

الفصل الرابع

تحليل الدائرة الانتخابية

- مفهوم الدائرة الانتخابية.
- أهمية دراستها وتحليلها.
- مداخل دراسة الدائرة الانتخابية:
- مدخل الظروف البيئية السائدة.
- المدخل التاريخي.
- مدخل السمات النوعية للناخبين.
- مدخل الموقف الانتخابي:
- المؤيدون.
- المستهدفون.
- المعرضون.
- الممتنعون.

مفهوم الدائرة الانتخابية:

هو تقسيم جغرافى للبلد وفقاً لأغراض انتخابية لإتاحة الفرصة لكافة الدوائر المحددة جغرافياً للتمثيل فى الهيئة التشريعية أو البرلمانية بمرشح واحد، وتسمى الدائرة فردية، أو بمرشحين أو أكثر، أو تسمى دائرة متعددة المقاعد. ويحدد القانون الانتخابى طبيعة المقاعد كما فى القانون الانتخابى المصرى مقعد عن الفئات ومقعد عن الفلاحين والعمال.

ويمكن أن يمثل البلد بأسره دائرة انتخابية واحدة كما فى الانتخابات الرئاسية حيث يختار مرشحاً واحداً للرئاسة من بين جميع المترشحين.

أهمية دراسة الدائرة الانتخابية:

الدائرة الانتخابية تعنى الجمهور المقيم فى نطاق الحدود الجغرافية المحددة قانوناً، هذا الجمهور هو أهم متغير فى عملية الاتصال السياسى، فهو الذى يمنح المرشح أو الحزب وجاهته، ومقومات أو أسباب بقائه، كما أنه هو الذى يعطى الشهادة أو الصلاحية للمرشح أو الحزب لتمثيله فى البرلمان، فهو أهم متغير فى عملية الانتخابات، فإذا لم يكن لدى المرشح أو الفريق المسئول عن إدارة الحملة الانتخابية فكرة جيدة عن طبيعة الناخبين وخصائصهم الأولية من حيث النوع والجنس والوظيفة والانتماءات العقائدية أو العصبية أو الطائفية ومن حيث موقفهم الانتخابى: مؤيدون ومستهدفون ومعارضون، ومن حيث البعد التاريخى، مواقفهم فى الانتخابات السابقة والمرشحون والفائزون والبرامج الانتخابية السابقة وظروف ومقومات نجاحها أو فشلها، وإذا لم يكن لديهم أيضاً فكرة جيدة عن الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التى يعايشها أبناء الدائرة، وعن مشكلاتهم وقضاياهم وتطلعاتهم وتصوراتهم المستقبلية، إذا لم يكن لدى المرشح أو الحزب أو الفريق المسئول عن الانتخابات كل هذه المعلومات عن

الناخبين فإن كل ما سيبدلونه من جهود لن تؤتى بالتأكيد ثمارها لافتقاد المعلومات التي سيتم على ضوئها تحديد القضايا والبرامج الانتخابية والشعارات والرسائل الإعلامية ، وكذلك الأساس السليم لاختيار أشكال ووسائل الاتصال والاستراتيجيات والتكتيكات المناسبة، وبالتالي لن تكون هناك تأثيرات لهذه الجهود باستثناء ما تتيحه الصدفة، وهي أمر لا يعول عليه لضمان الفوز في الانتخابات في ظل التنافس الشرس بين المترشحين.

كما تفيد دراسة الناخبين المرشح في ترشيد الاستفادة من كافة الموارد المالية والبشرية، وفي ترتيب الأولويات وتحديد الأهداف، وفي اختيار الفئات النوعية من بين الأكثر استجابة وتحقيقاً لأهداف حملة المرشح الانتخابية وفقاً لما يعترى الجمهور من متغيرات حتى صبيحة يوم الاقتراع.

