

## المقدمة

تعد الحملات الانتخابية الناجحة البداية الحقيقية لتحقيق الفوز في الانتخابات، ففي الانتخابات البرلمانية تساعد المرشح على الاقتراب الشديد من ناخبيه وإقناعهم بأنه سيكون لسان حالهم في المجلس والمعبّر عن آمالهم وتطلعاتهم واحتياجاتهم، وهذه الحملات التي تتنوع في أساليبها ومناهجها تساعد على إقناع الناخبين للتصويت لهذا المرشح أو ذاك، وبالتالي تساعد على بناء الثقة المتبادلة بين الطرفين بحيث يحقق كل منهما هدفه.

والحملة الانتخابية الناجحة هي التي تستفيد من كل الظروف وفي إطار الوقت المحدد لاستهداف الناخبين، وتقوم بتطوير رسالة مقنعة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول إلى الناخب.

ولذلك تعتبر الحملات الانتخابية للمرشحين الشكل الراقى للممارسة الديمقراطية لحسم التنافس على جمهور الناخبين، لأن الفيصل الحاكم للنجاح عند التخطيط للحملات الانتخابية هو المرشح ذاته وتاريخه وإجازاته ومقترحاته لتلبية احتياجات المواطنين وحل مشاكلهم، ومدى افتتاع الجماهير به وفي الوقت نفسه إجهاض فرص التأثير على المواطنين التي يقوم بها المرشح الآخر.

إن أهمية التخطيط للحملات الانتخابية تبرز من خلال الموازنة في الاستفادة من كافة العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي للناخبين مع السيطرة في الوقت نفسه على العناصر السلبية.

فيمكن للمخطط أن يستفيد من البعد الخدمي في العلاقة مع المرشح، وقرب الأخير من السلطات ومراكز النفوذ لترجيح تصويت الناخبين له.

كما يستفيد من الانتماءات الأولية للناخبين، كالارتباطات القبلية أو العشائرية أو العائلية، لكن في إطار مظلة النظام الاجتماعي للمجتمع. وكذلك الاستفادة من الانتماءات السياسية كالانتماء الحزبي أو الانتماء في حالات أخرى لقوى أو حركات أو تيارات إسلامية أو يسارية أو قومية، لتوفير دعم انتخابي للمرشح.

بالإضافة إلى ذلك توجد عناصر سلبية تؤثر على المرشح سلبيا عند اعتبارها من قبل المخططين للحملة، كالاتتماد على المال والرشاوى من قبل المؤيدين، وبخاصة عندما تنتفي الرقابة على الإنفاق المالي، أو حين لا تحدد سقف مالي للإفاق الانتخابي في القوانين المنظمة لعملية الانتخابات، وكذلك عندما تنزلق الحملات الانتخابية في اتجاه المنافسين إلى الحد الأقصى من التجريح والعبارات الهجومية والانتقادات والتحاميل وتضخيم الأدلة والبراهين التي يتم إخراجها من سياقها، أو عندما تسود خطب المبالغة وتنتشر أفعال التفضيل وتسود الحملة سمة المبالغة الدعائية أكثر من التركيز على الحقائق الدامغة، أو تعتمد على أسلوب دغدغة عواطف الناخبين بالوعود البراقة غير القابلة للتحقيق.

فكل هذه الأمور السلبية تؤثر على خيار الاستقلالية للناخبين وعلى أخلاقيات التنافس، كما تجعل الحملة الانتخابية للمرشح نفسه خارجة عن المتطلبات والضوابط القانونية للحملات الانتخابية، وهو ما يفقد الحملة مصداقيتها وتأثيرها على الناخبين ويعود بالنتائج السلبية على المرشحين.

إن الحملات الانتخابية لم تعد مجرد زفة جماهيرية أو تعليق لافتات وإقامة بوابات بالشوارع والميادين، وإنما أصبحت علما وفناله أساليبه ووسائله وأخلاقياته، كما أن النشاط الانتخابي نفسه لم يعد مجرد مظاهرة أو مسيرة شعبية وإنما أصبح عملية استراتيجية معقدة، وثمة ثلاث طرق لممارسة الحملة الانتخابية ودراستها.

