

الفصل الخامس

ادارة الحمله الانتخابية

أولاً: مفهوم الحملة الانتخابية وأهدافها وأهم المصطلحات الانتخابية .
ثانياً: المراحل الخاصة بالعلمية الانتخابية.



الجزء الأول : مفهوم الحملة الانتخابية وأهدافها وأهم المصطلحات الانتخابية :

أ) المقصود بالحملة الانتخابية: هي النشاط الإتصالي المخطط والمنظم والمدرّوس والتي يقوم بها الفرد أو الكتلة أو الحزب حين يخوضون انتخابات أياً كان نوعها لكسب أكبر قدر ممكن من أصوات الناخبين وتجري الحملة الانتخابية خلال الفترة الزمنية بين إعلان أسماء المرشحين وحتى قبل يوم الانتخاب ، ولها عدة مقومات أساسية من أهمها دراسة ظروف الدائرة ، والأوضاع العامة في المجتمع ، و معرفة احتياجات الناخبين وأولوياتهم والخدمات الأكثر أهمية لهم والسياسات الأكثر حيوية في نظرهم ، والمواقف التي يميلون الى تأييدها .

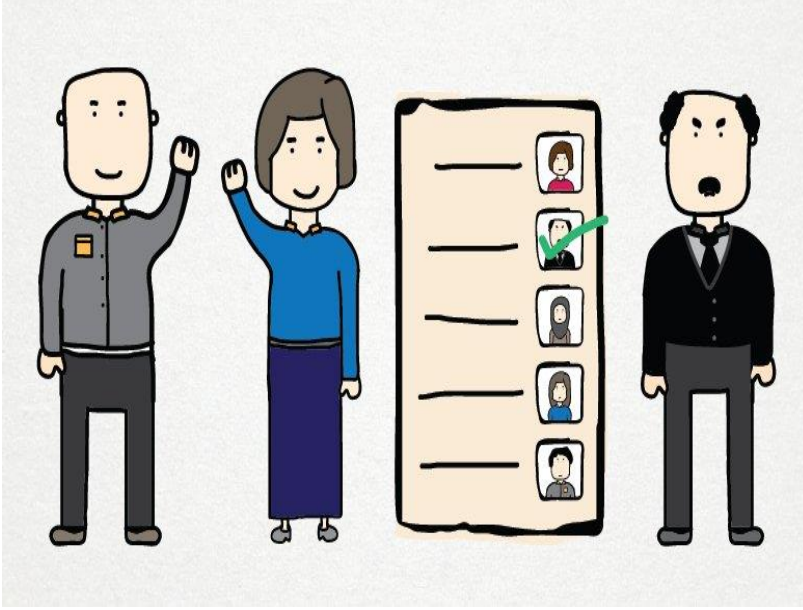
ب) تخطيط الحملات الانتخابية: أي عملية تخطيط لحملة انتخابية تمر بمراحل عديدة ومهمة ومتراصة أهمها :

- ١- الإعداد الذاتي للمرشحين وحسن الانتقاء .
- ٢- توفير البيانات والمعلومات عن الدوائر الانتخابية .
- ٣- دراسة البيئة الانتخابية من حيث المشاكل والمعوقات والناخبين والمنافسين ... وكل ما يتعلق بالدائرة التي ستجري فيها الانتخابات .
- ٤- إعداد البرنامج الانتخابي بناء على ما سبق ، ولا بد له من الوضوح والسلاسة والواقعية والارتباط بال جماهير .
- ٥- وضع خطة مالية لتمويل الحملة الانتخابية .

ت) أهداف الحملة الانتخابية: أي حملة انتخابية تهدف إلى تحقيق ثلاثة أمور متوازنة :

- ١- ضمان أصوات الناخبين الموالين من خلال تثبيت وتعزيز مواقفهم وتحسينهم من أثر دعاية المنافسين .
- ٢- التأثير على العدد الأكبر من الفئات المحايدة وهي الفئات الأكثر استهدافاً من جميع المنافسين .

٣- تنفيذ مواقف المنافسين وتغير اتجاهاتهم وافقادهم الثقة ببرامجهم وأفكارهم .



ث) أهم المفاهيم الأساسية للعملية الانتخابية:

١- المرشح: يعتبر المرشح هو بؤرة العمل في خطة الحملة، وأهم عامل فيها ومن ثم يجب التركيز على عناصر القوة والجذب فيه وتحديد لها، ومن هنا لابد من الإلمام بسيرة وحياة المرشح منذ الطفولة والتركيز على الخبرات التي اكتسبها في حياته العملية والمناصب التي تولاها .

٢- المرشحين المنافسين: هم المرشحين المنافسين في نفس الدائرة الانتخابية للمرشح ويجب دراسة سيرتهم الذاتية لمعرفة الاختلافات بينهم وبين المرشح وتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف بينهم ومن الوارد جدا " أن يكون من بينهم نواب سابقين أو على الأقل خاض بعضهم هذه الانتخابات قبل ذلك وبالتالي فلديهم خبرة اكبر يجب وضعها في الحسبان وعدم الاستهانة بأي مرشح مهما كان حجمه أو امكانياته .



٣- الاستراتيجية :

تحليل SWOT لك ولمنافسك				
المنافس (ج)	المنافس (ب)	المنافس (أ)	أنت/شركتك	
				نقاط القوة
				نقاط الضعف
				الفرص
				التحديات

ونقصد بمصطلح الاستراتيجية هي الاطار العام الذي يجب ان تسير عليه الحملة الانتخابية والنقاط والخطوات التي يجب ان يتبعها المرشح ، ومن هذه النقاط التالي :

- وضع برنامج واضح للمرشح ، يشمل كافة الخطوات والاجراءات التي سيتخذها بهدف انجاح حملته الانتخابية .

- يجب ان يجعل لحمته شعارا . وهذا الشعار يجب ان يكون مميزا ومختصرا ويمكن للناخب بسهولة ان يحفظه ويتذكره ، ولذلك نوصي بان يكون شعارا جذابا " و يمكننا الاستعانة بالنموذج التالى لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات بين المشرح ومنافسيه . وتمثل الاستراتيجية الخطوط العريضة للحملة الانتخابية فى كافة مراحلها ولذلك فان الصياغة الدقيقة لها من الامور الهامة والجوهرية لأنها الاساس الذى سيبنى على اساسه كافة الخطط والسياسات والاجراءات فى ادارة الحملة الانتخابية من خلال نموذج SWOT .

٤- الدائرة الانتخابية



تعد الدائرة الانتخابية هي المنطقة التي تحدد بها الحملة الانتخابية، ومن ثم يجب معرفة مساحتها ، وتحديد نوع المواصلات التي يحتاج المرشح إليها للوصول الى الناخبين . كذلك تشمل الدائرة التركيبية الديمغرافية لسكان المنطقة . الأمر الذى يؤدي إلى معرفة الخصائص التي لابد من مراعاتها عند وضع الحملة الانتخابية . كذلك تهدف هذه النقطة إلى التعرف على الناخبين والمستويات التعليمية والمهنية لهم .

ومن المهم معرفة نسب الناخبين ومعرفة أماكن التجمع والمستويات المعيشية لهم ومعرفة أولوياتهم مع الأخذ في الاعتبار أن هذه الأولويات نسبية وتختلف من وقت لآخر .

كما يعد من الضروري في هذه المرحلة رصد التاريخ الانتخابي للدائرة، حيث تعتبر هذه النقطة على جانب كبير من الأهمية في تقدير نجاح أو إخفاق الحملة الانتخابية الراهنة وذلك بناءً على دراسة عوامل النجاح والإخفاق في الانتخابات السابقة ومن ثم العمل على تلافي عوامل الإخفاق وتعظيم عوامل النجاح .

٥- نظام التمثيل النسبي : نظام التمثيل النسبي هو أحد أكثر أنظمة الانتخابية قدرة على تمثيل مختلف مكونات المجتمع . وهو بالتالي يحقق بشكل مباشر المعنى المراد من النظام الانتخابي . يختلف تطبيق التمثيل النسبي باختلاف النظام الانتخابي المطبق في الدول التي تتبع التمثيل النسبي . فهو إما أن يكون تمثيل نسبي للأحزاب السياسية فقط ، أو أن يكون تمثيل نسبي للأحزاب والمناطق ، أو تمثيل نسبي للأحزاب والمناطق والهيئات العامة كالنقابات . والتمثيل النسبي يعني أن نسبة التمثيل في البرلمان تعتمد على النسبة التي يحصل عليها الحزب أو التجمع في الانتخابات . وأغلب أنظمة التمثيل النسبي تعتمد نظام الدائرة الواحدة وانتخاب القائمة لا الأشخاص وبالتالي تكون المفاضلة بين برامج انتخابية وخطط وسياسات وليس على أساس العلاقات الشخصية . (مثال لنفترض ترشيح أربع قوائم لمجلس مكون من خمسين مقعد والقائمة الأولى حصلت على ٤٠٪ تحصل بالتالي على ٢٠ مقعد والثانية حصلت على ٣٠٪ فتحصل على ١٥ مقعد والثالثة ٢٠٪ فتحصل على ١٠ مقاعد والرابعة ١٠٪ فتحصل على خمس مقاعد) . إن أهم ما يميز هذا النظام ، هو أنه يتفق مع العدالة ، ويحقق تمثيلاً صحيحاً للاتجاهات المختلفة في الرأي العام .

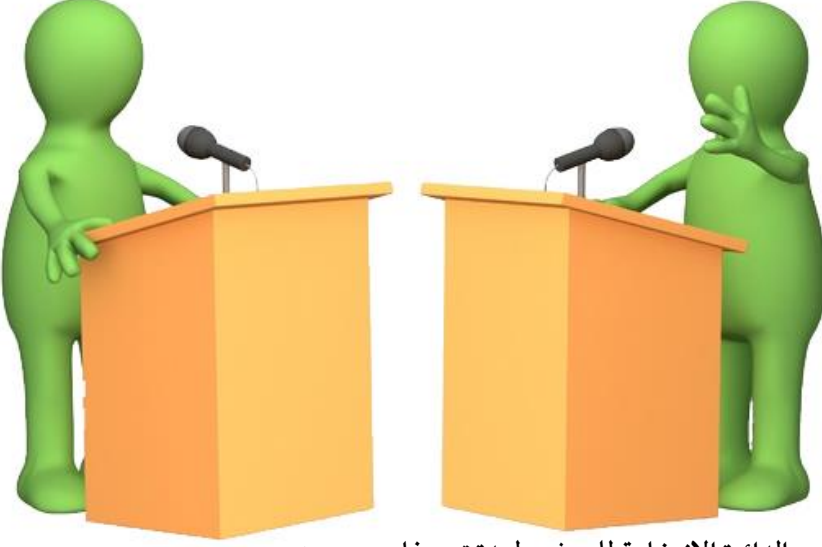
هناك نوعان من الانتخابات النسبية:

القائمة المغلقة : حيث يقوم الحزب أو التحالف بتحديد تسلسل الأعضاء الذين سوف يتم تمثيلهم في المجلس . فهنا يحق للناخب اختيار القائمة أو التيار الذي يمثله ولكن لا يحق له اختيار الأشخاص (مثلاً في حال فوز قائمة ما بثلاثة مقاعد يفوز الأسماء الثلاث الأولى بهذه المقاعد) .

القائمة المفتوحة : حيث يقوم الناخب باختيار الحزب أو التحالف ومن سيقوم بملئ المقاعد

(المرشحين) التي سوف يفوز بها الحزب أو التحالف (فمثلا لو حصلت القائمة على ثلاث مقاعد يتم اختيار الأشخاص الثلاث ضمن هذه القائمة الذين حصلوا على أعلى نسبة تصويت للملئ هذه المقاعد الثلاث).

٦- المناطق الانتخابية فى الدائرة



تنقسم الدائرة الانتخابية للمرشح لعدة تصنيفات وهى :

أولاً: منطقة الأصوات المؤيدة : (منطقة الدفاع) :



وهي المنطقة التي تتواجد فيها الأصوات المؤيدة للمرشح ، وهي المنطقة التي يتمتع فيها

بثقل :

- قد تكون هذه المنطقة منطقة قبيلته أو عائلته .
 - منطقة يرتبط فيها اسمه نظير خدمات قدمها ، أو رعايته لبعض الأهالي فيها ،
 - أو قد يوجد بها محل عمله ، أو يشتهر فيها ،
 - أو أنه المرشح الأكثر شعبية فيها .
- ولكن بداية ، من الخطأ أن يعتمد المرشح على هذه المنطقة فقط وحدها دون النظر إلى بقية المناطق .
- وهنا تأتي أهمية الاستراتيجية للحملة التي تحاول أن تتعامل مع الدائرة الانتخابية كلها كوحدة واحدة وتقيس عدد المؤيدين في كل مناطق الدائرة .
- ثانياً: منطقة الأصوات المتأرجحة : (منطقة الوسط) :



- وهذه المنطقة غير مضمونة لأي من المرشحين ، أي أنها المنطقة التي تؤثر بها أنشطة الحملة الانتخابية إل حد كبير ، فالخطيط العلمي للحملات يعتمد الحصول على أكبر نسبة من الأصوات في هذه المنطقة ، وهي التي تظهر الفارق بين المرشحين .
- تتميز هذه المنطقة بأنها أرض بكر يمكن أن تتغذى بالأفكار والمقترحات .
 - أي مرشح يريد أن يبني لنفسه شكلاً معيناً في الأداء والحركة ، أو وصفاً معيناً (كأنه رجل خير ، أو رجل مثقف ، أو مرشح ملم بمشاكل الدائرة واحتياجاتها) ، يتم من خلال هذه المنطقة .