ويلاحظ أن دراسة وتحليل الدائرة الانتخابية عمل تأسيسى يقوم به المرشح أو الحزب قبل بدء الانتخابات الفعلية بوقت طويل، أى من اللحظة التي انتهت فيها الانتخابات الأخيرة، كما أنها بما توفره من معلومات تعد الأساس لأى حملة انتخابية، ولذلك فهي عمل مستمر ومتواصل وخاصة بالنسبة للأحزاب والكيانات السياسية الكبرى، ويقوم بها مسئولون علميون متخصصون فى عمل الدراسات اللازمة والاستقصاءات المختلفة الضرورية للتعرف على توجهات الناخبين عامة، أو الفئات النوعية كالشباب والمرأة ورجال الأعمال والمثقفين أو لتقويم البرامج والحملات والسياسات السابقة.

ويفضل حفظ نتائج هذه الدراسات والبحوث فى إطار بنك المعلومات فى ملفات منفصلة، فمثلاً يكون هناك ملف للمرشح وآخر للمرشحين المنافسين، وملف للانتخابات السابقة وملف للشخصيات المؤثرة، وملفات أخرى للقطاعات المختلفة الشباب والمرأة والمثقفين والعمال.

وملف للعلاقات الاجتماعية وآخر للظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأوضاع المعيشية للناخبين، وآخر لاحتياجات الدائرة التنموية، واحتياجات الناخبين الشخصية، وأيضاً ملفات للناخبين المستهدفين والمؤيدين والمعارضين بالإضافة إلى ملف خاص للمرشح وآخر للمنافسين.. إلخ.

مداخل دراسة الدائرة الانتخابية:

توجد مداخل عديدة لدراسة وتحليل الدائرة الانتخابية بما يساعد على توفير كافة المعلومات الضرورية للانتخابات وهذه المداخل هي:

أولاً- مدخل الظروف البيئية السائدة.

ثانياً- مدخل السمات، ويتم دراسة جمهور الناخبين من خلال السمات النوعية المختلفة.

ثالثاً- المدخل التاريخي: لدراسة الأبعاد التاريخية للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، والبعاد التاريخي لممارسة العملية الانتخابية للانتخابات السابقة من حيث المرشحين الفائزين والراسبين والبرامج الانتخابية السابقة.

رابعاً- وفقاً للموقف الانتخابي:

- المؤيدون.
- المستهدفون.
- المعارضون.

وهذه المداخل لدراسة الدائرة الانتخابية لا يمكن الاستغناء عن أي منها للتخطيط للحملات الانتخابية، لكن تختلف ظروف المرشحين بالنسبة للتفضيلات ووفقاً للوقت المتاح والامكانيات المتوافرة وطبيعة المرشح نفسه

كمستقل أو ضمن قائمة حزب أو كيان أو تيار سياسي، وطبقاً للوعى بمدى أهمية الأخذ بالأسلوب العملى فى إدارة الحملات الانتخابية.

وستحدث فيما يلى باختصار عن كل من هذه المداخل كما يلى:

أولاً- مدخل الظروف البيئية:

وفى إطار هذا المدخل نقوم بدراسة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية للدائرة الانتخابية للتعرف على المحركات والبواعث لسلوك الناخبين، والاستفادة منها للتخطيط للحملات الانتخابية، ومن هذه الجوانب:

- المعتقدات والأفكار والقيم السائدة لدى الناخبين، فالناخبون يدلون بأصواتهم لمن يحمل معتقدات وأفكار مماثلة، ويلاحظ ذلك بصفة خاصة بالنسبة لقطاع المتدينين فعادة ما يدلون أصواتهم لممثلى التيارات الدينية.
- الظروف الاقتصادية للدائرة الانتخابية وانعكاساتها على ما تعانيه الدائرة من مشكلات كالبطالة وانخفاض الدخل وافتقار المسكن الصحى، والعشوائيات ونقص الرعاية الصحية، وغير ذلك، وهذه المشكلات تشكل اهتمامات الناخبين وتعد عاملاً مهماً فى قرار الناخب.
- الانتماءات القبلية والعلاقات الشخصية والصدقات داخل الدائرة الانتخابية تؤثر أيضاً على قرار الناخب، كما يتأثر بالتربيطات والتحالفات التى يمكن أو تتم بين المرشحين.
- تؤثر طبيعة الدائرة الانتخابية " ريفية. بدوية. حضرية" على قدر الوعى الانتخابى لدى الأفراد، ويتأثر هذا الوعى ذاته، بالمستوى الثقافى والتعليمى للدائرة، بحيث تتداخل هذه التأثيرات فى قرار المرشح لتحديد توجهاته وسياسته لإدارة حملته الانتخابية. كما تؤثر درجة الوعى فى

نسبة المشاركين فى الانتخابات ذاتها، وفى تشكيل صورة المرشح
الذهنية لدى الناخبين، وفى تحديد الفائز بأصوات الناخبين.

