

دليلك للفوز



بالانتخابات

اعداد وتقديم

أ. إبراهيم صالح خليل

رئيس قسم العلاقات العامة

دار البشير
للثقافة والعلوم



اسم الكتاب: دليلك للفوز بالانتخابات

الـألف: أ. إبراهيم صالح خليل

الصف التصويري: الندي للتجهيزات الفنية

عدد الصفحات: 128

عدد الطباعات: (الطبعة الأولى 2011)

التوزيع النشر: دار البشير للثقافة والعلوم

مصر - طنطا

تليفون: 0162836461- 0167467492

darelbashier@hotmail.com

dar_elbasheer@yahoo.com

الإيداع القانوني: 2011/2910

الترقيم الدولي: I.S.B.N.978/977/278/407/3

جميع الحقوق محفوظة

يمنع طبع هذا الكتاب أو جزء منه بكل طرق

الطبع ، والتصوير ، والنقل ، والترجمة ،

والتسجيل المرئي والمسموع والحاسوبي ،

وبغيرها من الحقوق إلا بإذن خطي من :

دار البشير للثقافة والعلوم

1432 هـ

2011 م



إهداء



إلى ... والدي الذي أفني حياته كي أكون
إلى ... والدتي التي كلما قلت لها وداعاً،

قالت لي متي الرجوع

﴿وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾ [الإسراء: 24]

إلى ... زوجتي رفيقة العلم والعمر

التي أعطتني دائماً ولم تبخل بشيء

إلى ... إخواني ... أخواتي

ذخري وسندي في الحياة الدنيا بعد الله عز وجل



إلىكم أنتم..

أهدي هذا الكتاب



بسم الله الرحمن الرحيم

من أهم الاسباب التي دفعتني إلى هذا العمل هو

حبي الشديد لمجال عملي الذي أعتره

ليس مجرد مجال عمل بل شريان حياة

يتدفق منه الفن والهندسة والاقناع

وكل الفنون الجميلة التي تنتهي دائما

برسم الصورة الجميلة بألوان زاهية فيها كل معاني

الايجابية والروح المعنوية العالية المنبثقة من الصدق والأمانة

والشفافية وعلو الهمة ، وهي قادرة بعون الله علي زرع بذور

الإنجاز وتحويل الدنيا إلى بستان للحكمة ، وتكون بمثابة مفاتيح

للخير في كل مكان .

وإنني لأمل أن يكون هذا العمل ذا نفع كبير للمشتغلين

بالعلاقات العامة أو المرشحين للانتخابات، لكل من أراد أن يترك

بصمة في مكان ومجال عمله سواء في السفارات أو الوكالات

الاعلانية أو المنظمات أو الهيئات الحكومية أو الخاصة أو في

الجامعات والمعاهد أو في شركات الهواتف المحمولة أو في

البنوك..... لا اخفيكم سراً فأنا أحبهم جميعاً فهم بارقة الأمل

لهذه المؤسسات الذين هم سفراء عنها في كل مكان ، وحبي ينبع

لهم من تحليهم بالأخلاق الحميدة وتسليحهم بالمهارات الفردية

والشخصية المتميزة التي تجعلهم في أماكنهم كالنجوم في السماء .



لذا حرصت أن أجمع لكم هذه المادة الفريدة من عدة مصادر

ومراجع لأساتذة العلاقات العامة في مصر وخارجها مقترنة

بالخبرة العملية في العمليات الانتخابية ، ولن أقول انها وصفة

سحرية لكل المشتغلين بالعلاقات العامة أو المرشحين بل لكل من

له إرادة أن يتحول من السلبية واللامبالاة إلى الإيجابية التي تدفع

إلى الإنجاز والعمل بحب وإخلاص .

لا يسعني بعد أن أنجزت هذا العمل البسيط بعون الله وتوفيقه

الا أن أسأله سبحانه وتعالى أن يكون هذا العمل نبتة طيبة بفضله

وحسن رعايته .

أسأل الله سبحانه وتعالى أن ينفعنا وإياكم به

والله من وراء القصد

وهو هادي السبيل



تعتبر العلاقات العامة هي واجهة المرشح التي يطل بها علي المجتمع ، ومن خلالها يتواصل مع الجماهير والمؤسسات والهيئات علي المستوي المحلي والدولي ، وهي تنقل صورة المرشح فكرياً وثقافياً وعلمياً نقلاً أميناً واضحاً جلياً عبر وسائل الإعلام المختلفة، ومن خلال الأنشطة المتنوعة للحملة الدعائية الانتخابية وفلسفتها وأهدافها وخطة عملها لتذليل أية صعوبات وإزالة العقبات التي قد تعترض المرشح بإعداد وسرد الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة الصادقة لتعكس صورة إيجابية وطيبة عن المرشح ونشاطه العلمي والاجتماعي في خدمة المجتمع والمواطنين ، وتتصدي أيضاً العلاقات العامة للشائعات والأخبار الكاذبة التي قد يبثها البعض للنيل من المرشح ، وذلك بتصحيحها ومحو سوء التفاهم بسائر أوجه النشاطات التي تبناها الحملة بصفة عامة .



قبل أن أتحدث عن تلك العوامل التي يتحدث عنها أخي الدكتور إبراهيم الفقي أفضل مني في كتابه العوامل العشرة للنجاح فان كل اناء ينضح بما فيه كما يقال فلا بد أن أبدأ بالحارس الأمين لسمعة أي مرشح ألا وهو:

العوامل العشرة للنجاح في التنمية البشرية

(مدير العملية الانتخابية أو مستشار العلاقات العامة) الذي يصحح دائماً الصورة السيئة التي تنتج عن الجهل بالأمور والتحامل والمواقف العدائية واللامبالاة إلى معرفة وفهم وإيجابية ورفع الروح المعنوية فكل الشكر والتقدير إلى المشتغلين بها في كل المواقع ، والعوامل العشرة للنجاح من وجهة نظر التنمية البشرية هي :

- 1 - **الدوافع** : هي المحرك الرئيسي للسلوك الانساني .
- 2 - **الطاقة** : هي وقود الحياة مثل البنزين للسياره .
- 3 - **المهارة** : دائماً تكون هي بستان الحكمه بالنسبة للإنسان .
- 4 - **التصور أو التخيل** : بداية طريق النجاح والابتكار وأهم من المعرفة ، ويصل لحد أنه يشكل العالم .
- 5 - **الفعل** : هو الطريق إلى القوة والإيجابية .

1 - القدوة الحسنة :

حيث أكدت علي ضرورة أن يكون القائمين بالأعمال الخدمية والتشريعية للجماهير كلما كانوا قدوة في سلوكهم وأدائهم كلما أثروا في الجماهير التي يتعاملون معها تأثيراً إيجابياً .

العلاقات العامة في الإسلام



قال تعالى: ﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ ﴾

[البقرة:44]

2 - الالتزام الخلقي :

هي قواعد سلوكية متينة ومبادئ تلزم المرء بحسن المعاملة ، وكرم الأخلاق وحسن القصد.

3 - الصدق :

من أولى الصفات التي يحتاجها المرشح دون اللجوء إلى الكذب لإضافات دعائية تهدف إلى التضليل الجماهيري الذي سرعان ما ينكشف للجماهير وعندئذ تفقد ثقة الجماهير في المرشح .

4 - الرقابة الذاتية :

حاسب نفسك وزن عملك قبل أن يوزن عليك ، وراقب ضميرك وامنعه من الانحرافات السلبية قال

6 - التوقع : هو التحول من الخيال إلى الواقع .

7 - الالتزام : دائماً ما تكون بذور الانجاز للإنسان .

8 - المرونة : القوة الخفية لاتخاذ القرارات في ليونة أشد من القوة .

9 - الصبر : إن التعجل في أغلب الأوقات لا يأتي بخير ولكن الصبر مفتاح الخير والسعادة.

10 - الانضباط : أساس التحكم في الشهوات والنفس معاً .

هذا ما ينفرد به أفضل مدربي التنمية البشرية كوصايا للنجاح ، وفي مجال العلاقات العامة أيضاً أولى الإسلام عناية فائقة للاهتمام بالمبادئ والمثل ذات الطابع التوجيهي والإرشادي فاتسمت العلاقات العامة الإسلامية في صدر الإسلام بمجموعة من الخصائص والمميزات وهي إحدى عشرة وصية .



تعالى ﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فِى سَبِيلِ اللَّهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾
[التوبة: 105].

5 - الصراحة والحزم :

لقد أدرك الرسول (ﷺ) والخلفاء بفطنتهم ضرورة أن يكون المسئولين منفتحين على الجماهير مستجيبة لمطالبهم ولقضاياهم بالحسم والحزم المطلوين دون تسويف أو تباطؤ ، دون اللجوء إلى البيروقراطية التي تفشت في عصرنا الحاضر .

6 - الدقة والاخلاص :

ان طبيعة العلاقة بين المرشح والجماهير علاقة تعاقدية فينبغي عليه أن يؤدي عمله بأقصى الامكانات المتوفرة لديه وفاءً بهذا العهد قال تعالى : ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾ [المائدة: 1]
والحديث الشريف : " ان الله يحب اذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه " .

7 - الأمانة :

لا بد أن يكون أميناً في أدائه وأن يترفع عن كل ما ينتقص من كيانه كخادم للجماهير ويبقى حديث رسول الله (ﷺ) لأبي ذر قائلاً له : " يا أبا ذر انها

أمانة ، ويوم القيامة خزي وندامة إلا من أخذ بحقها وأدى الذي عليها فيها " .

8 - التعاون :

وهذا يستلزم التكاتف و التعاون من الجميع لخدمة المجتمع قال تعالى : ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ﴾
[المائدة: 2]، وقال تعالى : ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾ [آل عمران: 103].

9 - طاعة الرؤساء :

في غير معصية للخالق قال تعالى : ﴿وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُسْرِفِينَ ۚ الَّذِينَ يَفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ﴾
[الشعراء: 151، 152]

10 - الصراحة مع الرؤساء والجماهير:

قال تعالى : ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَأْمُرْ بِهِمْ لَبِثًا أَجَلٌ قَلِيلٌ ۚ وَاللَّهُ يَخْتَارُ﴾
[آل عمران: 159]
11 - تحمل المسؤولية :

في حزم ولين تؤلف ولا تنفر ، وتقرب ولا تبعد قال رسول الله (ﷺ): " كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته " وذلك يكون بحسن المعاملة و دماثة الخلق والصبر الجميل .

- وضع بعض الأمور في مكانها المناسب، ربما الشيء الأكثر أهمية هو أن تكون شخص معروف في الوسط المحيط ، وهل الناس قريبون منك؟ وهل شركاؤك وأسرتك وحلفاؤك السياسيون المخلصون يؤيدون قرارك في خوض

**في البداية وقبل
الترشح لابد أن نعلم
هذه الأشياء**

الانتخابات ؟

- كونك مسئولاً منتخباً هو منصب ذو امتياز، ستتعلم أشياء كثيرة وعن نفسك بالذات، ستغير حياتك وحياة الآخرين، هذه هي الطريقة التي نستخدم فيها هذا الامتياز لأقصى فائدة.
- إن نجاح المرشح ينطلق من إعدادات طويلة مسبقة ومدرسة بدقة وحكمة منها إعداد الميزانية ، وفريق عمل كبير قوي ومثقف ومخلص وقادر على الحوار والتفاوض مع الآخرين لدعم المرشح ، وأيضاً إلى جانب الإعداد الإعلامي للحملة وتكوين قاعدة جماهيرية من خلال التخطيط السليم .
- أن يتلاءم البرنامج الانتخابي للمرشح مع الصورة الذهنية المحببة والمرغوبة لدى الناخبين ، مع مراعاة الخصوصية التي يتمتع بها الناخبون في الدائرة (قبليات - عصبيات - تحالفات).

هناك جهات نظر كثيرة مختلفة في المجتمعات المختلفة منها :-
- وسيلة للترويج : بالنسب للمشتغلين بالدعاية والاعلان والطباعة ، وعمل البوابات والسراقات وغيرها .
- إعجاب بشخصية المرشح : أي إنه ينظر إليه بوصفه شخص له .

**كيف ينظر إلي
العملية الانتخابية
بوجه عام ؟ !**

(كاريزما خاصة) وجيهه - وسيم - ذو خلق أو رجل أعمال أو رجل ثورجي
(له القدرة على المطالبة بحقوق الجماهير) أو دكتور جامعة إلخ .

- طريقة للتعليم :

لتعليم محيطك بالقضايا التي تنطوي عليها حملتك .

- وسيلة للبناء :

لبناء حزبك أو نقابتك أو جماعتك أو مؤسستك المحلية .



- الحرص علي عدم اطلاق الوعود الكاذبة التي لا يمكن تحقيقها حتي لو بادر المرشحون المنافسون إلى رفع سقف الوعود والتشديد والتأكيد علي الممكن والمستطاع وعلي الواقع والصدق .
* وفي النهاية إذا أنفقت ما يكفي من المال وعملت وفق استراتيجية محكمة ، وحصلت علي ما يكفي من المتطوعين يمكنك أن تربح انتخابًا ما .



1- الوصول إلى شرائح المجتمع المختلفة .
2- التعرف على مشاكل المجتمع المحلي والمشاركة في حلولها .

3- المشاركة في جميع الأنشطة السياسية المتاحة والإنخراط في مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات غير الحكومية (نقابات - جمعيات أهلية - مراكز شباب)

ما الذي يميزك عن المرشحين الآخرين المحدثين ؟

4- يجيد الاختلاط بالناس والاحتكاك بهم ولا يهاب الجماهير.

لا بد أن تتحلي وتتميز بالصفات الأتية عن المرشحين الآخرين المحتمل ترشحهم :-

- أن تحظي بمكانة واحترام وسمعة طيبة .
- لا بد أن تتمتع كمرشح بصحة جيدة .
- أن تكون حسن المظهر.

ما الذي يجلب مصداقية نرشده في عيون الجماهير ؟

- أن تتقبل النقد من الآخرين .

- أن يكون لديك علاقات اجتماعية واسعة .
- أن تتحلي بالثقة في النفس و الكياسة .
- أن تتحلي بالتواضع والصدق والأمانة .
- أن تكون ملم بمواد الدستور .
- عليك الاطلاع التام بما يجري في الساحة المحلية والعالمية .
- تتوفر لديك مهارات الاتصال الفعال كالقدرة علي المحادثة والنقاش والإنصات والإقناع .
- تستطيع تحديد الأهداف بدقة وعدم الحياء عنها .