- تكون هذه المنطقة المثالية لذلك ، على عكس منطقة الدفاع ، التي من المفترض بالأساس معرفة الناخبين بالمرشح ، أو منطقة الهجوم التي يكثر فيها الإشاعات والأقاويل .
- دائماً يجب أن تخضع دعاية المرشح في هذه المنطقة لمعايير عقلانية ، يكثر فيها من طرح أفكاره وآرائه ، لأنه من المفترض أن يكثر المثقفين أو المتعلمين ، أو الذين سيعطون أصواتهم لمن يجذبهم بالأفكار والمقترحات في هذه المنطقة .
- و نستطيع القول بأن هذه المنطقة ستضعف فيها النزعة العاطفية ، لأن الأصوات فيها ليست موجهة لمرشح معين .

ثالثاً: منطقة الأصوات للمرشح المنافس: (منطقة الهجوم):



- وهي المنطقة التي لا يتمتع فيها المرشح بميزة نسبية من الأصوات ، وإنما يتمتع بهذه الميزة المنافسين الآخرين حيث تعتبر منطقة الدفاع للمنافس .
- تعد من أصعب المناطق في الدعاية الانتخابية للمرشح .
 - الخطأ الذي يقع فيه العديد من المرشحين هو أنهم يتجاهلون الدعاية في هذه المنطقة ، ويعتبرونها ابتداءً أنها ملك للمنافسين ، ويقدرّون أن الدعاية في هذه المنطقة مضيعة للجهد والمال .
 - يؤكد واقع الانتخابات أن المرشح إذا أراد أن ينجح فإنه لا يستبعد أي منطقة من

دعايته . فقد يحصل على ١٠٪ من أصوات منطقة الهجوم أو أقل ، وقد تكون هذه النسبة من الأصوات هي العامل المرجح في فوزه بالانتخابات أو دخوله لإعادة .

ملحوظة هامة :

كلما زاد المستوى الثقافي والتعليمي كلما تزايد مستوى الوعي السياسي وايضا " حياة المدينة تقلل من العصبية القبلية والتأييد المتعصب لمرشح معين ويحتاج أهل الدائرة الانتخابية لبرنامج انتخابي واضح المعالم يطرح للرأى العام والنقاش المجتمعي وهذا يزيد المسؤولية على المرشح لوضع برنامج انتخابي منظم يتناول أهم مشكلات الدائرة ومقترحات المواجهه التي يطرحها المرشح .



٧- **التعصب السياسي :** هو مصطلح يوصف تمسك الفرد بالرأى السياسي لحزبة دون مراجعة لذلك الرأى إعتقادا منه إن ذلك الحزب أو الجماعة السياسة الحق و الاخرين أو باقي الاطراف السياسية عملاء لصالح أعداء الوطن ، وغالبا ما يتشر التعصب السياسي بشكل كبير في الدول الغير ديمقراطية أو الدول غير المتحضرة المتخلفة ثقافياً، في أكثر الأحيان يكون للتعصب السياسي غلاف ديني ويكون بسبب انتشار الجهل وقلة الوعي الثقافي والسياسي .

٨- **الدعاية السياسية :** هي أحد وسائل الحملة الانتخابية هي محاولة إعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم ووسيلتها نشر معلومات وحقائق أو أنصاف حقائق أو حتى أكاذيب في محاولة منظمة للتأثير على الرأى العام . فهي عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر يقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي.

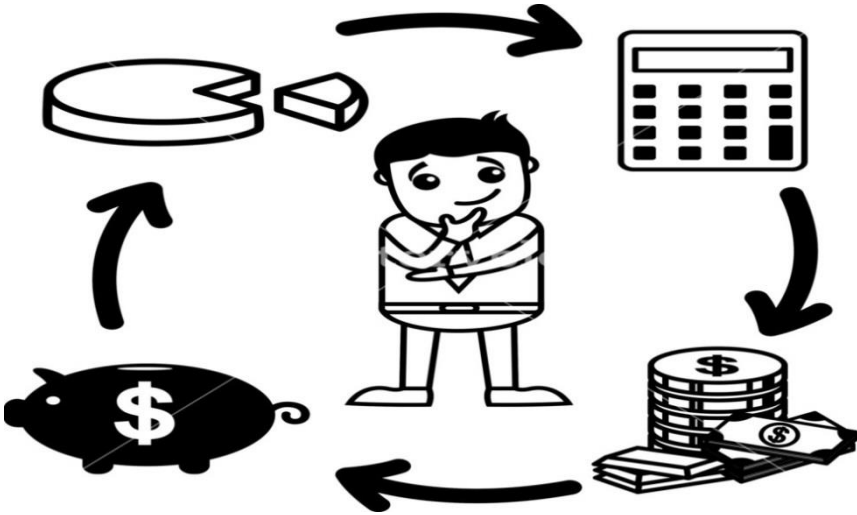
هناك ثلاث أنواع للدعاية السياسية (بيضاء / رمادية / سوداء):

- البيضاء: النشاط المكشوف من قبل دولة ضد دولة أخرى (مثل الدعاية العربية ضد الصهيونية). وهي تُصدر من مصدر معروف وفي العادة يكون المصدر وكالة من الوكالات الحكومية بما في هذا القيادات العسكرية على مختلف مستوياتها، ويشارك هذا النوع من الدعاية مع العمليات النفسية العلنية المكشوفة.
- الرمادية: تختفي وراء هدف معين ولا توضح أي مصدر. السوداء: قائمة وتتصف بالكتمان وعدم العلنية وعادة تنبعث من أي مصدر غير المصدر الحقيقي، وتقوم على نشاط المخابرات، والعملاء السريين ميزتها انها تزدهر وتنمو قرب أرض العدو، وتعتبر أداة أساسية للحرب..

٩- التحالف السياسي أو التحالف الحزبي: هو اتحاد بين حزبين أو أكثر، تكون عادة ذات أفكار متقاربة، من أجل خوض انتخابات، أو حكم بلد أو منطقة أو جهة إدارية. يكون لكل طرف بالتحالف سياساته الخاصة، ولكن يختار مؤقتاً أن يضع الخلافات جانبا لمصلحة الأهداف المشتركة والإيديولوجية.

في بعض الأحيان، يتكون تحالف انتخابي من أطراف ذات أهداف سياسية مختلفة جداً، ويوافقون على تجميع الموارد من أجل وقف مرشح أو حزب معين من الحصول على السلطة.

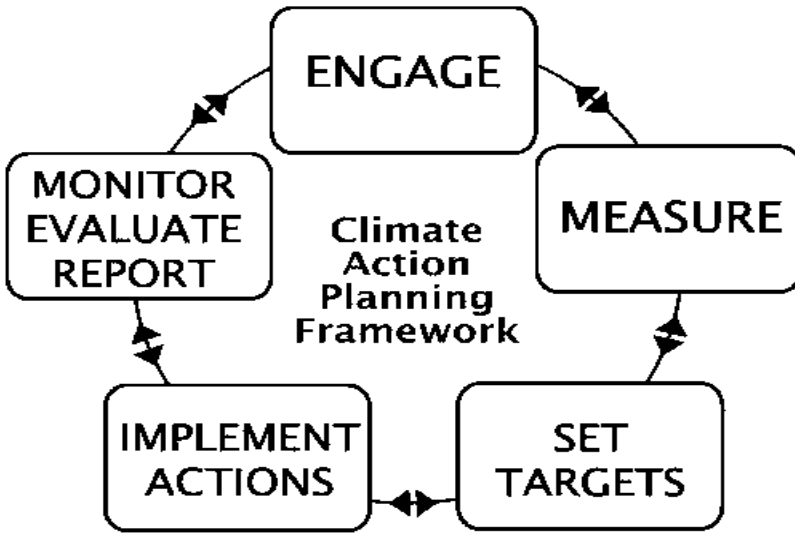
١٠- ميزانية الحملة الانتخابية:



يعتبر القرار المالي من أهم العوامل الحاسمة في دخول المرشح العملية الانتخابية أساسا، ثم في التعرف على فرص تأثير حملته الانتخابية في الدائرة، ومن ثم المساهمة (وليس التنبؤ القطعي) بفرص المرشح في المنافسة، وقدراته المادية (مالية، بشرية، عينية . .) على تنفيذ خطته لإدارة الحملة .

وإعداد الموازنة هو نشاط متخصص ، ولكنه يستفيد من دراسة الدائرة بشكل جوهري .

١١- خطة التحرك



ويتم خلال هذه الخطة وضع جدول زمني تحدد فيه الأماكن التي سيتم زيارتها والأفراد ذوي الثقل الاجتماعي والسياسي والذي يمكن الاعتماد عليهم في استقطاب أكبر عدد ممكن من الناخبين ، وتعتبر هذه النقطة على جانب كبير من الأهمية ذلك لأنه في حالة عدم القدرة على تحديد الأماكن والأفراد من ذوي الثقل سوف يؤدي ذلك إلى إهدار وقت وأموال المرشح في أماكن أو مع أفراد من ذو التأثير المحدود .

ومن المهم وجود نظام مستقر وفعال للاتصال والانتقال للفريق وفي الدائرة، وكذلك ضرورة توافر وسائل الاتصال المباشرة والشخصية بالمرشح حتى يمكن إشعار الناخب بسهولة الوصول إليه في أي وقت وفي أي مكان كذلك ضرورة توافر وسائل الاتصال التي تمكنه من

التحرك بسرعة فى الدائرة وبدون إضاعة الوقت فى محاولة لإحداث التواصل بينه وبين أبناء الدائرة .

وبعد التعرف على أوضاع الدائرة، والمرشح، والمنافسين، والتقدير المالى لتكلفة الحملة، وعناصر خطة الدعاية المناسبة، نبدأ بوضع الخطة الاستراتيجية للحملة وإدارتها الفعلية، ومتابعة وتطوير التحرك باستمرار وفقاً للمتغيرات والاستعانة بذوى الخبرة من أهل الدائرة بشرط ضمان قدر مناسب من ولائهم ودعمهم قد يساهم بشكل كبير فى توفير البيانات اللازمة لأعداد الخطة الاستراتيجية للحملة الانتخابية لذا يجب الدقة والحرص الشديد فى اختيار فريق العمل لإدارة الحملة الانتخابية للمرشح .

١٢- البرنامج الانتخابي :



من الضروري أن يكون لكل مرشح برنامج انتخابي و هو مجموعة الأفكار التي يريد المرشح إبرازها أمام الناخبين ويعبر فيها عن رأيه فى الأوضاع القائمة ومقترحاته للتطوير المستقبلي . بعبارة أخرى، فإن الحد الأدنى من البرنامج الانتخابي هو الوعود الانتخابية للمرشح وبالتالي فاعداد البرنامج الانتخابي وصياغته يعتمد اساسا " على حجم البيانات المتوافره عن مشاكل الدائرة الانتخابية للمرشح و مقترحات حلها التي يقدمها المرشح من خلال برنامجه الانتخابي .

وهناك عدة خطوات لصياغة البرنامج الانتخابي للمرشح وهى :

أ- تنظيم الأفكار بحسب مدى إلحاح المشكلات والقضايا فى الدائرة ومدى تعبير هذه الأفكار عما يريده الناخبون بالنسبة لهذه القضايا .

ب- تنقية الأفكار وصياغة البرنامج الانتخابى .

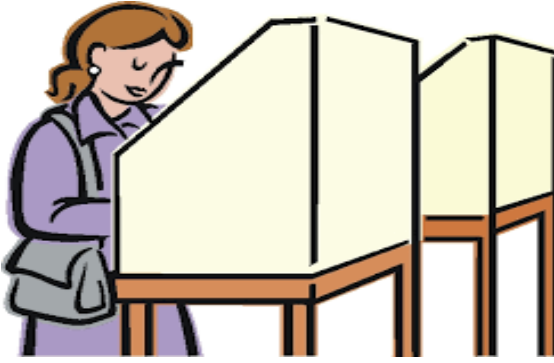
ت- استطلاع آراء الناخبين تجاه الافكار التى يتضمنها البرنامج الانتخابى .

ث- عمل التعديلات فى صياغة البرنامج الانتخابى .

ج- طرح البرنامج الانتخابى على جمهور الدائرة .

ومن المهم الاستشارة لذوى الخبرة واصحاب الفكر من أهل الدائرة عند صياغة البرنامج الانتخابى .

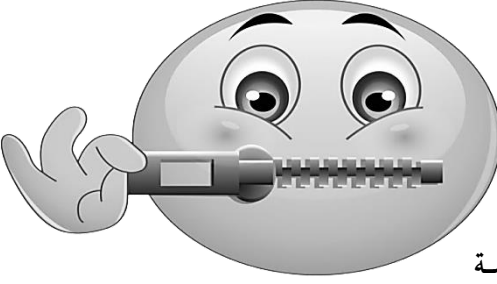
١٣- استقطاب أصوات الناخبين :



يشير إلى البدء المنهجي للاتصال المباشر مع مجموعة مستهدفة من الأفراد وهو يُستخدم بنحو كبير أثناء الحملات الانتخابية حيث يقوم فريق الحملة (وخلال فترة انتخاب المرشح) بالطرق على أبواب سكان محددین في منطقة جغرافية بعينها ، مشترکين في تفاعل شخصي وجهاً لوجه مع الناخبين . ويمكن القيام باستقطاب أصوات الناخبين أيضاً عن طريق الهاتف ، حيث يُشار إلى هذه العملية باسم الاستقطاب بالهاتف . ويتمثل الهدف الرئيسى من استقطاب أصوات الناخبين في التعرف على الناخبين - لاستطلاع كيف يخطط الأفراد للقيام بالتصويت - بدلاً من التجادل مع الناخبين أو إقناعهم . ويعتبر هذا التجهيز جزءاً لا يتجزأ من عملية

الحصول على صوت الناخب حيث يتم التواصل مع الداعمين المعروفين في يوم الانتخاب ويتم تذكيرهم بالإدلاء بأصواتهم.