تفيد دراسة البرامج الانتخابية السابقة فى الدائرة فى التخطيط للحملة
الانتخابية، إذ تساعد فى التعرف على:

- من دخل الانتخابات السابقة وكيف كانت النتائج ؟.
- عدد الناخبين الذين شاركوا فى الاقتراع المماثل الماضى.
- عدد الأصوات المرجحة لتحقيق الفوز.
- القضايا المحلية والوطنية والقومية التى استحوذت على اهتمام
الناخبين.

• تحديد الدوافع المختلفة لمشاركة الناخبين فى الانتخابات السابقة.
إضافة إلى ما توفره هذه الدراسات للمرشح من بيانات تؤثر على
ممارسات الحملة الانتخابية فهى تفيد من ناحية أخرى فى تحديد ما
تحتاجه الدائرة من جهود من قبل السلطة الحاكمة أو المجتمع المدنى
لتنمية الوعى الانتخابى عامة لصالح جميع المرشحين حتى تكون
الانتخابات بمستوى طموح الأمة ومن هذه الجوانب:

١- الاهتمام بالثقافة العامة والثقافة الانتخابية من خلال بيان أهمية
صوت الناخب ودوره فى تحديد المسار الذى يكون عليه النشاط
محل التصويت.

٢- التوسع فى إيجاد قنوات الاتصال بين المواطنين وأصحاب القرار فى
السلطة الحالية حتى يتمكن المواطن من إدراك مدى مسؤوليته فى
رسم خارطة المجتمع الجديدة.

٣- تثقيف عناصر اللعبة الانتخابية المتمثلة فى كل من الناخب
والمرشح الفائز والمرشح الخاسر، فعلى الناخب أن يلعب الدور
الأكبر فى المعادلة الانتخابية ، وعلى المرشح الخاسر أن يعد العدة

للدورة المقبلة وأن يبعد عن ذهنيته مخلفات الماضي بأبدية السلطة، وكذلك تثقيف الرايح في الانتخابات على إن وجوده فى الموقع لتحقيق المنفعة العامة وأن بقائه مرهون بمقدار عطائه وأن يرتفع عن الأنانية والمحسوبية.

٤- الإكثار من البرامج الإذاعية والتلفزيونية التى تعزز الثقافة القانونية وثقافة حقوق الإنسان، وإضفاء الروح التفاعلية بين المرشح والمواطن.

٥- نهوض الصحف والمجلات والدوريات بمسئولية توضيح المفاهيم الانتخابية وخلق أجواء بينية صالحة لقيام نهج انتخابى ديمقراطى.

٦- تهيئة كوادر رقابية تتصف بالعدالة والنزاهة والاستقامة مع الحرص على توخى الدقة عند اختيار لجان الإشراف والرقابة.

وفىما يلى نموذج لدراسة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لدائرة انتخابية بالتطبيق على دائرة إمبابة الانتخابية لتوضيح مدى أهمية المعلومات التى توفرها دراسة البيئة الانتخابية للتخطيط للحملات الانتخابية، وهذه الدراسة من إعداد مركز الجنوب لحقوق الإنسان.

وتشير الدراسة إلى أن منطقة إمبابة من المناطق ذات الكثافة السكانية المرتفعة، حيث يقطنها حوالى مليون نسمة، ونسبة كبيرة منهم من الشباب من المتعلمين وخريجي المدارس والمعاهد والجامعات، وبالنسبة للأنشطة الاقتصادية فى المنطقة، فهى بالأساس منطقة بها العديد من المصانع والشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، ولكن غالبية الشركات التى كانت مملوكة للدولة تقلص عدد عمالها بعد إجراءات المعاش المبكر والخصخصة، وغالبية سكان إمبابة يعملون كموظفين وعمال فى المصالح الحكومية، ويعمل الكثيرون فى مجالات الإنشاء والتعمير كعمالة باليومية أو فى الحرف والمهن المختلفة.