* ما قضايا حملتك الأساسية ؟

لا يمكنك أن تطرحها جميعاً، وعموماً يُفضل أن تختار ثلاث أو أربع قضايا أساسية هامة لك وللناس في منطقتك الانتخابية وعليك أن تعرف المزيد

عنها- من الناس الآخرين ومراكز البحث والتجربة المباشرة في المجموعات وطرق أخرى - وتطوير مواقفك أثناء الحملة ، كلما فكر الناس بالحملة ، سيفكرون بهذه القضايا الثلاث أو الأربع التي تروجها وادفعها في السباق .

**وما الذي يميز
قضاياك عن قضايا
المرشحين الآخرين ؟؟**

والىك بعض النقاط التي من الممكن أن تساعدك في ذلك :

- قضايا ذات مطلب جماهيري كبير .
- الوقوف علي الواقعية ولمس جوانب المجتمع والبعد عن المبالغة و الخيال .
- وضع حلول سهلة وبسيطة تساعد وتسهم في حلها بدون مبالغة في التكلفة .
- حدد نقاط قوة و ضعف قضاياك بالنسبة إلى نقاط قوة و ضعف المرشحين الآخرين .
- حدد كيف يمكن أن تعوض نقاط ضعفك وتقويها .
- كيف تستطيع أن تقلب نقاط قوة المرشحين الآخرين إلى ضعف .





تعود على النهوض أمام الناس وتقديم وجهة
نظرك بوضوح وإيجاز والبدء بالحديث إلى مجموعة
صغيرة من الأصدقاء سيساعدك ذلك على بناء
مهاراتك ويعزز ثقتك بنفسك .

الخطابة :

ولتعلم أنها أسرع الوسائل لنقل المعلومات إلى الجماهير ،
والخطابة إلى جانب كونها موهبة فهي تحتاج إلى دراية
ومران ، والخطيب المتميز الذي يثير انتباه السامع فلا
يسير في أسلوبه علي وتيرة واحدة في كل خطاباتة ، ولا
بأس من وجود نقاط مُعدة سابقاً أو إحصاءات أو

بيانات أو نتائج بحوث ، وأن تكون جذابة وموضوعية
وأن تتصل بالموضوع وترتب بطريقة منطقية .
- كلمة أخيرة إذا كان الصوت وسيلة الخطيب لنقل
أفكاره فلا بد وأن يوحى بالحزم والإخلاص وأن يلتزم
بالقواعد الخاصة بفن الإلقاء حتي يحدث تأثيره المرجو في
الجمهور .

المناقشات والحوار:

فالتحاور والتبادل الفكري والمناقشات مع مجموعة
صغيرة من الأصدقاء سيساعدك علي تبادل الآراء حول
الموضوعات ذات الأهمية العاجلة وتصحيح الفهم الذي
قد يحدث في بعض الأوقات بين المرشح والجمهور .

كتابة الرسائل :

رسالة موجزة تدافع عنك وذات معنى للآخرين ،
فالرسالة هي ما تقوله عندما تلتقي بالناس في الشارع
ويسألونك، "ماذا تمثل كمرشح؟" تجنب الردود المبتذلة
فرسالتك الإيجابية تحتاج إلى ثلاث دقائق لنقلها ودقيقة
لصياغتها، ويمكن أن تدقق أكثر لتغدو شعاراً .

تدرب على كتابة الشعارات :

والشعار الانتخابي هو جملة قصيرة مختصرة تحتوي على
عدد محدود من الكلمات المتجانسة القادرة على تلخيص



فالصورة الذهنية التي يكونها الناخبون عن المرشح للوهلة الأولى من أهم عناصر التجاوب أو التنافر مع جمهور الناخبين، كما تعتبر واحدة من أهم وسائل التعريف بالمرشح التي يمكن ترسيخها في أذهان وعيون الناخبين بالاعتماد على ثلاثة عناصر أساسية هي: الاسم - الصورة الفوتوغرافية - الشعار الانتخابي، وكلما كانت هذه العناصر الثلاثة منسجمة ومحبة لدى الناخبين كلما كانت الحملة الانتخابية ناجحة.

صورة المرشح لا بد وأن يتم اختيارها بعناية فائقة بحيث يتم التركيز على الزوايا المحببة في شخصية المرشح من قبيل الابتسامة والأريحية والبساطة، على أن تكون الصورة المستخدمة في

فلسفة ومفهوم المرشح الذي يتبنى هذا الشعار بالنسبة لجمهوره الانتخابي، وهو قصير ودقيق وليس تافهاً. وقد تفكر أيضاً بكيفية ترجمة الشعار إلى لغة أخرى معنى وشكلاً، كن حذراً في استخدام الفكاهة فما تظن أنه مسلّ يمكن أن يؤوله آخرون إلى أنه يحط من شأنهم أو يسيء إليهم.



الإعلانات والحملات الانتخابية هي نفسها الصورة المدرجة في قوائم الحملات الانتخابية دون أي تغيير حتى ولو كان طفيفاً ومن هنا يجب .

عدم الاستعجال في اختيار الصورة

والحرص على الظهور دائماً وأبداً بشكل مطابق لهذه الصورة في الاجتماعات والاحتفالات العامة والخاصة حتى تصبح الصورة والاسم متلازمان، وتعطي دلالة واضحة للناخبين على انتهاء هذا المرشح ومدى قربهم واهتمامه بقضاياهم وشؤونهم .

والشعار الانتخابي :

هو مفهوم المرشح الذي يتبنى هذا الشعار، وهو أهم وسيلة للتعريف بالمرشح ويرتبط على الدوام بالصورة الذهنية التي يراد صياغتها ورسمها عن المرشح في أذهان وعيون الناخبين، وبشكل عام فإن الشعار الانتخابي لابد وأن يحتوي على عدة عناصر أهمها:

- الرسالة الإعلامية للمرشح .
- أهم أهداف المرشح الانتخابية .
- القضايا والموضوعات التي يتبناها المرشح .
- أهم نقاط القوة لدى المرشح .

- أن يكون الشعار مختصراً ، موسيقياً ، سهل الحفظ ، سهل الفهم ، سلساً ، بسيط الكلمات ، سهل الترجمة والتنفيذ.

تحتاج إلى فريق عمل :

- يهتم بتزويد المرشح بالمعلومات الشخصية والأسرية والقبلية عن الناخبين في الدائرة .
- معلومات عن ما تحتاج إليه الدائرة .
- معلومات عن المرشحين المنافسين في الدائرة .
- ترتيب وإعداد الندوات والزيارات وإعداد كشف الزيارات اليومية للمرشح .
- إرسال الدعوات وتحديد الأنشطة والبرامج والإعداد لها والإشراف عليها .
- وإعداد جداول بالمؤسسات الحكومية والخاصة بالدائرة (مواعيدها وأصحابها)
- إعداد كشف الزيارات اليومية للمرشح .
- رصد وتحليل كشوف الناخبين .
- يهتم بتحليل ودراسة التركيبة التي في الدائرة من حيث (الطائفية، القبلية، العائلية) ،

- ومن التيارات والاتجاهات السياسية والحزبية ،
(ليبرالية، إسلامية، اشتراكية)

تحتاج إلى مدير لحملة الانتخابية :

(يفضل من المشتغلين بالعلاقات عامة)

وهو شخص يجب أن يمتلك مهارات تنظيمية وقدرة عالية في التعامل مع الناس ، وهو بحاجة لأن يقول لك متى تحكي أو تعمل شيئاً ما خطأ ، وهو بحاجة لأن يكون جدير بالثقة ، وهو بحاجة أيضاً إلى أن يلتزم بقضايا الحملة ويشارك في رؤيتها. وهو بحاجة لأن يتحلى بحس سياسي جيد إزاء العمل الجماعي .

مميزات تركز مدير حملتك الانتخابية :

- 1 (أن يتمتع بعلاقات عمل جيدة .
- 2 (أن يتميز بالإتزان والتحلي بالحكمة والثبات .
- 3 (تتمعه بأسلوب دبلوماسي راق .
- 4 (البقاء بصفة دائمة في موقعه ليسهل الاتصال به .
- 5 (الالمام بالحملات الانتخابية من حيث تعددها وتنوعها .
- 6 (المواصلة الجادة من أجل تحقيق الأهداف .
- 7 (التمتع بالمميزات الجيدة للقائد الناجح .

8 (الاستماع الى المقترحات باهتمام بالغ .

9 (الخبرة بالجوانب الادارية والفنية .

10 (لدية إمكانات ممتازة في مجال الاتصالات .

من المهام التي يجب أن يقوم بها المدير

- اختيار مكان المقر الانتخابي للمرشح والاتفاق مع صاحب المكان .
- اختيار الصور الخاصة بالمرشح للعملية الدعائية .
- كتابة الشعارات .
- تقسيم الأفراد حسب إمكاناتهم إلى مجموعات عمل صغيرة .
- الاطلاع علي مسودات الطباعة من بوسترات ورسائل ، ولافئات قماش قبل أن تعلق .
- عمل جداول بأمكن وأوقات المؤتمرات والندوات والزيارات والمسيرات الميدانية .
- عمل خريطة لتحديد أماكن البوابات التي تعلق عليها اللافتات القماش .
- عمل قائمة بأسماء وأرقام تليفونات مناديب المرشح داخل اللجان و عناونهم .

الاعتماد على أية معلومات ميدانية مستوحاة من واقع الدائرة الانتخابية وموازن القوى والقدرة على إدارة التحالفات ؛ لذلك تفشل في تحقيق أهدافها. وتتلخص أهم عناصر الحملات الانتخابية في إعداد برامج موجهة للناخبين تهدف بشكل مباشر إلى كسب تأييدهم وضمان تصويتهم لصالح المرشح من خلال تنفيذ البرنامج الانتخابي الذي يلبي احتياجات الناخبين في هذه الدائرة.

شروط تنفيذ حملتك الانتخابية :

لتنفيذ حملتك الانتخابية شروط يجب مراعاتها من طرف مديرك وذلك لضمان وتأكيد نجاح هذه الحملة:

1 - يجب أن يبدأ مدير الحملة من خلال أكثر الوسائل انتشارا لجذب الجماهير، وتعريفهم بموضوعات الحملة، ونشر المعلومات عنها. والمفترض أن القائمين على الحملة والمخططين لها قد توصلوا لمعرفة أنسب الوسائل الاتصالية وصولاً إلى الجمهور لتحقيق أهداف الحملة وفق القنوات المختلفة لتقديم المعلومات المتكاملة.

تعريف الحملة الانتخابية:

هي جهود مخططة وعملية مقصودة توظف فيها الإمكانيات والموارد المتاحة لتحقيق أهداف موضوعة بعناية فائقة يمكنك بها أن تربح انتخاباً ما .

أنواع الحملات الانتخابية :

- حملات انتخابية تصمم من أجل الفوز بالمنصب.

- حملات انتخابية تصمم من أجل الشهرة وكسب الصيت والوجاهة.

- وهناك حملات انتخابية تصمم من أجل تشتيت الأصوات عن مرشحين آخرين وتنتهي بالخسارة.

اهمية صياغة حملتك الانتخابية : (تركز علي ثلاثة محاور) :

المحور الأول : معلومات ميدانية منقولة من واقع الدائرة الانتخابية المراد الترشح بها .

المحور الثاني : موازين القوى والقدرة علي إدارة التحالفات داخل الدائرة .

المحور الثالث : إعداد برامج موجهة للناخبين .

نقول بشكل أكثر وضوحاً إن بعض الحملات الانتخابية يجري صياغتها بشكل ارتجالي بعيداً عن المنهجية ودون



حقيقيا و لا يكون هناك تناقض بين الواقع الفعلي و ما تبثه برامج الحملة .

5 - اختيار التوقيت الملائم لبدء برنامج الحملة التنفيذية ومراعاة الأحداث السائدة في المجتمع ، وكذلك جهود المرشحين المنافسين بحيث لا يقلل ذلك من الاهتمام بالحملة .

6 - يجب على مدير الحملة أن ينسق بين الرسائل والوسائل الإعلامية التي يقدمها لخلق صورة طيبة لدى الجماهير عنك بحيث تحقق الهدف المطلوب من الحملة الإعلامية ، و جدولة الحملة.

7 - يجب أن تقوم الحملة الإنتخابية على أساس الإقناع ، وتقديم المعلومات الصحيحة في إطار احترام حرية الفرد و الجماعة ، و تبعد عن الإثارة التي تحرك ردود الفعل الرافضة او المعارضة للتغيير الخاص بالسلوكيات.

8 - أن يكون الموضوع المطروح للحملة لا يمكن معالجته على أنه مشكلة حضارية، بل هو في الغالب نتيجة لتغيرات اجتماعية ، و اقتصادية تفرضها مشاكل العصر.

2- استخدام كل الوسائل والبرامج المتاحة في تنفيذ الخطة طالما كان ذلك ممكنا مع الجمع بين نوعين من الاتصال الجماهيري و الشخصي مع الاهتمام بالعوامل الجاذبة للمرشح أو الفريق المشرف على الحملة .

3- أن يضع في الاعتبار استغلال المناسبات التي يتشوق الجماهير فيها و يستعد نفسيا لتلقي أخبار من وسائل الإعلام وتتبع الأعمال و الأفكار أو الأنشطة لبعض المرشحين الآخرين و هذا الجهد هو جهد العلاقات العامة التي تسعى إلى عقد... (مؤتمرات، و زيارات للمرشح و ضيوفه و الجمهور المستهدف) أو طبع كتيبات و هدايا خاصة تذكهم بالمرشح .

4 - أن يكون واضحا تجنب عنصر النسيان لدى الجماهير بعد تنفيذ برنامج الحملة و لذلك لابد من الاهتمام بعملية التذكير و استخدام الاستراتيجيات الاتصالية و باستخدام استراتيجيات التكرار و من المفضل وجود مصدر واحد للتحديث باسم المرشح لتلافي أي تناقض في المعلومات الصادرة عنه والحرص على الموضوعية ، و الصدق و عدم المبالغة ، حتى يصور البرنامج الخاص بالحملة و موضوعاتها تصويرا

9 - إن مخاطبة العاطفة وإثارة الحماس في نطاق الحملة

الانتخابية يعتبر ضروري و عنصرا جيدا بل ومن الضروري أيضا مخاطبة عنصر المصلحة الشخصية.

10 - ضرورة بناء حملتك الانتخابية على طرح النماذج

الايجابية و تفضيلها على الجوانب السلبية المقلقة والمستفزة للجمهور.

11 - أن تسبق الحملات الأخرى في عمل دراسات

ميدانية كافية يتلوها متابعة على المدى الطويل ، وأن يؤخذ في الاعتبار تفاوت طبقات الجمهور المستهدف وتقسيم الحملة على أساس معايير زمنية مختلفة .