١٤- الصمت الانتخابي :



فترة تحددها القانون تسبق

كل انتخابات رئاسية أو برلمانية، يحظر فيها ممارسة الدعاية السياسية. ورغم أنها خروج عن مبدأ حرية التعبير، إلا أنها

استثناء غرضه الموازنة بين الأطراف المتنافسة

وخلق مناخ هادئ يسمح للناخب باتخاذ القرار الصائب.

٦- تحديد وسائل الاتصال المناسبة والأساليب الدعائية .

٧- جدولة الحملة الانتخابية وطريقة التنفيذ .

٨- التنفيذ للحملة والتقييم واجراء التصحيح للانحرافات .

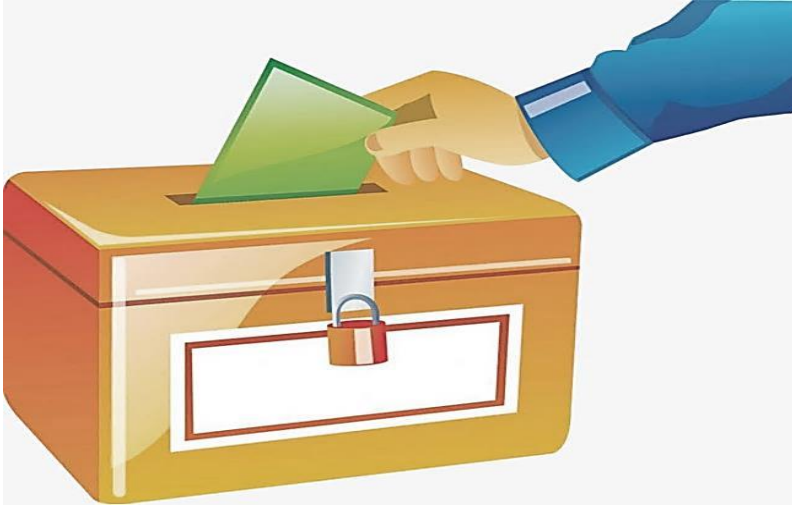
١٥- حبر الانتخابات :



هو حبر شبه دائم يوضع عادة على أصابع الناخبين خلال فترة الانتخابات، لمنعهم من الإدلاء بأصواتهم أكثر من مرة وهو حبر ثابت لمدة ٤٨ ساعة .

وتكون درجة حموضته 2.4 على الأقل وغير ضار بالصحة ولا يحتوي على أي مواد ضارة بجلد الإنسان مثل الصبغات المسرطنة ويطبق هذا الحبر عادة على إبهام اليسرى ، وخاصة على سرير الظفر حيث لا يمكن أن يزول بسرعة في ذلك المكان . ويمكن تطبيق الحبر بكثير من الطرق وذلك حسب الظرف ، ولكن الطرق الأشيع إما بقوارير توضع بها الإصبع أو باسفنجة مشربة بالحبر أو بخاخ . . ولكن في كافة الطرق يجب تعريض الإصبع للحبر لمدة لا تقل عن ١٥ ثانية ، وبعدها يجب أن تُعرض الإصبع للضوء كي يبقى الحبر الفترة اللازمة عليها.و يتكون ذلك الحبر من صباغ لتمييزه من بين السوائل مثلاً ، ومن نترات الفضة بتركيز معين والتي تصبغ الجلد في حال تعرضها للأشعة فوق البنفسجية (أي الشمس) وتترك علامة على الإصبع لا يمكن إزالتها حتى تتبدل الخلايا الجلدية السطحية التي تلونت ويتم استعماله من قبل العديد من الدول حول العالم.

١٦- صندوق أوراق الاقتراع :



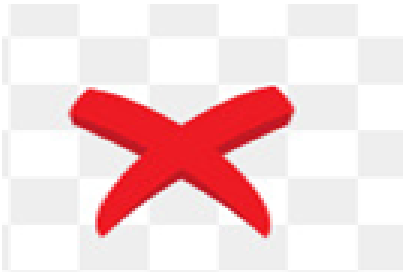
هو الصندوق الذي تجمع فيه أوراق الناخبين لفرزها فيما بعد .على أن يكون هذا الصندوق شفافا يرى ما بداخله وفارغا قبل وضعه امام الجمهور ، على ألا يرفع إلا بعيد انتهاء فترة التصويت المعلنة وأي تحريك له من موقع الاقتراع قبل انتهاء هذه الفترة يخدش موثوقية

الصندوق . لكن بعد تطور التقنية وقع الإستغناء عن صناديق الإنتخابات والإستعانة بالوسائل الحاسوبية لتسجيل الأصوات وفرزها لاختصار الوقت والجهد اللازمين للخلوص إلى نتيجة الانتخابات . وإن كان صناديق الانتخابات لا تزال رائجة ومستعملة في عدة بلدان كبرى حول العالم وحتى في البلدان المتقدمة سيما في الإنتخابات الصغيرة كانتخابات اعضاء اللجان ومجالس ادارات الشركات .

١٧- الرمز الانتخابي :



هو رمز مخصص لكل مرشح تم قبول ترشيحه رسميا " . ويستخدم المرشحون الرموز في حملتهم الانتخابية ، وتطبع علي بطاقات الاقتراع التي يجب ان يدلي فيها الناخب بعلامة للتصويت لصالح المرشح الذي يؤيده . والغرض منها هو تيسير التصويت من جانب الأيمن الذين لا يستطيعون قراء أسماء المرشحين في بطاقات الاقتراع .



١٨- الصوت الباطل أو "غير الصحيح" : هو

الذي تحسبه سلطة الانتخابات مخالفا لقواعد التصويت و لا يحسب في العد لصالح أي من الخيارات المطروحة للتصويت . و بطلان الصوت قد يكون عرضا ، نتيجة خطأ من الناخب أثناء

التصويت أو لجهله بقواعد التصويت ، و قد يكون عمدا كضرب من التصويت الاحتجاجي .

أنواع مبطلات الأصوات تشمل:

* التصويت الناقص يكون بترك كل أو بعض الخيارات الواجب الاختيار منها في ورقة التصويت .

* استيفاء ورقة التصويت على نحو غير منطقي أو لا يتفق مع قواعد التصويت مثل :

- التصويت الزائد باختيار عدد من الخيارات أكبر من المسموح به .

- إبداء الرأي في تصويت تفضيلي في غير الترتيب الطبيعي .

- التصويت على نحو يجعل رأي الناخب غير مفهوم .

- الإنطاف المادي لورقة التصويت .

- وضع علامات على ورقة التصويت غير تلك المطلوبة لإبداء الرأي ، أو بما يفصح عن هوية الناخب بما يهدر الاقتراع السريّ .

إذا ما أخطأ الناخب أثناء إبداء رأيه فقد يكون في وسعه ، حسب نظام التصويت ، تدارك الموقف و بدأ التصويت من جديد ، على أن المعالجة الإدارية لذلك تختلف من نظام لآخر . في الولايات المتحدة يسمى الصوت الملغى بسبب خطأ " صوتا تالفا " تميزا له عن " الصوت الباطل " الذي تم إدراجه ، بينما في كندا يسمى النوع الأول " صوتا مرفوضا " والثاني " صوتا تالفا ."

١٩- انتهاء عملية التصويت :

انتهاء عملية التصويت

محضر عملية الاقتراع

- يتولى رئيس المكتب تجميع عملية الاقتراع وذلك بإدراج البيانات التالية :
- عدد أوراق التصويت الباقية
- عدد أوراق التصويت التالفة
- عدد الإمضاءات في قائمة الناخبين

٢٠- خطوات الترشح وخوض العملية الانتخابية :



أولاً- اتخاذ القرار بالترشح .

ثانياً- التحضير لخوض الانتخابات :

ب- تكوين فريق العمل .

أ- دراسة الدائرة الانتخابية .

ثالثاً- خوض الانتخابات .

رابعاً- إدارة الحملة الانتخابية .

الجزء الثاني : المراحل الخاصة بالعلمية الانتخابية



مقومات الادارة الجيدة للحملات الانتخابية

الاعداد الجيد للمرشح

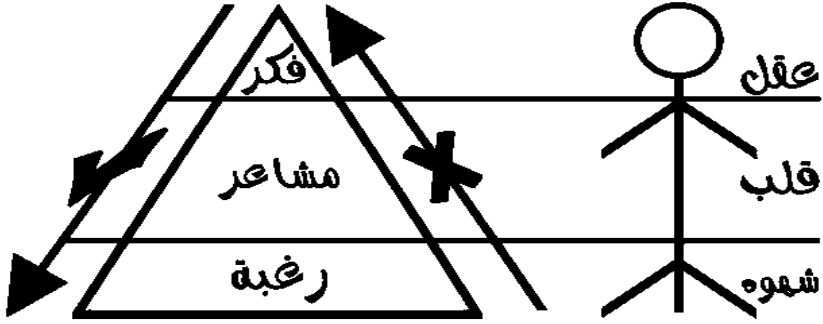
الادارة الناجحة تتحقق بفريق عمل ناجح

وسوف نتناول هذه الخطوات بالتفصيل فيما يلي

مقومات الادارة الناجحة للحملة الانتخابية :

أولاً: اتخاذ القرار بالترشح:

مثلث إتحاف القرار



قبل اتخاذ القرار بالترشح وخوض العملية الانتخابية يجب ان يكون الشخص امينا " مع نفسه وان يفكر جيدا " وأن يتأكد من قدراته الشخصية والاجتماعية والسياسية والمالية لخوض العملية الانتخابية وألا يتأثر بتشجيع الأصدقاء والاقارب دون ان يكون لديه القدرة على الترشح .

*** الخصائص الواجب توافرها فى المرشح للانتخابات : على من يرشح نفسه لخوض الانتخابات ان يكون ممن تنطبق عليه الصفات التالية :

- ١- حسن المظهر مألوف الهيئة ومهندم .
- ٢- شخص وقور وحسن السمعه .
- ٣- شخص اجتماعى متعدد ومتشعب العلاقات .
- ٤- قوى الشخصية ولديه قدرة عالية على ضبط النفس والتحكم فى انفعالاته .
- ٥- واثق فى نفسه لانه سيواجه اعتراضات وأسئلة محرجه من الجمهور .
- ٦- أن يكون شخص موضوعى وناضج عاطفياً .
- ٧- شخص معروف في الدائرة التي يترشح فيها .

- ٨- ان يحصل على تأييد عائلي من اهل ومعارف واصدقاء ويضمن تأييدهم له ودعمهم له .
- ٩- يتمتع بالصحة الكافية التي تمكنه من التجول بين الناس و في كافة مناطق دائرته .
- ١٠- متواضعاً لأبعد حد مع الاحتفاظ بهيبته ووقاره حتى يتواصل مع كافة انواع الناخبين في دائرته بكافه مستوياتها الثقافية .
- ١١- ملم المام تام بظروف وطبيعة وبيئة وحياة الناخبين في دائرته ويعلم تماماً مشاكلهم وتطلعاتهم .
- ١٢- ملم بالدستور وقوانين الدولة وسياستها العامة واحوال البلاد الاقتصادية وغيرها .
- ١٣- ملما بالسياسة الخارجية سواء الدولية او الاقليمية وعلى علم بما يحدث حول العالم .
- ١٤- لبق و متمكن من لغة الحوار ومناقشا ومحاورا جيدا ، يجيد الاستماع ويتكلم وقت ان يجب عليه ان يتكلم ويتصت حين يجب عليه الانصات للآخرين .
- ١٥- الا يخوض في عيوب الآخرين ولكن يركز على اظهار ما لديه هو من قدرات تنافس غيره .
- ١٦- يحدد نقاط قوته وضعفه والفرص المتاحة لديه بكل دقة قبل الخوض اصلا في عملية الانتخابات الأمانه والصراحة مع النفس .
- ١٧- على علم تام بمنافسيه ، من هم ؟ وما اتجاهاتهم ؟ وما النقاط التي يختلفون فيها عنه؟ وماذا يقدمون هم للناخبين؟ وما هي عيوبهم او نقاط ضعفهم ؟ .
- ١٨- أن يكون شخص حسن الخلق حسن السمعة .
- ١٩- أن يراعى الحاجات والآمال والآلام لدى الجمهور في دائرته .
- ٢٠- الاهتمام بالآخرين والإيثار و تعني الاهتمام بالغير وحب مساعدة الآخرين .

ثانياً: التحضير لخوض الانتخابات :

هناك العديد من التحضيرات لخوض العملية الانتخابية يجب القيام بها ولها العديد من الجوانب من أهمها ما يلي :

١- إعداد جيد لملف المرشح: ويتعلق بتوافر ملف كامل للمرشح يتضمن سجل حياته، وأوراقه الرسمية لسرعة تقديمها عند فتح باب الترشح.

٢- وجود مقر انتخابي علني : مزود بكافة وسائل الاتصال المطلوبة ويعمل فيه طاقم مدرب يشرف على تنفيذ الحملة ويكون عنوانا للقائمة المرشحة وللإعلاميين وللجماهير .

٣- اعرف دائرتك:

- معرفة الحدود الجغرافية للدائرة الانتخابية.

- التوزيع السكاني بها.

- مراكز الثقل الانتخابية.

- الخريطة العائلية والقبلية.

- النشاطات الاقتصادية في الدائرة.

- مقار التصويت، وطرق الوصول إليها.