أما عن الظروف الاجتماعية فهي مرتبطة بالنشاط الاقتصادي للسكان، إلا أن هناك بعض المناطق التي تغلب عليها طبيعة الطبقة الوسطى مثل منطقة أرض الجمعية حيث يعيش فيها غالبية من الموظفين الحكوميين وضباط الجيش والشرطة، بالإضافة إلى مهن أخرى مثل الأطباء والمحامين والمهندسين. ويلاحظ أن منطقة إمبابة تعتبر واحدة من أكثر المناطق شهرة لما تتمتع به من طبيعة خاصة، حيث يتعايش فيها الناس من مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية جنباً إلى جنب، وفي نفس الوقت يقطنها عدد كبير من المسيحيين منذ زمن طويل، وغالبية سكانها من القادمين من الريف سواء محافظات الوجه القبلى أو البحرى، كما أن قربها من مناطق وسط البلد والزمالك والمهندسين يجعلها مرتبطة إلى حد ما بهذه الأحياء من حيث سهولة المواصلات وسرعة التأثر بالمتغيرات التي تشهدها هذه المناطق الراقية.

وشهدت منطقة إمبابة خلال التسعينات من القرن الماضى نموا ملحوظاً للتيار الإسلامى الذى فرض سيطرته و سطوته على العديد من الأحياء بها وخاصة الأكثر فقراً منها، والتي تعاني من غياب تسام للخدمات، وهذه السيطرة كانت سبباً فى بدء المواجهة العنيفة بين الحكومة والجماعات الإسلامية فى المنطقة، فألقت القبض على المئات منهم واهتمت قليلاً بالمنطقة عن طريق بناء مدارس جديدة وإدخال بعض الخدمات الحيوية للمنطقة مثل الصرف الصحى ورصف عدد من الشوارع الرئيسية، وكان لهذه المواجهة نتائج إيجابية حيث انحسر إلى حد كبير تأثير التيار الإسلامى فى الأحياء التى شهدت سيطرة شبه مطلقة عليها من قبل الإسلاميين.

إلا أنه مع سوء الأوضاع الاقتصادية بالنسبة لغالبية السكان وخصوصاً هؤلاء الذين فقدوا عملهم فى المصانع التى اشتهرت بها إمبابة نتيجة لسياسات الخصخصة ومن تقلص فرص العمل وارتفاع الأسعار وعدم وجود

مؤسسات رسمية أو غير رسمية قادرة على استيعاب الشباب في المنطقة وعدم تمكن هذا الشباب المكبل اقتصاديا من تحقيق ذاته، كل هذه الظروف أدت بشباب المنطقة إلى فقدان الأمل في تحسين الأوضاع، وفقدان الثقة في قدرتهم على المشاركة في هذا التغيير من خلال المشاركة في العملية السياسية ومحاولة توصيل أصواتهم للمسؤولين.

زد على ذلك ما يتكرر في كل دورة انتخابية من تزوير للانتخابات أو عدم تحقيق النواب الذين يتم انتخابهم لأي من وعودهم الانتخابية وعدم قدرتهم على التعبير عن مشكلات وطموحات الناس بما فيهم الشباب، هذا فضلاً عن خلو الساحة من أشكال سياسية حكومية أو معارضة تستوعب شباب المنطقة وتحاول الرفع من وعيهم، توجد في مناطق قليلة من إمبابة مقرات صغيرة للحزب الوطني الحاكم ويوجد مقر واحد فقط لحزب التجمع، والناصرى والوفد، وهى أحزاب معارضة، ولا تقوم هذه المقرات بأى أنشطة سياسية أو ثقافية، ومعظمها مقرات مغلقة بما في ذلك مقرات الحزب الحاكم التى لا تفتح أبوابها غالباً إلا في وقت الانتخابات.

ثانياً - مدخل السمات النوعية للناخبين:

يختص بدراسة الناخبين وتوفير قاعدة معلومات متكاملة عن الناخبين بالدائرة الانتخابية وتتضمن المعلومات والمجالات الآتية:

- السمات الديمغرافية للناخبين وفقاً للعمر والنوع والمهنة والثقافة.
- ما القضايا التى تهم كل فئة من هؤلاء؟
- موقف كل فئة من الناخبين في الانتخابات، لمن تصوت عادة.
- ما الأمور المؤثرة في الانتخابات بالنسبة لكل فئة.