12 - الاستفادة من القيم الدينية، وتقاليده المجتمعية

الثقافية و الحضارية التاريخية الإيجابية في تقديم الحملة و شعاراتها.

13 - الارتقاء بالحملة من خلال تفعيل المشاركة الذاتية

وعلو الهمم للأفراد المشاركين في الحملة .

مراحل تنفيذ الحملة الانتخابية :

1 - مرحلة المرض [جس النبض] :

هي عبارة عن تحليل مواقف الجمهور قبل البدء في تنفيذ

الحملة ، أي محاولة معرفة صورة موضوع الحملة

لدى الجمهور المستهدف ، وتجري عملية جس

النبض باستخدام العديد من الأساليب عن طريق

المجموعات المؤثرة في هيئة الناخبين ، ولا بد أن

يصاحب ذلك برنامج المرشح الانتخابي.

2 - مرحلة الانشطار :

ويبدأ المدير في هذه المرحلة بممارسة شتى أساليب

ووسائل الاتصال المتاحة و الملازمة لكل فئة من فئات

الجمهور مستخدما كل الوسائل و الرسائل المعبرة

والمؤثرة. و من أهم أساليب الاتصال في هذه المرحلة

أسلوب التكرار و الإلحاح في محاولة لمسح كل فئات

الناخبين و التأثير فيهم بمختلف الوسائل المستعملة

و المتاحة في الحملة الانتخابية .

3 - مرحلة التركيز :

تعتمد هذه المرحلة على دقة الملاحظة و على استطلاعات

الرأي لتقييم المراحل السابقة ومحاولة بناء استراتيجية

جديدة في هذه المرحلة حتى يتم الوصول الى الجمهور

المستهدف.

4 - مرحلة الحسم :

و هي مرحلة الهجوم على المرشح المنافس و محاولة التأثير

في اتجاهات المعارضين و تحويلهم الى مؤيدين و تمييز

الصحف وما يذاع في التلفزيون أو الإذاعة أكما يقوم المرشح بممارسة بعض الاتصالات التمهيدية بقيادة الرأي و المجموعات المؤثرة في هيئة الناخبين و فور التقدم للترشح يبدأ المرشح التقدم لمختلف قطاعات و شرائح الهيئة الانتخابية و لابد من أن يصاحب ذلك برنامج المرشح الانتخابي ويتلازم مع هذه المرحلة تعيين خبراء في الدعاية الانتخابية .

2 - مرحلة النشر :

يبدأ المرشح في هذه المرحلة بممارسة أساليب الاتصال المتاحة و الملائمة لكل فئة من فئات الهيئة الانتخابية مستخدما كل وسائل الاتصال المعبرة و المؤثرة ، و من أهم أساليب الاتصال في هذه المرحلة أسلوب التكرار والإلحاح وهناك نوعان من الانتشار هما :-

الانتشار الأول :

يكون عن طريق التواصل مع الهيئات و المؤسسات العظمى و كذلك جماعات الضغط التي لها تأثيرات كبرى سواء في عملية الدعم المالى للحملة أو في عملية التأثير في هيئة الناخبين فضلا عن رجال السياسة والعسكريين لما لهم من أثر في عملية الرضا عن المرشح قبل و أثناء و بعد الحملة الانتخابية .

هذه المرحلة بالمفاجآت ، عن طريق توجيه النقد الى المرشح المنافس و توجيه (الضربات الدعائية المشروعة) .

نموذج لمراحل تنفيذ حملتك الانتخابية :

1 - مرحلة العرض [جس النبض] :

هي عبارة عن تحليل موقف الناخبين قبل الدخول في الحملة الانتخابية و من الضروري قبل البدء بالترشح لتوضيح نقطة البداية عن عرض تقدير و قياس مواقف الناخبين، بمعنى آخر "ما صورة المرشح لدى الجماهير؟" وهل اتجاهاتهم نحو المرشح ايجابية؟ وهل هناك اتجاهات سلبية يلزم تحويلها إلى اتجاهات إيجابية؟

ومن أمثلة ذلك أن تحل المشاركة الوجدانية و التعاطف والتأييد محل الخصومة و العدوان ، والقبول محل التعصب ، و الاهتمام محل اللامبالاة و فتور المشاعر و المعرفة والفهم محل الجهل .

و تجري عملية جس النبض باستخدام العديد من الأساليب منها الملاحظة و استطلاعات الرأي و دراسة أو مسح اتجاه هيئة الناخبين مع تتبع كل ما يكتب في

وعملية الانتشار العمودي هنا تعتمد على العلاقات السياسية العامة التي توظف الاتصال الشخصي المباشر لدرجة أنه من الضروري استعمال العلاقات العامة أثناء الحملة الانتخابية إذ أنها تعمل على إنشاء علاقة بين المرشح ومختلف الجماهير، وقادة الرأي و الجماعات المضاغطة و الجمهور الكبير و توفير الجو الملائم الذي يسعى إلى تحقيق الهدف النهائي للمرشح

الانتشار الثاني :

يركز هذا المستوى على جمهور الناخبين في محاولة لمسح كل فئات الناخبين و التأثير فيهم بمختلف الوسائل المستعملة و المتاحة في الحملة الانتخابية .

3 - مرحلة التركيز :

في هذه المرحلة يقوم مخطط الحملة الانتخابية و بكل دقة بتحديد موقع المرشح المنافس و كذلك موقع هيئة الناخبين منه و تحديد قوة تركز المرشح المنافس ومدى قربه أو بعده عن الفوز، ثم محاولة تحديد فئات المؤيدين و المعارضين و المحايدين، إذ يجري التركيز على فئة المحايدين بالدرجة الأولى. و تعتمد مرحلة التركيز على دقة الملاحظة و على استطلاعات الرأي لتقييم

المراحل السابقة و لا سيما مرحلة الانتشار و محاولة بناء استراتيجية جديدة في هذه المرحلة حتى يتم الوصول إلى أكبر عدد من أصوات الناخبين، كما تمتاز هذه المرحلة بمتابعة حملة المنافسين و الرد على دعايتهم المضادة، ولا يكون ذلك إلا بتخصيص جهاز خاص لرصد تحركات الخصم .

4 - مرحلة الحسم :

هي مرحلة الهجوم على المرشح المنافس و محاولة التأثير في اتجاهات المعارضين و تحويلها إلى مؤيدين، وذلك عن طريق توجيه النقد إلى المرشح المنافس و محاولة النيل من برنامجه الانتخابي، و توجيه (الضربات الدعائية المشروعة) بحيث لا يوجد الوقت الكافي للرد على تلك الانتقادات لان تلك المرحلة تكون خلال الساعات الأخيرة السابقة لعملية التصويت . بمعنى أن الحملة الانتخابية و كثيرا ما يلجأ بعضهم إلى إخراج المفاجآت الدعائية خلال مرحلة الحسم مثل تأييد أحد الشخصيات المؤثرة للمرشح أو انضمام أحد الجماعات السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، كما يلجأ بعضهم إلى ممارسة أساليب

الدعاية المبكرة خلال هذه المرحلة بقصد التأثير النهائي في هيئة الناخبين ، وبما أن هذه المرحلة هي الأخيرة فلا بد للمرشح من اللعب بأوراقه الأخيرة من أجل إحراز الفوز وذلك بحسم عملية التصويت قبل أوانها لصالحه .

متابعة الحملة الانتخابية لتبدأ من:

مرحلة المتابعة والمراقبة منذ اليوم الأول لوضع الحملة ووضع التنفيذ. وإن المتابعة خلال هذه المرحلة تعد من أهم الأمور المهمة، لأنها تساعد في الوقوف على النجاحات والإخفاقات والصعوبات ، والتعرف على الاحتياجات التي يتطلبها العمل التطبيقي خلال مراحل التنفيذ .

وكمثال على ذلك الرقابة أو المتابعة خلال الحملات الانتخابية :

فهي عبارة عن فحص نتائج الأداء الفعلي ومقارنتها مع الأهداف المسطرة في الخطة كما ونوعاً، وعليه فجوهر العملية الرقابية يكمن في قياس الأداء للتأكد من مطابقته للخطة المرسومة وتصحيحه .

وإذا أثبت أنه ينحرف عن الخطة الموضوعة للحملة الانتخابية . و الرقابة عملية شاملة ذلك أنها تنصب في

جميع الأنشطة الخاصة بالحملة الانتخابية وأهمها الأفراد العاملين والوسائل الدعائية وكيفية العمل و صرف الأموال .

فبعد أن كانت وظيفة المراقب أو المتابع وظيفة إصلاحية تشبه وظيفة رجل المطافئ، الذي ينتظر وقوع خطأ ليقوم بإصلاحه ، أصبحت وظيفة تسعى للتنبؤ بالخطأ قبل وقوعه والعمل على منعه قدر المستطاع .

و تكمن أهمية المتابعة فيما يلي :

أنها عملية ضرورية للتأكد من حسن سير العمل والتأكد من أن الإنجاز يسير حسب ما هو مقرر له في الخطة .

إنها ذات علاقة بكل عنصر من عناصر العملية الانتخابية وبشكل خاص (التخطيط) .

لذلك نجد المتابعة وظيفة ملازمة لوظيفة التخطيط إذ تعتمد على التخطيط اعتماداً كلياً وترتبط ارتباطاً وثيقاً يكاد يكون ارتباطاً عضوياً، فهي عملية سابقة و لاحقة ، بمعنى أنه لا رقابة صحيحة بدون خطة ويمكن للمخطط في هذه الحالة أن يستفيد عن طريق التغذية المرتدة من نتائج القيام بعملية الرقابة في تعديل خطته

نحتاج إلى صور شخصية جيدة :

لتطبعها على بيانك ويكون
بالإمكان إعادة إنتاجها في
الصحف والتابلوهات
والمصقات والبطاقات
والشارات، ولا تنس أن تبتسم!

**نوصيات
لإنجاح حملتك
الانتخابية**

واسأل دائماً: ماذا تنقل للآخرين؟

لمن؟ كم سيقروون؟

اكتب سيرة مختصرة تبين فيها مؤهلاتك

المهنية والسياسية والشخصية بالنسبة

للمنصب الذي تسعى إليه.

كون و جند متطوعين في كل مكان :

يحتاج الناس إلى أن تطلب منهم مساعدة، وربما عليك
أن تمارس فعل ذلك، وهؤلاء الذين يعرضون مساعدة
للكملة يحتاجون إلى شيء ما ليفعلوه في غضون وقت
قصير، لنقل 24 ساعة، وهذا يمنحهم إحساساً مباشراً
بالارتباط ويجعلهم يشاركون مادياً. احتفظ ببطاقات
دائماً لتسجل أسماء وعناوين وأرقام هواتف وفاكسات

بما يتلاءم . و الأوضاع التي تكشف عنها الرقابة ومن
بين الأهداف الأساسية للمتابعة هي خضوع كل شيء
داخل إدارة الحملة للتوجيه و المتابعة كما أنه تعبير شامل
عن الإشراف و قياس الأداء و تعيين المهام المحددة ،
فمهمة المتابع هنا تنحصر في التنبيه على الخطأ قبل وقوعه
فيحول بذلك دون حصوله، أو التنبيه عن الخطأ عند
حصوله و لكن قبل استفحال أمره.

أهداف متابعة حملتك الانتخابية :

- 1 - خدمة إدارة الحملة و مساعدتها في ضمان أن الأداء
يسير على وفق الخطة الموضوعة.
- 2 - توحيد التصرفات اللازمة لتنفيذ الخطة
- 3 - المساعدة في التخطيط و إعادة التخطيط
- 4 - تخفيض مخاطر الأخطاء عند وضع الخطة.
- 5 - تحديد مراحل التنفيذ.
- 6 - تحقيق التوازن بين الوحدات و الأقسام التي
تشارك في التنفيذ .



وبريد من يريد التطوع، قدم لهم شيئاً بسيطاً يسرهم كي يكونوا مستعدين وراغبين بالعودة للمزيد من العمل، قدّم خيارات للمتطوعين. وإذا لم تطلب المساعدة بشكل محدد، فقد لا تحصل عليها، أضف جانباً اجتماعياً لنشاط المتطوعين .

قم باعداد القوائم التليفونية :

ب عناوين وأرقام هواتف الناس الذين هم بالتأكيد مؤيدون أو يميلون إلى طريقك وهؤلاء سيكونون النخبون المتوقعون الذين يجب جلبهم إلى الاقتراع يوم الانتخاب، وإذا كان هناك من أحد متحمس جداً، اطلب منه إذا كان يود أن يشارك كمتطوع في الحملة.

عمل المجموعات في الحملة :

" من اختصاص مدير الحملة " أن يقوم بالاتصالات الهاتفية التي في متناوله ويجد ناخبين محددين أو مرجحين أو محتملين بالنسبة لك في العملية وكن متأكداً من حفظ سجلات جيدة و يجب أن يبدأ بحفظ الأرقام الهاتفية جدياً قبل أسبوعين من الشروع بالانتخابات، حرّك الناخبين الذين لا لبس في موقفهم والمحتملين الذين حددتهم حملتك لتتأكد من أنهم سيأتون إلى التصويت،

استخدم نصاً مكتوباً، هذا مفيد للمتطوعين ويعطي حملتك رسالة متسقة.

القيام بحملة من بيت لبيت :

وهو أحد العناصر ذات النكهة الشعبية الهامة جداً في هذا العمل فالناس سيتذكرون مناقشاتك لسنوات تأتي، حدد ما يمكنك عمله، هل ستقوم بزيارات عامة أو محددة الهدف؟

وهل ستقوم بها وحيداً أو مع مجموعة، أو الاثنين معا . وليكن لديك خريطة، وعلم المناطق التي زرتها على خريطتك، وليكن لديك هدفاً بعدد محدد من المنازل في اليوم أو الأسبوع أو قدراً من الوقت لفعل ذلك كل أسبوع ومع أن ذلك صعب في البداية إلا أنه يستحق المحاولة .

ابداً بالمناطق أو الأحياء الصديقة :

غير المناطق الصعبة بأخرى جيدة، لا تدع نفسك تُحبط! فلقاء الناس وجهاً لوجه والإصغاء إليهم يمكن أن يكون مولداً للطاقة! عندما تتحدث إلى الناس، وخذ ملاحظات فقد يقودك محتوى محادثاتك إلى اتخاذ قرار مهم جداً.

