را به شورای ولایتی و یا شورای ولسوالی کاندید می‌نمایند، از این حکم مستثنی می‌باشند.

۵. هرگاه یکی از اعضای انتصابی مشرانو جرگه بخواهد خود را به کرسی انتخابی کاندید نماید، مکلف است از کرسی موجود استعفا دهد.

۶. هیچ شخص نمی‌تواند در عین زمان در بیش از یک حوزه انتخاباتی یا برای بیش از یک کرسی انتخابی خود را کاندید نماید.

د) مروری بر قواعد انتخابات^{۲۶}

با توشیح قانون انتخابات و قانون تشکیل و صلاحیت‌های کمیسیون‌های انتخاباتی توسط رئیس جمهور کرزی، برای نخستین بار قوانین دوگانه انتخاباتی در کشور نافذ شد.

در طول یک دهه اخیر شش انتخابات سراسری در افغانستان (ریاست جمهوری، پارلمانی و شوراهای ولایتی، هرکدام دو دور) نه بر اساس قوانین مصوب قوه مقننه، بلکه بر اساس فرامین تقنینی قوه مجریه، برگزار شده بود. همچنین نهادهای انتخاباتی در غیاب قانون، بنا بر احکام ریاست جمهوری و فرامین تقنینی حکومت شکل یافته بود. قوانین دوگانه انتخاباتی در شرایطی به تصویب رسید که از مدت‌ها قبل، نهادهای ملی و بین‌المللی بر نهایه شدن و اجرایی شدن این قوانین اصرار می‌ورزند و این امر را لازمه برگزاری انتخابات سوم ریاست جمهوری به طور شفاف، سالم می‌دانستند که منجر به تشکیل حکومت وحدت ملی گردید. در آخرین مرحله از این پافشاری‌ها، توشیح قانون تشکیل و صلاحیت‌های کمیسیون انتخابات پس از آن صورت گرفت که نماینده سازمان ملل در افغانستان به صراحت خواستار توشیح این قانون توسط رئیس جمهوری افغانستان شد.

تصویب قوانین دوگانه انتخاباتی در شورای ملی سرگذشت مفصل و پرچنجالی دارد که در دور قبلی مجلس منجر به خروج طرح قانون انتخابات از دستور کار مجلس نمایندگان و به محاق رفتن قانون تشکیل و صلاحیت‌های کمیسیون انتخابات در پی مخالفت رئیس جمهوری با تعدیلات صورت گرفته که این قانون توسط مجلس نمایندگان تصویب گردیده بود. با قرار گرفتن دوباره این قوانین در دستور کار مجلس، حکومت افغانستان، طیف‌های متنوع سیاسی و قومی در شورای ملی، جامعه مدنی و احزاب سیاسی کشور به نوبه خود تلاش ورزیدند تا دیدگاه‌های خود را به شیوه‌های مختلف در متن قانون بگنجانند. این میزان از علاقمندی و تلاش که در کمیسیون‌های مجلس، کم سابقه است؛ از یک سو سبب شد تا ایده‌های گوناگون مجال طرح و بررسی یابد و اما از جانب دیگر جمع‌بندی میان این نظرات متنوع و بعضاً کاملاً متضاد را به کاری مشکل و پیچیده مبدل ساخت.

²⁶ <http://www.iec.org.af/fa>

عمده‌ترین موضوعات چالش برانگیز در قوانین دوگانه عبارت بودند از: راهکار گزینش مقامات ارشد نهادهای انتخاباتی، کرسی‌های اختصاصی در مجلس و شوراهای محلی، سیستم رأی‌دهی، امکان مداخله نهادهای عدلی و قضایی در انتخابات، شرایط کاندیدان، حوزه‌های انتخاباتی و امکان به تاخیر انتخابات برای مدت نامحدود.

در اینجا نگاهی گذرا بر این موارد و چگونگی توافق و تصویب آن‌ها می‌اندازیم:

۳. تعیین اعضای ارشد کمیسیون‌های انتخابات و شکایات انتخاباتی

راهکار گزینش اعضا: بر اساس فرامین تقنینی حکومت، تعیین اعضای کمیسیون مستقل انتخابات از صلاحیت‌های رئیس جمهوری بود. در دور گذشته مجلس نمایندگان تلاش کرد تا تعیین اعضای این نهاد را منوط به اخذ رأی اعتماد از مجلس سازد که موفق نشد. ریاست جمهوری افغانستان انتصاب اعضای کمیسیون را مانند دیگر مقامات ارشد دولتی از صلاحیت‌های اختصاصی خود می‌دانست. در مقابل مجلس نمایندگان انتصاب یک جانبه اعضای کمیسیون مستقل انتخابات را در تضاد با اصل استقلال این نهاد دانسته و بر لزوم توافق و اجماع بر سر اعضای آن تأکید داشت. پس از رد شدن مکانیسم معرفی اعضای کمیسیون انتخابات از بالا به پایین، مجلس نمایندگان راهکار جایگزین را به صورت معرفی این افراد از پایین به بالا طراحی کرد. بر اساس این راهکار علاقمندان به عضویت در هر دو کمیسیون انتخاباتی می‌توانند تقاضای خود را به کمیته گزینش ارائه کنند. این کمیته مرکب است از روسای دو مجلس شورای ملی، دادگاه عالی، کمیسیون‌های نظارت بر تطبیق قانون اساسی و حقوق بشر و نماینده جامعه مدنی مرتبط با انتخابات. این کمیته از میان داوطلبان، فهرستی متشکل از سه برابر اعضای هر کمیسیون را با در نظر داشت ترکیب متوازن قومی و جنسیتی به رئیس جمهور پیشنهاد می‌کند و رئیس جمهور ملزم است تا از میان این فهرست اعضای کمیسیون مربوطه را تعیین کند.

قوانین دوگانه انتخاباتی افغانستان میانگینی از نظرات و خواسته‌های حکومت، طیف‌های متنوع سیاسی و قومی موجود در شورای ملی و جامعه مدنی کشور است. در شرایط فعلی به این قوانین به مثابه هموارکننده راه پر سنگلاخ در انتخابات پیش رو نگریسته می‌شود. امری که قطعاً تصویب قوانین دوگانه انتخاباتی از الزامات آن محسوب می‌شود؛ اما به هیچ عنوان نمی‌تواند تأمین‌کننده سایر الزامات آن به حساب آید.

در طرح اولیه مجلس نمایندگان، رهبران احزاب سیاسی که حداقل چهار کرسی مجلس نمایندگان را در اختیار داشته باشند، از جمله اعضای کمیته گزینش بودند، اما این بخش از ترکیب کمیته گزینش با مخالفت مجلس سنا مواجه شد و در نهایت حذف شد.

۲. ترکیب کمیسیون مستقل شکایات انتخاباتی:

بر اساس فرامین تقنینی حکومت در گذشته اعضای کمیسیون شکایات مرکب بود از نمایندگان قوه قضاییه، کمیسیون مستقل حقوق بشر، جامعه مدنی افغانستان و حداقل دو عضو خارجی که توسط نمایندگی سازمان ملل تعیین می‌شدند. پس از انتخابات جنجالی دوم ریاست جمهوری، آقای کرزی این رویه را مغایر با اصل حاکمیت ملی عنوان نموده و خواهان حذف اعضای خارجی از ترکیب کمیسیون شکایات انتخاباتی شد. با وجود اصرار مجلس نمایندگان بر حفظ رویه قبلی در این کمیسیون، سرانجام با هم‌نوا شدن مجلس سنا با ریاست جمهوری ترکیب کمیسیون شکایات کاملاً افغانی شد.

در قانون جدید حتی راه برای عضویت افغان‌های دو تابعیته در کمیسیون‌های انتخاباتی مسدود شده است؛ چیزی که در قوانین مشابه با مخالفت حکومت و ریاست جمهوری مواجه بوده است.

۳. امتیاز یا تبعیض مثبت:

انتخاب اعضای ولسی جرگه بر اساس ماده چهل و هشتم قانون انتخابات:

ولس جرگه دارای ۲۵۰ کرسی می‌باشد که ۲۳۹ آن با در نظر داشت تناسب نفوس به ولایات، ۱۰ کرسی آن برای کوچی‌ها و ۱ کرسی آن برای اهل هنود و سکها اختصاص داده می‌شود.

ماده پنجاه و یکم این قانون در مورد سهمیه زنان صراحت دارد: کمیسیون برای تعیین حداقل کاندیدان زن در هر ولایت مطابق طرزالعمل‌ها، فرمولی را ترتیب می‌نماید که مبتنی بر نفوس هر ولایت مطابق ماده هشتاد و سوم قانون اساسی تعداد کاندیدان زن دو چند تعداد ولایت موجود باشد تأمین گردد.

در بند دوم این ماده آمده است: کاندیدانی که در هر حوزه انتخاباتی بیشترین آرای قانونی را بدست می‌آورند، حسب فرمول مندرج فقره یک این ماده، برای‌شان کرسی اختصاص می‌یابد. بند

سوم این ماده در مورد عدم وجود کافی زن‌ها در فهرست کاندیدان است که در این صورت اگر زنان کرسی‌های اختصاص یافته را در یک حوزه انتخابتی احراز نکنند، کمیسیون مطابق طرزالعمل مندرج فقره یک این ماده تدابیری را اتخاذ می‌نماید تا کرسی‌های اختصاص یافته به زنان، خالی باقی نماند.

۴. کمیسیون شکایات به جای دادگاه ویژه انتخاباتی:

پس از جنجال‌های انتخابات مجلس دوم که مداخله نهادهای عدلی و قضایی در آن اعتراضات زیادی را برانگیخت و سرانجام احکام دادگاه ویژه انتخاباتی به باد فراموشی سپرده شد، در طرح قانون انتخابات حکومت یک بار دیگر کوشید تا مداخله قوه قضاییه در انتخابات را مشروعیت دهد و دادگاه ویژه انتخاباتی را جایگزین کمیسیون شکایات انتخاباتی سازد.

این مداخله و جایگزینی با مخالفت مجلس روبرو گردید و به تصویب نرسید. تلاش حکومت در این زمینه سبب شد تا شورای ملی در موادی دیگر از قانون، کمیسیون شکایات را که تا کنون نهادی موقتی و مخصوص موسم انتخابات بود، تبدیل به نهادی دایمی در تشکیلات دولت افغانستان سازد.