إن تقسيم السكان القاطنين في دائرتك إلى مجموعات يمكن معرفتها وإدارتها يمثل الأساس لتطوير استراتيجية لاستهداف ناخبين معينين.

من ذلك دراسة الناخبين من حيث مستويات الدخل والمستويات التعليمية والمهنية والعمر، ونسبة الناخبات وأين يعملن وأين يقضين أوقات فراغهن ونسبة المقيمين في المدينة والقاطنين في المناطق الريفية، والمشكلات والاحتياجات الخاصة بكل نسبة، المؤيدون من كل فئة أو الذين نأمل بإقناعهم لتأييدك ونسبة المؤيدين للآخرين، وأيضا دراسة الفئات النوعية للناخبين وفقا للقضايا التي تهتم كل فئة ، قضايا اقتصادية، كالبطالة أو انخفاض الدخل. قضايا اجتماعية. قضايا سياسية وذلك لتحديد القضايا الأساسية التي سيتضمنها برنامجك الانتخابي لخطاب كل فئة من زوايا احتياجاتها.

أيضا، دراسة الجوانب النفسية للناخبين، هل هم متفائلون بالمستقبل أم متشائمون؟، هل يريدون التغير أم الاستقرار على الوضع الراهن؟، هل يتقنون بالحكومة ومؤسساتها أم لا؟.

بالإضافة إلى دراسة القيم الجوهرية التي توجه الناخبين في جمهورك المستهدف، محاربة الفساد أم الإصلاح أم التحسر على القيم الدينية الضائعة أم الرغبة في مستقبل آمن أم الاستقرار على الوضع الراهن.

ومن ذلك أيضا دراسة الصفات التي يرغبها الناخبون في المرشحين: الرجل الذي يشعر بهوم المواطن العادي، أو الرجل الذي يستجيب لقضاء مصالح الآخرين، أو الرجل الذي يعايشهم ويشاركهم وجدائياً، أو المفكر القادر على تقديم الحلول لمشكلاتهم والرؤى المستقبلية.

إن هذا التحديد لملامح كل فئة وللسمات النوعية للناخبين يجعلك في وضع أفضل لتحديد أهداف حملتك واختيار رسالتك وتحديد الاستراتيجية المناسبة للتوجه إلى الفئات الحاسمة لتحقيق الفوز.

ثالثاً- المدخل التاريخي:

بدراسة البعد التاريخي للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، حيث يساعد الوقوف على هذا البعد تحديد الأسباب والمسببات للمشكلات الراهنة التي يعاني منها المواطنون بالدائرة كأحد المداخل لتأسيس حلول للمشكلات الراهنة.

كما يتضمن هذا المدخل دراسة القوانين والأنظمة المنظمة للانتخابات السابقة وما طرأ عليها من تطورات للاستفادة منها في تطوير نظم الانتخابات الحالية وفي تلافى كافة المعوقات التي أفرزتها التجارب السابقة. بالإضافة إلى دراسة الانتخابات السابقة، من حيث من الذي دخل التنافس الانتخابي للمقعد نفسه، وكيف كانت النتائج؟، وعدد الناخبين الذين شاركوا في الانتخابات الماضية والذين لم يشاركوا وكم عدد الأصوات المرجحة لتحقيق الفوز؟.

وهذه المعلومات جميعها لا يمكن الاستغناء عنها لتأسيس وتخطيط حملة انتخابية ناجحة، وبدون هذه المعلومات ننتقل من فراغ، ونخضع لتأثير الصدفة والاحتمالات.