الأولى: أن ننظر إلى الحملة بوصفها تقديم وعرض وإعجاب بالشخصية.

الثانية: أن ننظر إلى الحملة باعتبارها استراتيجية انتخابية لتعريف الناخبين بالقضايا التي تنطوي عليها الحملة الانتخابية وكيف أنها ترتبط بالناس والمجتمع، أي أن الحملة الانتخابية أداة تستخدم لإعادة تشكيل فريق إدارة الدولة وطريقة حل المشكلات وطريقة ترتيب مجمل خطوط الحياة الأساسية.

الثالثة: أن ننظر إليها على أنها وسيلة لبناء المؤسسة السياسية حزبا سياسيا كانت أو منظمة محلية أو مجموعة ملتفة حول قضية ما.

المهم أن ما ننفقه على الحملة الانتخابية يتم وفق استراتيجية محكمة ومن خلال إدارة ناجحة يحقق لنا ما نريده، سواء أكان الغرض الفوز في الانتخابات، أم كسب الصيت والشهرة والوجاهة، أم تشتيت الأصوات عن مرشحين آخرين لإسقاطهم، طبقا لأهدافنا من حملتنا الانتخابية.

وطبقا لأهداف الناخب الذي يقدم على صناديق الانتخاب للإدلاء بصوته لرغبته في تغيير المنهج أو الشخص الذي يحكمه أو يمثله حاليا لعيوبه وإخفاقاته، أو لتثبيت المنهج أو الشخص لنجاحه وحسناته، وبالتأكيد فهو يعرف المنهج ويعرف الأشخاص والرموز الذين يصوت لهم ويعرف تاريخهم وقدراتهم، مهما حاول الخصم التقليل من شأنهم وأهميتهم.

إن توجيه المرشحين لحسن مخاطبة الرأي العام، وجمهور الناخبين بوعى لكسب الثقة وتحقيق الفوز في الانتخابات يحتاج منا لجهود حثيثة، لتعديل المسار التقليدي لحمات الدعاية الانتخابية، فلم تعد خبرات المرشح ومهاراته وقدراته الاتصالية بمفردها كافية لتحقيق الفوز، يستطيع المرشح بلا شك بناء منزل دون تخطيط عمراني، لكنه لن يأمن الوقوع في أخطاء

عديدة قد تؤثر على سلامة المبنى نفسه، فضلا عما قد يهدره من وقت ومال، والكثير من مواد البناء، وقد لا يرضى فى النهاية عن النتائج الأخيرة، وكذلك الحال فى الحملات الانتخابية عندما يخوضها المرشح دون خطة مدروسة ودون إدارة جيدة تأخذ بالأسلوب العلمى فى صياغة الاستراتيجيات وتحديد الأهداف وبلورة الرسالة الانتخابية للحملة وبلورة البرامج وحشد الأفكار، والبحث عن طرق وأساليب مبتكرة للدعاية لتقديم المرشح فى أفضل صورة، وتحسين برنامجه السياسى لكسب ثقة الناخبين للمشاركة فى الإلقاء بأصواتهم، وإثارة حالة من الاهتمام ولفت الانتباه نحو عملية الانتخاب، والحد من سيطرة العوامل المؤثرة سلبيا على الرأى العام، كسيطرة رأس المال واستخدامه لانتزاع الأصوات وغير ذلك.

فى كثير من الأحيان لا يستعين المرشحون بخبراء متخصصين فى الدعاية الانتخابية، ويعتمدون على أنفسهم فى إدارة حملاتهم الانتخابية، إذ يعتمد المرشح على خبراته ومدى إسهامته فى خدمة الوطن ومدى معرفة الجماهير بدوره وبأهدافه.