۵. تعیین حوزه‌های انتخاباتی

تعیین حوزه‌های انتخاباتی بر اساس مادهٔ دهم قانون انتخابات:

حوزه‌های انتخاباتی به منظور برگزاری انتخابات ریاست جمهوری، ولسی جرگه، شورای ولایتی، شورای ولسوالی، شورای قریه، شاروال‌ها و اعضای مجالس شاروالی‌ها قرار ذیل تعیین می‌گردد:

- (۱) برای انتخابات ریاست جمهوری، تمام کشور یک حوزه انتخاباتی.
- (۲) به منظور تعیین حوزه‌های انتخاباتی و تقسیم آن‌ها به حوزه‌های کوچکتر، کمیسیون، حوزه‌های انتخاباتی ولسی جرگه و شورای‌های ولایتی را طوری تعیین می‌نماید که احکام فقره (۴ و ۶) ماده‌ی (۸۳) قانون اساسی رعایت گردد.
- (۳) برای انتخابات شورای ولسوالی، تمام ولسوالی یک حوزه انتخاباتی.
- (۴) برای انتخابات قریه، تمام قریه یک حوزه انتخاباتی.

(۵) برای انتخابات شاروال، تمام شهر یک حوزه انتخاباتی.

(۶) برای انتخابات مجالس شاروالی هر ناحیه یک حوزه انتخاباتی.

در دوران سلطنت محمدظاهرشاه، حوزه‌های انتخاباتی برای مجلس، فرمانداری‌ها/ ولسوالی‌ها بود و از هر فرمانداری یک وکیل به مجلس راه می‌یافت.

از آنجایی که واحدهای اداری بر مبنای جمعیت ایجاد نشده بود، تخصیص کرسی‌های مجلس به حوزه‌های انتخاباتی از موضوعات چالش برانگیز در لویه جرگه قانون اساسی (۲۰۰۴) شد و سرانجام معیار جمعیت به رسمیت شناخته شد.

از آن پس حوزه انتخاباتی برای پارلمان، ولایت/ ولسوالی در نظر گرفته شد. در طرح حکومت به نوعی کوشش شده بود با کوچک شدن حوزه‌های انتخاباتی به مدل سابق نزدیک شود. این موضوع با مخالفت مجلس به تصویب نرسید و حوزه انتخاباتی برای مجلس، ولایت باقی ماند.

۶. تعویق نامحدود انتخابات:

یکی از مباحث جدی در طرح حکومت امکان به تعویق انداختن انتخابات به دلیل شرایط نامساعد، بود که با توافق میان رئیس جمهوری و شورای ملی می‌توانست انجام هر انتخاباتی را برای مدت نامحدود و تا زمان مساعد شدن اوضاع به تعویق اندازد.

این موضوع با این که از جانب مجلس سنا مورد پذیرش قرار گرفته بود، سرانجام در کمیسیون مشترک دو مجلس به تصویب نرسید و رد شد.

با توجه به مجموعه‌ای از تصامیم فوق می‌توان به این نتیجه رسید که قوانین دوگانه انتخاباتی افغانستان میانگینی از نظرات و خواسته‌های حکومت، طبیف‌های متنوع سیاسی و قومی موجود در شورای ملی و جامعه مدنی کشور است.

در شرایط فعلی به این قوانین به مثابه هموارکننده راه پر سنگلاخ انتخابات پیش رو نگریسته می‌شود. امری که قطعاً تصویب قوانین دوگانه انتخاباتی از الزامات آن محسوب می‌شود؛ اما به هیچ عنوان نمی‌تواند تأمین کننده سایر الزامات آن به حساب آید.

۷. بودجه کمپاین انتخابات^{۲۷}

(۱) بودجه برای کمپاین انتخاباتی شامل سه مرحله می‌باشد:

- قبل از آغاز کمپاین، هزینه ضمانت به کمیسیون انتخابات، استخدام کارمندان و مکان برای دفتر کمپاین انتخاباتی و تجهیزات لازم.
- آغاز و جریان کمپاین، هزینه مصارف روزانه، برنامه‌ها چاپ و نشر پوسترها و سایر موارد ضروری.
- ختم پروسه کمپاین، در صورت برنده شدن یا برنده نشدن مزد کارمندان (ناظرین) با معاش و هزینه بوردهای اعلانات برای کمپاین انتخاباتی.

بیشترین هزینه را صرف جریان کمپاین انتخاباتی باید بسازید، تا نتیجه مطلوب بدست بیاید. شما به عنوان کاندید جوان، با انگیزه و علاقمندی، فهرست کل وظایف تماس با مردم را که باید توسط شما انجام شود، تهیه کنید. ارقام واقعی به کار برید و تا جای ممکن دقیق باشید. به چه تعداد اعلامیه نیاز است؟ چند تماس تلفونی مورد نیاز است و چند تلفون موبایل نیاز دارید؟ چند نفر را در چه مدت می‌خواهید بازدید کنید؟

سپس معلوم کنید برای هر یک از امور فوق به چه تعداد معقول، داوطلب نیاز دارید؟ چه مقدار از وظایف را هر داوطلب در هر ساعت انجام می‌دهد و چه تعداد داوطلب برای انجام کل کارها نیاز است؟ سرانجام تعیین کنید در طول برنامه انتخاباتی به چه مقدار هزینه نیاز دارید.

بودجه برای انتخابات بخش مهمی از کمپاین انتخاباتی است که بر اساس آن نوعیت و چگونگی کمپاین انتخاباتی کاندید جوان مشخص می‌گردد. بودجه مصارف پیش‌بینی شده و عواید مشخص طی یک دوره معین است. بدون بودجه ممکن نیست کمپاین انتخاباتی موفق گردد.

بودجه کمپاین انتخاباتی برای شما به عنوان کاندید جوان نظر به امکانات دست داشته و روابط شما مهمترین بخش برنامه انتخابات برای شما است. هزینه انتخابات باید مقرون به صرفه، کافی و شفاف باشد تا تمام برنامه انتخاباتی شما را در بر داشته باشد.

^{۲۷} به نقل از: ادوی، براین، (۱۳۸۸). راهنمای گام به گام برنده شدن در انتخابات، ترجمه محمد صادق حسینی.

بودجه کمپاین انتخاباتی برای جوانان و زنان بحث مهم است. زنان کمتر به خودکفایی اقتصادی رسیده‌اند و جوانان همچنان مانند بزرگسالان ممکن بودجه کافی در اختیار نداشته باشند. این موضوع سبب می‌گردد در بسیاری از موارد نسبت به کاندیدان دیگر برنامه‌های انتخاباتی شان به عقب بماند؛ اما به عنوان کاندید جوان موفقیت در این نکته نهفته است که با استفاده از هزینه‌های محدود، کمپاین‌های موثر و را انجام دهند. بودجه مورد نظر را باید سه بخش ساخت؛ یک بخش بزرگ، دو بخش مساوی و دو بخش کوچک. بخش بزرگ برای جریان کمپاین انتخابت و دو بخش کوچک برای انجام فعالیت‌های آغاز و اخیر انتخابات باید اختصاص یابد.

۲) شما می‌توانید به طریقه‌های ذیل این هزینه را در نظر داشته باشید:

- جمع آوری کمک از طریق علاقمندان تان
- از طریق نهادهای بی‌طرف مانند موسسات داخلی
- از طریق دارایی شخصی خودتان

۳) برای در نظر داشتن فعالیت اقتصادی در کمپاین انتخاباتی نکات ذیل را مد نظر داشته باشید:

- ایجاد تیم رضا کار
- در نظر گرفتن مکان‌های رایگان و بدون کرایه برای کمپاین
- جلب کمک‌های موسسات و نهادهای همکار بدون داشتن طمع و توقع
- تلاش برای حد امکان انجام فعالیت‌های کمپاین بشکل رضاکارانه

۴) حدود مصارف انتخاباتی بر اساس مادهٔ هفتاد و هفتم قانون انتخابات:

- حدود مصارف کاندیدان کرسی‌های ریاست جمهوری، ولسی جرگه، شورای‌های ولایتی، ولسوالی و قریه، شاروالی و مجالس شاروالی به تناسب اشخاص واجد شرایط رأی‌دهی، مساحت و موقعیت جغرافیایی حوزه انتخاباتی مربوطه، مطابق طرزالعمل که از طرف کمیسیون وضع می‌گردد، مشخص می‌شود.
- کاندیدان کرسی‌های انتخاباتی مندرج فقره‌ی (۱) این ماده مکلف‌اند از منابع تمویل، حدود و موارد مصارف خویش در مبارزات انتخاباتی به کمیسیون گزارش دقیق ارائه نمایند.

- کاندیدان مندرج فقره (۱) این ماده نمی‌توانند از اتباع یا دول خارجی و یا نمایندگی‌های سیاسی کشور های خارجی مقیم افغانستان مساعدت‌های مالی را قبول یا دریافت نمایند.
- رسانه‌ها اعم از صوتی، تصویری، چاپی و الکترونیکی مکلف‌اند، از مبالغی که حین مبارزات انتخاباتی از کاندیدان مندرج فقره (۱) این ماده اخذ می‌کنند، به کمیسیون گزارش ارائه نمایند.

۸. تعیین حدود حوزه‌های انتخاباتی

بر اساس ماده سی و ششم قانون انتخابات حدود حوزه‌های انتخاباتی حداقل ۱۸۰ روز قبل از برگزاری انتخابات توسط اداره ارگان‌های محل با همکاری اداره احصائیه مرکزی و سایر ادارات ذیربط در تفاهم با کمیسیون تعیین می‌گردد. مشکلات موجود در محل رأی‌دهی و ثبت دقیق هویت افراد در انتخابات گذشته افغانستان یکی از موارد جنجالی و تشنج‌آفرین بوده است.

بر اساس ماده ششم قانون انتخابات افغانستان شرکت‌کنندگان واجد شرایط رأی‌دهی، خود را بر اساس سند مدار اعتبار از جانب کمیسیون یا تذکره تابعیت برای رأی‌دهی در فهرست رأی‌دهندگان ثبت می‌کنند. هیچ شخص نمی‌تواند بیش از یک‌بار در فهرست نام خود را ثبت نماید. رأی‌دهندگان مکلف هستند در مراکز که قبلاً خود را ثبت نموده‌اند رأی بدهند. هر رأی‌دهنده فقط حق یک رأی را برای کاندید مورد نظر خود دارد.