ويتضمن تصنيف الجمهور وفقاً للموقف الانتخابي إلى فئات أربعة:

• المعارضون:

وهم الخصوم المنافسون للمرشح أو الحزب والحريصون على الفوز وعلى إزاحتك، المفروض أن التنافسية تقتضي أن يتم الصراع وفقاً لطقوس التنافس الشريفة وأجواء من الشفافية واحترام الآخر وميوله، ومنحه الحق في التعبير، لكن الواقع الفعلي المؤلم يشير إلى عكس ذلك ففي كثير من الانتخابات المحلية والعربية، حيث يستخدم العنف إلى درجة الدماء، ويتم الاستخفاف بالقانون ويتعاضد دور المال وشراء الأصوات، إضافة إلى ما

نلاحظه فى كثير من الأحيان من تدخلات إدارية وأمنية فى سير العملية الانتخابية، وهو ما تكشف عنه الاتهامات المتبادلة والقضايا عقب كثير من الانتخابات.

مثل هذه الأساليب تعتبر مخالفات تجرمها قوانين الانتخابات فى البلدان المختلفة، وما يعيننا هنا هو التنافس الشريف القائم على احترام إرادة الناخبين، هؤلاء الخصوم تتم دراسة شخصياتهم وبرامجهم والتعرف على نواحي القوة ونواحي الضعف، وعلى ضوء الدراسات التى قام بها الفريق العلمى لحملتك الانتخابية يمكن الاستفادة من نقاط الضعف لدى المنافسين الأقوياء ومهاجمتها، قد تكون فضائح ثابتة، أو مواقف مخجلة، أو مواقف عجز فيها المنافس مرشحاً أو حزباً عن تحقيق وعوده للناخبين، فى كل هذه المواقف لا يستطيع المنافس الرد. وفى نفس الوقت نركز على نقاط القوة لدينا، وذلك لدفع الناخبين المؤيدين للمنافسين إلى عدم التصويت لهم، رغم اقتناعنا بأنهم لن يصوتوا لنا، والغرض هو تقليل حصة الخصوم من الأصوات المؤيدة.

أما المنافسون الأضعف فهؤلاء يمكن التربيط أو التحالف معهم ودعمهم للحصول على حصة أكبر من الأصوات خصماً من حصة المنافس القوى بما يودى فى النهاية إلى تفتيت أصوات الناخبين المعارضين.

• الناخبون المؤيدون:

وهؤلاء معروفون لنا، ويمكن حساب أصواتهم تقريباً، ولا يعنى ضمان تأييدهم لنا إهمالهم نهائياً، فالاستمرار فى التواصل معهم ضرورى من خلال التركيز على الإنجازات السابقة وإبراز جوانب قوة مرشحهم ومزايا برنامجه الانتخابى، للحفاظ على الثقة خاصة وأن هناك نسبة من هؤلاء قد لا ترضى عن الأداء السياسى للمرشح، أو لديها اعتراضات لعجز المرشح عن الوفاء بتعهدات من انتخابات سابقة، أو لعجزه عن تقديم خدمات خاصة أو عامة

لفئات من المؤيدين. المهم هنا أن نوضح المواقف والأعذار، وأن نبث الأمل في استمرار المحاولات للإنجاز وخاصة عند الفوز بالانتخابات، وأن نستفيد بالوجهاء وقادة الرأي والشخصيات المؤثرة للمصالحة وتبرير المواقف لضمان استمرار التأيد.

وبالنسبة لوقائع التعامل مع المؤيدين خلال الحملة الانتخابية يقوم المرشح وفريقه الانتخابي بإعداد قوائم للمجموعات الرئيسية والكتل البشرية التي يتوقع أنها ستصوت له، وقوائم عن المنظمات والأفراد الذين لهم قيم مماثلة والذين يستخدمون استراتيجيات مماثلة أو يهتمون بنفس القضايا التي اختارها المرشح لحملة الانتخابية، وأيضاً عن الشركات، والجمعيات النسائية، والهيئات الثقافية والمنظمات البيئية، والشخصيات البارزة، ويتم تصنيفها في قوائم أو ملفات خاصة، كما يقوم بعمل قوائم نوعية أيضاً للناخبين المؤيدين طبقاً للخصائص الديمغرافية كالسن والنوع، وكذلك قوائم مماثلة للناخبين المستهدفين، ويلاحظ أن هذه القوائم ستكون ذات أهمية بالغة عند التخطيط وعند تحديد الاستراتيجيات أو عند التنفيذ والاتصال الفعلي بالناخبين، فمثلاً عند اللقاءات والزيارات، ومن خلال المناسبات المختلفة بالدائرة سيتم التحرك للمرشح، وبدون هذه القوائم التي تحدد أماكن تواجد الناخبين وأماكن تواجد الشخصيات المؤثرة سيصعب الاتصال كما ستتضاعف الجهود والنفقات.