*** دراسته الدائرة الانتخابية ***

وهناك العديد من الجوانب التي يتم دراستها في الدائرة الانتخابية ومن أهمها ما يلي :

١ : الخريطة الديمغرافية (السكانية) للدائرة :

1- كم عدد الناخبين في الدائرة ؟

2- ما هو متوسط عدد المشاركين في الانتخابات في الدائرة ؟

3- ما هي تركيبة السكان في الدائرة ؟

- 4- ما هو عدد الناخبين الذين يقطنون في المناطق المختلفة في الدائرة؟
- 5- أين تتركز الكتلة التصويتية في الدائرة؟
- 6- ما هي الخلفيات السياسية والدينية والاجتماعية للكتل التصويتية؟

٢: الظروف الاقتصادية للدائرة :

- 1- ما هي الحالة الاقتصادية للناخبين في الدائرة؟
- 2- ما هي مصادر الدخل الرئيسية للناخبين؟
- 3- ما هي المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي في الدائرة؟
- 4- ما هي شرائح الدخول لمواطني الدائرة؟
- 5- ما هي المناطق التي يتركز فيها رجال الأعمال؟

٣: الظروف الاجتماعية في الدائرة :

- 1- ما هو دور الجمعيات في الدائرة؟
- 2- من هم قادة الرأي في الدائرة؟ وفي كل منطقة؟
- 3- ما هي وسائل الاتصال بقيادة الرأي في الدائرة؟
- 4- ما هي القوة النسبية التي يتمتع بها قادة الرأي في المنطقة؟
- 5- ما هي طبيعة تحرك قادة الرأي مع الجمهور في المنطقة؟
- 6- ما هو ترتيب القوة التأثيرية لقيادات الرأي في المنطقة؟
- 7- من هم قادة الرأي المحتمل تأييدهم لمرشح معين؟
- 8- من هم قادة الرأي الذين يصعب الحصول على تأييدهم؟
- 9- من هم قادة الرأي الذين يملكون توجهات محايدة؟
- 10- ما هي طبيعة المهن في الدائرة؟

- 11- ما هو تأثير الشباب فى الانتخابات ؟
- 12- ما هو تأثير المرأة فى الانتخابات فى الدائرة ؟
- 13- ما هي القبائل ذات التأثير فى الانتخابات فى الدائرة ؟
- 14- ما هي طبيعة التحالفات الاجتماعية فى الدائرة ؟
- 15- ما هي الحالة التعليمية فى الدائرة ؟
- 16- كيف يقضي الناخبون أوقات فراغهم ؟
- 17- ما هي المشكلات الرئيسية التي يعاني منها أبناء الدائرة ؟
- 18- ما هي المناطق التي يتركز فيها المثقفون ؟

٤ : الطبيعة السياسية للدائرة :

- 1- ما هي التوجهات والميول السياسية والدينية فى الدائرة ؟
- 2- ما هو تأثير الجمعيات السياسية على المواطنين فى الدائرة ؟
- 3- ما هي طبيعة التحالفات السياسية فى الدائرة ؟
- 4- ما هو التوجه السياسي لقادة الرأي فى الدائرة ؟

٥ : اتجاهات السلوك التصويتي فى الدائرة :

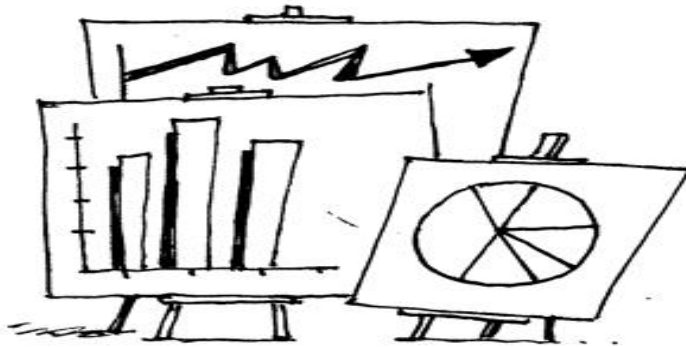
- 1- كم عدد الناخبين المشاركين فى الانتخابات السابقة؟
- 2- ما هي التوجهات السياسية والدينية التي أيدها الناخبون فى الانتخابات السابقة؟
- 3- ما هو عدد الأصوات التي حصل عليها كل مرشح فى الانتخابات السابقة؟
- 4- ما هي العوامل التي أدت إلى حشد وتعبئة الناخبين فى الانتخابات السابقة؟
- 5- ما هو توجه الشباب التصويتي فى الانتخابات؟
- 6- ما هي طبيعة التصويت فى الأسرة ؟ متماثل بين الزوج والزوجة والأبناء أم مختلف؟

- 7- ما هي الفئات المحجّمة عن التصوّت في الانتخابات ؟
- 8- ما هو عدد السيدات المسجّلات في الجداول الانتخابية ؟
- 9- ما مدى إقبال المرأة على التصويت ؟
- 10- ما هو عدد الشباب المقيد في الجداول الانتخابية ؟
- 11- ما مدى انتماء الشباب في الدائرة إلى جمعيات سياسية أو دينية ؟
- 12- ما هو نمط تصويت الشباب في الانتخابات السابقة ؟

٦ : طبيعة التنافس في الدائرة :

- 1- ما هو تأثير الأموال على المنافسة في الدائرة ؟
- 2- ما هي العوامل التي أدت إلى نجاح النائب الحالي للدائرة ؟
- 3- ما هو المرشح الأقوى في الانتخابات الحالية ؟
- 4- ما هي الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية للمتنافسين .
- 5- ما هي مناطق الضعف النسبي للمنافسين ؟
- 6- ما هي مراكز الثقل النسبي للمنافسين ؟
- 7- من هم المرشحون المحتمل خوضهم الانتخابات ؟
- 8- ما هي وسائل الاتصال التي يلجأ إليها المنافسون في الدائرة ؟
- 9- ماذا يقول الناخبون عن المنافسين ؟
- 10- ما هي مواطن القوى النسبية لدى المرشحين ؟
- 11- ما هي المناطق التي تتمتع بها المرشحون بمزايا نسبية ؟
- 12- ما هي مواطن الضعف لدى المرشحين في الدائرة ؟
- 13- ما هي المناطق التي لا تتمتع فيها مرشح معين بميزة نسبية ؟

- 14- ما هي العوامل التي قد تزيد من إضعاف المنافسين ؟
 - 15- ما هي مناطق الثقل الخاصة بالجمعيات السياسية والدينية ؟
 - 16- كم يبلغ عدد الموالين للجمعيات السياسية والدينية في الدائرة؟
 - 17- كم يبلغ عدد المعارضين للجمعيات السياسية والدينية / المستقلين في الدائرة ؟
 - 18- ما هي مصادر قوة الجمعيات في الدائرة ؟
 - 19- ما هي مصادر ضعف الجمعيات في الدائرة ؟
- ٧: المتغيرات الجديدة التي طرأت على الدائرة :
- 1- ما هو تقييم المواطنين لأداء النائب الحالي في الدائرة ؟
 - 2- ما التغير الذي طرأ على المشكلات الخاصة بالدائرة بالزيادة أو النقص ؟
 - 3- ما التغير الذي طرأ على عدد المقيدون في الجداول الانتخابية ؟
 - 4- هل ظهرت مشروعات جديدة في الدائرة لها تأثير على الناخبين ؟
 - 5- ما التغير الذي طرأ على طبيعة القوى السياسية والدينية في الدائرة ؟
 - 6- ما هي الأنماط الجديدة من السلوكيات والمشكلات التي بدأت تظهر في الدائرة؟
- ٨: تحليل الانتخابات السابقة :



1- ما هي المشكلات التي صاحبت الانتخابات السابقة؟

2- ما هي وسائل الدعاية التي استخدمت في الانتخابات السابقة؟

3- ما هي العوامل التي أثرت على نجاح بعض المرشحين؟

4- ما هي الأخطاء التي وقع فيها بعض المرشحين؟

5- ما هو المناخ السياسي التي جرت فيه الانتخابات السابقة؟

هناك عناصر عديدة في استراتيجية التحرك، منها دراسة حدود الدائرة، وتحديد نوعيتها، والتعرف على مشكلاتها وقضاياها المؤثرة، وكذلك معرفة الاتجاهات التصويتية للناخبين فيها.

٤- الميزانية:

- إجمالي التمويل المخصص بمعرفة المرشح.

- مصادر الدعم المحتملة للمرشح، نقداً وعيناً.

- أوجه الانفاق الأساسية والثانوية.

- التكاليف الدائمة والمؤقتة لأنشطة الحملة.

- إمساك الدفاتر وإعداد تقرير يقدم للجهات الرسمية عند طلبه عن موازنة الحملة وفقاً للقانون المنظم للعملية الانتخابية في الدولة .

٥- الخطة الإعلامية:



وهذه الادارة تقوم على تشكيل فرق متنوعة للانتشار في كافة مناطق الدائرة للاعلان عن المرشح . وتهتم هذه الادارة بعمل الدعاية المطلوبه للمرشح سواء في الصحف او المجلات او المطبوعات والمطويات التي يتم نشرها على افراد الدائرة . وعليها ايضا تجهيز الصور والاعلانات المناسبة للمرشح حتى تكون دائما حاضرة في كل ندوة ام مؤتمر او تجمع يحضره المرشح . وعلى الجانب الاليكتروني يجب ان تنبثق من تلك اللجنة لجنة خاصة تهتم بعمل موقع على شبكة الانترنت للمرشح والتواصل اليكترونيا مع الجماهير واهالي الدائرة للتعريف بالمرشح . كذلك يمكنها طبع ما يمكن من كتيبات او منشورات او اقراص مدحه او شرائط كاسيت وتوزيعها على اهالي الدائرة حريصين على ان تصل تلك المطبوعات الى كل بيت في الدائرة .

ومن خلال هذه الاداره ايضا تخرج ادارة خاصة بالمقر الانتخابي . وهذه اللجنة او الادارة يكون عليها اعداد مقرر عام للمرشح يكون هو اساس ومنطلق المرشح في حملته ، وكذلك تقوم باختيار مقرر فرعية اخرى للتواصل مع الناخبين وحتى يميكن للمرشح ان يتواجد في اكثر من مكان وسط اهل دائرته . وهذه اللجنة يكون بها لجنة خاصة لرصد ومتابعة اعمال الحملات الانتخابية ورصد ما تم وما لم يتم ووضع قائمة بالايجابيات والسلبيات التي تواجه عمل الحملة الانتخابية .

- للتمهيد المرشح وتهيئة الدائرة لقبوله.

- الدعاية البسيطة ثم المتوسطة ثم الكثيفة ، مع دخول المرحلة النهائية للانتخابات أو قرب موعد التصويت.

- الصدق وعدم المبالغة أو التضخيم.

- الانتشار بين صفوف الناخبين لحثهم على المشاركة والتأييد للمرشح.

- أدوات إعلام واتصال مناسبة للدائرة . ومكوناتها الفرعية . . بثقاتها ولهجاتها الحقيقية.

* مواصفات الخطاب الإعلامي الجيد كما يلي :

_ الموضوعية والحياد وعدم التحريف .

- _ الصدق والبعد عن التآليف والكذب والاختلاق .
- _ الشواهد والأدلة والبراهين .
- _ التخصص وعدم الخروج عن المألوف .
- _ اللغة الملائمة للمستوى الثقافي لفئات الناخبين في الدائرة .
- _ عدم التناقض مع السياسة العامة للحركة التابع لها المرشح .
- _ السلامة اللغوية من حيث النحو والصرف والإملاء ...
- الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصال المستخدمة في الانتخابات حيث كل وسيلة لها خصائصها ، كل جمهور له خصائصه ، فالمهارة هنا أن نستخدم الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب في الوقت المناسب فمثلا :
- لا نستخدم الصحف والمجلات في تجمعات قروية يغلب عليها طابع الأمية أو قلة القراءة .
- لا نستخدم وسائل مرتفعة التكاليف كالفضائيات في حملات انتخابية غير واسعة وكبيرة .
- توزيع وجدولة الاستخدام لهذه الوسائل وعدم تراجعها مع بعضها ، واستخدامها بشكل مجدول طوال الحملة .
- الاعتماد الأكثر والأنجح يكون على الاتصال الفردي ، والدعوة الفردية ، والزيارات الميدانية ، وصناعة علاقات عامة وإنسانية .
- لعرض مكونات البرنامج بشكل جيد وفعال يجب إتباع الآتي :-
- ١- تحديد من سيقدم لهم البرنامج وما هي صفاتهم .
- ٢- يجب إعداد المادة التي يحتويها البرنامج بشكل جيد .
- ٣- يجب تحديد أهداف البرنامج وتوضيحها للحاضرين .

- ٤- يجب استخدام الوسائل السمعية والبصرية للتوضيح .
- ٥- يجب الحماس أثناء الشرح مع الهدوء النفسي .
- ٦- يجب أن تضع نفسك مكان المتلقي وأنت تقوم بعملية العرض .
- ٧- جزأ الأمور الصعبة أو المعقدة في البرنامج لأجزاء حتى يمكن شرحها واستيعابها .
- ٨- ركز على الفكرة الواحدة في الوقت الواحد .
- ٩- لخص الأجزاء التي قدمتها لتأكيد المعلومة .
- ١٠- قدم البرنامج ومحتوياته في الوقت المحدد والمسموح لك به وإذا أردت وقت أطول فلا بد أن تأخذ رأى وموافقة الحاضرين .
- ١١- قم بعمل بروفة وتدريب على التقديم للبرنامج حتى تكتسب ثقة وتشعر بارتياح قبل العرض الأساسي .
- ١٢- تكلم مع الحاضرين وليس إليهم .
- ١٣- فصل تقديم المادة التي يحتويها البرنامج وفقاً لاحتياجات الحاضرين .
- ١٤- لا تستخدم وسيلة عرض وأنت لا تعرف كيفية تشغيلها واستعمالها حتى لا تضيع الوقت وحتى لا تعرض نفسك للإحراج .
- ١٥- يجب الإلمام جيداً بقواعد تقديم المادة المطلوب عرضها على الحاضرين .
- ١٦- يجب التدريب جيداً على استخدام وسائل وأجهزة العرض المختلفة .
- ١٧- اعتمد على أكثر من طريقة أثناء عرض المادة العلمية لتجنب الملل .
- ١٨- لا تغضب من أي سؤال عن أي جزء في المحتوى التدريبي حتى وإن كان السؤال بطريقة استفزازية فلا بد أن تتحكم في تصرفاتك وردود أفعالك ومشاعرك . تذكر أن: أهداف واضحة ومحددة + طريقة تقديم سليمة = عرض ناجح وتوصيل جيد للمعلومة .