شما به عنوان کاندید انتخابات، پس از تعیین قواعد اصلی انتخاباتی، باید تا جای ممکن درباره ناحیه و رأی‌دهندگان اطلاعات کسب کنید. ناحیه مورد نظر چه وسعتی دارد؟ شما حین تبلیغات در چه نوع قلمرویی باید تحرک داشته باشید؟ چه نوع وسایل حمل و نقل در اختیار شما و رأی‌دهندگان شماست؟ اخیراً چه دگرگونی‌هایی در جمعیت ناحیه حاصل شده است؟

شما باید دورنمای سیاسی عملکرد خود را درک کنید. مهمترین نقش‌آفرینان در ناحیه چه کسانی هستند؟ احزاب مختلف سیاسی منطقه چقدر قدرت دارند؟ رهبران تجاری و مدنی با نفوذ روی انتخابات چه کسانی هستند؟ جلب حمایت یک رهبر با نفوذ محلی می‌تواند این برنامه را تسهیل کند یا به ضرر شما تمام گردد.

در ضمن باید درک کنید رأی‌دهندگان چگونه اطلاعات خود را کسب می‌کنند. رسانه‌های محلی چگونه‌اند و چطور منتشر می‌شوند؟ گزارشگران چه کسانی هستند و مهلت کاری آنها تا چه موقع است؟ چطور می‌توان انتخابات را تحت پوشش خبری گرفت و مطبوعات چه نظری در مورد کاندیدها دارند؟ برای ایجاد یک راهکار جامع مطبوعاتی باید تا جای ممکن راجع به رسانه‌ها اطلاعات کسب کنید.

۹. مشخصات رأی‌دهندگان^{۲۸}

شما باید رأی‌دهندگان ناحیه خود را به گروه‌های قابل مدیریت تفکیک کنید. این مبنای تهیه، راه کار هدف گیری رأی‌دهندگان خاص خواهد بود. سوالات مهم در این زمینه وجود دارد؛ مانند: میزان پشتیبانی برای احزاب مختلف سیاسی چقدر است؟ ترکیب جمعیت‌شناسی رأی‌دهندگان چیست؟ مثلاً سطح درآمد، سطح سواد، حرفه، پیشینه نژادی، قوم، پیشینه مذهبی، سن، جنس و غیره چگونه است؟ مردم در کجا کار، خرید و تفریح می‌کنند؟ تفکیک رأی‌دهندگان به نسبت ناحیه جغرافیایی چیست؟ چه درصدی یا چه تعدادی در شهر، روستا یا دهات کوچک سکونت دارند؟ آیا رأی‌دهندگان در خانه‌های تک خانواری یا در آپارتمان ساکن هستند؟ چگونه حامیان خود را توصیف می‌کنید و رأی‌هایی را که مایلید ترغیب و تشویق کنید، از کجا حاصل می‌شوند؟

رأی‌دهندگان با خصوصیات مشابه ممکن است سلیقه‌های مشابهی داشته باشند و به یک شکل رأی دهند. افراد مسن‌تر کمتر به امور مکاتب علاقمندند و به بازنشستگی تمایل دارند، در حالی که مادران بیشتر به امور مکاتب و کمتر به بازنشستگی علاقه می‌ورزند. با دانستن تعداد شهروندان مسن و مادران جوان بهتر می‌توان پیام را برای گروه‌های مهم در موفقیت شما تدوین نمود.

۱۰. مشخصات کاندید شدن برای پارلمان

مهمترین عامل در انتخابات از نظر مردم، کاندید مورد نظر آنهاست. آنها با صداقت و درستی نقاط ضعف و قوت کاندید خود را قضاوت می‌کنند. برای انجام این کار باید از نقطه نظر مخالفان یا رقبا به کاندید مورد نظر خود نگاه کنند. برای جلب توجه آنها آنچه شما را موفق می‌سازد، این است که شما با یک چهره جدید با افکار جدید می‌آیید و رقیب شما یک فرد بی‌تجربه جلوه می‌نماید.

^{۲۸} ادوی، براین، (۱۳۸۸). راهنمای گام به گام برنده شدن در انتخابات، ترجمه محمد صادق حسینی.

باید ارزیابی را در ابعاد مختلف انجام داد؛ مثل دوران کودکی کاندید، تحصیلات، تاریخچه و سوابق کاری، خانواده و مقامات سیاسی که قبلاً در آن شرکت داشته است. باید در کلیه این زمینه‌ها نقاط ضعف و قوت را مشخص کنید. با درک زود هنگام ضعف‌ها، بهتر می‌توان طی برنامه‌ها با آنها روبرو شد و به اتهاماتی که در طول برنامه تبلیغاتی مطرح می‌شود، پاسخ گفت.

بر اساس ماده سی و هفتم قانون انتخابات افغانستان، شرایط برای رأی‌دهی عبارتند از: تابعیت افغانستان، اتمام ۱۸ سالگی، عدم محرومیت از حقوق سیاسی بر اساس رأی دادگاه، نام وی در فهرست برای رأی‌دهندگان ثبت باشد. کاندید ریاست جمهوری تبعه افغانستان، مسلمان و متولد از والدین افغان باشد و تابعیت کشور دیگری را نداشته باشد. در روز کاندید شدن سن وی از ۴۰ سال کمتر نباشد. به ارتکاب جرایم ضد بشری، جنایت و یا حرمان از حقوق مدنی محکوم نشده باشد.

شخصی که در شورای ملی کاندید باشد، ضمن سایر موارد مانند تابعیت افغانستان، مسلمان بودن، مرتکب نبودن به جرایم ضد بشری و درجه تحصیل و تجربه کاری، باید سن ۲۵ سالگی را تکمیل نموده و اعضای مشرانو جرگه باید ۳۵ سالگی را در روز کاندید شدن تکمیل نموده باشد. که ماده ۳۹ الی ۴۳ قانون انتخابات در این مورد صراحت و وضاحت بیشتر دارد.

در افغانستان جهت ثبت نام در کاندیداتوری، مبلغ مشخصی تعیین شده است که نظر به وضعیت روز و حمایت هواداران کاندید است. باید شما این شرایط را تکمیل کنید. مبلغ پرداخت شده نظر به وضعیت تنها زمانی بازپرداخت می‌شود که کاندیدان انتخاب شود و یا حداقل ۳ درصد آرای قانونی حوزه مربوط خود را در انتخابات به دست آورد.

ماده ۷۹ قانون انتخابات افغانستان، دوران تبلیغات انتخاباتی را برای هر کاندید ۴۸ ساعت قبل از برگزاری انتخابات پایان می‌دهد. به صورت معمول کاندیدان انتخابات با نصب تصاویر، اعلامیه، انجام سخنرانی در مساجد، حسینیه‌ها، پارک‌ها، گردهمایی‌ها و شیوه‌های مرسوم دیگر می‌توانند به انجام تبلیغات و مبارزه انتخاباتی خود در مدت تعیین شده، بپردازند.

بر اساس قانون انتخابات افغانستان رأی‌دهی در این کشور حدود ۱۰ ساعت طول می‌کشد و رأی‌دهندگان فقط برای یک‌بار حق رأی دادن دارند.

قانون اساسی افغانستان زمان انتخابات را در بهار سال پنجم عنوان کرده، زمانی که از لحاظ جوی زمینه برای برگزاری انتخابات مساعدتر است. با این حال گاهی به دلیل مشکلات گوناگون این انتخابات در اوایل خزان برگزار می‌شود.

۱۱. تخطی‌های انتخاباتی

زمانی که قانون تشکیل، وظایف و صلاحیت‌های کمیسیون‌های انتخاباتی و قانون انتخابات را به دقت ورق می‌زنید، بسیار دشوار است که برای متقلب مجازات مشخص و صریح پیدا کنید. نظارت از پروسه انتخابات تنها در روز انتخابات خلاصه نمی‌شود؛ بلکه قبل از انتخابات، جریان انتخابات و بعد از انتخابات را در بر می‌گیرد.

در این قوانین جایگاه منسجم برای تعریف اصطلاحات وجود ندارد. فقره ۲۴ ماده ۴ قانون تشکیل، وظایف و صلاحیت‌های کمیسیون‌های انتخاباتی تقلب را چنین تعریف می‌کند. «تقلب: جعل اسناد، کم کردن و یا زیاد کردن آرا به نفع و یا ضرر کاندیدان حین شمارش و ثبت نتایج آرا و ایجاد تغییر در نتایج انتخابات است.» این تعریف زیاده‌تر به نهادهای انتخاباتی و دولتی که مکلفیت تدویر و تامین امنیت انتخابات را به عهده دارد، صدق می‌کند. کم‌تر ما می‌توانیم این تعریف را روی کاندیداها و رأی‌دهندگان تطبیق کنیم.

در فقره دوم، ماده دوم قانون تشکیل، وظایف و صلاحیت‌های کمیسیون‌های انتخاباتی هدف از ایجاد کمیسیون شکایات را «رسیدگی به هر گونه اعتراضات و شکایات ناشی از تخلفات و تخطی‌های انتخاباتی» می‌داند. براساس این ماده، اولاً کمیسیون شکایات صریحاً حق رسیدگی به تقلب را ندارد، ثانیاً این که حق قضاوت را در مورد تقلب نیز ندارد، زیرا «رسیدگی» به مفهوم قضاوت نیست. در ماده‌های متعدد این قانون بدون تفکیک اصطلاحات از تخلف، تقلب و تخطی بارها تذکر به عمل می‌آید، اما موضوع رسیدگی به تقلب در اغماض باقی می‌ماند.

ماده بیست‌وششم قانون تشکیل، وظایف و صلاحیت‌های کمیسیون‌های انتخاباتی، صلاحیت‌های کمیسیون شکایات را مشخص می‌سازد و در آن دوازده مورد را ذکر می‌کند. در فقره اول فقط از رسیدگی به شکایات مربوط به تخلفات و تخطی‌های انتخاباتی یادآور می‌شود و در فقره یازدهم همین ماده معرفی متخلفین را غرض تعقیب عدلی به سارنوالی در صورت موجودیت شواهد مبنی بر ارتکاب جرم از صلاحیت‌های کمیسیون شکایات می‌داند. اما در این ماده از رسیدگی به تقلب توسط کمیسیون شکایات خبری نیست.

برخلاف قانون انتخابات، از قانون تشکیل، وظایف و صلاحیت‌های کمیسیون‌ها، چنان بر می‌آید که اصلاً صلاحیت رسیدگی به تقلب به کمیسیون شکایات انتخاباتی داده نشده است. ماده نود و ششم الی ماده نود و نهم قانون انتخابات زیر عنوان تخطی، تخلف، جرم و تقلب در انتخابات توضحات بیشتر ارائه مینماید.