اذهب إلى المنتديات والتجمعات العامة :

النوادي – مراكز الشباب –

القهاوي – الشوارع التجارية

واذهب مستعداً، حاول أن تعرف من الجمهور الذي سيحضر ما القضايا التي يهتم بها أكثر؟ اطرح هذه القضايا ولكن تحدث عن قضاياك الرئيسة أيضاً وقد يساعدك التمرين على لعب الدور في الاستعداد للمنتديات، أو لجوانب أخرى في هذا العمل. صور نفسك بالفيديو وتعرف على نقاط القوة والضعف في عرضك . واجلب شخصاً ما معك يمكنه أن يقيم أدائك.

تجنب الدخول في تبادل اتهامات مع المرشحين الآخرين :

عندما تتعرض لهجوم من قبل مرشح آخر لا ينبغي أن تتسرع في الرد ، أو مواجهه الهجوم بهجوم مثله ولكن عليك بالصبر والاحتمال وكن إيجابياً في ردك علي هذا الهجوم برسالة توضح فيها موقفك بالمعلومات الصحيحة والإحصاءات الدقيقة ، وبدون التجريح في أي من المرشحين الآخرين .

خطط لذروة حملتك الانتخابية :

وليصادف الوقت الذي تكون فيه قد ملكت انتباه الناخبين ويصادف عادة الأسبوع الذي يسبق ذهابهم إلى الانتخابات أو قبل عدة أيام منها...

– ابحث عن إمكانيات الوصول إلى التلفزيون الاقليمي ، أو العام، وقم بإعداد عرض عن الحملة مع المتطوعين وهم يتحدثون عن القضايا وعن سبب مساهمتهم، وغير ذلك. حاول أن تُظهر الجوانب الأخرى من شخصيتك وأنت تعمل وتلعب مع العائلة في حديقة المنزل أو الحديقة العامة، وتستمتع بممارسة هواياتك، وغيرها.

– ابحث في قواعد الوصول عن كم مرة يستطيع المرشح أن يظهر.

وتبين الدراسات أيضاً أن الناس يتصرفون تبعاً لما يرونه في أشكال مختلفة من الإعلانات ولو رأوا تلك المعلومات للمرة السابعة، تأكد من أن يراك الناس في بريدك، في الصحيفة، على شاشة التلفزيون، ويسمعونك على الراديو فهذا يجعل الأمر مرجحاً أكثر لأن يتذكروا اسمك والقضايا التي تدافع عنها، وثمة طريقة جيدة لترى خطط وسائل الإعلام المحلية المعقدة



- 1 - مهارات ممارسة العلاقات العامة مع الجماهير .
- 2 - اكتساب مهارات الاتصال (شفوي و تحريري)
التحدث والخطابة والكتابة .
- 3 - مهارات المقابلات الشخصية .
- 4 - مهارات التفاوض .
- 5 - مهارات ادارة الأزمة اثناء الحملة الانتخابية
وبعدها .
- 6 - مهارة استخدام الأنترنت .
- 7 - مهارات القيادة الجماهيرية .



هي أن تراجع حملة كشف تقارير الحملة التي ظنت
لجنتك أنها فعالة.

بالمختصر المفيد : الوصفة السريعة : للسادة المرشحين

- 1 (دبر الميزانية اللازمة لدعم حملتك الانتخابية .
- 2 (اختار مدير لحملةك الانتخابية ويفضل من المشتغلين
بالعلاقات العامة .
- 3 (صورة شخصية لك من زاوية محببة:
من قبيل : الابتسامة - والأريحية و البساطة .
- فاحرص على الظهور دائماً بشكل مطابق للصورة في
الاجتماعات والاحتفالات والمسيرات والمؤتمرات .
- 4 (اعمل قائمة بأسماء هواتف وعناوين أقبائك
وأصحابك ومؤيديك .
- 5 (اختار شعار لحملةك بالإتفاق مع مدير الحملة
ويكون مختصر سهل الحفظ .
- 6 (اعقد مؤتمر لإعلان ترشحك وأدعو فيه وسائل
الإعلام المتاحة .





يجب أن يتسم ويتحلى بالخصائص الآتية من يريد
أن يترشح لأي انتخابات حتي يلاقي قبولاً وتأييداً
كبيراً لبرنامج الانتخابي لأن العلاقات العامة

هي فن هندسة الإقناع :

- (1) الشخصية المحبوبة الجديرة بالاحترام والثقة التي تتسم بالجاذبية والإحساس العام والحماس .
- (2) امتلاك صفات القيادة والدبلوماسية وحسن التصرف .
- (3) القدرة علي الإبداع والتخيل والابتكار وتقديم الأفكار الجديدة .

- (4) فهم طبيعة الرأي العام وعملياته وطرق تحليله .
 - (5) المعرفة بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإلمام بعلم النفس .
 - (6) القدرة الفائقة في التعبير عن الذات والشرح والتوضيح بسهولة ويسر .
 - (7) النضوج الفكري والتفكير السديد .
 - (8) سرعة اتخاذ القرار ، والتصرف في مواجهة الظروف الطارئة والتحلي بالشجاعة الفائقة .
- * هذه المهارات تأتي في المرتبة الأولى لأهميتها في صناعة قادة المستقبل لأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن المرشحين ، وتكون هذه الانطباعات من الاحتكاك المباشر أو غير المباشر في أذهان الجماهير لدعم الصورة الطيبة الحسنة عن المرشح وأبعاد الصورة السلبية بتفسير مواقف المرشح.
- ** أرائه وتفسير فلسفته في الحياة وارتباطها بقيم ومعتقدات وثقافة المجتمع ، وبالتالي تحويل هذه الجماهير من السلبية واللامبالاة إلى الإيجابية والتعاون مع المرشح .



1 - الاتصال الشخصي يتسم بالعديد من المزايا :

- ** أقوى الوسائل وأشدّها إقناعاً في عرض وتقديم موضوع ما ، وخاصة اذا اقترن بقوة شخصية المرشح .
- ** تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في اللقاءات العابرة وغير الرسمية بين المرشح والجمهور .
- ** يعطي فرصة للمناقشة والشرح والتوضيح ويعتمد علي مهارة المرشح .
- ** توافر ميزة حدوث الاتصال في اتجاهين من المرشح إلى الجماهير والعكس .

وتكمن أهمية هذه المهارات في الآتي :

- كسب رضاء وتأييد الرأي العام للمرشح .
- كونها نشاط متخصص في دراسة الجماهير وتحليل آرائها ووجهات نظرها وردود أفعالها .
- تنمية الروح المعنوية لدي الجماهير .
- مهمة إثراء وإشباع رغبات الجماهير في معرفة ما يجري من أحداث مهمة وتشريعات جديدة قد تؤثر علي حياتهم ومستقبلهم .



** حدوث رجوع صدي فوري ومباشر مما يساعد علي احداث التأثير المنشود .

** امكانية مخاطبة كل جمهور باللغة التي يفهمها (توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف) .

** انخفاض تكلفة الاتصال الشخصي مقارنة بالوسائل الاخرى .

ويتخذ الاتصال الشخصي للمرشحين احدى الصور التالية :

وأعلم أولاً " أن جراحات الأسنان لها التثام

أما جراحات اللسان ليس لها التثام "

1- الخطب الرسمية :

أسرع الوسائل لنقل المعلومات إلى الجماهير " في حالة وجود متحدثين مؤثرين " ، كما أنه يمكن تحديد مضمون الخطبة كي يلائم كل جمهور علي حده اذا دعت الضرورة إلى ذلك لتحقيق التفاهم والانسجام .

2- الاستجابات والاستبيانات الشفوية :

وهي التي يدي بها النائب أمام المجالس التشريعية حول موضوع ما ، وليعلم الجميع انها ليست وسيلة للاتصال بالحاضرين داخل المجلس فقط ولكنها وسيلة للاتصال بالجماهير أيضاً عندما تنشر بالجرائد أو تذاع بالتلفزيون .

3- المناقشات والجواريات المفتوحة :

لقاءات مجتمعية محلية يلجأ إليها المرشحين للتعرف علي آراء الجمهور واتجاهاته إزاء المرشح ، وتصحيح المعلومات الخاطئة من خلال توجيه الاسئلة من جانب الجمهور .

4- الرسالة المكتوبة : The Message

المرشح ينقل من خلالها معني ما عن طريق مجموعة من الكلمات أو المعلومات أو الأفكار بهدف تحقيق نوع من التأثير علي آراء واتجاهات الجمهور المتلقي للرسالة وهذه الرسالة خصائص وسمات هي :

** التشويق وجذب الانتباه لأن الجمهور يتعرض في اليوم الواحد إلى العديد من الرسائل المختلفة فلا بد أن تميز رسالتك وتزينها بتشويق المتلقي وجذب انتباهه حتي يتابع رسالتك ويتابع مضمونها ويحدث التأثير المطلوب .

** مراعاة مصالح الجماهير عندما تحتوي الرسالة علي ما يؤكد الاهتمام بمصالح المتلقي فالناس تتعلق بمن يلمسون مباشرة آمالهم وتطلعاتهم ورغباتهم (المصلحة الذاتية للمتلقين).

**** احترام المتلقي وعقيدته وعدم شمول الرسالة علي إيذاء أو تجريح أو احتقار للمهنة ، أو تسفيه للأفكار أو ازدراء لضعف المستوي التعليمي أو انتقاص من قدر الطبقة الاجتماعية أو اشمئزاز من المنطقة التي ينتمي إليها .**

**** صياغة الرسالة بلغة المتلقي مستعملاً الكلمات الشائعة المألوفة .** فالفكرة تظل حيصة في صدر صاحبها لا يعرف عنها شيئاً حتي تُصاغ أمامه أو تُجسد من شخص آخر فكن أنت هذا الشخص .

**** اجعل الرسالة تشتمل علي أدلة تزيد من فاعليتها ، وأن تقدم البراهين والحجج للتصديق علي صدق كلامك وسلامه حججك ودعاواك فإن الجمهور يحتاج إلى دعم الثقة دائماً من المرشحين .**



وهي تفعيل المقابلات داخل المقر الانتخابي وخارجه محاولين دعم سلوك ايجابي موجوداً بالفعل ، أو نُذكر به ، لأن المقابلات الشخصية تظل عالقة بأذهان الأشخاص من خلال الذين يتعاملون معهم فيكونوا بذلك صورة لهم إما أن تكون إيجابية في توطيد العلاقة وإما غير ذلك ، وتكون البداية عند دخوله المقر الانتخابي علي شكل سراق أو مكتب كبير فلا بد أن نتبع الخطوات التالية :

ملحوظة مهمة جداً :

لابد من وجود شخص بجوارك يعرف أسماء الناس بالدائرة ليطلعك علي أسمائهم عند حضورهم بطريقة شيك وغير ملحوظة.

أولاً تحية الزائر واجبه :

... فهناك مثل صيني يقول " اذا لم تستطع أن تبسم

فلا تفتح متجراً "

- قف عند دخوله

- انظر في عينيه

- ميل للأمام وابتسم له

- تقدم لمصافحته باليد (يدل ذلك علي الرغبة في

التعاون)

- رحب بالزائر باسمه

- إذا كان هناك أشخاص آخرون بالمقر فقدمهم له

بأسمائهم بوضوح

- طلب من الزائر الجلوس وأشر له إلى المقعد الذي

سيجلس عليه

- مل للأمام وأنت جالس مما يدل علي الاهتمام بما يقال

- قم بتدوين الأشياء المهمة

- حاول أن تسمع أكثر مما تتكلم

- عليك أن تكون علي درجة عالية من التركيز

لتستوعب كل كلمة تقال

- كن علي طبيعتك بين الزائرين

- حافظ علي كرامة الزائر وتقديره

- في النهاية أشكر الزائر وقم بمصافحته

الإشارات والتعبيرات :

إن الإشارات وتعبيرات الوجه كلها رموز لها معاني كثيرة

لنقل الفكرة وتوصيل الإحساس فإذا ما اقترنت الإشارة

باللفظ في موضعه الملائم أثرت تأثيراً عظيماً فأليك

أشكال من هذه الرموز والتعبيرات مثل حركات الجسم

والإيماءات والابتسامة والتنهيد والزفرات وحركة

الشفافيف ونبرات الصوت لها مدلول منها مثلاً :-

** الوقوف - يدل علي - انهاء المقابلة

** الابتسامه العريضة - تدل علي - الإحساس

الإيجابي

** الصوت العالى - يدل علي - التوتر والعصبية

** تصبب العرق - يدل علي - التأكيد علي التوتر

** إذا نظرت كثيراً في الساعة - يدل علي - عدم

الصبر

** الثأؤب - يدل علي - الملل و التعب

** تشبيك الأصابع - يدل علي - عدم الانتباه

في المقابلات الشخصية لابد أن تؤكد دائماً



هي في ذاتها عملية اتصال ، وهي قدرة الإنسان علي نقل نواياه ورغباته ومعلوماته وخبراته لإقناع الآخرين وتحقيق أكبر قدر من المكاسب وجعله اتصال مثمر وإيجابي لصالح المرشح في أي عملية تحتاج إلى التفاوض .

**الأمر الذي يؤثر علي قدرة المرشح
أو من ينوب عنه في عملية التفاوض هي :**

- الفهم الجيد لبيئة التفاوض .
- جمع معلومات وتحليلها وتفسيرها مما يجعل لديك قدرة علي التنبؤ .
- تحقيق قدر من الفهم المشترك .
- قدرة الفرد علي نقل المهام الموكولة إليه .

علي الإيجابيات وتتجنب السلبيات لكي
يؤخذ عنك دائماً الناتج النهائي الإيجابي لتلك
الصورة المنطبعة في أذهان الجماهير .



خصائص وسمات المفاوض الجيد :

- يتصرف بذكاء في المواقف الحرجة .
- يستطيع التنبؤ بمشاعر واتجاهات الآخرين .
- لديه القدرة لإقناع الآخرين بما يريد .
- يجيد الاستماع للآخرين دون كلل أو ملل .
- يجيد استغلال المواقف للحصول على مميزات .
- يتحمل الطرق الملتوية التي يتعامل بها الآخرون .
- لديه القدرة على فهم الإشارات والإيحاءات والتهديد وحركات الجسم والوجه والعين والحواسب والرموش والابتسامة و حركة الشفايف ونبرات الصوت..... إلخ
- يجيد الاستخدام الأمثل للتهديد .
- يستطيع التحكم بنفسه لو تصرف معه أحد بصورة غير لائقة .
- يجيد طرح العديد من الحلول عندما توجد مشكلة .
- يستطيع كسب وتأييد جميع الأطراف .
- يستطيع إجهاد الآخرين أثناء الحديث .
- يقوم بطرح أسئلة حساسة ومحرجة عند اللزوم .
- يقوم بوضع خطط لتوزيع الأدوار .