١٩- تجنب الأخطاء الشائعة أثناء عرض المعلومة هناك العديد من الأخطاء الشائعة التي يجب تجنبها حتى يمكن عرض محتويات البرنامج بأعلى كفاءة ومن هذه الأخطاء ما يلي :

- ١- عدم الحماس أثناء عرض المعلومة (فالحماس معدي) .
- ٢- إطفاء الأنوار كلها في مكان العرض لاستخدام أجهزة العرض .
- ٣- عدم التعبير بلغة الجسم .
- ٤- ضعف الصوت وعدم تنوعه .
- ٥- قراءة ما يستطيع الحاضرون قراءته .
- ٦- عدم الاهتمام بالمظهر .
- ٧- التكلف وعدم البساطة .
- ٨- التجمل الزائد والمبالغ فيه بالمظهر .
- ٩- مهاجمة الحضور .
- ١٠- عدم الإبداع في تقديم المعلومة .
- ١١- عدم تحديد الأهداف من البرنامج الانتخابي .
- ١٢- إفاضة الحديث لدرجة الملل .
- ١٣- الوقوف في مكان ثابت وعدم الحركة مما يجعل الحضور يشعرون بالملل .
- ١٤- عدم النظر للحاضرين وعدم المشاركة معهم .

٦- الاستشارات:

- توافر خبرة قانونية للحملة ، لفهم العملية الانتخابية واجراءاتها القانونية لحماية المرشح وأنصاره للرد على أية انتقادات من المنافسين.
- ممارسة حق المرشح فى الرقابة القانونية على العملية الانتخابية من بدايتها وحتى إعلان

النتيجة النهائية، ورفض أية مخالفات، واتخاذ الاجراءات القانونية اللازمة فى الوقت المناسب.

٧- العمل الجماعى: إعداد فريق عمل على درجة كفاءة عالية يقوم بالمهام التالية:

- فحص قاعدة بيانات الناخبين بالدائرة.

- تعريف الناخبين باللجان التى سيدلون بأصواتهم فيها.

- إخطارهم بدعاية المرشح وبرنامجه وأفكاره.

- إعداد فريق متابعة للتواجد وتسجيل أى أخطاء فى الممارسة.

٨- تكوين فريق الحملة : والمقصود بهم هو القوة الأساسية لترويج صورة المرشح وإدارته

للحملة الانتخابية، ويراعى فى اختيارهم ما يلى :

- أن يكون من نفس نسيج المستوى الثقافى والاجتماعى والاقتصادى للدائرة.

- اللباقة والقدرة على التواصل مع الناخبين.

- يمتاز بالثقة والخبرة والعلم.

- التفاف الناخبين حولهم.

أ- تكوين فريق العمل :



إن إدارة الحملة الانتخابية تتطلب وجود فريق عمل ضمن غرفة العمليات التي تساعد المرشح في إدارته للحملة الانتخابية خلال جميع مراحلها وشأنه في ذلك شأن أي عمل منظم . وهنا يجب تحديد عدة عناصر تحديدا دقيقا وهي (تشكيل الفريق- مواصفات الفريق - مهام الفريق) .

ب : مواصفات فريق الحملة الانتخابية الفعال :

- تفهم تام من الأعضاء لأدوارهم ومتقبلون لها وفقا " للأهداف الواضحة والمحددة .
- اتصال واعي بين كل الأعضاء بما يشجع على المناقشة الصريحة والتعبير الصريح عن الآراء والأفكار.
- معرفة واضحة بجوانب القوة والضعف لدى الفريق ، وإدراك تام للفرص والتهديدات البيئية الخارجية.
- توفر نظام تحفيز على أساس جماعي وليس فردي.
- التحضير في التعامل مع الخلافات وتسويتها عن طريق التعاون بين أعضاء الفريق.
- مناخ عمل مريح وغير رسمي ، وبعيد عن التوتر والعداء والرسميات ، يتيح للأفراد الاستمتاع بالزمالة والمرافقة.
- المشاركة الجماعية في اتخاذ القرارات وتكون بالإجماع وليس بالأغلبية.
- ممارسة الرقابة الذاتية لتحقيق الالتزام الداخلي.
- المشاركة بالمساهمة في أنشطة الفريق بصورة فعالة.
- التعاون مع أعضاء الفريق للعمل الجماعي للوصول إلى النتائج.
- المرونة وتقبل كل عضو في الفريق لآراء الآخرين ، والتنازل عن المواقف الثابتة لصالح الفريق.
- سعى أعضاء الفريق لتقديم مقترحات حل المشكلات ، وتسوية النزاعات ضمن الفريق وتوضيح مهام وقضايا العمل التي يواجهها الفريق.

- الانفتاح وحرية التعبير عن المشاعر ووجهات النظر.

- دعم الإبداع والابتكار ، والانصالات المفتوحة.

- ويتكون فريق العمل من عدد من الادوار نعرضها فيما يلي :-

١ / ٨ - مستشار الحملة : مهامه هي :

- وضع الخطة العامة لإدارة الحملة.

- إعداد رؤية المرشح الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

- توجيه المرشح في أفعاله وأقواله أثناء لقاءاته الجماهيرية أو في المؤتمرات.

- الإشراف العام على تطبيق الخطة الإعلامية.

- إعداد تقرير أسبوعي للمرشح عن حجم الإنجازات والتطورات في الحملة وتحركات المنافس

٢ / ٨ - المستشار القانوني : مهامه هي :

- الإلمام بقوانين العملية الانتخابية وقواعدها وإجراءاتها .

- الرد على الاستفسارات القانونية في كل ما يخص الانتخابات .

- رصد المخالفات القانونية للمرشحين المنافسين وتوثيقها قانونيا بالصورة الفوتوغرافية و الفيديو .

- الدفاع عن المرشح وأفراد الفريق لدى الجهات الرسمية بالدولة .

- أعداد اللائحة القانونية لإجراءات الانتخابات لأفراد الفريق .

- إقامة المحاضرات القانونية لأفراد الفريق وبمقر المرشح .

٣ / ٨ - مدير عام الحملة : مهامه هي :

- الإشراف على عمل الفريق كله ، وتنسيق أعمالهم في اطار خطة الحملة.

- تمثيل المرشح مع رؤساء القطاعات فى اللقاءات الجماهيرية المباشرة.
 - الإشراف المالى بالتعاون مع المسئول المالى للحملة من الأنشطة لكل قطاع.
 - عقد اللقاءات الجماهيرية المباشرة أسبوعياً مع الكتل التصويتية المؤثرة، وشرح أفكار المرشح وبرنامجه فى الدائرة.
 - زيارة المقرات الانتخابية فى القطاعات المختلفة.
 - مناقشة المشكلات العامة للحملة من حيث التنظيم.
 - تحسين صورة المرشح ضد بعض الشائعات الكاذبة.
 - حضور المناسبات الاجتماعية «أفراح - عزاء» خاصة لدى العائلات وبالمناطق التصويتية المؤثرة.
 - الإشراف العام على المؤتمرات الانتخابية فى القطاعات وحفلات الاستقبال.
 - اختيار مندوب المرشح ووكلائه فى اللجان الانتخابية.
- ٤٨ - مدير العلاقات العامة :



وهذه الادارة يجب ان يكون لها مديرا مسئولا عنها مسئولة مباشرة امام المرشح ، وعليه ان يختار مجموعة العمل معه ممن يثق بهم ويثق بخبراتهم في هذا المجال وهؤلاء ستكون مهتهم التالي :

أ- امداد المرشح بكافة المعلومات التي يحتاجها في حملته الانتخابية ، سواء عن منطقة دائرته بكل خصائصها الاقتصادية والاجتماعية والمؤثرات التي تتأثر بها ، وكذلك معلومات عن عدد المرشحين المنافسين واسمائهم وكافة المعلومات المتعلقة بهم . أي ان هذه المجموعة تكون مسئولة عن تكوين قاعدة البيانات التي ينطلق على اساسها المرشح في حملته .

ب- الاستقرار على الشعار الذي سوف يرفعه المرشح لحملته .

ت- عمل جدول للزيارات : سواء كانت تلك الزيارات ميدانية في الشوارع او لمحلات ومكاتب معينة او زيارات عائلية لمن لهم حظوة وصيت في الدائرة ، فهدف تلك الزيارات هي تواجد المرشح في كافة مناطق الدائرة .

ث- إعلام المرشح بكافة المناسبات التي يجب عليه ان يتواجد فيها في دائرته كحالات العزاء أو الاعراس وغيرها .

ج- اختيار صورة معينة للمرشح ، وهذه الصورة يجب ان تكون صورة محببة للجميع ، وتدل على شخصية المرشح ، ولا يجب ان تتغير هذه الصورة ابدأ طوال الانتخابات ، فالتركيز على صورة واحدة يثبت صورة المرشح في اذهان الناخبين ، وحذا لو كان ظهور المرشح بين الناس يكون دائما بهذه الصورة . فمثلا ان كانت الصورة له بجلباب فلا ينبغي ان ينزل للشارع ووسط الجماهير ببدلة على سبيل المثال .

ح- تقوم هذه اللجنة بوضع خطة للندوات والمحاضرات التي على المرشح ان يلقيها على عامة الناخبين او اهالي دائرته او حتى التجمعات التي سوف يحل ضيفا عليها . وعلى هذه اللجنة مراجعة ما سيقوله المرشح قبل الذهاب لتلك التجمعات والندوات .



٥٨ - مسئول

السكرتارية : مهامه هي :

وهذه الادارة تكون

مسئولة عن اعمال

الاتصالات بين افراد الحملة وبين المرشح ومدير الحملة ، كما عليها ان تعد سجلات لحفظ محاضر الاجتماعات سواء التحضيرية او ما بعد انطلاق الحملة ، وتقوم باعداد ارشيف لهذه الاجتماعات والفعاليات كلها حتى يتسنى الرجوع اليها كقاعدة بيانات . وعليها ايضا المساعدة في تنظيم العمل ومساعدة لجنة العلاقات العامة فيما قد يطلب منها .

٦٨- المسئول الإداري : مهامه هي :

- التعاون مع أعضاء الفريق والمسؤولين الميدانيين ومسئول المقرر لإزالة أسباب الشكاوى الإدارية في كل مقر بالدائرة.
- إعداد تقرير أسبوعي عن المشكلات الادارية في كل مقر لعرضه في اجتماع هيئة مكتب الحملة.
- تنظيم ملفات الحملة، وتجميع التقارير المختلفة من المسؤولين وإعداد تقارير تحليلية عن طبيعة المشكلات العامة والخاصة في جميع أنحاء الدائرة.
- التعاون مع رؤساء القطاعات في تجميع المطالب والاحتياجات المادية واللوجستية.
- التنظيم الإداري للمؤتمرات الانتخابية ، واللقاءات الجماهيرية.
- متابعة نتائج أعمال الحملة من واقع المسؤولين الميدانيين ، وإعداد ملف خاص دوري لمدير الحملة والمرشح.
- إعداد ملف خاص لكل قطاع ، ومنطقة ، يتضمن كافة الأنشطة والمتابعات.
- تدقيق الملف المالي بالتعاون مع المسئول المالي للحملة.
- التواجد الدائم في المقر العام للحملة والإشراف علي أعماله الإدارية.
- ترتيب اجتماعات هيئة مكتب الحملة ، وتجهيز الأوراق ، وأجندة الأعمال الخاصة بكل اجتماع.

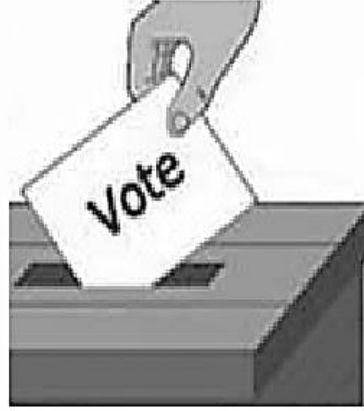
٧ / ٨ - المسئول المالي : مهامه هي :

ELECTION MANAGMENT SYSTEM

REDUCE- COSTS & EXPENSES

SAVE-TIME & RESOURCES

INCREASE-REACH VISIBILITY & VOTES



- قتل التكلفة والمصروفات .
- حافظ علي الوقت والموارد .
- اعمل على زيادة التصويت لصالحك .