• الممتنعون:

وهم الأغلبية الصامتة من الجمهور، لا تشارك في الانتخابات، وقد تصل نسبتها إلى ٧٠% أو أكثر من جملة الذين لهم حق التصويت من المواطنين، وفي بعض فئات الجمهور كالشباب والمتقنين والمرأة تزيد عن ذلك. وهؤلاء يمتنعون عن التصويت لأسباب عديدة منها عدم الإيمان بجدوى الانتخابات أو

لعدم التواصل بين الأحزاب السياسية والقواعد الشعبية أو للسلبية واللامبالاة أو للجهل بأسس ومكان وزمان وكيفية التصويت.

وهذه الفئة تحتاج إلى جهود كبيرة للتوعية السياسية بأهمية الانتخابات وضرورة المشاركة وإبداء للرأى، مع ضرورة مخاطبة كل فئة من وجهة احتياجاتها ومتطلباتها فتكون هناك حملات توعية للشباب والمرأة والمتقنين وغيرهم من الفئات المختلفة وتكون التوعية على مستوى الريف والمدينة والبادية.

وهذه التوعية تتضافر على تحقيقها جميع الأحزاب والمرشحين، ومؤسسات المجتمع المدني، وهى جهود متواصلة لا تقتصر على فترة الانتخابات فقط ، وهدفها زيادة نسبة الناخبين وإثراء الحياة الديمقراطية.

• الناخبون المستهدفون:

يعنى استهداف الناخبين تحديد عدد الأصوات المطلوبة لفوزك بعد استبعاد عدد الناخبين المؤيدين، وتكون هذه النسبة هى العدد المطلوب إقناعهم لتأييدك. وذلك بتحديد أى مجموعات ضمن قطاعات الناخبين تكون أكثر استعدادا لتأييدك لتركيز جهودنا عليها، ولتطوير الرسالة الفعالة لإقناع أولئك الناخبين المستهدفين موفرين بذلك الجهد والمال، مع ضمان كثيف الجهود على القطاعات المطلوبة فقط لضمان التأثير والفاعلية. ويتم تحديد الناخبين المستهدفين إما على أساس جغرافى، بأن نحدد المناطق التى يمكن أن يتواجد بها عدد كبير منهم فنتوجه إليهم بالرسالة الإعلامية المناسبة، أو نقوم بتقسيم الناخبين المستهدفين وفقا للخصائص الديموجرافية، السن، النوع، الدخل، المهنة، الدين أو أية سمات أخرى، فنحدد كل مجموعة متشابهة فى السمات والأرجح فى الاهتمام لاختيار الأسلوب الدعائى المناسب.

وهؤلاء هم الناخبون على الحياد، الناخبون الذين قرروا عدم التصويت لأى من المرشحين، وهؤلاء يمكن اعتبارهم ناخبون ممكن إقناعهم، وترجع أهمية تطوير رسالة فعالة لإقناع أولئك الناخبين المستهدفين إلى سهولة التأثير فيهم بأقل قدر من الموارد المالية والبشرية وفى وقت أقل، بخلاف المعارضين، كما أنهم يمثلون الأصوات التى سنحصل عليها منهم، والتى توفر الفرصة لزيادة فرصة الفوز لمرشحك فى الانتخابات.

ومن خلال التحديد الدقيق للجمهور المستهدف تصمم الحملة الانتخابية للتواصل معه، وهذا يقتضى دراسة القضايا المختلفة التى تهتم هذا القطاع من الجمهور، والسمات التى يفضلونها فى المرشح، وما هى مواقفهم من المؤسسات الحكومية وهل يريدون التغيير أم الاستقرار، وتحديد خصائصهم النفسية من حيث التشاؤم أو التفاؤل.

وقيام الفريق العلمى للحملة بإعداد الدراسات الخاصة بالتعرف على الجمهور المستهدف وسماته وخصائصه يساعد فى توفير المعلومات التى يمكن على أساسها التخطيط للتأثير فى الناخبين المستهدفين.