- يستطيع تكوين علاقات سريعة دون مشقة أو خجل .
- يغتنم الفرصة لتحقيق الأهداف المرجوة .
- يعطي فرصة للطرف الآخر للتعبير عن رأيه .
- يجيد عرض القضايا والمشكلات .
- يستطيع إدارة الوقت بصورة جيدة .
- لا يئتابه الشعور بالإحباط بسرعة .
- يجيد التحدث في أكثر من موضوع .

مهارات التفاوض :

- مهارة الاستماع والإنصات .
 - مهارة التحدث .
 - مهارة الحوار الفعال .
 - مهارة التأثير والإقناع .
 - مهارة تقدير المواقف .
 - مهارة تحديد البدائل .
 - مهارة إنشاء علاقات .
 - مهارة التوظيف الجيد للمعلومات .
 - مهارة الاعتراض .
- عقبات تقابلك في عملية التفاوض :**
- الخوف من الفشل .



تعريف الأزمة :

هي مشكلة أو موقف طارئ مرتبط دائماً بالشائعات التي تأتي في ذروة الانتخابات ويرجع ذلك إلى نقص البيانات أو معلومات غامضة أو غير موجوده عن المرشح أو أحد أقربائه أو العاملين معه ، أو تهدف لتشويه الحملة الانتخابية .

..... ومن هنا ينبغي ألا نتسرع في الرد أو مواجهة الهجوم أو الدخول في اشتباكات وتبادل اتهامات قد لا تفيد جميع الأطراف ويفضل أن يكون الرد إيجابياً ومدروساً ومن خلال قنوات الاتصال المختلفة بالجمهور المستهدفة .

- نقص المعلومات وقلة المعرفة .
- انعدام الثقة ونقص الخبرة .
- سوء استخدام الوقت .
- عدم الرؤيا من زوايا مختلفه .



إلقاء خطب - عقد المؤتمرات - تعليق لافتات - طبع منشورات... الخ
 ** أرقام تليفونات قادة الرأي والمحبين والمهتمين بالمساعدته في إنهاء الأزمة .
 ** استخدام التطورات التكنولوجية الحديثة و أجهزة للعرض مثل:
 (لاب توب - بروجيكتور - داتا شو - شاشة عرض - الإنترنت: الموقع - الإيميل - البريد الإلكتروني... الخ)



مراحل وقواعد التعامل مع الأزمة :

- التقييم :-
 يكون التقييم للأزمة من خلال معلومات وبيانات دقيقة وسليمه عن المشكلة .
- وضع خطة طوارئ :-
 عمل مجلس مصغر من القائمين علي الحملة يرئسهم مستشار العلاقات العامة لوضع خطه لهذه الأزمة وخطة بديلة لها .
- البحث عن قنوات الاتصال المتاحة مع الجماهير :-
 لتنفيذ خطة الطوارئ المتفق عليها .
- استخدام الخطة البديلة :-
 إما لاستكمال خطة الطوارئ أو لتغيير مواقف أو أشخاص أو لتغير ظروف معينة .
- إنهاء الأزمة :-
 ** تحديد أسماء فريق العمل ورئسهم .
 ** يكون قائد الفريق (المتحدث الرسمي) حتي يكون المصدر واحد .
 ** اختيار أسلوب الاتصال المناسب و السريع لدحض الشائعه مثلاً :



الإنترنت هو عبارة عن خطوط اتصال تلف الكرة الأرضية وتحقق الاتصال بين ملايين .

الحواسيب وهى شبكة عنكبوتية واسعة النطاق WAN .
الخدمات التى يقدمها الإنترنت:

. البريد الإلكتروني E - mail .

. الوردل وايد www .

. تحميل الملفات Download .

. المحادثة Chat .

. مجموعات الأخبار Newsgroups .

*** أصبح استخدام الإنترنت ضرورة حتمية ، لأن الإنترنت يعيش عصره الذهبى الآن نتيجة للنمو الغير مسبوق في عدد المنافذ الإعلامية المتوافرة ،

وسرعة نقل المعلومات ، ومقدار المعلومات المتوفرة ، وحجم المنظمات والمؤسسات التي تستخدم التقنيات المتنوعة الجديدة والحديثة الصالحة لخدمة أهدافها وبرامجها ، ويأتى ذلك لعدة أسباب وهى :

1- يستخدم المرشحون المواقع لتقديم أنفسهم في صورة المواطنين المسؤولين اجتماعياً (الرد على استفسارات الجماهير) .

2- للإنترنت دور كبير في اتصال المرشحين بالجماهير ، وشرح وجهات النظر مع قدرة على توفير إمكانية الحديث المباشر معها دون أن تتعرض الرسالة لأى تعديل .

3- يؤدى الإنترنت دوراً هاماً في تكوين الصورة الذهنية للمرشحين بأقل تكلفة وجهد إذا ما قورنت بالوسائل الأخرى .

4- تمكّن الجماهير العديدة من ممارسه حق النقد والاحتجاج علي سلوك المرشحين بما تسمى (حملات التأثير على سلوك المرشحين) التي يستفيد منها كل المرشحين .



القيادة هي فن التعامل مع الطبيعة البشرية :

تبرز القيادة كظاهرة مرتبطة بالمجتمعات والتكوينات غير الرسمية والمنظمات السياسية والجامعات ، والنوادي والمصانع والقطاعات الخاصة ، وكلما كان القطاع أكبر كلما كانت هناك حاجة ملحة إلى قائد .

تعريف القائد :

هو شخص ما يحتل موقعاً بارزاً في مجموعة ما ويؤثر فيها ، وينظم ويوجه للحفاظ عليها وعلى أهدافها .
ان القيادة ليست أمراً عفوياً يمكن أن يتصف به أى انسان ، ولكن الشخص يصبح قائداً لوجود ملامح أو خصائص تؤهله لذلك ومنها :
- الذكاء .

فلا بد للمرشحين أن يكونوا على وعى ودراية بتقنيات هذه التكنولوجيا الحديثة التي أثرت لدرجة كبيرة في التغيرات التي تحدث للدول والحكومات ، فيجب على كل مرشح أن يتعلم ويتدرب على الآتى :

- مهارات استخدام الانترنت من تصميم موقع وعمل الإيميل و صفحة له على الفيس بوك .
- أن يكون قادراً على استخدام قواعد البيانات للاختبارات وطرق التقييم .
- يستخدم هذه التقنية لتحقيق أهداف وبرامج الحملة الانتخابية .
- يقوم من خلالها بزيارة مواقع المرشحين الآخرين ويقوم بالحديث معهم في كل ما يريد أن يعرفه عنهم .
- يقوم من خلالها بزيارة المواقع الحكومية والنقابية ومواقع وسائل الاعلام .





1 - لماذا جريدة (دورية كل ستة أشهر) ؟

- وسيلة لتحسين وتصحيح الصورة السلبية عن المرشح ، بمثابة : (الحارس الأمين لسمعة المرشح) .
- هذه الدورية تنبع من تحمل المرشح لمسئولياته الاجتماعية تجاه المجتمع .
- وسيلة لنشر الطمأنينة والتعاطف وإثارة الاهتمام بمواقف معينة أو تقبلها .
- وسيلة يلتف حولها الجماهير لنشرها : استجواب - أو قرار تشريعي - أو قانون (يعبر عن أحلامهم وطموحاتهم وآلامهم وأحزانهم) .

- الجاذبية .
- الانضباط .
- الاهتمام بالآخرين .
- والهيمنة أو السيطرة .
- رجولية التصرف .
- الحساسية (الإحساس المرهف) .
- المحافظة على قيم الجماعة التي ينتمى إليها .
- القدرة على القيام بالمهام الموكولة إليه وإنجازها .
- الحزم والشدة مع اللين والرفق .
- القبول الاجتماعي من الآخرين .
- إن السلوك الرئيسى للقائد يتمثل فى إعطاء توجيهات وأوامر بأفعال معينة تؤثر فى الآخرين ، ولذلك يجب أن يكون أكثر قوة فى أفعاله وأكثر سيطرة عليها ، ويعطى المثل للآخرين من خلال تقديم سلوكيات تصلح كنماذج لغيره من الناس الذين يتبعونه .



- وبمثابة همزة للتخاطب والتواصل بين المرشح وجماهيره .
- وسيلة للتفاهم والتفاعل و التقارب بين المرشح وجماهيره .
- وسيلة لنقل ما تم القيام به من أعمال ونقله إلى المجتمع و الجماهير .
- 2- **ما تهدف إليه جريدة (دورية كل ستة أشهر) للمرشح :**
 - التأثير علي (الرأي العام) وتحقيق التأييد للمرشح .
 - تغيير آراء الجماهير السلبية تجاه المرشح .
 - نشر الحقائق والمعلومات والأفكار مشروحة ومبررة ومفسرة .
 - لتحقيق التكيف والتمازج الاجتماعي بين المرشح وجماهيره .
- 3- **ما تحتوي عليه الجريدة (الدورية كل ستة أشهر) :**
 - ذكر حقائق لتفنيد ما يقال من إشاعات وشبهات حول المرشح .
 - أخبار صحيحة بدرجة شفافية عالية .
 - معلومات سليمة وموضوعية .

- 4- **ما يميز الدورية عن غيرها :**
 - تعبر عن آمال وآمال وطموحات الجماهير .
 - لها السبق في نشر كل ما هو يخص أهالي الدائرة والمحافظه .
 - نشر صور المتفوقين من أبناء الدائرة وكذلك صور المرشح في الأفراح والأطراح .
 - تساهم في تشكيل الرأي العام في القضايا والظواهر المجتمعية المختلفة .
 - تنقل و تصور مجهودات المرشح من (جلسات - مؤتمرات - زيارات - مناقشات) إلى المجتمع .
- 5- **الشكل العام المقترح للجريدة**
 - أ - السياسة التحريرية للجريدة
 - ب - اسم الجريدة المقترح
 - ج - المقــــاس
 - د - عدد الصفحات
 - هـ - محتويات الجريدة
- أ - **السياسة التحريرية للجريدة :**
 - يحددها المرشح من موثائق الشرف الصحفية والأعراف السائدة التي تدعمها وتغذيها القيم والأخلاق النبيلة

الصفحة السابعة: كل ما هو جديد في التكنولوجيا

الحديثة والأترنت .

الصفحة الثامنة: صورة كبيرة مشرقة عن المرشح

(قيامه بافتتاح - زيارات)



ب - الأسماء المقترحة للجريدة هي :

1 - جريدة طريق النجاح

2 - جريدة طريق الإصلاح

3 - جريدة المسؤولية الاجتماعية

ج - مقاس الجريدة وعدد الألوان هو :

40 سم x 25 سم

** عدد الألوان : 4 لون

د - عدد الصفحات:

8 صفحات

هـ - محتويات الجريدة بما يدل عليها :

الصفحة الأولى: اسم الدورية والمناشيتات والتنويه لما

داخل العدد من أخبار .

الصفحة الثانية: كلمة المرشح و باقى أخبار الصفحة

الأولى .

الصفحة الثالثة: ما تم إنجازه من أعمال خلال الستة

أشهر .

الصفحة الرابعة: حديث صحفي مع المرشح .

الصفحة الخامسة: نماذج مشرفة من أبناء الدائرة

والمحافظة واستكمال الأخبار

الصفحة السادسة: تحقيق صحفي من قضايا المجتمع

(بيئة - تعليم - محليات) .



أولاً : مجموعة العمل :

- رئيس مجلس إدارة (المرشح)
- رئيس التحرير
- مراجع مالى وإداري
- الكتّاب و المحررون والمراجعون و مصور
- للأحداث الخارجية والداخلية .

ثانياً : عمل مكتبة مخزنة للصور المتنوعة والمصنفة إلى :

- صور ملونة - صور أبيض وأسود - لجولات - صور
- زيارات - افتتاح محلات - داخل المجلس - مع
- الجهاهير الخ

- مقاس الصور : 4 X 5 و 8 X 10

ومناظر طبيعية .

ثالثاً : الناشر :

أيهما أفضل التعامل مع الناشر أو المطبعة ؟!

التعامل مع الناشر له فوائد عدة منها ، أنه ناشر ذو خبرة ومعرفة واتصالات واسعة وليس مجرد صاحب مطبعة ، لأن الناشر سيهتم بالإنتاج والتوزيع والترويج .

رابعاً : المطبعة ((عامل الطباعة)) :

في الوقت الذي يكون فيه التعاقد مع الناشر غالباً أكثر كلفة ، يمتاز عمال الطباعة بالآتي :

- 1 - لهم دراية كبيرة وخبرة وتقديم النصيحة فيما يتعلق :
- * بالتخطيط العام للجريدة
- * أفكار تصميم الصفحات
- * لديهم أشكال عدة لتصميم الغلاف
- * خبرة كبيرة بخصائص الخط المستخدم
- * استخدام الصور ومقاساتها وألوانها وظلالها
- * خبرة في اختيار الأماكن المناسبة للرسوم والأشكال
- التوضيحية المتنوعة

2 - أكثر ملائمة وتناغم .

3 - أكثر توفيراً .

4 - تكون علي اتصال مباشر به وبالعامل .

* لتحقيق البنود الأربعة السابقة و السيطرة بشكل

أكبر وفعال علي ما سيتم إنتاجه من أعداد عليك بالآتي :

- قم بزيارة عدد من المطابع لتكون رؤية جيدة لوضع

معايير اختيار عامل الطباعة الماهر المبتكر .

- أثناء الزيارة أطلب ما قاموا به من أعمال لعملاء آخرين .

خامساً : العقد :

شكل عقد كامل ، واضح تماماً بكل شفافية وأية تفاصيل

خاصة بالتوزيع والترويج

سادساً : مخطط الدورية :

يكون المخطط علي جانب واحد من ورق A4 مع

توسيع المسافة بين السطور إلى الضعف أو علي

(اسطوانة)

سابعاً : تخصيص نوعية الورق :

يوجد العديد من أنواع الورق في السوق بما في ذلك

الورق المعاد تصنيعه ، لذلك يجب الاطلاع علي

عينات من الورق المستخدم في الطباعة ومعرفة

المميزات والعيوب

((تحدث مع عامل الطباعة ليساعدك علي الاختيار))

ثامناً : مسودات الطبع المرسله من الناشر أو المطبعة :

**** مسودة طبع أولية :**

للقراءة وإجراء التغييرات الأخيرة علي النصوص .