لا شك ان خوض العملية الانتخابية يتكلف اموالا ضخمة كأى مشروع ينوي الفرد ان يقوم به ، ولاننا نتحدث عن حملة انتخابية ذات اضلاع ثلاث فدعونا نقول ان هذه الاضلاع كلها تعتمد على بعضها البعض ، فوضع خطة واستراتيجية جيده ، وتوفير تمويل كاف مع وجود مرشح ضعيف ، لا شك ان الحملة الانتخابية ستبوء بالفشل ، وكذلك نقول انه لو كان المرشح ممتازا والخطة الموضوعه للعمل جيده جدا والتمويل ضعيف فلا شك ان الحملة ايضا ستبوء بالفشل . ويجب ان يكون هناك اداره خاصة للعملة التمويلية وهذه الادارة يكون من

اختصاصاته التالي :

- وضع ميزانية تقديرية للحملة قبل بدايتها .
- تحديد أوجه الصرف والإنفاق
- توفير المستلزمات التي تتطلبها غيرها من الإدارات
- العمل على ترشيد الإنفاق بما لا يخل بالعمل ولا يعوق تحقيق النجاح للحملة
- عمل سجل بكل مصروفات الحملة .
- تختص بما قد يرد للحملة من تبرعات من أشخاص داعمين للمرشح
- إعداد خطة لحجم الإنفاق المالي في كل قطاع ومنطقة، وعلي كل نشاط، في ضوء معلومات المسؤولين الميدانيين، ومناقشتها مع مدير عام الحملة.
- إعداد كشوف العاملين في الحملة الانتخابية، وصرف رواتبهم.
- وضع معايير لقياس كفاءة الأداء المالي لمسؤولي الحملة حسب القدرة علي تحقيق الأهداف المحددة لهم في الخطة العامة للحملة.
- التفتيش علي أوجه الإنفاق المالي في المقرات والمناطق.
- تدقيق كشوف حسابات المسؤولين الميدانيين، وإعداد تقرير تحليلي بتوصيات عن تحسين الأداء المالي باستمرار.
- بناء قاعدة بيانات عن مختلف أوجه إنفاق الحملة، وكل المساعدات المالية التي تلقتها الحملة، والمتبرعين وعناوينهم وأرقام تليفوناتهم، وطبيعة المشروعات العامة في كل منطقة، لأن ذلك أصبح التزاماً قانونياً، ويؤدي عدم الوفاء به إلي التعرض لعقوبات مالية جسيمة، وعقوبات جنائية حتمية.
- التعاون مع المسؤول الإداري للحملة في إعداد خريطة حدود الدائرة الانتخابية وقطاعاتها ومناطقها، علي أن تكون مهمة المسؤول المالي للحملة إبراز أوجه الإنفاق المالي في كل قطاع ومنطقة لمعرفة المناطق والقطاعات التي حصلت علي حجم إنفاق مالي أكبر،

وتلك التي حصلت علي حجم إنفاق مالي أصغر ، وتلك التي هُشيت في الإنفاق المالي ، مع إبراز الكتل التصويتية المختلفة في كل منطقة ، لإعادة رسم الخطة المالية في ضوء هذه الخريطة ، وتقديم صورة من تلك الخطة إلي مدير عام الحملة ، ومستشار الحملة ، والمرشح.

٨ / ٨- المسئول الأمني : مهامه هي :

- تلقي البلاغات من مسئول الحملة عن الحالات والمشكلات الأمنية والتعامل مع أقسام ومراكز الشرطة المختصة.

- العمل علي بناء علاقات جيدة ومتواصلة مع مسئول الشرطة والأمن والمحليات في مختلف أنحاء الدائرة ، وزياراتهم في مقار أعمالهم ، وبناء علاقات إنسانية جيدة معهم نيابة عن المرشح ، والترتيب - بقدر الإمكان - للقاءات المرشح معهم.

- استخراج التصاريح وكافة الأوراق اللازمة لإقامة المؤتمرات الانتخابية للمرشح.

- النزول إلي الدائرة والمناطق الانتخابية المختلفة بها لمعرفة المشاكل الأمنية والقانونية للمواطنين وكيفية الإسهام في حلها بالتعاون مع فريق الحملة.

- تجنب التعامل والاستعانة بالبلطجية والمشبوهين في أي نشاط بالحملة ، بل الإبلاغ عنهم يستعين بهم من المنافسين.

- متابعة تأمين الملصقات الانتخابية للمرشح.

- متابعة المؤتمرات واللقاءات الجماهيرية للمنافس وتقديم تقارير بذلك إلي مدير الحملة.

- تأمين تحركات المرشح في الدائرة الانتخابية ، خاصة في المؤتمرات واللقاءات الجماهيرية وحفلات الاستقبال من خلال التعاون مع أقسام الشرطة.

- تقديم أي معلومات يراها ضرورية في الحملة الانتخابية إلي مدير الحملة ، والمسئولين الميدانيين.

- التواجد في غرفة العمليات بالمقر العام للحملة ، وتأمين السرية الواجبة لخطة الحملة ضد مختلف أشكال الاختراق من الخصوم.

٨ / ٩ - مسئول المنطقة : مهامه هي :

- جمع المعلومات اللازمة عن المنطقة لاستخدامها في قاعدة البيانات.
- تقديم تقرير أسبوعي حول أوضاع المنطقة.
- إجراء الاتصالات مع الميدانيين ومسؤولي المربعات بالمنطقة ، لمتابعة الموقف في كافة أنحاء المنطقة.
- تحليل الكشوف الانتخابية والمستهدفين في كل مربع انتخابي بالمنطقة ، واقتراح طرق للتواصل معهم.
- تحليل المربعات الانتخابية الأكثر قوة ، والاكثر ضعفاً ، مع بيان الأسباب ، وكيفية تغيير الخصوم إلي حلفاء أو مؤيدين أو محايدين.
- القيام بزيارات ولقاءات مفاجئة وغير مرتبة لأي مربع انتخابي ، للوقوف علي صحة المعلومات ، وبناء الإدراك السليم لنتائج التخطيط.

٨ / ١٠ - غرفة عمليات الحملة : مهامه هي :

- اتخاذ القرارات الاستراتيجية في إدارة الحملة.
- الموافقة علي ضم واستبعاد أي أسماء جديدة للحملة.
- إضافة أي مقار جديدة ، أو إغلاق مقرات في الحملة.
- الموافقة علي أسماء قيادات الرأي المسؤولين عن المربعات الانتخابية.
- تحديد أوجه الاستفادة من قيادات الرأي الآخرين الموجودين في داخل كل مربع انتخابي.
- الموافقة علي تشكيل لجان نقط انتخابية المناطق من أعضاء مجلس الإدارة ، والموافقة علي أسماء أخرى من خارج مجلس الإدارة للانضمام إلي لجان نقط انتخابية الشوارع.
- الموافقة علي خطة تحرك المرشح الدورية.
- وضع ومتابعة خطة التعبئة والحشد مع اقتراح وسائل جديدة لتعبئة وحشد الناخبين.

٨ / ١١ - المندوبون : مهامهم هي :

- كفل القانون للمرشح أن ينيب عنه مندوباً داخل كل لجنة انتخابية.

- حدد القانون للمندوب ما له من حقوق وما عليه من التزامات.

- للمندوب دور حيوي داخل اللجان الانتخابية ، لمتابعة سير عملية التصويت بصورة سلسلة ، ورصد احتمالات التلاعب ، والحد من عمليات التزوير التي قد تحدث.

- من الضروري اختيار المندوبين وفق معايير الثقة والخبرة والجرأة والهدوء والصبر والدراية الكاملة بكل حقوقه داخل مقر اللجنة.

- مراعاة عدم وقوع المندوب فريسة لاحتمالات عقد مندوبي المرشح الخصم صفقة انتخابية معه ليتساهل في أداء الأمانة داخل اللجنة أو لكي لا يحضر من الأساس.

**** نصائح للمندوب ****

- التواجد أمام مقر اللجنة الانتخابية قبل بداية عمل اللجنة بنصف ساعة علي الأقل.

- قدم نفسك إلي رئيس اللجنة ، وتقديم المستند الدال علي وکالتك للمرشح.

- تأكد من عدد استمارات إبداء الرأي ومطابقتها العدد الفعلي لأصوات اللجنة ، وإثبات ذلك في محضر اللجنة.

- تأكد من خلو الصندوق من أية أوراق عند بداية عمل اللجنة ، ثم غلقه حتي اليوم التالي بمعرفة رئيس اللجنة ، في حالة التصويت علي يومين.

- عند غلق اللجنة يجب أن يتأكد من أن عدد الاستمارات المتبقية ، بالاضافة إلي أن يكون عدد الاستمارات التي تم وضعها في الصندوق مطابقاً لاجمالي الاستمارات عند بداية عمل اللجنة ، وتدوين ذلك بمحضر عمل اللجنة.

- لا تكن عقبة أمام عملية تصويت الناخبين ، ونبه رئيس اللجنة عند وجود أية مشكلة أو خلل يعرفل سير العملية الانتخابية واثبات ذلك في محضر اللجنة.

- أخطر مدير الحملة أو مسئول المنطقة بأية عقبات تواجهك ولا تستطيع التغلب عليها.

٩- مسح الدائرة : أهمية :

- كل حملة انتخابية مختلفة عن الأخرى.

- لكل منها خصائص وصفات مميزة لها ، وستعتمد علي استراتيجية وخطط مختلفة عن الأخرى.

- كل حملة لابد أن تبدأ نشاطها ببحث ميداني ، لأنه سيحدد لنا استراتيجية الحملة ، وخطط التحرك.

١١\٩- من أخطر أخطاء المرشح تجاهل إجراء البحث الميداني :

- بحجة أنه يعرف كل شيء عن دائرته الانتخابية ، فيدير حملته ويبني خطته دون معرفة عملية مسبقة بالدائرة والناخبين.

- يفوته أن ظروف الدائرة وطبيعة الناخبين تختلف في أوقات الانتخابات عن غيرها في الأوقات.

- لا يعرف المرشحين والمنافسين وتحولات الناخبين.

٢٢\٩- أهمية البحث الميداني :

أولها : الاستغلال الأمثل في الوقت من خلال معرفة الأولويات الواضحة التي يجب أن تبني علي أساسها الحملة.

ثانيها : مراجعة المعلومات حتي وإن كانت قائمة في ذهن المرشح ، وإضافة معلومات جديدة عن طبيعة المنافسة الانتخابية.

ثالثها : تصنيف الدائرة من حيث مركز الثقل النسبي للمرشح ومناطق الضعف النسبي ومناطق الأصوات المترددة وفي الوقت ذاته تحديد طبيعة الناخبين.

٣١\٩- كيفية مسح الدائرة : من خلال الاجابة على الأسئلة التالية:

- دراسة نظام الانتخابات : التي سيخوضها المرشح وطريقة الفرز والقواعد والقوانين التي تنظم عمليات الانتخاب والدعاية الانتخابية والعلاقة مع المرشحين المنافسين وكيفية

تقديم أوراق الترشيح ومواعيد تقديم الأوراق للترشيح والرسوم المقررة من الدولة وكيفية الإشراف علي الفرز في نتائج الانتخابات والجهة المسؤولة عن الإشراف علي عملية الانتخاب.

- تحديد السمات المميزة للدائرة بنظرة عامة وشاملة : علي أوضاع الدائرة وحدودها الانتخابية ومساحتها وتحديد نوع المواصلات التي يحتاج المرشح إليها والناخب والتركيب الديمغرافية لسكان المنطقة والمستويات التعليمية والمهنية لهم ومن الناحية الاجتماعية أي من حيث المشكلات الأساسية التي تواجه الدائرة، طبيعة النشاط الاقتصادي بالدائرة ومناطقها الفرعية وهل هي منطقة تجارية أم حكومية تكثر بها الهيئات والمؤسسات الحكومية، أم منطقة قبلية تكثر فيها الارتباطات العائلية والقبلية أو منطقة شعبية تكثر بها المقاهي والمنتديات الشعبية . . وتحديد المناطق التي يتركز فيها رجال الأعمال أو الأثرياء أو المؤسسات الاقتصادية وكذلك المناطق الفقيرة والأكثر فقراً.

- الصفات المحددة للناخبين في الدائرة : من خلال تصنيفهم من حيث اعداد المتعلمين منهم والشباب والمرأة والميول السياسية الموجودة بالدائرة والميول الدينية الموجودة بالدائرة وكيف يتأثر الناخبون بهذه الميول والمناطق التي تشكل كتلاً تصويتية معينة وسبب ذلك والكتل التصويتية الأكثر تأثيراً وخلفياتهم السياسية والدينية والاجتماعية والكتل التصويتية غير المنضبطة أي تلك المناطق التي تزداد فيها أعداد أصوات الناخبين ولكن ليس لهم توجه تصويتي معين.