اما از متن قانون چنان بر می‌آید که برای متقلب مجازات تعیین نشده بلکه این همه مجازات نقدی برای کسانی‌اند که مرتکب تخلف و تخطی می‌شوند. مشکل اساسی قوانین انتخاباتی این است که تقلب را جرم محسوب نمی‌کند، زیرا هر نوع ارتکاب تخطی، تخلف و تقلب که تذکر یافته است مجازات جرمی به آن‌ها پیش‌بینی نشده است، بلکه فقط جریمه نقدی دارد که حداکثر آن یک‌صدهزار افغانی است. در حالی که نیم این موارد صبغ‌هی جرمی دارد، اما برای مرتکبین آن مجازات پیش‌بینی نشده است.

همین قانون «رسیدگی به موارد تخطی، تخلف و تقلب که در این قانون ذکر گردیده است» آنچه که در این قوانین به آن توجه صورت نگرفته، عدم تذکر مرجع رسیدگی به تقلب انجام شده از طرف کارمندان کمیسیون‌های انتخاباتی و اعتراضات مردم، کاندیدان، نهادهای دولتی بر عملکرد کمیسیون‌ها است.

چنان‌که در همه قوانین انتخاباتی دنیا، بهتر است تقلب با یک مفهوم مشخص در قوانین انتخاباتی به‌عنوان جرم تعریف شود. انواع و اقسام و مجازات متناسب به آن به صراحت بیان گردد و مرجع با صلاحیت که به جرم‌های انتخاباتی رسیدگی و قضاوت می‌کند، مشخص گردد؛ تا قناعت مردم حاصل شود و به پروسه انتخابات باور پیدا کنند و مطمئن شوند که رای‌شان در تعیین سرنوشت سیاسی کشورشان محک اعتبار است.

۱۲. قرنطین؛ بر اساس ماده هشتاد و ششم قانون انتخابات:

- (۱) کمیسیون مکلف است در صورت موجودیت شکایت مؤجه یا علائم مشهود مبنی بر تقلب در رابطه به صندوق‌های حاوی ورق رأی، صندوق‌های مذکور را قرنطین نماید.
- (۲) کمیسیون مکلف است، صندوق‌های قرنطین شده را در حضور ناظرین، مشاهدین، رسانه‌ها و نمایندگان کاندیدان بررسی نماید.

• صندوق‌های قرنطین شده بعد از بررسی شامل روند شمارش آرا شده و یا بنا به دلایل مؤجه از شمارش خارج می‌گردد.

- (۳) ناظر و کاندید می‌تواند الی ۲۴ ساعت بعد از ابلاغ تصمیم کمیسیون در رابطه با صندوق قرنطین شده، شکایت نماید.

کمیسیون شکایات مکلف است طی مدت ۴۸ ساعت به شکایت رسیدگی نموده و بنا به دلایل مؤجه تصمیم نهایی اتخاذ نماید. کمیسیون مکلف است، نحوه بررسی صندوق‌های قرنطین شده، موارد شمارش یا عدم شمارش آرا و سایر امور مربوط را در طرزالعمل توضیح نماید.

۱۳. نظارت از روند انتخابات:

- (۱) نظارت از مراحل ثبت نام، تهیه و تجدید فهرست رأی‌دهندگان
- (۲) نظارت از تصدیق فهرست ابتدایی و نهایی کاندیدان انتخابات
- (۳) نظارت از تعیین و تصدیق مراکز ثبت نام رأی‌دهی، محلات رأی‌دهی و شمارش آرا
- (۴) نظارت از اعلام نتایج ابتدایی و نهایی انتخابات
- (۵) نظارت از برنامه‌ریزی برای آگاهی‌دهی از انتخابات

انتخابات، میکانیزم مسالمت‌آمیز انتقال قدرت سیاسی در یک نظام دموکراتیک است. اما سرشت قدرت و به تبع آن دست به دست شدن آن همواره مخاطره‌آمیز و پُر چالش بوده است. به این اعتبار، انتخابات نیز روند آسیب‌پذیر و شکننده است. از این رو، سلامت انتخابات یکی از دغدغه‌های جدی شهروندان و نظام‌های مردم‌سالار به شمار می‌رود؛ زیرا کاندیدان کرسی‌های قدرت و اقتدار و هواداران آن‌ها سعی می‌کنند از هر طریق ممکن، قدرت را فراچنگ آورند. لذا

تقلب، تخلف، تخطی، تهدید، تطمیع، فریب، جعل اسناد، تبلیغات منفی، دخالت در روند انتخابات و مبارزات ناسالم و سایر، مسایلی‌اند که احتمال بروز آن‌ها در روند انتخابات، بسیار زیاد است. مسایل نام‌برده می‌توانند انتخابات را از مسیر اصلی‌اش منحرف نموده و سلامت آن را آسیب برساند. از این رو، باید مکانیزم‌هایی برای تأمین سلامت انتخابات در قوانین انتخابات طراحی شود تا نتیجه‌ی انتخابات بازتاب واقعی خواست‌های شهروندان رأی‌دهنده باشد. مهم‌ترین مکانیزم تأمین سلامت انتخابات، نظارت است. بدون نظارت بر روند انتخابات نمی‌توان به سلامت آن دل بست. بنابراین، کشورهایی که دارای نظام دموکراتیک‌اند، در مجموع با استفاده از دو روش نظارتی سلامت انتخابات خود را تضمین می‌کنند. این دو روش عبارتند از: روش سیاسی نظارت و روش قضایی نظارت. نظام‌هایی که شیوه‌ی سیاسی نظارت را اتخاذ کرده‌اند، نظارت بر انتخابات را به عهده‌ای یک دستگاه سیاسی باصلاحیت سپرده‌اند. اما در برخی از کشورها نهاد ناظر بر انتخابات یک نهاد قضایی است. به عنوان مثال، فرانسه از جمله کشورهایی است که با اتخاذ شیوه‌ی سیاسی نظارت، شورای قانون اساسی را مرجع صالح نظارت بر انتخابات ریاست جمهوری، پارلمانی و همه‌پرسی معرفی و تعیین نموده است. به همین ترتیب، کشور همسایه ما ایران صلاحیت و وظیفه‌ی نظارت بر انتخابات را به شورای نگهبان قانون اساسی سپرده است. اما در ترکیه دیوان عالی انتخابات که یک نهاد قضایی است، صلاحیت نظارت و رسیدگی به دعاوی انتخاباتی را به عهده دارد. هم‌چنان در ایالات متحده آمریکا، نظارت بر انتخابات از صلاحیت‌های دیوان عالی فدرال است. به هر حال، همین دستگاه و مکانیزم نظارت است که نقش مهمی در تأمین سلامت انتخابات در یک کشور بازی می‌کند.

اما افغانستان از آن‌جا که گام‌های ابتدایی اما لرزان را در راستای دموکراتیک شدن بر می‌دارد، تا هنوز تجربه‌ی برگزاری انتخابات سالم را ندارد. یعنی انتخابات‌های گذشته همه به میزان بالایی توأم با تخلف و تقلب و دخالت بوده، لذا به صورت ناسالم برگزار شده‌اند. یکی از دلایل عمده‌ی برگزار نشدن انتخابات سالم در افغانستان این است که مکانیزم نظارت بر انتخابات به صورت کارشناسانه و مؤثر مهندسی نشده است. این مکانیزم سه نقص عمده‌ی زیر را دارد:

- (۱) تداخل کاری نهادهای انتخاباتی
- (۲) کارکرد انفعالی کمیسیون شکایت‌های انتخاباتی
- (۳) نظارت ناقص

بر اساس ماده یکصد و یکم قانون انتخابات در سراسر کشور آرای عمومی را با حضور ناظرین و مشاهدین احزاب سیاسی، نهادهای مدنی، رسانه‌های آزاد و سازمان‌های بین‌المللی نظارت می‌نمایند.

هـ) تبصره‌هایی در مورد قواعد انتخاباتی

۱. سیستم مختلط و سهمیه احزاب در پارلمان:

موضوعی که نه حکومت با آن موافقت داشت و نه هم مجلس به آن روی خوش نشان داد، تقاضای احزاب سیاسی افغانستان برای حزبی شدن ساز و کارهای انتخاباتی بود.

۲. تلاش برای محدود ساختن حق کاندیدان با افزایش شرایط کاندیدان:

قانون اساسی افغانستان برای کاندیدان انتخابات ریاست جمهوری و انتخابات پارلمانی شرایط و اوصافی را فهرست کرده است.

حکومت با تغییر رویه موجود در فرامین تقنینی خود، برای نخستین بار شرایط و اوصاف جدیدی را برای کاندیدان انتخاباتی در نظر گرفته بود؛ مانند تسلط به هر دو زبان رسمی (پشتو و دری)، شرط تحصیلی، تجربه کاری و امثال آن.

۳. راه‌های برقراری تماس با مسئولین کمیسیون‌های انتخاباتی

هر نوع تماس با کمیسیون‌های انتخاباتی لازم نیست؛ تنها تماس بر اساس ضرورت باید صورت گیرد. تماس سه چیز را به درجات مختلف حاصل می‌آورد: معلومات در مورد انتخابات، تلاش برای برگزاری انتخابات شفاف و عاری از تقلب و شکایت‌های انتخاباتی را مشخص می‌کند. باید شما روش‌هایی را اتخاذ کنید که در ترکیب با یکدیگر هر سه وظیفه را ایفا کند. در کشورهای دنیا و افغانستان بر اساس یافته‌های انتخابات‌های قبلی راه‌های تماس با مسئولین کمیسیون‌ها از طریق نامه رسمی، تماس تلفونی و دیدارهای مستقیم و یا ایمیل‌های رسمی ممکن است، اما شما کاندید انتخابات جوان باید بدانید چه زمانی به کمیسیون‌ها مراجعه کنید و دلیل تماس شما چیست؟ در

غیر آن سبب ضیاع وقت مسئولین گردیده و نتیجه نخواهد داشت. کمیسیون‌های انتخاباتی مکلفیت دارند، در بسیاری از موارد مطابق وظایف این کمیسیون‌ها با کاندیدان انتخابات تماس‌های مستقیم و غیر مستقیم جهت پیش برد و تکمیل ساختن پروسه کاری خود در انتخابات تماس برقرار نمایند. برقراری تماس با کمیسیون‌های انتخاباتی بر اساس قانون انتخابات افغانستان بنا بر ضرورت در نظر گرفته شده است:

- مرحله قبل از انتخابات؛ ثبت نام کاندیدان و ارایه معلومات لازم
- مرحله جریان انتخابات؛ توضیحات لازم در مورد چگونگی کمپاین انتخاباتی
- مرحله بعد از انتخابات؛ در جریان قرار دادن نتیجه آرا و یا هم در صورت عدم رضایت کاندید انتخابات، تماس کتبی یا دیدار مستقیم با مسئولین کمیسیون‌ها از حقوق کاندید انتخابات است.