****الحصول علي مسودة طبع نهائية توضح :**

- تصميم الغلاف

- وضع أشكال توضيحيه

- تخطيط الصفحات

- الصور والرسوم





البداية:-

السؤال الذي يطرح نفسه هنا :لماذا تعتبر العلاقات العامة ذات أهمية خاصة للمعهد؟؟
وما الأسباب والعوامل التي أكسبت العلاقات العامة هذه الأهمية ؟ !!

بكل بساطة العلاقات العامة تمثل أهمية بالغة بالنسبة للمعهد لتحقيق التوافق بين الإدارة والعاملين والطلاب وجمهير المعهد الخارجية، حيث أن تفعيل أهداف وبرامج ووظيفة العلاقات العامة توفر مناخ أكثر ملائمة لتطوير المعهد وحسن الأداء والجودة والاستقرار من

خلال ركائز وأعمدة العلاقات العامة التي سوف نذكرها فيما بعد .

ملحوظة هامة :-

إن العلاقات العامة ليست عصي سحرية تغير الأشياء بالإشارة إليها ولكنها جهد مخطط ومدبر وأهداف وبرامج وأنشطة ولن يحدث التأثير إلا إذا طبقت القاعدة الذهبية وهي :

العدل والمساواة بين جميع العاملين دون محاباة أو تمييز ،
فلا يحظي عامل بمعاملة أفضل وامتيازات لم تكن لسواه علي غير أساس موضوعي .

صيانة القانون المتمثل في لائحة المعاهد والجامعات الداخلية للمحافظة علي حقوق الجميع .

وهناك أهداف وبرامج ووظائف وآليات تطبق من خلال ركائز وأعمدة العلاقات العامة **للوصول إلى الجودة المطلوبة وهي:-**

الركيزة الأولى:- أهداف وبرامج العلاقات العامة مع العاملين بالمعهد .

الركيزة الثانية:- أهداف وبرامج العلاقات العامة مع طلاب المعهد .

أهداف وبرامج العلاقات العامة مع العاملين :- (القوة الضاربة لأي مؤسسة)

هناك مبررات تحتم أن تكون العلاقات العامة مع العاملين أكثر أهمية لضرورة إيجاد مناخ من الثقة بينهم وبين الإدارة ، وضرورة تدفق المعلومات الصريحة من أعلي إلى أسفل بكل وضوح وشفافية ، وإشباع إحساس العاملين بالأهمية والمكانة والمشاركة والاستمرار في العمل بدون نزاعات أو مشكلات وإيجاد بيئة عمل صحية تحقق النجاح وتقضي علي الشائعات ، وحتى نصل إلى هذه النتيجة الإيجابية لابد من إليات لتحقيق ذلك وهي :-

تقوية وسائل الاتصال الداخلي مثل :-

- تفعيل دور صندوق الاقتراحات والشكاوي والتظلمات وعمل تقارير وافية عنها وطرح حلول لها وعرضها علي السيد المسئول لاتخاذ القرار المناسب .
- عمل نشرات دورية للإرشاد والتوجيه وتوعية العاملين لكل جديد يظهر علي ساحة العمل .
- عمل مجلة حائط للعاملين تشتمل علي همومهم وآمالهم وطموحهم مثل:



الركيزة الثالثة :- أهداف وبرامج العلاقات العامة مع

وسائل الإعلام .

الركيزة الرابعة :- أهداف وبرامج العلاقات العامة مع

الوسائل السمعية البصرية الخاصة .



(انجازات - ترقيات - أفراح - تعزية - توجيه وإرشاد الخ) .

- تشجيع الأنشطة الثقافية للعاملين مثل (المسابقات الثقافية والعلمية والدينية والرياضية)

- تقديم هدايا وجوائز تذكارية للعامل أو الموظف الذي يحرز تقدماً أكثر من الآخرين .

- تنظيم مباريات كرة قدم بين الإدارات المختلفة .

- تنظيم رحلات ترفيهية للعاملين وعائلاتهم .

- حجز المصيف والساليات للعاملين والإعلان عنها في وقتها المناسب.

- تنظيم حفلة انتهاء الترم الأول والعام الدراسي .

- إقامة معارض ملابس و سلع معمرة إن أمكن ذلك .

- تنظيم رحلات العمرة والحج للعاملين إن أمكن ذلك.

هذه الإليات أن طبقت دون مجابة أو تميز فإنها تؤدي إلى :-

1 - تقوية الشعور للعاملين بالانتماء .

2 - تحقق الاستقرار الوظيفي (الرضا الوظيفي) للعاملين .

3 - ترفع الروح المعنوية للعاملين .

4 - تشعر العاملين بتقدير الإدارة لما يقومون به من أعمال.

5 - تلبى الاحتياجات الإنسانية للعاملين (تحقيق الذات) .

أهداف وبرامج العلاقات العامة مع الطلاب :-
(سفراء الجامعات والمعاهد ومراقبه) .

يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التي يجب أن تهتم بها إدارة العلاقات العامة لان اتجاهات الطلاب تنعكس علي الاتجاهات



العامة للمواطنين بحكم تمثيل الطلاب لجميع فئات المجتمع، فمنهم من يأتي من الحضر ومنهم من يأتي من الريف والبدو ومن الطبيعي أن يكون هؤلاء الطلاب مرآة المعهد أو الجامعة في البيئة التي حضروا منها ، فإذا كانت تجربتهم مريرة فسوف يظهرون ذلك في بيئتهم والعكس

لذلك ينبغي أن يقوم المعهد أو الجامعة ببث الغيرة والمسئولية بين الطلاب ليكونوا خير سفراء لهم في كل مكان يذهبون إليه وذلك لحث الطلاب علي المشاركة في الأنشطة المختلفة الرياضية والفنية والاجتماعية من خلال قادة الطلاب وهيئة التدريس والإدارة.

ولتحقيق ذلك ينبغي عمل الآتي :-

أولاً : تنمية الثقافة العامة للطلاب :-

- عمل دورات عن التنمية البشرية والعلمية و اللغات

الأجنبية المختلفة .

- تنظيم الندوات الثقافية و العلمية .

- عمل محاضرات لتوسيع مدارك الطلاب وتفتح أذهانهم .
- عمل ورش عمل لمناقشة القضايا الفكرية والاقتصادية المطروحة علي الساحة .
- تشجيع الطلاب في التردد علي المكتبة .
- عمل قوائم بأسماء وتليفونات أولياء الأمور من :
(قادة الرأي - المفكرين - صناع القرار - مقاولون - مشاهير) للاستفادة منهم في مجالات تخدم العملية التعليمية .
- تشجيع الطلاب الموهوبين في الفنون المختلفة وإعطائهم الفرصة لإظهار مواهبهم بالآتي :-
- * إقامة معارض فنية لهم (رسومات - ابتكارات - كتب - أسر منتجة - مشغولات) .
- * مشاركتهم في الحفلات (تمثيل - غناء - عزف - شعر) .
- * تنظيم المسابقات الفنية والأدبية لهم (الرواية - القصة القصيرة - الشعر) .

ثانياً : الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب :
لان... (العقل السليم في الجسم السليم) .

- تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المباريات بين الطلاب (دوري الجامعة) .
 - احتضان الموهوبين في جميع الألعاب الرياضية .
 - تنظيم المباريات بين الطلاب والأساتذة والإداريين والخريجين النجباء .
 - التعرف علي المشكلات الصحية لبعض الطلاب ومحاولة التغلب عليها .
 - تساهم العلاقات العامة مع الأخصائيين الاجتماعيين في التعرف علي المشكلات التي تواجه الطلاب (ابداء الرأي في الأبحاث الاجتماعية مع طرح الحلول) .
- ثالثاً: طرق جذب طلاب جدد بالنسبة للمعاهد والجامعات الخاصة :-**

- مخاطبة المدارس الثانوية أولاً بعمل زيارات إليهم بدون تكلفة علي المدارس . - والتجارية والصناعية - لعمل إليهم وذلك للطلبة المتميزين ممن لهم آمال في (استكمال العملية التعليمية)
- تنظيم دورات تأهيلية لطلاب المدارس الثانوية لتأهيلهم للمعاهد والجامعات ... (بسعر رمزي)
- الهدف منه هو حضور الطلاب للمعهد أو الكلية .

- **استقبال وفود الطلاب بالترحيب واصطحابهم** بجولة معدة مسبقاً يقابلون فيها هيئة التدريس أو من ينوب عنهم و التعرف على الأماكن مثل القاعات والمدرجات والمعامل ومبنى السكاشن وتقديم هدايا تذكارية لهم عليها اسم الجامعة أو المعهد والشعار .

- **أمام مكاتب التنسيق:**

تعليق لافتات قماش كبيرة وعمل مطوية وتوزيعها بحيث تحتوى على رقم طابع الجامعة او المعهد بورق التنسيق - والتليفونات - والعناوين - وأسهل وسيلة مواصلات للوصول للمكان - تحتوى على صور للقاعات والمعامل والسكاشن - والمكتبة - التخصصات أو الشعب - ومدة الدراسة بالنسبة للمعاهد .

تعمل إدارة العلاقات العامة على الآتي:-

- 1 - تنظيم استقبالهم والحفاوة بهم .
- 2 - إتاحة الفرصة لهم للتعرف على الأنشطة الطلابية من خلال رعاية الطلاب .
- 3 - جولة حول المنشآت من قاعات ومعامل وسكاشن وملاعب .

- 4 - تنظيم لقاءات مع هيئة التدريس أو من ينوب عنهم .
- 5 - تقديم الهدايا التذكارية لهم عليها اسم الجامعة أو المعهد والشعار .

رابعاً: تنظيم حفلات التخرج :-

- تعتبر حفلات التخرج مناسبة طيبة لتشجيع الطلاب على التفوق العلمي ولتوطيد صلة المعهد بأولياء الأمور.
- وفرصة حقيقة لإشراك المهووبين في فقرات الحفل .
- وفرصة حقيقة لتنمية الروابط مع أعضاء مجلسي الشعب والشورى والمجالس المحلية .
- ولا نفوت الفرصة بدعوة رجال الأعمال وقادة الرأي بالمحافظة ورؤساء الشركات والمؤسسات وتشجيعهم على إيجاد فرص عمل للطلاب الجدد .
- توزيع الجوائز التذكارية للسيد المحافظ والطلاب ورجال الأعمال وأعضاء المجالس الشعبية والمحلية بالمحافظة .



- عمل قائمة بتليفونات الجرائد والمجلات وإذاعات (FM) والقنوات المحلية التليفزيونية .
- المحور الثاني في حيز التطبيق كالآتي:**
- متابعة كل ما ينشر ويث هذه الوسائل :-
- المعرفة التامة بالبرامج التي تعرض المشكلات ومواعيدها في الإذاعة أو التليفزيون .
- عمل مداخلات للرد والتصحيح الفوري علي الهواء .
- عمل متحدث رسمي يكون معروف لدي أجهزة ووسائل الإعلام .

المحور الثالث في حيز التطبيق كالآتي:

- فتح قنوات اتصال مع هذه الوسائل :-
- إرسال بطاقات التهنئة بالمناسبات المختلفة والأعياد لوسائل الإعلام بالمحافظة .
- إرسال دعوات حضور حفلة تخرج الطلاب لوسائل الإعلام بالمحافظة .
- إعداد معلومات صالحة للنشر وتهتم قطاع جماهيري كبير ووسائل الإعلام أيضا مثل: (إعلان النتائج ونسب النجاح - صور المتفوقين وأسمائهم)

أهداف وبرامج العلاقات العامة مع وسائل الإعلام :

هناك خمس محاور لأهداف وبرامج العلاقات العامة في تعاملها مع وسائل الإعلام وهي:

المحور الأول: عمل قائمة بكل وسائل الإعلام الفاعلة والمؤثرة بالمحافظة .

المحور الثاني: متابعة كل ما ينشر ويث هذه الوسائل عن المعهد أو الجامعة .

المحور الثالث: فتح قنوات اتصال مع هذه الوسائل .

المحور الرابع: وضع المعهد أو الجامعة علي أولويات واهتمام وسائل الإعلام بالمحافظة .

المحور الأول في حيز التطبيق كالآتي:

- عمل قائمة بكل وسائل الإعلام الفاعلة والمؤثرة بالمحافظة :-
- رصد كل الجرائد والمجلات اليومية والأسبوعية التي تصدر عن المجالس المحلية بالمحافظة
- رصد كل ما يث من مشكلات خاصة بالطلبة في إذاعات (FM) .
- رصد كل ما يعرض في (القنوات المحلية) يمس المعهد أو الجامعة من قريب أو بعيد .

الركيزة الثالثة



المحور الرابع في حيز التطبيق:

وضع المعهد أو الجامعة علي أولويات اهتمام وسائل الإعلام بالمحافظة .

وقد يتعرض المعهد أو الجامعة لأزمة أو انتقادات أو شائعات ويؤخذ هذا كله طريقه في وسائل الإعلام..... وللحفاظ علي السمعة الطيبة لدي الجماهير ينبغي عمل الآتي :-

- **الرد بالأفعال** ... بأي وسيلة نфия لما أثير وخصوصا لجمهور العاملين بالمعهد .

- **الرد برسالة مكنوبة**....أصبح حق الرد علي الهجمات والاتهامات والشائعات عرفا وتشريعا معمول به في كل الوسائل المطبوعة (الجرائد والمجلات والقنوات الفضائية والمحلية)

- **تقديم الحقائق في الأزمات**.... إعلام الوسائل المتاحة بتفاصيل ما حدث حتى ننال ثقتها واحترامها .

- **أسلوب النجاهل مع وسائل الإعلام لا يفيد**..... فسيذهب الكاتب مستعملا خياله ويزيد الطين بله .



أهداف وبرامج العلاقات العامة من الوسائل السمعية والبصرية الخاصة:-

لابد أن يحرص المعهد أو الجامعة علي تصوير الإنجازات التي حققها في مختلف المجالات وخاصة المتعلقة بالعملية التعليمية والتي تؤكد تفوقهم وإمكاناتهم العالية ، كما تسجل اللوحات

الإنسانية التي تضيف عليه الشخصية الإنسانية والاجتماعية، وتؤكد اهتمامه بالعنصر الإنساني بقدر لا يقل أهمية عن العملية التعليمية بالمعهد ويتمثل ذلك في:-

- الاجتماعات السنوية للعاملين والاحتفالات الخاصة وعرض ما يدور بداخلها .

- استخدام الفيديو في تسجيل العملية التعليمية واللحظات التاريخية التي يمر بها المعهد أو الجامعة (افتتاح قاعة جديدة - مرور 25 ، 50 ، 75 ، 100 سنة) على الانشاء .