- دراسة المنافسين في الدائرة : تحليل خلفيات المرشحين ومناطق ثقلهم التصويتي ومناطق الضعف النسبي لهم وكذلك التطرق إلي مرشحين محتملين قد يقومون بترشيح أنفسهم مستقبلاً وإذا كان أحد المرشحين قد خاض الانتخابات قبل ذلك فلا بد أن يتطرق البحث إلي وسائل الدعاية التي لجأ إليها هذا المرشح والأصوات التي حصل عليها في الانتخابات السابقة والمناطق التي صوتت له وعلاقة المرشحين بالناخبين ووسائل الاتصال المحتملة مع جماهير الناخبين كأن يكون المرشح إمام مسجد أو طبيباً مشهوراً أو

- رجلاً قوياً قليلاً لأن هذه المعلومات مهمة لبناء استراتيجية الحملة وأساليب الدعاية.
- دراسة آراء وتوجهات قيادات الرأي في الدائرة: المؤثرة في كل منطقة وخلفياتهم والقوة النسبية التي يتمتعون بها في مناطقهم ووسائل الاتصال والتحالف معهم.
- تحليل نتائج الانتخابات السابقة: من حيث عدد المشاركين فيها والقوة الاقتصادية والميول السياسية والدينية التي مال إليها الناخبون وعدد الأصوات التي حصل عليها كل مرشح، بالإضافة إلى المشكلات التي صاحبت الانتخابات السابقة ووسائل الدعاية في هذه الانتخابات وكذلك العوامل التي أثرت في نجاح بعض المرشحين والأخطاء التي وقع فيها المرشحون الآخرون وما هي العوامل التي أدت إلى حشد وتعبئة الناخبين في الانتخابات السابقة.
- حصر ودراسة المتغيرات الجديدة التي طرأت في الدائرة منذ نتائج الانتخابات السابقة مثل: أداء النواب في البرلمان والنظرة إليهم، تحسن أو تدهور الأوضاع والمشكلات في المنطقة، ظهور أعداد جديدة من المقيدين في السجلات الانتخابية، ظهور مشروعات جديدة في الدائرة، تغير طبيعة القوى السياسية والدينية في المنطقة، وجود أنماط جديدة من السلوكيات أو المشكلات وتحتاج إلى حلول ملحة من وجهة نظر الناخبين.
- تحليل قدرات المرشح: أولاً من حيث مواطن الضعف لديه مثل: تحليل المناطق والأنشطة التي لا يتمتع فيها بمميزات نسبية والتي يحتكرها المرشحون الآخرون. وتحليل مواطن القوة لديه مثل: المناطق والأنشطة التي يتمتع فيها بمميزات نسبية وطبيعة أنصاره ومدى ولائهم وطبيعة خصوم منافسيه ومدى استعدادهم للتصويت ضد منافسيه والتحالف مع المرشح أو الحياد تجاهه.
- هذا البحث الميداني يجب أن يكتمل في خلال أسبوعين بتعاون فريق البحث المدرب علي اجراء اللقاءات العديدة مع الناخبين أو الجلوس في المقاهي أو الحديث تليفونياً والبحث المكتبي ومتابعة الإعلام.
- يجب أن يتم هذا البحث بتكلفة واقعية ومنضبطة تغطي مكافآت فريق البحث ومصاريف الانتقال واللقاءات الميدانية والمصاريف الإدارية.

- إن الإنفاق علي البحث الميداني هو من أكثر إنفاقات الحملة جدوي لارتباطه الوثيق بتحديد حركة المرشح في الدائرة وتحديد وجهة حملته الانتخابية وتحديد طبيعة الخطط التي ستنفذها الحملة.
- يجب الاستفادة القصوي من نتائج هذا البحث الميداني والرجوع إليه كوثيقة أساسية علي مدار الحملة الانتخابية لأنه سيحدد في النهاية أي وسائل الدعاية الانتخابية فعالة وذات جدوي وأيها أقل فاعلية وأقل جدوي.

١٠- البرنامج الانتخابي:

١١- المقصود بالبرنامج الانتخابي :

- من الضروري أن يكون لكل مرشح برنامج انتخابي.
- صياغة برنامج انتخابي للمرشح يتضمن حصر المشاكل التي تواجه الدائرة على المستوى المحلي وأسلوب حلها ووضع برنامج زمني لحلها دون مبالغة.
- موقف المرشح من القضايا القومية سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية.
- تبسيط رؤى وأفكار المرشح للناس حتى يكتسب ثقة الجماهير.
- مراعاة خصوصية مواطني الدائرة الانتخابية وثقافتهم وظروفهم المعيشية.
- إعداد شعارات انتخابية في وسائل دعاية المرشح ، منسجمة مع البرنامج الانتخابي ، وتتسم بالبساطة والموضوعية والواقعية والبعد عن المبالغة.
- ليس المقصود بهذا البرنامج أن يكون قصيدة أدبية أو فلسفة سياسية معقدة وإنما هو مجموعة الأفكار التي يريد المرشح إبرازها أمام الناخبين ويعبر فيها عن رأيه في الأوضاع القائمة ومقترحاته للتطوير المستقبلي.
- فالحد الأدنى من البرنامج الانتخابي هو الوعود الانتخابية للمرشح.
- في الواقع ليس مهماً أن يكون البرنامج الانتخابي متكاملًا يناقش كل القضايا بقدر ما يكون مؤثراً وحتى ولو تضمن مناقشة قضية أو فكرة واحدة.

- قد لا يهتم الناس ببرامج الأحزاب بقدر اهتمامهم بمعرفة برنامج المرشح وأفكاره وذلك بسبب ضعف الأحزاب حتي اليوم.

- غالباً ما يركز المرشحون علي القضايا المحلية حيث إن السياسة الخارجية برغم أهميتها فإنها لا تشكل ثقلًا في تغيير توجهات الناخبين ولا من جانب المرشحين عموماً في حين تتزايد أهمية القضايا المحلية.

- يؤثر أسلوب تناول القضايا المحلية علي خطط الدعاية الانتخابية لهذا فإذا قرر المرشح أن يتناول قضايا معينة فيجب أن يراعي أن تكون هذه القضايا جماهيرية من حيث تأثيرها، وأن يدرس كيفية تناول هذه القضايا في برنامجه الانتخابي وأن يتضمن ذلك شرحاً لوجهة نظر المرشح في حل المشكلات المحلية مع مراعاة الواقعية والمصادقية في تنفيذ وجهة النظر.

- أما إذا كانت المشكلة المحلية قضية قومية مثل البطالة أو ارتفاع أسعار أو قضية الدعم فإنه يجب أن يلتزم بتقديم وجهة نظر مفصلة مع الوعد بطرحها في البرلمان إذا فاز في الانتخابات.

- يجب أن يفهم المرشح جيداً مختلف القضايا المحلية والجراءات الحكومية التي تتبع لحلها والعوائق المجتمعية التي تؤثر في حلها.

٢١٠- صياغة البرنامج الانتخابي: البرنامج الانتخابي عبارة عن مجموعة حلول «مقترحة» لمشكلات «قائمة» تنبع من نظرة استراتيجية أو خط سياسي للمرشح تجاه القضايا العامة.

و الغرض الرئيسي من طرح البرنامج هو قدرته التأثيرية لدى الناس لظهور كفاءة المرشح وقدرته على تمثيلهم كنائب عنهم ولها خطوات نعرضها فيما يلي:

أولاً - دراسة مشكلات الدائرة: فهي المخزون الذي يجب أن يأخذ منه المرشح أفكاره ولكن بدون تجاهل القضايا القومية التي ترتبط بشكل أو بآخر باهتمامات الدائرة فدائماً توجد أفكار عديدة تعبر عن قضايا الدائرة والمجتمع معاً. ويختلف مدي إلحاح هذه

الأفكار من دائرة إلي أخرى بل ومن منطقة إلي أخرى داخل الدائرة الواحدة وعلي هذا يكون هيكل الدائرة الواحدة وعلي هذا يكون هيكل البرنامج الانتخابي فمثلاً يركز مرشح علي الخدمات الصحية وعدم وجود مدارس كافية وعدم وجود طرق مرصوفة . . ويركز آخر علي رؤية قومية لتزايد نسب البطالة ومقترحات لتشغيل الشباب وظاهرة انتشار الإدمان والمخدرات . . وأوضاع المنازل المتهاكلة التي تهدد ساكنيها . . ويركز ثالث علي الأخلاق والسلوكيات العامة والمستوي الحضاري والنظام الضريبي . . ويركز رابع علي العدالة الاجتماعية والحريات السياسية والمدنية ومكافحة الفساد . . وهكذا وفقاً لظروف الدائرة وتوجهات الناخبين لهذا يجب تنظيم أفكار المرشح وبرنامجه الانتخابي وفق طبيعة المشكلات الأكثر إلحاحاً في الدائرة . . فلو تساوت مشكلتان في درجة الإلحاح يبحث عن أكثرهما التصاقاً بالناس وتأثيرها علي حياتهم ، فمثلاً قد تتساوي أهمية الصحة والتعليم في الإلحاح إلا أن توفير الخدمات الصحية قد يكون أكثر إلحاحاً من إنشاء مدارس جديدة بالمنطقة.

ثانياً - تنقية الأفكار: أي تصفية الأفكار حيث أنه إذا ادعي المرشح قدرته علي حل كل المشكلات والقضايا السابقة فإنه قد يفقد مصداقيته لأن عدداً كبيراً من الناخبين سيشتك في قدراته وسيعتبرون أن ما يتحدث به المرشح مجرد وعود براقة وخطب حماسية لغرض الدعاية الانتخابية أو حتي للخداع فحسب. فالمهم أن تشعر ناخبك بصدق حديثك وأن حديثك ليس «مجرد وعود» أو دعاية انتخابية بقدر ما هو جهد ينتظر منك أن تفعله إذا صادفك النجاح في الانتخابات. فالمرشح يجب أن يركز علي مجموعة قضايا بعينها وهي القضايا التي تمثل حد الأزمة الفعلية في الدائرة لبيدو انه مهتم بما يمكن أن نطلق عليه «إدارة الأزمات المحلية» ، فإذا ما نجح المرشح في إقناع الناخبين بقدرته علي إدارة أزمات الدائرة فإن هذا سيكون- بلا شك- عاملاً رئيسياً في فوزه بالمقعد.

ثالثاً - استطلاع رأي الناخبين: وهي أكثر المراحل أهمية لأنها تهدف إلي اختبار البرنامج من خلال التواصل الفكري مع الآخرين . . ولأن الناخبين أكثر من يعاني من هذه

المشكلات الملحة فقد تكون لديهم أفكار وخيارات لحلها. قد توضح هذه المرحلة أن بعض الأفكار والخيارات غير منطقية خاصة إذا ما كانت تتطلب حلولاً جذرية فإذا تبناها المرشح فلا يقوي علي مجرد التفكير في تنفيذها ولكن في أحيان أخرى قد تكون هناك حلولاً شعبية مقبولة منطقياً ويمكن السعي إلي تنفيذها وتلك هي الأولى بالاختيار من جانب المرشح. ويجب أن يكون فريق الحملة واعياً بأفكار الناخبين في مختلف مناطق الدائرة لينقلها إلي المرشح خاصة كلما صدرت من أشخاص لهم وزنهم وتأثيرهم في داخل الدائرة لكي يتبناها المرشح في برنامجه.

ثالثاً- خوض الانتخابات:

وهي المرحلة التي يتم فيها خوض الانتخابات بشكل معلن وفعل على ان يتم قبلها عملية التخطيط والتنظيم للحملة الانتخابية ثم يتم البدء في الخوض الفعلي للانتخابات .

رابعاً- ادارة الحملة الانتخابية .

اولاً: مرحلة الاعداد والتخطيط للحملة.

- تشكيل غرفة العمليات .

- رسم الخريطة السياسية للدائرة .

- تحديد استراتيجية التحرك .

ثانياً: مرحلة الحملة الانتخابية .

- الدعاية الانتخابية .

- مهارات التعامل مع الناخبين .

- مهارات التعامل مع المنافسين .

ثالثاً: مرحلة الانتخابات .

- مهام المرحلة السابقة على الانتخابات (١٠-١٥) يوم .

- مهام الليلة السابقة على الانتخابات مباشرة .

- مهام يوم الانتخابات (التصويت- الفرز- اعلان النتيجة) .

رابعاً - طرح البرنامج:

اختيار بداية تنفيذ الحملة الانتخابية بشكل علمي ومدرّس ، حيث وضع الخبراء أربع بدايات لتنفيذ الحملات الانتخابية هي :

- البداية القوية والتناقص التدريجي .

- البداية المحدودة والتزايد والتصاعد التدريجي .

- البداية المتوازنة ، وتكرار القوة والضعف مع كل استخدام جديد لوسيلة جديدة .

وهناك من يرى ان تنفيذ الحملة يمر بالمراحل الآتية :

- مرحلة عرض المرشح نفسه على الجماهير قبل الترشيح لجس النبط ثم عرض برنامجه الانتخابي .

- مرحلة الانتشار والتنفيذ العلني مستخدماً كل الوسائل والاساليب والتكرار .

- مرحلة تركيز النشاط على قضايا معينة ومفصلية .

- مرحلة الهجوم على الخصوم وتنفيذ برامجهم .

ولا نستطيع أن نحسم ونقرر الأفضلية لبداية معينة ، ولكن يجب ان تكون البداية مدروسة ، ومبنية على قاعدة معلومات واضحة ، وربما يصلح مع كل نوع من انواع الانتخابات أو كل مرحلة من مراحل الانتخابات نوع معين من انواع البدايات .

و يطرح البرنامج الانتخابي للمرشح ويوزع بأسلوب مؤثر وإيقاع تأثري كبير علي الناخبين.

ومن المهم جداً اختيار توقيت طرح البرنامج لتحقيق أوسع ترويج وأكبر تأثير ممكن في جمهور الناخبين.

ومن الضروري أن يكون فريق الحملة مدركاً لهذه الأفكار بالبرنامج وتفصيلها لكي يروج لها بمنطق واضح ومتكامل ويغرسها في الوعي الانتخابي للدائرة.

ويتم تنقيح البرنامج ووسائل طرحه باستمرار من خلال تقارير ومشاهدات الفريق في الدائرة وبين الناس .

١١- **خطة التحرك** : الهدف من خطط التحرك اكتساب أرضية جديدة «أصوات جديدة»، أو الحفاظ علي الأرضية القائمة «الأصوات المؤيدة» أو التأثير في الأصوات المترددة «الأصوات المتأرجحة بين المرشح وغيره من المرشحين»، لهذا، يقوم مدير الحملة بتقسيم الدائرة إلي ملعب منافسة به ٣ مناطق:

١١ / ١- **منطقة الدفاع**: المنطقة التي تتواجد فيها الأصوات المؤيدة للمرشح ، وبها الثقل الكبير الذي يتمتع به بالدائرة، قد تكون هذه المنطقة منطقة قبيلته أو عائلته، أو أنها المنطقة التي يسكن فيها نظير خدمات قدمها، أو رعايته لبعض الأهالي فيها، أو المنطقة التي يوجد بها محل عمله، أو المنطقة التي يشتهر فيها، أو أنه المرشح الأكثر شعبية في هذه المنطقة، بحيث لا يستطيع أي من المرشحين الآخرين أن ينافس فيها.!