۴. ترغیب و تشویق رأی‌دهندگان

شما به عنوان کاندید جوان، اول باید معلوم کنید بهترین مخاطبان برای ابلاغ پیام شما چه کسانی هستند. بدین ترتیب مشخص می‌شود باید چه مطالبی را بگویید تا به بهترین وجه آنها را جذب خود نمایید. بنابراین غرض از هدف‌گیری آن است که تلاش‌های برنامه را روی طیفی از رأی‌دهندگان متمرکز سازید که بتوانند حدوداً همان تعداد رأی که در برنامه انتخاباتی شما لازم است را ارائه دهند (یعنی هدف گام دوم). اگر طیف مخاطبان خیلی باریک‌بینانه انتخاب شود، تعداد آرای لازم بدست نمی‌آید و اگر خیلی سریع باشد، پیام شما کم تأثیر می‌شود و کاندیدهایی که تمرکز بهتری دارند، بخش‌هایی از سهمیه پیام شما را خواهند دزدید.

- بطور کلی سه نوع رأی‌دهنده داریم:

(۱) پشتیبان‌های شما

(۲) پشتیبان‌های رقبا

(۳) صاحبان آراء

در این میان حد وسط هنوز تصمیم خود را نگرفته‌اند. پشتیبان‌های شما قبلاً تصمیم گرفته‌اند که از شما حمایت کنند. پشتیبان‌های رقبا قبلاً تصمیم گرفته‌اند که از رقبای شما حمایت کنند. پس می‌ماند افراد حد وسط که تصمیم نگرفته‌اند و باید برای رأی دادن به کاندیدان تشویق شوند که آنها را رأی‌دهندگان اغوا شدنی یا قابل ترغیب می‌نامند. شما باید روی جزئی از این رأی‌دهندگان قابل ترغیب متمرکز شوید و آنها را هدف گرفته و پیام خود را القاء کنید. به یاد بسپارید که برنامه تبلیغات سیاسی یک جریان ایجاد ارتباط است.

۵. آمادگی برای کمپاین انتخاباتی

هدف دوره مبارزات انتخاباتی این است که شما به عنوان کاندیدای جوان فرصت ارائه معلومات در مورد پالیسی‌ها و خط مشی سیاسی خود را برای رأی‌دهندگان داشته باشید. در این دوره، رأی‌دهندگان می‌توانند در مورد احزاب و کاندیدان معلومات بدست آورده و هم می‌توانند از طریق سازماندهی مجالس سیاسی، یا تمویل برنامه مبارزه انتخاباتی شما، کاندید مورد نظر ایشان را حمایت نمایند.

فعالیت‌های کمپاین شامل سازماندهی گردهمایی‌ها، راه اندازی تبلیغات از طریق رسانه‌های جمعی (صوتی و تصویری) و جلب رأی، رأی‌دهندگان می‌باشد. شماری از عوامل مانند: دسترسی به رسانه‌ها، داشتن دسترسی به منابع مالی قابل ملاحظه، پیوند با شکل‌دهندگان نظریات عامه و غیره، می‌توانند روند انتخاباتی را به نفع بعضی از کاندیدان منحرف سازد. برای اینکه اطمینان حاصل شود که روند انتخاباتی تا حد نهایی برای تمام کاندیدان عادلانه می‌باشد، دستورهای گوناگونی که طی آن کاندیدان، احزاب سیاسی و حمایت کنندگان‌شان باید با آنها پای‌بند باشند، ترتیب گردیده‌اند. علاوه بر تصریحات که شامل قانون انتخابات می‌باشند، سایر دستورها در اسنادی از طرف کمیسیون مستقل انتخابات وضع گردیده‌اند، و عبارت از مقررات شکایات انتخاباتی، اصول رفتار احزاب سیاسی و مقررات آشکار سازی منابع کمپاین از طرف کاندیدان می‌باشند.

۶. تبلیغات و کمپاین انتخاباتی

۱. پیام تبلیغاتی چیست؟

پس از اینکه مطمئن شدید پیام شما باید به کدام یک از مخاطبان هدف ارسال شود، باید محتوای پیام را برای تشویق آنان برای رأی دادن به شما تنظیم کنید. این پیام علت اقدام شما برای رسیدن به مقام مورد نظر و اینکه چرا شما بر دیگران ارجحیت دارید را بیان می‌کند. ظاهراً کار ساده‌ای است ولی در اصل پیچیده می‌باشد.

۲. تدوین پیام تبلیغاتی:

- پیام باید برای رأی‌دهندگان جذاب و مهم باشد.
- پیام باید تباین را نشان دهد.
- پیام باید واضح باشد و حرف دل مخاطب را بگوید.
- پیام باید هدف‌گیری شود.
- پیام باید چندین بار هدف‌گیری شود.

پیام به معنی برنامه کار کاندید شدن برای شما نیست و اینکه پس از انتخاب شدن چه کاری انجام خواهید داد، نیست. در ضمن شامل اموری که شما به صفت کاندید به آنها خواهید پرداخت هم نیست و یک شعار ساده و به یاد ماندنی هم نمی‌باشد. کلیه این امور می‌تواند قسمتی از پیام انتخاباتی شما باشد؛ ولی بستگی دارد به اینکه آیا ذکر آنها در تشویق رأی‌دهنده مؤثر است یا خیر و به هر حال نباید آنها را با اصل پیام اشتباه گرفت. اصل پیام عبارت است از یک موضوع خاص که در طول مبارزات انتخاباتی، بارها تکرار می‌شود تا رأی‌دهندگان هدف را ترغیب کند.

شاید در گذشته تنها برگزاری مراسم دعوت و برگزاری جشن‌ها در برخی مناطق تعیین‌کننده بودند، اما هر چه می‌گذرد تاثیر این عوامل کمتر شده و حتی در مناطق سنتی نیز به تدریج جای خود را به تکنیک‌های مدرن کمپاین‌های سیاسی و تکنیک‌های روز تبلیغاتی می‌دهند. توسعه ابزارهای ارتباطی و شبکه‌های مجازی نیز عاملی شده‌اند تا اثرگذاری‌های محتوایی مانند کلیپ و

یوسترهای مفهومی و رعایت قواعد رسانه‌ای، موثرتر شوند و از این جهت روش‌های تبلیغاتی سنتی کارآمدشان کمتر شود. بنابراین توان اجرای تبلیغات و کمپین انتخاباتی مناسب از سوی هر کاندیدی عاملی تعیین‌کننده خواهد بود که اگر توسط یک تیم حرفه‌ای آشنا با ابزارهای ارتباطی روز انجام شود، قادر می‌شوید که طی چند روز فضای انتخاباتی را به نفع خود تغییر دهید.

با استفاده از اطلاعات حاصل از پژوهش و قضاوت خوب خود، پرسش‌های زیر را پاسخ گفته و جواب‌ها را در برنامه کتبی انتخاباتی خود بکار ببرید:

- چند نفر (نه فقط رأی‌دهندگان) در ناحیه شما ساکن هستند؟
- چند نفر از آنان قادرند در انتخابات جاری رأی دهند؟
- چند نفر از این رأی‌دهندگان به نظر شما واقعاً در این انتخابات شرکت می‌کنند؟
- تعداد رأی‌دهندگان مورد انتظار به رقم و عدد و نیز به درصد چقدر است؟
- چند کاندید برای کسب مقام مورد نظر رقابت می‌کنند؟
- چند نفر از این کاندیدان عملکرد جدی دارند؟
- اگر انتخابات امروز برگزار شود فکر می‌کنید هر کاندید چند رأی بیاورد؟
- چند درصد آرای اخذ شده برای برنده شدن لازم است؟
- درصد فوق به رقم و عدد چقدر است؟
- بطور متوسط، چند رأی‌دهنده در هر خانوار ساکن هستند؟
- آیا این رأی‌دهندگان که در یک خانوار ساکن هستند، همگی متمایل به یک کاندید می‌باشند؟
- اگر قرار است افراد خانوار به یک کاندید رأی دهند، چند خانوار باید از شما حمایت کنند تا برنده شوید؟
- اگر شما با ده رأی‌دهنده متوسط گفتگو کنید، چند تن را می‌توانید برای رأی دادن به خود قانع کنید؟
- برای رساندن پیام خود و کسب تعداد آراء لازم باید با چند خانوار گفتگو کنید؟

۷. مؤلفه‌های تعیین‌کننده برای پیروزی یک کاندید در انتخابات پارلمانی:

(۱) سلیقه مردم منطقه:

چه بررسی‌های تطبیقی علمی جامعه‌شناسی و چه حتی بررسی‌های فردی گذرا، نشان می‌دهد که سلیقه مردم هر شهری برای میل به یک کاندید و رای دادن مختص به همان منطقه و بر پایه خلق و خو و شرایط اجتماعی مردم آن شهرستان است. در برخی مناطق به ویژگی روحانیت توجه ویژه‌ای می‌شود و روحانیون رای بالایی در انتخابات می‌آورند. در برخی شهرها نیز به کاندیداهای جوان یا حتی زنان رای بیشتری داده می‌شود و به کاندیداهای این دو قشر شانس بیشتری برای انتخاب شدن توسط مردم دارند. گاهی نیز معیارهایی مانند تشخص مذهبی می‌تواند ویژگی موثر بر رای مردم آن حوزه انتخابیه باشد. در برخی مناطق داشتن تجربه نمایندگی در دوره‌های پیشین یک ویژگی مثبت است و گاهی مواقع نیز جدید بودن چهره کاندید بیشتر منطبق بر ذائقه سیاسی مردم آن منطقه است. در بررسی هر منطقه باید دقت شود که سلیقه مردم منطقه به سمت چه ویژگی‌هایی است و همه این مسائل در انتخاب کاندیداهای نهایی توسط فعالین سیاسی لحاظ شوند.