- تسجيل حفل الخريجين ونسخة علي اسطوانات وتوزيعها علي الطلاب .

- تصوير مناقشات المشاريع لطلاب الفرقة الرابعة ونسخها علي اسطوانات .

الركيزة الرابعة

السؤال :-

لماذا نسجل الاحتفالات
والأحداث الخاصة التي تعمد
إليها العلاقات العامة؟؟

لتقديم المعهد إلى الجمهور فتتسع بذلك مجالات مشاهدة هذه الأحداث في غير المكان الذي جرت فيه فنحقق بذلك ظهور اللوحات التي تضيف على المعهد الشخصية الإنسانية والاجتماعية والاهتمام بالعملية التعليمية .

المطلوب من أجهزه ومعدات و أدوات لتنفيذ أهداف وبرامج

العلاقات العامة لصالح المعهد أو الجامعة ورفع شأنهم :-

إن مكتب العلاقات العامة ليس للترفيه ، ولكن لتفعيل الاتصال مع وسائل الإعلام المختلفة ، وأيضا واجهه للمعهد أو الجامعة لاستقبال الضيوف والزائرين من رجال الصحافة والإعلام ، واستقبال الضيوف الرسميين في حالة انشغال السيد عميد الكلية أو المعهد

المطلوب :-

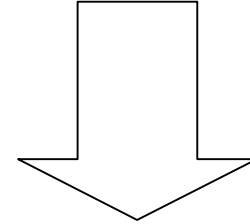
- جهاز كمبيوتر + CD RITR + طابعة + فلاشه +
- ماسح ضوئي .
- علبة سيد يهات .
- وصلة انترنت .

- رزمة ورق أبيض للطباعة + رزمة ورق ألوان للطباعة + رزمة ورق مسطر .
- رزمة أظرف أبيض + رزمة أظرف ألوان .
- طبع كارت باسم مدير الإدارة للتعامل به مع الجهات المختلفة .
- أندكس لحصر أرقام التليفونات .
- ألبوم لحصر الكروت .
- دفتر لكتابة العناوين .
- جهاز داتا شو للعرض .
- كامير فيديو ديجيتال .
- خط تليفون للاتصالات والاستفسارات .
- فاكس للمراسلة من وإلى وسائل الإعلام المختلفة .
- تليفزيون + ريسيفر .
- صندوق فيبر أبيض بعليقه للشكاوى والاقتراحات .



لا بد لكل من يترك العمل السياسي من المرشحين
الإمام والتعرف على مواد الدستور ،
ومن أجل ذلك حرصنا على طبع
الإعلان الدستوري للمجلس الأعلى
للقوات المسلحة حتى يتثنى للجميع
الاطلاع والإمام التام بمواد الدستور .

الدستور



نص إعلان دستوري المجلس الأعلى للقوات المسلحة



نص إعلان دستوري المجلس الأعلى للقوات المسلحة
بعد الاطلاع علي الإعلان الدستوري الصادر في 13 من
فبراير وعلي نتائج الاستفتاء علي تعديل دستور جمهورية
مصر العربية الذي جري يوم 19 من مارس سنة 2011 .
وأعلنت نتيجة الموافقة عليه في 20 من مارس
سنة 2011 .. وعلي البيان الصادر من المجلس الأعلى
للقوات المسلحة في 23 من مارس سنة 2011

قرار

*** مادة (1)**

جمهورية مصر العربية دولة نظامها ديمقراطي يقوم على
أساس المواطنة.
والشعب المصري جزء من الأمة العربية يعمل على
تحقيق وحدتها الشاملة.

*** مادة (2)**

الإسلام دين الدولة، واللغة العربية لغتها
الرسمية، ومبادئ الشريعة الإسلامية المصدر الرئيسي
للتشريع.

*** مادة (3)**

السيادة للشعب وحده، وهو مصدر السلطات، ويمارس
الشعب هذه السيادة ويحميها، ويصون الوحدة الوطنية.

* مادة (4)

للمواطنين حق تكوين الجمعيات وإنشاء النقابات والاتحادات والأحزاب وذلك علي الوجه المبين في القانون.

ويحظر إنشاء جمعيات يكون نشاطها معاديا لنظام المجتمع أو سريا أو ذا طابع عسكري.

ولا يجوز مباشرة أي نشاط سياسي أو قيام أحزاب سياسية علي أساس ديني أو بناء علي التفرقة بسبب الجنس أو الأصل.

* مادة (5)

يقوم الاقتصاد في جمهورية مصر العربية علي تنمية النشاط الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وكفالة الأشكال المختلفة للملكية والحفاظ علي حقوق العمال.

* مادة (6)

للملكية العامة حرمة، وحمايتها ودعمها واجب علي كل مواطن وفقا للقانون.

والملكبة الخاصة مصونة، ولا يجوز فرض الحراسة عليها إلا في الأحوال المبينة في القانون وبحكم قضائي، ولا

تنزع الملكية إلا للمنفعة العامة ومقابل تعويض وفقا للقانون. وحق الإرث فيها مكفول.

* مادة (7)

المواطنون لذي القانون سواء، وهم متساوون في الحقوق والواجبات العامة، لا تمييز بينهم في ذلك بسبب الجنس أو الأصل أو اللغة أو الدين أو العقيدة.

* مادة (8)

الحرية الشخصية حق طبيعي وهي مصونة لا تمس، وفيما عدا حالة التلبس لا يجوز القبض علي أحد أو تفتيشه أو حبسه أو تقييد حريته بأي قيد أو منعه من التنقل إلا بأمر تستلزمه ضرورة التحقيق وصيانة أمن المجتمع، ويصدر هذا الأمر من القاضي المختص أو النيابة العامة، وذلك وفقا لأحكام القانون ويحدد القانون مدة الحبس الاحتياطي.

* مادة (9)

كل مواطن يقبض عليه أو يحبس أو تقييد حريته بأي قيد تجب معاملته بما يحفظ عليه كرامة الإنسان، ولا يجوز إيذاؤه بدنيا أو معنويا، كما لا يجوز حجزه أو حبسه في غير الأماكن الخاضعة للقوانين الصادرة بتنظيم السجون.

* مادة (13)

حرية الصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام مكفولة، والرقابة علي الصحف محظورة، وإنذارها أو وقفها أو إلغاؤها بالطريق الإداري محظور، ويجوز استثناء في حالة إعلان الطوارئ أو زمن الحرب أن يفرض علي الصحف والمطبوعات ووسائل الإعلام رقابة محددة في الأمور التي تتصل بالسلامة العامة أو أغراض الأمن القومي، وذلك كله وفقا للقانون.

* مادة (14)

لا يجوز أن تحظر علي أي مواطن الإقامة في جهة معينة ولا أن يلزم بالإقامة في مكان معين إلا في الأحوال المبينة في القانون.

* مادة (15)

لا يجوز إبعاد أي مواطن عن البلاد أو منعه من العودة إليها، وتسليم اللاجئين السياسيين محظور.

* مادة (16)

للمواطنين حق الاجتماع الخاص في هدوء غير حاملين سلاحا ودون حاجة إلى إخطار سابق. ولا يجوز لرجال الأمن حضور اجتماعاتهم الخاصة، والاجتماعات العامة والمواكب والتجمعات مباحة في حدود القانون.

وكل قول يثبت أنه صدر من مواطن تحت وطأة شيء مما تقدم أو التهديد بشيء منه يهدر ولا يعول عليه.

* مادة (10)

للمساكن حرمة فلا يجوز دخولها ولا تفتيشها إلا بأمر قضائي مسبب وفقا لأحكام القانون.

* مادة (11)

لحياة المواطنين الخاصة حرمة يحميها القانون وللمراسلات البريدية والبرقية والمحادثات التليفونية وغيرها من وسائل الاتصال حرمة، وسريتها مكفولة، ولا تجوز مصادرتها أو الاطلاع عليها أو رقابتها إلا بأمر قضائي مسبب ولمدة محددة ووفقا لأحكام القانون.

* مادة (12)

تكفل الدولة حرية العقيدة وحرية ممارسة الشعائر الدينية وحرية الرأي مكفولة، ولكل إنسان التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير في حدود القانون، والنقد الذاتي والنقد البناء ضمان لسلامة البناء الوطني.

* مادة (17)

كل اعتداء علي الحرية الشخصية أو حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وغيرها من الحقوق والحريات العامة التي يكفلها الدستور والقانون جريمة لا تسقط الدعوي الجنائية ولا المدنية الناشئة عنها بالتقادم، وتكفل الدولة تعويضا عادلا لمن وقع عليه الاعتداء.

* مادة (18)

إنشاء الضرائب العامة وتعديلها أو إلغاؤها لا يكون إلا بقانون. ولا يعني أحد من أدائها إلا في الأحوال المبينة في القانون. ولا يجوز تكليف أحد أداء غير ذلك من الضرائب أو الرسوم إلا في حدود القانون.

* مادة (19)

العقوبة شخصية. ولا جريمة ولا عقوبة إلا بناء علي قانون، ولا توقع عقوبة إلا بحكم قضائي، ولا عقاب إلا علي الأفعال اللاحقة لتاريخ نفاذ القانون.

* مادة (20)

المتهم بريء حتي تثبت إدانته في محاكمة قانونية تكفل له فيها ضمانات الدفاع عن نفسه، وكل متهم في جنائية يجب أن يكون له محام يدافع عنه.

* مادة (21)

التقاضي حق مصون ومكفول للناس كافة، ولكل مواطن حق الالتجاء إلى قاضيه الطبيعي، وتكفل الدولة تقريب جهات القضاء من المتقاضين وسرعة الفصل في القضايا. ويحظر النص في القوانين علي تحصين أي عمل أو قرار إداري من رقابة القضاء.

* مادة (22)

حق الدفاع أصالة أو بالوكالة مكفول. ويكفل القانون لغير القادرين ماليا وسائل الالتجاء إلى القضاء والدفاع عن حقوقهم.

* مادة (23)

يبلغ كل من يقبض عليه أو يعتقل بأسباب القبض عليه أو اعتقاله فورا، ويكون له حق الاتصال بمن يري إبلاغه بما وقع أو الاستعانة به علي الوجه الذي ينظمه القانون، ويجب إعلانه علي وجه السرعة بالتهمة الموجهة إليه، وله ولغيره التظلم أمام القضاء من الإجراء الذي قيد حريته الشخصية، وينظم القانون حق التظلم بما يكفل الفصل فيه خلال مدة محددة، وإلا وجب الإفراج حتما.

* مادة (24)

تصدر الأحكام وتنفذ باسم الشعب، ويكون الامتناع عن تنفيذها أو تعطيل تنفيذها من جانب الموظفين العموميين المختصين جريمة يعاقب عليها القانون. وللمحكوم له في هذه الحالة حق رفع الدعوى الجنائية مباشرة إلى المحكمة المختصة.

* مادة (25)

رئيس الدولة هو رئيس الجمهورية، ويسهر على تأكيد سيادة الشعب وعلى احترام الدستور وسيادة القانون وحماية الوحدة الوطنية والعدالة الاجتماعية وذلك على الوجه المبين بهذا الإعلان والقانون. ويباشر فور توليه مهام منصبه الاختصاصات المنصوص عليها بالمادة (56) من هذا الإعلان عدا المبين في البندين 1 و 2 منها.

* مادة (26)

يشترط فيمن ينتخب رئيسا للجمهورية أن يكون مصرياً من أبوين مصريين، وأن يكون متمتعاً بحقوقه المدنية والسياسية، وألا يكون قد حمل أو أي من والديه جنسية دولة أخرى، وألا يكون متزوجاً من غير مصري، وألا تقل سنه عن أربعين سنة ميلادية.

* مادة (27)

ينتخب رئيس الجمهورية عن طريق الاقتراع السري العام المباشر. ويلزم لقبول الترشيح لرئاسة الجمهورية أن يؤيد المتقدم للترشح ثلاثون عضواً على الأقل من الأعضاء المنتخبين لمجلسي الشعب أو الشوري، أو أن يحصل المرشح على تأييد ما لا يقل عن ثلاثين ألف مواطن ممن لهم حق الانتخاب في خمس عشرة محافظة على الأقل، بحيث لا يقل عدد المؤيدين في أي من تلك المحافظات عن ألف مؤيد.

وفي جميع الأحوال لا يجوز أن يكون التأييد لأكثر من مرشح، وينظم القانون الإجراءات الخاصة بذلك كله. ولكل حزب من الأحزاب السياسية التي حصل أعضاءؤها على مقعد على الأقل بطريق الانتخاب في أي من مجلسي الشعب والشوري في آخر انتخابات أن يرشح أحد أعضائه لرئاسة الجمهورية.

* مادة (28)

تتولى لجنة قضائية عليا تسمى 'لجنة الانتخابات الرئاسية' الإشراف على انتخابات رئيس الجمهورية بدءاً من الإعلان عن فتح باب الترشيح وحتى إعلان نتيجة الانتخاب.

وتشكل اللجنة من رئيس المحكمة الدستورية العليا رئيساً، وعضوية كل من رئيس محكمة استئناف القاهرة، وأقدم نواب رئيس المحكمة الدستورية العليا، وأقدم نواب رئيس محكمة النقض، وأقدم نواب رئيس مجلس الدولة.

وتكون قرارات اللجنة نهائية ونافذة بذاتها، غير قابلة للطعن عليها بأي طريق وأمام أية جهة، كما لا يجوز التعرض لقراراتها بوقف التنفيذ أو الإلغاء، كما تفصل اللجنة في اختصاصها، ويحدد القانون الاختصاصات الأخرى للجنة.

وتشكل لجنة الانتخابات الرئاسية اللجان التي تتولي الإشراف علي الاقتراع والفرز علي النحو المبين في المادة 39.

ويعرض مشروع القانون المنظم للانتخابات الرئاسية علي المحكمة الدستورية العليا قبل إصداره لتقرير مدي مطابقته للدستور.

وتصدر المحكمة الدستورية العليا قرارها في هذا الشأن خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ عرض الأمر عليها، فإذا قررت المحكمة عدم دستورية نص أو أكثر

وجب إعمال مقتضي قرارها عند إصدار القانون، وفي جميع الأحوال يكون قرار المحكمة ملزماً للكافة ولجميع سلطات الدولة، وينشر في الجريدة الرسمية خلال ثلاثة أيام من تاريخ صدوره.

* مادة (29)

مدة الرئاسة أربع سنوات ميلادية تبدأ من تاريخ إعلان نتيجة الانتخاب، ولا يجوز إعادة انتخاب رئيس الجمهورية إلا لمدة واحدة تالية.