و من الخطأ الاعتماد فقط علي هذه المنطقة وحدها دون النظر إلي بقية المناطق «مناطق الوسط والهجوم» لأن القوة الانتخابية مسألة نسبية، تقاس بقوي الخصوم والمنافسين.

١١ / ٢- **منطقة الوسط**: المنطقة التي يمكن وصفها بمنطقة الاصوات المتأرجحة أو غير المضمونة لأي مرشح عموماً تتميز بأنها أرض بكر يمكن أن تتغذي بالأفكار والمقترحات، ولهذا تصبح المنطقة المثالية لكسب أرضية جديدة مبكراً.

لكن في منطقة الوسط يجب أن تخضع دعاية المرشح لمعايير عقلانية يكثر فيها من طرح أفكاره وآرائه، لأنه من المفترض في هذه المنطقة أن يكثر المثقفون أو المتعلمون، أو الذين سيعطون أصواتهم لمن جذبهم بالأفكار والمقترحات أو تقل فيها النزعة العاطفية حتي إن وجد فيها عدد كبير من غير المتعلمين لأن أصواتهم ليست موجهة لمرشح معين.

١١ / ٣- **منطقة الهجوم**: هي المنطقة التي من المفترض ألا يتمتع فيها المرشح بميزة نسبية من الاصوات، وانما يتمتع بها المنافسون الآخرون.

ومن أصعب المناطق في الدعاية الانتخابية للمرشح، ورغم ذلك فمن الخطأ تجاهل الدعاية

في هذه المنطقة، فلا تعتبرها ملكاً أبدياً للمنافسين، ولا تنظر إليها كمضيعة للجهد والمال، بل اهتم بها، فالسلوك التصويتي للناخبين مليء بالمفاجآت.

١٢- المتابعة الجيدة يوم الاقتراع وعلان الفوز:

أ- حيث يتم المتابعة الجيدة يوم الاقتراع : وإعتباره يوماً للطواريء ، ويتم فيه توحيد الخطاب، وعدم تسريب أى أخبار إلا بشكل مركزي، ومتابعة التجاوزات وحلها أول بأول. وهذا اليوم يتم العمل فيه من خلال غرفة عمليات مزودة بكافة وسائل الاتصال السريعة، وبها طاقم مرتبط باللجنة المشرفة على الانتخابات، والحصول على المعلومات الدقيقة والإعلان عنها بشجاعة، فوزا كانت ام خسارة.

ب- اعلان النتيجة : يجب تجهيز صيغ معينة للتعبير عن الفوز بشكل هاديء بعيدا عن العصبية، والشماتة، والتعبير عن الفرح والفوز بتواضع، وطمانة غير الفائزين والناخبين بحسن تمثيلهم والعمل على خدمتهم وشكرهم، وشكر الجهات التي أنجحت الانتخابات. كذلك تجهيز صيغ للتعبير الشجاع والديمقراطي عن الخسارة مع تهنئة الفائزين والإعلان عن التعاون معهم من اجل خدمة الناخبين، وتوضيح نسبة الأصوات التي تم الحصول عليها.

١٣- القواعد الذهبية لخوض الانتخابات :-

- ١- يجب التخطيط والاعداد الجيد لعملية الانتخابات .
- ٢- يجب التدريب الجيد والمستمر لأعضاء فريق العمل .
- ٣- يجب الاختيار الجيد لأعضاء فريق العمل بما يتناسب مع قدرات وإمكانات كل عضو ووفقاً للدور المطلوب منه فى ادارة الحملة الانتخابية .
- ٤- يجب أن يكون فريق لعمل لديه القدرة على التكيف مع أى ظروف وفى أى مكان وفى أى توقيت .
- ٥- يجب المرونة والقدرة على التكيف لأعضاء الفريق ووجودهم ضمن الفريق وتقبل الآخرين فى الفريق .

- ٦- يجب الصياغة الدقيقة والواضحة والمحددة لبنود البرنامج الانتخابي والتأكد من استيعاب أعضاء الفريق للبرنامج .
- ٧- يجب الالتزام بمحدود السلطات والمسؤوليات لأعضاء الفريق .
- ٨- يجب الالتزام بتنفيذ الوعود للحفاظ على المصداقية أمام الجمهور .
- ٩- يجب الاستعانة بالمستشارين والمتخصصين .
- ١٠- يجب الاحترام الكامل لكل أعضاء الفريق للمنافس الآخر فالهدف من العملية الانتخابية هو اختيار الاصلح والافضل وليست مجرد نزاع بين طرفين .
- ١١- يجب دراسة الفريق الآخر للمنافس جيداً لتحديد أعضاء الفريق القادرين على التعامل على نفس المستوى .
- ١٢- يجب التدريب الجيد على استخدام الوسائل التعبيرية مثل وضع الجسم ونبرة الصوت وحركة اليد والعين والمظهر وغيرها من الوسائل التعبيرية (الغير لفظية) لما لها من تأثير فعال في الحوار مع جمهور الناخبين والجهات المختلفة .
- ١٣- يجب التعرف على نقاط الضعف والقوة لدى الطرف الآخر (المرشح المنافس) وتحديد الفرص والتهديدات .
- ١٤- يجب أن يثق المرشح بإمكانياته وبأدائه وأن يؤمن بأهمية تحسين الأداء أى أنه ليس هناك حد يمكن الوقوف عنده بل لا بد من التطوير المستمر فى الأداء وذلك يتطلب التدريب المستمر .
- ١٥- يجب على المرشح أن يحدد أولوياته وأن يضع لكل امر اهميته الواجبة .
- ١٦- يجب على المرشح التفكير والتروى قبل إصدار أى موافقة قد يندم عليها فيما بعد أو يعطى وعود يعجز عن تنفيذها .
- ١٧- يجب أن يكون المرشح مرناً وهادئاً " وغير متعصب فلا بد أن يتقبل أداء الآخرين ووجهات نظرهم .

- ١٨- يجب أن يحدد المرشح أهدافه بدقة مع تحديد القضايا القابلة للتسوية والغير قابلة للتسوية .
- ١٩- يجب أن تكون أهداف البرنامج الانتخابي واقعية وواضحة ومرنة ومقنعة ومحددة بدقة ومقبولة وقابلة للقياس .
- ٢٠- يجب تحديد الأهداف وفقاً للأولويات فالأهداف الهامة يتم تناولها وتحديد لها أولاً ثم الأقل أهمية .
- ٢١- يجب على المرشح أن يستفيد من خبرات الأعضاء الذين شاركوا من قبل في عمليات الانتخابات .
- ٢٢- يجب على المرشح ألا يترك أى لقاء جماهيرى وهو فى حالة غضب مهما كان السبب .
- ٢٣- يجب أن يرتدى المرشح ملابس مريحة ومنسقة حتى لا تسبب له ضيقاً خاصة فى حالة الجلسات الطويلة .
- ٢٤- يجب أن يتدرب المرشح على مهارات الإنصات للآخرين .
- ٢٥- يجب الحزم والجدية فى التدريب لأعضاء الفريق المشاركون فى عملية الانتخابات وفقاً لخطة زمنية مكتوبة وواضحة ومحددة المراحل والخطوات .
- ٢٦- يجب أن يصل المرشح لمكان الاجتماعات والمؤتمرات قبل الموعد بوقت كافى وذلك حتى يمكنه الألفة مع المكان واكتشاف محتوياته والاسترخاء قبل اللقاء مع الجمهور .
- ٢٧- يجب الإعداد الدقيق لجدول الأعمال وأن يتم إعداده بشكل سهل وبسيط مع تحديد الوقت المخصص لكل بند وتحديد الشخص المتحدث فى هذا البند اثناء الاجتماعات .
- ٢٨- يجب إرسال صورة من جدول الأعمال للجهات المعنية قبل اللقاء بوقت كافى .
- ٢٩- يجب التسجيل للمناقشات والمقترحات والأداء ونقاط الخلاف ونقاط الاتفاق التى تمت أثناء اللقاءات لأنها الأساس الذى سيبنى على أساسه عناصر البرنامج الانتخابي .

٣٠- يجب مراعاة بعض الترتيبات داخل مكان الاجتماع ومنها ما يلي :-

أ- وضع ساعة حائط فى مكان ظاهر للحاضرين جميعاً .

ب- يجب مراعاة وجود المشروبات والماء بقدر كافى مع التجهيز الوجبات فى حالة الجلسات الطويلة والتي تتخللها استراحات .

ت- يجب اختيار الكراسى المريحة .

ث- يجب مراعاة الإضاءة الصحية فى المكان .

ج- يجب التأكيد على وسائل العرض والوسائل الإيضاحية بأنها تعمل وفى حالة جيدة مع ترتيب الكراسى على مسافات متساوية .

ح- التأكد من وجود أوراق وأقلام أمام كل فرد لتدوين الملاحظات وكذلك المنايل الورقية .

خ- يجب المراجعة لدرجة الحرارة فى مكان الاجتماع وذلك بحيث تكون ملائمة لظروف الحاضرين .

د- يجب التأكد من سلامة خطوط الهاتف ومعداته وكذلك الفاكس .

ذ- يجب التأكد من ملائمة حجم الصوت مع مستوى القاعة بحيث لا يكون ضعيف أو أقوى من اللازم مما قد يؤثر فى استقبال الأطراف الأخرى لهذا الصوت مما قد يمثل عائقاً للاتصال بين الأطراف .

٣١- يجب التأكد من الاتصال البصرى بين المرشح جمهور الناخبين لبث روح الثقة لديهم .

٣٢- يجب أن يكون المرشح قوى الملاحظة لردود أفعال أعضاء الحاضرين وبالتالي استنباط معلومات هامة عن مدى تقبلهم للعناصر المقدمة فى البرنامج الانتخابى .

٣٣- يجب أن يبدأ المرشح للحوار مع الناخبين بنقاط عامة تحظى بقبول عام من كافة الأطراف مع التركيز على ضرورة الوصول لاتفاق من البداية لجذب انتباه الحاضرين وخلق حالة من الارتياح .

- ٣٤- يجب على المرشح أن يوجه اهتمام كافى للمقترحات المقدمة من الطرف الآخر .
- ٣٥- يجب استخدام روح الدعابة فى الوقت المناسب ولا تستخدمها بدون داع حتى لا تقلل من وقارك أمام الحاضرين .
- ٣٦- يجب على المرشح ألا يكون هجومى فى حوارهِ بل يجب أن يتحدث بدون انفعال مع الاحتفاظ بالحماس وفقاً للموقف .
- ٣٧- يجب على المرشح ألا يقدم تنازلات كثيرة فى البداية وإلا يتمسك بشدة برأى معين فقد يحتاج للتخلى عن هذا الرأى فيما بعد مما يسبب له حرجاً أمام الآخر .
- ٣٨- يجب على المرشح الانتظار والإنصات التام للطرف الآخر حتى ينهى حديثه مع ابتسامه خفيفة وعدم مقاطعة الآخرين .
- ٣٩- يجب على المرشح أن يظهر للحضور بأن هدفه الاساسى هو تحقيق الصالح العام ومصلحة المواطنين .
- ٤٠- يمكن للمرشح أن يطلب وقت للتفكير فى أمر ما إذا تطلب الأمر اتخاذ قرار هام أو تطلب الموقف الموافقة على اقتراح هام .
- ٤١- يجب على المرشح الهدوء فى المقابلة مع أى حيلة يقوم بها الطرف الآخر مع عدم الانفعال بل يأخذ وقت كافى للتفكير لانه من الوارد جداً وجود اعضاء مناصرين للمرشح المنافس ووجودهم لهدف محدد وهو احراج المرشح والتقليل من مكانته امام الحضور لاستقطاب الناخبين لصالح مرشحهم .
- ٤٢- يجب على المرشح الحفاظ على وعوده فذلك يؤثر على مصداقيته وكذلك مصداقية الحزب او الكتلة السياسية التى يمثلها وان يتابع المرشح تنفيذ هذه الوعود .
- ٤٣- يجب على المرشح الإمام بالأنواع المختلفة للشخصيات وصفات كل نوع مع التدريب على كيفية التعامل مع كل نوع .
- ٤٤- يجب أن يتدرب المرشح على قراءة تعبيرات الوجه ومدلولها .

- ٤٥- يجب ألا يذكر المرشح كلمة أبداً على الإطلاق فهي سد أمام الاتفاق ولكن يستخدم كلمة كيف فهي تثبت رغبتك في الوصول لطريق لتحقيق الصالح العام .
- ٤٦- يجب على المرشح ألا يحاول إضعاف مكانة المرشح المنافس بشكل شخصي او التعرض لامور شخصية فقد يؤدي ذلك لتحويل الحاضرين لاتباع سلوك بشكل عدواني .
- ٤٧- يجب أن يسجل فريق عمل المرشح كل النقاط التي تم التوصل إليها في ختام اللقاءات .
- ٤٨- يجب على المرشح الختام في جو ودي لخلق الود والصدقة و الانسجام مع الحاضرين بما يؤثر بشكل إيجابي على التوجه الايجابي للناخبين تجاه المرشح .
- ٤٩- ارى انه يفضل استخدام كلمه مرشح منافس وليس خصم لان المنافسة لصالح جمهور الناخبين لاختيار الاصلح والافضل اما خصم من الخصومه وهى تعنى العداة .
- ٥٠- يجب الاختيار الدقيق لاعضاء الفريق لانهم الواجهه للمرشح امام جمهور الناخبين .