(۲) تبلیغات و کمپاین انتخاباتی:

همانطور که در بالا اشاره شد، شاید در گذشته تنها برگزاری مراسم ویژه و برگزاری جشن‌ها در برخی مناطق تعیین‌کننده بودند، اما هرچه می‌گذرد، تاثیر این عوامل کمتر شده و حتی در مناطق سنتی نیز به تدریج جای خود را به تکنیک‌های مدرن کمپاین‌های سیاسی و تکنیک‌های روز تبلیغاتی می‌دهند. توسعه ابزارهای ارتباطی و شبکه‌های مجازی نیز عاملی شده‌اند تا اثرگذاری محتواهایی مانند کلیپ و پوسترهای مفهومی و رعایت قواعد رسانه‌ای موثرتر شوند و از این جهت روش‌های تبلیغاتی سنتی کارآمدی‌شان کمتر شود. بنابراین توان اجرای تبلیغات و کمپین انتخاباتی مناسب از سوی هر کاندید عاملی تعیین‌کننده خواهد بود که اگر توسط یک تیم حرفه‌ای آشنا با ابزارهای ارتباطی روز انجام شود، قادر است طی چند روز فضای انتخاباتی را تغییر دهد.

۳) اقوام و روابط خانوادگی:

هنوز هم در بیشتر شهرهای کشور، قومیت و گستردگی روابط خانوادگی عاملی موثر و تعیین‌کننده است. همان‌قدر که در کابل حضور در لیست‌های انتخاباتی حائز اهمیت است، در بسیاری از شهرهای دیگر کشور نیز روابط خانوادگی و گسترده بودن اقوام یک کاندید تعیین‌کننده است و به هر حال نمی‌توان از این فاکتور تعیین‌کننده چشم‌پوشی کرد. اقوام و آشنایان و تاثیرشان در جذب آرا برای یک کاندید به خودی خود می‌تواند به اهمیت برخی فاکتورهای دیگر باشد.

۴) حزب و تشکیلات:

هر چه به پیش می‌رویم، چه در جوامع سنتی و چه در کشورهای مدرن شانس پیروزی کاندیداهای مستقل در انتخابات کمتر می‌شود. اکنون در برخی از شهرهای کشور ما احزابی هستند که بدنه‌ای سازمان‌یافته از نیروهای حزبی داشته باشند. بنابراین شاخه‌های ولایتی و شهری احزاب هستند که زمینه‌ای برای تشکیل ستاد انتخاباتی خواهند بود. بدیهی است که کاندیداهای مورد حمایت احزاب در ولایت‌ها در این زمینه بتوانند شانس بیشتری نسبت به کاندیداهای غیر حزبی داشته باشند. حزب و تشکیلات در هر شهری می‌تواند عاملی مهم در برقراری روابط برای کسب آرا و همچنین تشکیل یک ستاد انتخاباتی قدرتمند باشد.

۵) حامیان مؤثر:

در اغلب شهرهای کشور افرادی هستند که نظرشان برای گروه‌های مشخصی از مردم منطقه تعیین‌کننده است. برای مثال برخی از مراجع تقلید، هنرمندان، سیاسیون شاخص، افراد مورد اعتماد منطقه‌ای، گروه‌های اجتماعی وسایر، از جمله مواردی هستند که وابسته به شرایط هر شهر می‌توانند نظر تعیین‌کننده‌ای در انتخابات داشته باشند. نوع ارتباط و سابقه نزدیکی خانوادگی یا شخصی هر یک از کاندیدان با این نوع از حامیان نیز در روزهای تبلیغات انتخاباتی می‌تواند تاثیرگذار باشد.

۶) ارتباطات و اعتبار فرامنطقه‌ای:

در صورت پیروزی و ورود به مجلس وظیفه دارید که مطالبات منطقه‌ای حوزه انتخابیه خود را پیگیری کنید. در آن مقطع هر چه نماینده مجلس اعتبار و ارتباطات فرامنطقه‌ای بیشتری در مرکز و پایتخت یا حتی شهرهای دیگر داشته باشید، می‌توانید در این زمینه موفق‌تر عمل کنید.

۱. راه‌های شناخت مخالفان و رقیبان

پس از درک نقاط ضعف و قوت کاندیداتوری خود، گام منطقی بعدی تکرار همین روال در مورد رقیبان است. اگر با چند رقیب روبرو هستید، باید مشخص کنید که جدی‌ترین رقیب چه کسی می‌تواند باشد که توانایی جلب رأی‌دهندگان وفادار را دارند. در این حالت هم باید ارزیابی را به چند بخش تقسیم کرد و به دنبال نقاط ضعف و قوت آنان بود.

رقیبان شما اطلاعات لازم را به شما نمی‌دهند. بلکه باید برای قانع کردن رأی‌دهندگان برای رأی دادن به زیان آنان و به نفع‌تان، پژوهش کنید. معمولاً کاندیدان و برنامه‌های انتخاباتی از پژوهش این معنی را اداره می‌کنند که باید یک مسئله جنجالی پیدا کرد که کار رقیب را یک سره کند. این امر ممکن است؛ ولی بهتر است به جای آن از رفتارهای خاص رقیبان که می‌تواند رأی‌دهنده را طرد کند و به سوی شما جلب کند، پرده‌برداری کنید. با این کار نوعی تباین میان کاندید خود و تشکیلات رقیبان در حین تدوین پیام خود ایجاد خواهید کرد.

یک اشتباه رایج دیگر در برنامه‌های انتخاباتی این است که اعلام می‌کنند مایل نیستند یک برنامه منفی علیه رقیب برپا کنند. باید دانست که پژوهش در مورد رقیب با راه اندازی تبلیغات منفی علیه او کاملاً فرق دارد. اگر وقت و کوشش زیاد برای پژوهش رقیب صرف نکنید، در موقعی که او نظرات و عملکرد خویش را بیان می‌کند، آمادگی جواب گفتن ندارید و نمی‌توانید تباین میان خود و وی را ایجاد کنید.

شما برای انجام پژوهش رقبا باید کاملاً سازماندهی شده باشید: باید منابع مستندات خود را فهرست کنید و راهی برای دسترسی سریع به آن اطلاعات فراهم آورید. اگر فقط مطلبی را بدانید و نتوانید اطلاعات تکمیلی به آن اضافه کنید، سودمند نخواهد بود. کلیه این پژوهش‌ها باید جمع شود تا بتوان برای پیگیری سریع و آسان به آن مراجعه کرد. اگر امروز با نظم و ترتیب عمل کنید، در آینده وقت و انرژی زیادی را صرفه جویی خواهید کرد.

۲. افزایش اعتبار خود و کاهش اعتبار رقبا در نظر رأی‌دهندگان

با بررسی پیام خود و ایجاد تباین با رقبا، باید به یاد بسپارید که در نهایت منظور شما افزودن اعتبار خود نزد رأی‌دهندگان هدف به میزانی بیش از اعتبار رقیبان است. یعنی مایلید تعداد بیشتری از رأی‌دهندگان هدف شما را کاندید بهتر بدانند و به شما رأی دهند. برای این کار دو راه وجود دارد:

نخست، باید اعتبار رقبا را در نظر رأی‌دهندگان کاهش دهید. این کار را با اشاره به خصوصیات منفی رقبا یا مواضع غیرمردمی آنان از نظر رأی‌دهندگان انجام خواهید داد. اینکه کدام روش را انتخاب کنید و با چه ترکیب آنها را انجام دهید به موضعی که شما در طول مبارزات کسب می‌کنید، بستگی دارد. معمولاً اگر در جایگاه‌های رأی‌گیری طرفدار دارید و انتظار برنده شدن آسان می‌رود، باید روی افزایش اعتبار خود تکیه کنید. در این حالت نباید ذکری از رقبا کرده و نام آنان را مطرح کنید. در ضمن با انجام مبارزات منفی یا حملات بی‌مورد رقبا نباید رأی‌دهندگان را از خود بیگانه کنید.

از سوی دیگر اگر خود را در مبارزات عقب می‌بینید، افزایش اعتبار برای برنده شدن کافی نیست. در این حالت باید اعتبار خود را افزوده و در همان حال برای کاهش اعتبار رقبا تلاش کنید. به یک معنی، شما چیزی برای از دست دادن ندارید (چون در حال باخت هستید) و با حمله به رقیب ممکن است چیزی هم به دست آورید (یعنی برنده شوید).

۳. تدوین برنامه تماس با رأی‌دهندگان

قاعده منابع محدود	پخش اعلامیه	دوستان یک دوست
قابلیت تعویض منابع و روش‌ها	پخش دستی اعلامیه	رویدادهای از قبل تعیین شده
اثربخشی تماس با رأی‌دهنده	پست	رویدادهای تدوین شده
ترغیب رأی‌دهندگان هدف	درب به درب	مطبوعات عادی
ایجاد رأی	تماس تلفونی	رسانه‌های پولی: تلویزیون
شناسایی رأی‌دهنده	ملاقات	رادیو و آگهی روزنامه
نوع تماس با رأی‌دهنده	پشتیبانی	اینترنت

۴. ایجاد همکاری و دستیابی به نهادهای مدنی

نهادهای مدنی می‌توانند نقش مهمی در برنامه انتخاباتی شما ایفا کنند. علی‌رغم این که تحولات نهادهای مدنی کند است، مشارکت مثبت سیاسی و فعالیت آنها در انواع برنامه‌های انتخاباتی به چشم می‌خورد. شما به عنوان کاندید جوان باید فهرستی از گروه‌های مدنی در ناحیه خود که می‌توانند حمایت‌گر باشند، تهیه کنید و فقط به گروه‌های رسمی و ثبت شده فکر نکنید؛ بلکه سازمان‌دهی‌های غیر رسمی مانند گروه‌های مذهبی، محل کار و دانشگاه‌ها را که می‌توان از طریق رهبران افکار عموم به آنها دست یافت، در نظر بگیرید. با استفاده از هدفگیری جمعیت‌شناسی، می‌توان ایده‌ای از گروه‌های حامی به دست آورد.

به کارگیری نهادهای مدنی باید در مراحل نخست برنامه دنبال شود؛ یعنی موقعی که کاندید وقت ملاقات با رهبران آنها را دارد و می‌تواند تقاضای حمایت کند. باید وقت بگذارید تا روابط شما مستحکم‌تر شود و بدین ترتیب حمایت مدنی مؤثرتر گردد. گروه‌های مدنی می‌توانند به طریقه‌های مختلف به شما کمک کنند.