وكثيراً ما يجرى صياغة هذه الحملات بشكل ارتجالى بعيداً عن المنهجية دون الاعتماد على أية معلومات ميدانية مستوحاة من واقع الدائرة الانتخابية وموازين القوى والقدرة على إدارة التحالفات فى تحقيق أهدافها. وبصفة عامة لضمان الفوز فى الانتخابات من الضرورى جداً أن يكون لديك إدارة لقيادة الحملة الانتخابية، تتكون من أقسام تعرفهم وتثق بهم، أو خبراء تعتمد عليهم بسبب الخبرة التى يمتلكونها فى أمور القضايا العامة أو وسائل الاتصال أو الخطة السياسية أو الانتخابية أو المالية.

هذه الإدارة هى التى ستزودك بالمعلومات للشخصية والأسرية والقبلية عن الناخبين فى الدائرة واحتياجاتهم، وعن المرشحين المنافسين. وهى التى ستحدد الصورة الذهنية والمحبة عنك لدى الناخبين، وتحدد لهم ما الذى

يميزك عن المرشحين الآخرين، وما الذى يميز قضاياك عن قضايا الحملات الأخرى، وما الذى يجعل لك مصداقية فى عيون الناخبين، هى التى ستحدد لك نقاط القوة لتزيد منها ونقاط الضعف لتلافيها، بالإضافة إلى نقاط قوة وضعف المرشحين الآخرين، وكيف تستطيع أن تقلب نقاط ضعفهم إلى قوة لقضاياك؟.

كذلك ستدير لك إدارة الحملة برنامج الزيارات والندوات وإرسال الدعوات والأنشطة والبرامج المختلفة لحملتك والإشراف عليها والإعداد لها. لهذا كان تعيين إدارة الحملة الانتخابية للمرشحين أمر جوهري، وبخاصة فى ظل الظروف التى تسود الساحات الانتخابية على امتداد العالم العربى، من توجه متزايد نحو ديمقراطية حقيقية وإحساس أكثر للمواطن بأهمية صوته، ونظم انتخابية تتم فى إطارها المعارك الانتخابية دون تدخل وبتكافؤ فرص لجميع المرشحين.

ولهذا كان هذا الكتاب محاولة منا لتلبية احتياجات المرشحين للانتخابات لفهم أفضل للأسس التى يقوم عليها التخطيط العلمى للحملات الانتخابية لضمان الفوز فى الانتخابات من خلال فصوله الآتية:

### الفصل الأول:

يتناول إدارة الحملة الانتخابية، من حيث مفهوم الحملة، ومفهوم الحملة الانتخابية، والفرق بين الإدارة الانتخابية وإدارة الحملات الانتخابية، وأنواع الحملات الانتخابية، والضوابط الأخلاقية للحملات الانتخابية، وعوامل نجاح الحملة الانتخابية. والعوامل المختلفة لفشلها.

### الفصل الثانى:

بعنوان تصميم الهيكل التنظيمى للحملة الانتخابية، وناقش ضوابط التصميم، مع عرض نماذج لتصميمات مختلفة، وتحديد لمسئوليات غرفة

العمليات، ومسئوليات أعضاء الفريق الإداري للحملة، واختصاصات مستشار الحملة، والمدير، والمسئول الإعلامي، والعلمي، واختصاصات المسئول الإداري، والمالي، ومسئول الكشوف والقيود واللجان الانتخابية، ومسئول الزيارات، واختصاصات المستشار الأمني، واختصاصات مسئول لجنة المتطوعين.

### الفصل الثالث:

ويعرض لتخطيط الحملات الانتخابية من حيث مفهوم التخطيط للحملات الانتخابية، وأهميته، وشروطه، وموقف المرشحين من التخطيط، وعناصر التخطيط من حيث جمع البيانات عن الدائرة الانتخابية، وتحليل الموقف الانتخابي، وتحديد الأهداف، وتحديد الأفكار والقضايا للبرنامج الانتخابي، وتحديد الرسالة الانتخابية، وتحديد شكل الاتصال، وتحديد الاستراتيجيات، وتحديد التكتيكات للإقناع والتأثير، وتحديد الوسائل، وتحديد ميزانية الحملة، واتخاذ إجراءات التنفيذ، وجدولة الحملة، والمتابعة والتقويم للحملة الانتخابية.