بخش دوم

فعالیت‌های جریان انتخابات

الف) آغاز رأی‌دهی، جریان و ختم پروسه رأی‌دهی

رأی‌دهی معمولاً با حضور ناظرین، مشاهدین، کارمندان کمیسیون‌های انتخابات و سایر افراد مسئول در سایت‌های انتخاباتی در وقت معین و مشخص آغاز می‌گردد. گاهی این پروسه بعد از ختم زمان تعیین شده تمدید می‌گردد و گاهی هم در وقت مشخص آن تمام می‌گردد و یا بنا بر ختم اوراق رأی‌دهی قبل از وقت تعیین شده، حوزه انتخاباتی بسته می‌گردد.

جریان رأی‌دهی قسمت مهم از پروسه انتخابات است که شفافیت انتخابات بیشتر مدیون این بخش است؛ در صورتی که درست نظارت صورت گیرد و از تقلب و تخلف جلوگیری گردد.

ختم پروسه رأی‌دهی معمولاً زمان خوبی برای تقلب کاری است، ناظرین و مشاهدین باید در این بخش حضور داشته باشند و کارهای اساسی را الی شمارش آرا و انتقال صندوق‌ها به مرجع اصلی در نظر داشته باشند تا از تقلب کاری جلوگیری گردد.

ب) چگونگی پژوهش‌های اجتماعی از طریق نظرات مردم^{۲۹}

هدف‌گیری و تحلیل باید بر اساس پژوهش‌های قطعی جامعه‌شناسی ارزیابی شود. بیشتر سیاستمداران تصور می‌کنند دارای یک عطیه طبیعی برای درک مردم هستند و مهارت مادرزادی در این مورد دارند. آنان فکر می‌کنند بدون پژوهش می‌دانند باید در مورد کدام موضوع حرف زد، کدام ارزش‌ها را برانگیخت و کدام مسائل را برای جلب نظر رأی‌دهندگان مطرح کرد. آنان معمولاً با نتایج انتخابات شگفت‌زده شده و در روز انتخابات به تصورات خود دست نمی‌یابند.

^{۲۹} ادوی، برایان، (۱۳۸۸). راهنمای گام به گام برنده شدن در انتخابات، ترجمه محمد صادق حسینی.

بیشتر فعالین سیاسی از دو نوع پژوهش اجتماعی برای برنامه ریزی راهکار خود استفاده می‌کنند. گروه‌های اتفاقی و رأی‌گیری سیاسی. گروه‌های اتفاقی برای درک غیرعملی و کیفی ارزش، منش و مسائل رأی‌دهندگان به کار می‌رود و در حالی که رأی‌گیری سیاسی برای کسب درک علمی و کمیتی مناسب است.

ج) چگونگی نظارت از روند انتخابات (چگونگی اوراق رأی‌دهی، رنگ، صندوق‌ها)

در این مرحله نظارت از روند انتخابات مهم است تا دیده شود اوراق رأی‌دهی اصل است؛ رنگ مورد استفاده پاک نمی‌گردد و صندوق‌ها امنیت دارند یا خیر؛ ناظر یا مشاهد باید نسبت به این موارد توجه جدی و از آن اطمینان حاصل نماید.

د) چگونگی ترتیب شکایت‌نامه از تخطی‌های انتخاباتی برای کمیسیون شکایت انتخابات

۱. طرز رسیدگی به شکایات انتخاباتی بر اساس مادهٔ نود و دوم قانون انتخابات: کمیسیون مرکزی یا ولایتی شکایات در صورت کاندید را از فهرست نهایی حذف نموده می‌تواند که به رویت اسناد معتبر ثابت گردد که واجد شرایط کاندید شدن نبوده است. طرز رسیدگی به اعتراضات و شکایات طبق طرزالعمل تهیه شده از جانب کمیسیون شکایات صورت می‌گیرد.

۲. شکایت‌نامه در حقیقت نامه رسمی است که کاندید شاکی در صورتی که برنده نشده است و یا احساس می‌کند بر اساس شواهد و مدارک در جریان نظارت از انتخابات تخطی صورت گرفته است، شکایت خود را باید درج این نامه رسمی عنوانی کمیسیون شکایات انتخاباتی پس از اعلان پذیرش شکایات انتخاباتی نماید و آن را به این کمیسیون ارسال نماید. کاندیدان میتوانند بعد از نشر لیست ابتدایی عدم واجد شرایط بودن‌شان در خلال ۲ روز اعتراض خود را درج نمایند و

کمیسیون مکلف است بعد از درج شکایت و رسیدگی به آن در خلال ۱۵ روز نتیجه نهایی را نشر نماید. اگر کاندید شاکی، به نتیجه آن قناعت نکند؛ می‌تواند در خلال ۳ روز به شکل کتبی اعتراض خود را به کمیسیون مرکزی شکایات درج نمایند.

شکایت‌نامه باید بر مبنای واقعیت باشد و توسط افراد با درایت نوشته شود و جنبه‌های مهم شکایت و عوامل آن توضیح داده شود.

بخش سوم

فعالیت‌های بعد از روز انتخابات

الف) نظارت از پروسه کاری کمیسیون‌ها و شمارش مقدماتی آرا

در افغانستان نظارت بر انتخابات فوق العاده مهم است. زیرا تقلب بسیار گسترده است و مهم است که کاندیدان جوان تکنیک‌های نظارت را یاد داشته باشد.

معمولاً ناظرین و مشاهدین ملی و بین‌المللی کارشان با ختم روز رأی‌دهی ختم نمی‌گردد. آنان مکلف هستند تا این پروسه را الی مرحله نهایی اعلام نتایج نظارت نمایند.

در این مرحله مطابقت لیست مقدماتی آرا، لیست رأی‌دهندگان هر حوزه انتخاباتی باید با شمارش آرا در مرحله نهایی و درج آن در جدول مربوط مطابقت داشته باشد.

ب) چگونگی اطلاع‌رسانی برای مردم از طریق رسانه‌های همگانی در مورد پیشرفت پروسه شمارش آرا در انتخابات

رسانه‌ها در انتقال اطلاعات دقیق و همه جانبه در این پروسه ملی نقش اساسی دارند. آن‌ها باید همانند آینه تمام‌نما اطلاعات دقیق را در اختیار مردم قرار دهند تا مردم در روشنایی نتایج انتخابات قرار گیرند. در میان رسانه‌های اجتماعی، تصویری، صوتی و چاپی صفحات اجتماعی نقش بیشتری ایفا می‌کنند. انعکاس واقعیت‌ها شامل تقلب‌ها و تخطی‌های انتخاباتی باید از طریق رسانه‌ها نشر گردد تا مدعیان شفافیت انتخابات اصل واقعیت آگاه شوند.

ج) چگونگی ظاهر شدن در رسانه‌ها و موقف‌گیری از نتیجه نهایی انتخابات

در صورت عدم رضایت از نتیجه انتخابات، حضور کاندید جوان در رسانه‌ها حتمی است. متأسفانه فقط روزنامه نگاران برای شناساندن شما کافی نیستند. بلکه باید در تلویزیون، رادیو و روزنامه شناخت عموم را کمایی کنید. این یک روش با هدف‌گیری اندک جهت دستیابی به مخاطبان در

مرحله قبل از انتخابات با این وجود، چنین کاری به ویژه در تلویزیون می‌تواند کاملاً رأی‌دهندگان را ترغیب کند. این کار برای تقویت پیامی که شخصاً یا به شکل درب به درب ارائه کرده بودید و در این مرحله از نتیجه آن رضایت ندارید، مفید می‌باشد.

د) روش دادخواهی برای کاندیدان شاکی از نتیجه انتخابات

۱. دادخواهی از طریق برنامه‌های اعتراضی برای کمیسیون شکایت انتخاباتی

۲. دادخواهی از طریق رسانه‌ها

۳. دادخواهی از طریق حرکت‌های مدنی مسالمت‌آمیز

ه) نمایندگی از جوانان (دیدگاه، خواست‌ها، مشکلات و چالش‌ها)

در صورت برنده شدن، از جوانان باید نمایندگی نماید؛ نه اینکه به عنوان مهره رهبران باز نشسته و کهنه‌کار به کار گرفته شوند. دیدگاه کاندید برنده برای تحقق اهداف و رسیدن به خواست‌های جوانان باشد.

در زمینه چالش‌ها و مشکلات موجود سد راه جوانان به منظور تحقق مشارکت سیاسی سایر جوانان باید تلاش نماید.

و) ایجاد ائتلاف‌های جوانان جهت حمایت از برنامه‌های نماینده جوان

ائتلاف در حقیقت اتحاد موقت گروه‌ها می‌باشد. ممکن است ائتلاف به صورت انتخاباتی در صورت برنده شدن برای حمایت از برنامه‌های نماینده جوان انجام پذیرد، که به آن ائتلاف انتخاباتی می‌گویند.

این تشکیل باید رویکرد واقع‌بینانه داشته باشد و حامی کاندید برنده باشد و حیثیت راهنما را داشته باشد. نماینده جوان بدون تجربه است. در این مرحله برای تطبیق برنامه‌های خود نیاز به مشورت و راهنمایی دارد.

بیوگرافی نویسندگان

منیژه رامزی لیسانس خود را در سال ۲۰۱۳ از رشته اداره و مدیریت دانشکده روانشناسی دانشگاه کابل، دریافت نمود و در سال ۲۰۱۶ از رشته اداره تربیتی دانشکده روانشناسی دانشگاه کابل، مدرک ماستری خود را بدست آورد. وی حدوداً به مدت ۵ سال می‌شود که در دانشگاه‌های خصوصی و انستیتوت اداره و حسابداری به عنوان استاد، ایفای وظیفه می‌نماید. وی علاوه بر ایفای نقش در برنامه‌های موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان، مدیر مسوول مجله فانوس و سخنگوی سازمان خط نو نیز می‌باشد. از دیگر فعالیت‌های مدنی می‌توان به راه اندازی بیش از صد برنامه آموزشی برای جوانان و زنان در بخش‌های مختلف اشاره نمود. وی مقاله‌ها و مطالب زیادی در نشریه‌های معتبر افغانستان مخصوصاً در حوزه‌ی احقاق حقوق برای هم‌نسلان‌اش به نشر رسانده است. بر علاوه، وی در بخش انتخابات، فعالیت‌های مثمیری در خصوص نظارت از انتخابات، آموزش پروسه‌های انتخاباتی برای جوانان و آموزش‌های مدنی برای اقشار مختلف جامعه نیز ارائه نموده است.



عبدالناصر فولاد دانش‌آموخته علوم سیاسی و روابط بین‌الملل از دانشگاه ابن‌سینا می‌باشد. وی ضمن اینکه فشرده ژورنالیزم را سپری نموده است، از سال ۲۰۱۲ بدین‌سو با شورای ژورنالیستان افغانستان به عنوان رییس شورای ژورنالیستان ولایت دایکندی همکاری داشته و هم‌اکنون نیز در حال ایفای نقش می‌باشد. وی به مدت دو سال به عنوان رییس کمیته فرهنگی انجمن دانشجویی دانشگاه ابن‌سینا و مدیر مسوول نشریه دانشجویی ماهنامه درنگ در دانشگاه ابن‌سینا ایفای وظیفه نموده است. ایشان فعلاً در هفته‌نامه «روزنه صلح» به عنوان مدیر مسوول هفته‌نامه، فعالیت دارند. وی از سال ۲۰۱۵ بدین‌سو به همکاری انستیتوت صلح ایالات متحده آمریکا به عنوان آموزگار ورکشاپ‌های اعمار صلح و حل منازعه، مهارت‌های رهبری سیاسی جوانان و سایر بخش‌ها تدریس نموده است. گزارشی تحقیقی که در مورد فعالیت‌های فولاد در بخش اعمار صلح و حل منازعه از دفتر مرکزی انستیتوت صلح ایالات متحده آمریکا (USIP) در واشنگتن به نشر رسید، فولاد را به

عنوان بهترین آموزگار صلح در افغانستان معرفی نموده است. در سال ۲۰۱۰ به عنوان ناظم ساحوی انتخابات پارلمانی کمیسیون مستقل انتخابات در ولایت دایکندی و همچنان در سال ۲۰۱۴ توسط اعتبارنامه کمیسیون مستقل انتخابات به «سازمان فرهنگی رسالت مدنی جوانان افغانستان» در انتخابات ریاست جمهوری به عنوان مشاهد انتخاباتی بالای ۲۰۰ نفر را در مرکز و ولایات آموزش داده و رهبری نمود. او ریاست کمیسیون برگزاری حکومت آموزشی جوانان که به نوعی شبیه سازی حکومت بر مبنای نظام ریاستی می باشد را نیز بر عهده داشت. وی علاوه بر فعالیت های سیاسی، فعالیت های فرهنگی و آموزشی را در قالب آموزگار صلح، مدیر مسوول نشریه ها و موسس انجمن ها انجام داده و اکنون نیز پیشبرد و مدیریت حوزه های ذکر شده را عهده دار می باشد.



عبدالله عطایی مدرک ماستری خویش را در سال ۲۰۱۲ در رشته حقوق خصوصی، گرایش حقوق بین الملل خصوصی از دانشگاه بین المللی «اهل بیت» بدست آورده و لیسانس خویش را در سال ۲۰۰۹ در رشته حقوق و علوم سیاسی از دانشگاه کابل با موفقیت به اتمام رسانده است. وی بیش از پنج سال است که به عنوان هماهنگ کننده برنامه های دموکراسی و پالیسی های صلح و امنیت بنیاد هاینریش بل فعالیت می نماید. پیش از این، ایشان به عنوان مدیر حقوقی کمیسیون شکایات انتخاباتی پارلمانی در سال ۲۰۱۰ و همچنین به عنوان معاون موسسه حقوق بشر و محو خشونت از بدو تأسیس الی ۲۰۱۵، ایفای نقش و وظیفه نموده است. وی به عنوان محقق مستقل، مقالات و رساله های زیادی را چه بصورت چاپی و یا آنلاینی، برای موسسات ملی و بین المللی به رشته تحریر در آورده است که از مهمترین فعالیت های تحقیقی اش، «رساله آموزشی حقوق بشر برای دانش آموزان پولیس»، «مشارکت سیاسی جوانان با تکیه بر انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۳»، «از دهه انتقال تا دهه تحول؛ زنان، صلح و امنیت»، «گزارش ملی حقوق تابعیت در افغانستان» و «شکل دهی آینده؛ مشارکت زنان در انتخابات ۲۰۱۴ ریاست جمهوری» می باشد. وی همچنان به عنوان مشاور تخنیکی در بیش از ده ها رساله، تحقیق و مقاله در موضوعاتی نظیر انتخابات، حقوق بشر و حقوق زن، حکومت داری خوب، مشارکت سیاسی جوانان، سیستم سهمیه و حضور زنان در پارلمان همکاری نموده است.

فهرست منابع

۱. فلیشنبرگ، اندریا (۲۰۱۵)، سه تحقیق پیرامون مشارکت سیاسی زنان، بنیاد هاینریش بُل. جهت دسترسی به تحقیق به لینک ذیل مراجعه شود:

https://af.boell.org/sites/default/files/it_is_not_charity_research_dari.pdf

۲. دانش، سرور (۱۳۹۴)، حقوق اساسی افغانستان، کابل: انتشارات دانشگاه ابن سینا.

۳. ویژه‌نامه‌ی حقوق و علوم سیاسی، فصل‌نامه علمی- پژوهشی کتاب سینا، سال اول- شماره اول، کابل، بهار ۱۳۹۰، موسسه‌ی تحصیلات عالی ابن سینا (دانشگاه ابن سینا).

۴. وزارت عدلیه، قانون انتخابات، جریده‌ی رسمی، شماره‌ی مسلسل ۱۲۲۶، تاریخ نشر: ۴ میزان ۱۳۹۵.

۵. وزارت عدلیه، قوانین اساسی افغانستان (۱۳۸۲ - ۱۳۰۱ شمسی)، خزان ۱۳۸۶، ریاست نشرات وزارت عدلیه.

۶. رسولی، محمد اشرف (۱۳۸۹)، تحلیل و نقد قانون اساسی افغانستان (جلد دوم)، کابل: انتشارات سعید.

۷. ویژه مطالعات حقوقی، فصلنامه اندیشه معاصر، سال اول، شماره سوم، کابل: بهار ۱۳۹۵، بنیاد اندیشه.

۸. ادوی، برایان، (۱۳۸۸). راهنمای گام به گام برنده شدن در انتخابات، ترجمه محمد صادق حسینی.

۹. وفایی زاده، محمد قاسم (۱۳۹۴). سیاست ورزی قومی و مشارکت سیاسی جوانان در افغانستان، بنیاد هاینریش بُل.

۱۰. سعادت، اسدالله (۱۳۹۴)، اصلاحات انتخاباتی (گزارشی از مطالعات، کارکردها، توصیه‌ها و پیشنهادهای کمیسیون خاص اصلاحات انتخاباتی)، کابل: انتشارات سعید.

11. A Guide to Reaching Young Voters, Institute of Politics Kennedy School of Government, 2003.

12. Yong Kim Eng, Force of The Future? Youth Participation in Politics in Cambodia, http://library.fes.de/pdf-files/bueros/philippinen/04526/countrypapers_cambodia.pdf (Accessed on 12 April 2017).
13. Enhancing Youth Political Participation Throughout the Electoral Cycle (2013), UNDP.
14. Maisam Wahidi, Youth Political Activism in Afghanistan (2015), hbs, <https://af.boell.org/2015/05/19/youth-political-activism-afghanistan> (Accessed on 08 March 2017)
15. Andrea Fleschenberg, Reviewing Gender Quotas in Afghanistan and Pakistan(2015), hbs, <https://af.boell.org/2016/04/05/it-not-charity-it-chair-power-moving-beyond-symbolic-representation-afghanistans> (Accessed on 20 April 2017)
16. How to Write a Manifesto http://www.wikihow.com/Write-a-Manifesto#Sample_Manifesto_sub (accessed 15 May 2017)

processes. The self-learning guide not only reviews the legal and policy frameworks but it also provides campaign tool kits including how to reach young voters, representation in media and best practices and strategies pre-election period, during election and post-election period.

An Electoral Guide for Young Candidates

Abdullah Athayi, Manizha Ramizy and Abdul Nasir Folad

Abstract

Afghan youth participation in politics is limited in terms of opportunities for candidates to run for public offices. When young people get involved in politics, they often remain passive supporters rather than active decision-makers. There seems to be two main factors where young people are often unable to exercise its rights and fulfill its responsibilities regarding involvement in decision making. On one hand, youth may lack awareness, capabilities, knowledge, technical skills and experience required; on the other hand there are limited opportunities and less attention provided by central and local government institutions to involve young people in decision and policy making. As a result young people are either discouraged or excluded from policy making radars and become isolated from the realm of decision making. Thus, the needs and the perspectives of the younger generation, who constitutes over 60% of the populations, are not fully reflected in the national policies and programs.

The upcoming parliamentary and district council's elections provide a crucial opportunity for young voters and candidates to increase their participation and influence the decision and policy making either directly or through representative bodies. Participation of capable youth and educated figures are important against elder candidates to prove their leadership skills and ability and of commitment to serve the society. Because the sustainability of Afghan democracy will be guaranteed when young people are aware of their political role and fulfill their responsibility as active citizens of society. In order to succeed in election, young candidates need to understand the policy and legal frameworks, principles, conditions, electoral process, media representations, effective campaign instruments and monitoring the process as well as implementing certain skills, strategies and best practices which young candidates used in developing countries.

This self-learning guide would be a useful material which young candidates can learn, build and strengthen their legal and technical skills as well as lessons learned from other countries to promote young political participation in national

An Electoral Guide for Young Candidates

Abdullah Athayi, Manizha Ramizy and Abdul Nasir Folad

Afghan youth participation in politics is limited in terms of opportunities for candidates to run for public offices. When young people get involved in politics, they often remain passive supporters rather than active decision-makers. There seems to be two main factors where young people are often unable to exercise its rights and fulfill its responsibilities regarding involvement in decision making. On one hand, youth may lack awareness, capabilities, knowledge, technical skills and experience required; on the other hand there are limited opportunities and less attention provided by central and local government institutions to involve young people in decision and policy making. As a result young people are either discouraged or excluded from policy making radars and become isolated from the realm of decision making.

In order to succeed in election, young candidates need to understand the policy and legal frameworks, principles, conditions, electoral process, media representations, effective campaign instruments and monitoring the process as well as implementing certain skills, strategies and best practices which young candidates used in developing countries.

This self-learning guide would be a useful material which young candidates can learn, build and strengthen their legal and technical skills as well as lessons learned from other countries to promote young political participation in national processes.