### الفصل الرابع:

ويتعرض لتحليل الدائرة الانتخابية من حيث مفهوم الدائرة الانتخابية، وأهمية دراستها وتحليلها، ولمداخل دراسة الدائرة الانتخابية: مدخل الظروف البيئية السائدة، والمدخل التاريخي، ومدخل السمات النوعية للناخبين، ومدخل الموقف الانتخابي: المؤيدون، والمستهدفون والممتنعون وأمعاضون.

### الفصل الخامس:

ويعرض للبرنامج الانتخابي من حيث مفهوم البرنامج الانتخابي، وعناصر التصميم للبرنامج الانتخابي، والرؤية المنهجية وقضايا البرنامج

الانتخابى، كما يتعرض لنماذج مختلفة لبرامج انتخابية لمرشحي الرئاسة ومرشحي المجالس النيابية والبلدية. وكذلك مفهوم الرسالة الانتخابية للحملة وأهميتها ومتطلبات تصميمها، ولعلاقة الرسالة الانتخابية بالناخبين، وشروط الرسالة الانتخابية الناجحة، وضوابط تنفيذ البرنامج الانتخابى: تحديد شكل الاتصال، وتحديد الاستراتيجية المناسبة. وتحديد التكتيكات الخاصة بالإقناع والتأثير.

### الفصل السادس:

ويناقش مهارات الاتصال الشخصى بالناخبين، من حيث، توظيف المرشحين للغة الجسد للتواصل مع الناخبين، وأهمية تنمية مهارات الاستماع، ومهارات الحديث والخطابة، ومهارات السؤال، ومهارات التعامل مع الآخرين.

### الفصل السابع:

ويتناول وسائل الاتصال بالناخبين فيعرض لأسس الاختيار للوسيلة الأمثل للاتصال بالناخبين. ولوسائل الاتصال المختلفة بالناخبين : تقديم الخدمات، وتقديم الهدايا والمنح والتبرعات، ولمظهر المرشح كوسيلة دعائية، وللصور والرسوم. وللإنترنت فى الدعاية الانتخابية، والمشاركة فى المناسبات الاجتماعية والدينية والخاصة، والمجسمات والنماذج، والاحتفالات، والولائم، والتليفون والمحمول، والزيارات واللقاءات، والمؤتمرات الشعبية، والمناظرات، والمسيرات، والشخصيات البارزة، ومنظمات المجتمع المدنى، والملصقات، والخطابات والرسائل، وأشرطة الكاسيت والفيديو، واللوحات الإعلانية، والصحافة، والراديو والتلفزيون .

## الفصل الثامن:

ويتعرض لتقويم الحملات الانتخابية من حيث واقع التقويم للحملات الانتخابية، ومفهومه، وأهدافه، وأهميته، وخصائصه، وأنواع التقويم للحملات الانتخابية، وأدواته، ومراحل تقويم البرامج الانتخابية.

وبعد فهذا جزء من كل، وقليل من كثير أرجو أن أضيف إليه المزيد في المستقبل القريب بإذن الله تعالى، وأرجو أن تكون هذه الدراسة مجرد شعاع صوئ ينير الطريق للباحثين والمهتمين بميدان إدارة الحملات الانتخابية والتسويق السياسي حتى يساهموا بجهودهم في هذا المجال، وأن نكون قد كشفنا للنقاب عن الأسس العلمية لإدارة الحملات الانتخابية الناجحة بما يساعد المرشحين على الفوز بالانتخابات وعلى دعم أسس المشاركة السياسية الواعية لجميع المواطنين

إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ  
تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ.

صدق الله العظيم

المؤلف