* مادة (30)

يؤدي الرئيس أمام مجلس الشعب قبل أن يباشر مهام منصبه إليمين الآتية:

' أقسم بالله العظيم أن أحافظ مخلصاً علي النظام الجمهوري، وأن أحترم الدستور والقانون، وأن أرعي مصالح الشعب رعاية كاملة، وأن أحافظ علي استقلال الوطن وسلامة أراضيه!'

* مادة (31)

يعين رئيس الجمهورية، خلال ستين يوماً علي الأكثر من مباشرته مهام منصبه، نائباً له أو أكثر ويحدد اختصاصاته، فإذا اقتضت الحال إعفاءه من منصبه وجب أن يعين غيره.

* مادة (35)

يشكل مجلس الشوري من عدد من الأعضاء يحدده القانون علي ألا يقل عن مائة واثنين وثلاثين عضواً، وينتخب ثلثا أعضاء المجلس بالاقتراع المباشر السري العام، علي أن يكون نصفهم علي الأقل من العمال والفلاحين، ويعين رئيس الجمهورية الثلث الباقي.

ويحدد القانون الدوائر الانتخابية الخاصة بمجلس الشوري.

* مادة (36)

مدة عضوية مجلس الشوري ست سنوات.

* مادة (37)

يتولي مجلس الشوري فور انتخابه دراسة واقتراح ما يراه كفيلًا بالحفاظ علي دعم الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي وحماية المقومات الأساسية للمجتمع وقيمه العليا والحقوق والحريات والواجبات العامة ويجب اخذ رأي المجلس فيما يلي:

1 - مشروع الخطة العامة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية.

وتسري الشروط الواجب توافرها في رئيس الجمهورية والقواعد المنظمة لمساءلته علي نواب رئيس الجمهورية.

* مادة (32)

يشكل مجلس الشعب من عدد من الأعضاء يحدده القانون علي ألا يقل عن ثلاثمائة وخمسين عضواً، نصفهم علي الأقل من العمال والفلاحين ، ويكون انتخابهم عن طريق الانتخاب المباشر السري العام.

ويبين القانون تعريف العامل والفلاح، ويحدد الدوائر الانتخابية التي تقسم إليها الدولة.

ويجوز لرئيس الجمهورية أن يعين في مجلس الشعب عدداً من الأعضاء لا يزيد علي عشرة.

* مادة (33)

يتولي مجلس الشعب فور انتخابه سلطة التشريع، ويقرر السياسة العامة للدولة، والخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، والموازنة العامة للدولة، كما يمارس الرقابة علي أعمال السلطة التنفيذية.

* مادة (34)

مدة مجلس الشعب خمس سنوات ميلادية من تاريخ أول اجتماع له.

2 - مشروعات القوانين التي يحيلها إليه رئيس الجمهورية.

3- ما يحيله رئيس الجمهورية إلى المجلس من موضوعات تتصل بالسياسة العامة للدولة أو سياستها في الشؤون العربية أو الخارجية. ويبلغ المجلس رأيه في هذه الأمور إلى رئيس الجمهورية ومجلس الشعب.

* مادة (38)

ينظم القانون حق الترشيح لمجلسي الشعب والشوري وفقا لأي نظام انتخابي يحدده. ويجوز أن يتضمن حدا أدنى لمشاركة المرأة في المجلسين.

* مادة (39)

يحدد القانون الشروط الواجب توافرها في أعضاء مجلسي الشعب والشوري، ويبين أحكام الانتخاب والاستفتاء.

وتتولي لجنة عليا ذات تشكيل قضائي كامل الإشراف علي الانتخاب والاستفتاء، بدءاً من القيد بجداول الانتخاب وحتى إعلان النتيجة، وذلك كله علي النحو الذي ينظمه القانون. ويجري الاقتراع والفرز تحت

إشراف أعضاء من هيئات قضائية ترشحهم مجالسها العليا، ويصدر باختيارهم قرار من اللجنة العليا.

* مادة (40)

تختص محكمة النقض بالفصل في صحة عضوية أعضاء مجلسي الشعب والشوري. وتقدم الطعون إلى المحكمة خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين يوما من تاريخ إعلان نتيجة الانتخاب، وتفصل المحكمة في الطعن خلال تسعين يوما من تاريخ وروده إليها.

وتعتبر العضوية باطلة من تاريخ إبلاغ المجلسين بقرار المحكمة

* مادة (41)

تبدأ إجراءات انتخاب مجلسي الشعب والشوري خلال ستة أشهر من تاريخ العمل بهذا الإعلان. ويمارس مجلس الشوري اختصاصاته بأعضائه المنتخبين .

ويتولي رئيس الجمهورية، فور انتخابه، استكمال تشكيل المجلس بتعيين ثلث أعضائه، ويكون تعيين هؤلاء لاستكمال المدة الباقية للمجلس علي النحو المبين بالقانون.

* مادة (42)

يقسم كل عضو من أعضاء مجلسي الشعب والشوري أمام مجلسه قبل أن يباشر عمله إليمين الآتية:
' أقسم بالله العظيم أن أحافظ مخلصا علي سلامة الوطن والنظام الجمهوري، وأن أروي مصالح الشعب، وأن أحترم الدستور والقانون!'

* مادة (43)

لا يجوز لكل عضو من أعضاء مجلسي الشعب والشوري في أثناء مدة عضويته أن يشتري أو يستأجر شيئا من أموال الدولة، أو أن يؤجرها أو يبيعها شيئا من أمواله أو أن يقايضها عليه، أو أن يبرم مع الدولة عقدا بوصفه ملتزما أو موردا أو مقاولا.

* مادة (44)

لا يجوز إسقاط عضوية أحد أعضاء مجلسي الشعب والشوري إلا إذا فقد الثقة والاعتبار، أو فقد أحد شروط العضوية أو صفة العامل أو الفلاح التي انتخب علي أساسها، أو أخل بواجبات عضويته. ويجب أن يصدر قرار إسقاط العضوية من المجلس بأغلبية ثلثي أعضائه.

* مادة (45)

لا يجوز في غير حالة التلبس بالجريمة اتخاذ أي إجراءات جنائية ضد أحد أعضاء مجلسي الشعب والشوري إلا بإذن سابق من مجلسه.
وفي غير دور انعقاد المجلس يتعين أخذ إذن رئيس المجلس.
ويخطر المجلس عند أول انعقاد له بما اتخذ من إجراء.

* مادة (46)

السلطة القضائية مستقلة، وتتولاها المحاكم علي اختلاف أنواعها ودرجاتها، وتصدر أحكامها وفق القانون.

* مادة (47)

القضاة مستقلون، وغير قابليين للعزل وينظم القانون مساءلتهم تأديبيا، ولا سلطان عليهم في قضائهم لغير القانون، ولا يجوز لأية سلطة التدخل في القضايا أو في شئون العدالة.

* مادة (48)

مجلس الدولة هيئة قضائية مستقلة، ويختص بالفصل في المنازعات الإدارية وفي الدعاوي التأديبية، ويحدد القانون اختصاصاته الأخرى.

* مادة (49)

المحكمة الدستورية العليا هيئة قضائية مستقلة قائمة بذاتها، وتختص دون غيرها بالرقابة القضائية علي دستورية القوانين واللوائح، وتتولي تفسير النصوص التشريعية، وذلك كله علي الوجه المبين في القانون. ويعين القانون الاختصاصات الأخرى للمحكمة وينظم الإجراءات التي تتبع أمامها.

* مادة (50)

يحدد القانون الهيئات القضائية واختصاصاتها، وينظم طريقة تشكيلها، ويبين شروط وإجراءات تعيين أعضائها ونقلهم.

* مادة (51)

ينظم القانون القضاء العسكري ويبين اختصاصاته في حدود المبادئ الدستورية.

* مادة (52)

جلسات المحاكم علنية إلا إذا قررت المحكمة جعلها سرية مراعاة للنظام العام أو الآداب، وفي جميع الأحوال يكون النطق بالحكم في جلسة علنية.

* مادة (53)

القوات المسلحة ملك للشعب، مهمتها حماية البلاد وسلامة أراضيها وأمنها، ولا يجوز لأي هيئة أو جماعة إنشاء تشكيلات عسكرية أو شبه عسكرية، والدفاع عن الوطن وأرضه واجب مقدس، والتجنيد إجباري وفقا للقانون.

وبين القانون شروط الخدمة والترقية في القوات المسلحة.

* مادة (54)

ينشأ مجلس يسمى 'مجلس الدفاع الوطني' ويتولي رئيس الجمهورية رئاسته، ويختص بالنظر في الشؤون الخاصة بوسائل تأمين البلاد وسلامتها، ويبين القانون اختصاصاته الأخرى.

* مادة (55)

الشرطة هيئة مدنية نظامية، تؤدي واجبها في خدمة الشعب، وتكفل للمواطنين الطمأنينة والأمن، وتسهر علي حفظ النظام والأمن العام والآداب وفقا للقانون.

* مادة (56)

يتولي المجلس الأعلى للقوات المسلحة إدارة شؤون البلاد، وله في سبيل ذلك مباشرة السلطات الآتية:

- 1 - التشريع.
- 2 - إقرار السياسة العامة للدولة والموازنة العامة ومراقبة تنفيذها.
- 3 - تعيين الأعضاء المعيّنين في مجلس الشعب.
- 4 - دعوة مجلسي الشعب والشوري لانعقاد دورته العادية وفضها والدعوة لاجتماع غير عادي وفضه.
- 5 - حق إصدار القوانين أو الاعتراض عليها.
- 6 - تمثيل الدولة في الداخل والخارج، وإبرام المعاهدات والاتفاقيات الدولية، وتعتبر جزءاً من النظام القانوني في الدولة
- 7 - تعيين رئيس مجلس الوزراء ونوابه والوزراء ونوابهم وإعفاؤهم من مناصبهم.
- 8 - تعيين الموظفين المدنيين والعسكريين والممثلين السياسيين وعزلهم علي الوجه المبين في القانون، واعتماد ممثلي الدول الأجنبية السياسيين.
- 9 - العفو عن العقوبة أو تخفيفها أما العفو الشامل فلا يكون إلا بقانون.

- 10 - السلطات والاختصاصات الأخرى المقررة لرئيس الجمهورية بمقتضى القوانين واللوائح. وللمجلس أن يفوض رئيسه أو أحد أعضائه في أي من اختصاصاته.

* مادة (57)

- يتولي مجلس الوزراء والوزراء السلطة التنفيذية كل فيما يخصه ، وللمجلس علي الأخص مباشرة الاختصاصات الآتية:
- 1 - الاشتراك مع المجلس الأعلى للقوات المسلحة في وضع السياسة العامة للدولة، والإشراف علي تنفيذها وفقاً للقوانين والقرارات الجمهورية.
 - 2- توجيه وتنسيق ومتابعة أعمال الوزارات والجهات التابعة لها والهيئات والمؤسسات العامة.
 - 3- إصدار القرارات الإدارية والتنفيذية وفقاً للقوانين واللوائح والقرارات ومراقبة تنفيذها.
 - 4- إعداد مشروعات القوانين واللوائح والقرارات.
 - 5 - إعداد مشروع الموازنة العامة للدولة.
 - 6- إعداد مشروع الخطة العامة للدولة.
 - 7- عقد القروض ومنحها وفقاً للمبادئ الدستورية.

8 - ملاحظة تنفيذ القوانين والمحافظة علي أمن الدولة وحماية حقوق المواطنين ومصالح الدولة.

* مادة (58)

لا يجوز للوزير في أثناء تولي منصبه أن يزاول مهنة حرة أو عملاً تجارياً أو مالياً أو صناعياً، أو أن يشتري أو يستأجر شيئاً من أموال الدولة، أو أن يؤجرها أو يبيعها شيئاً من أمواله، أو أن يقايضها عليه.

* مادة (59)

يعلن رئيس الجمهورية، بعد أخذ رأي مجلس الوزراء، حالة الطوارئ علي الوجه المبين في القانون ويجب عرض هذا الإعلان علي مجلس الشعب خلال السبعة أيام التالية ليقرر ما يراه بشأنه.

فإذا تم الإعلان في غير دور الانعقاد وجبت دعوة المجلس للانعقاد فوراً للعرض عليه وذلك بمراعاة الميعاد المنصوص عليه في الفقرة السابقة.

وإذا كان مجلس الشعب منحلًا يعرض الأمر علي المجلس الجديد في أول اجتماع له.

ويجب موافقة أغلبية أعضاء مجلس الشعب علي إعلان حالة الطوارئ.

وفي جميع الأحوال يكون إعلان حالة الطوارئ لمدة محددة لا تتجاوز ستة أشهر ولا يجوز مدّها إلا بعد استفتاء الشعب وموافقة علي ذلك.

* مادة (60)

يجتمع الأعضاء غير المعيّنين لأول مجلسي شعب وشوري في اجتماع مشترك، بدعوة من المجلس الأعلى للقوات المسلحة، خلال ستة أشهر من انتخابهم، لانتخاب جمعية تأسيسية من مائة عضو، تتولي إعداد مشروع دستور جديد للبلاد في موعد غايته ستة أشهر من تاريخ تشكيلها، ويعرض المشروع، خلال خمسة عشر يوماً من إعداده، علي الشعب لاستفتاءه في شأنه، ويعمل بالدستور من تاريخ إعلان موافقة الشعب عليه في الاستفتاء.

* مادة (61)

يستمر المجلس الأعلى للقوات المسلحة في مباشرة الاختصاصات المحددة في هذا الإعلان وذلك لحين تولي كل من مجلسي الشعب والشوري لاختصاصاتها، وحتى انتخاب رئيس الجمهورية ومباشرته مهام منصبه كل في حينه.

في النهاية لابد أن يعرف كل المرشحين أن العلاقات

العامة ليست عصي سحرية تغير

الأشياء بالإشارة إليها ولكنها جهد

مخطط ومدبر وأهداف وبرامج

وأنشطة تفعل من اجل تصحيح

الانطباعات السيئة عن المرشحين وزيادة

ثقة الجماهير فيهم بجوار مهاراتهم وقدراتهم وخصائصهم

الشخصية والجسمانية للسادة المرشحين فلا يحظي مرشح

بامتيازات لم تكن لسواه علي غير أساس موضوعي .

ودائماً العلاقات العامة تسعى للوصول إلى خلق صورة حسنة

وطيبة عن المرشح ، وكسب تأييد الجماهير له مما يؤدي الى توفير

مناخ إيجابي يستطيع من خلاله المرشح تحقيق أهدافه وأداء رسالته

وتقديم خدماته ، حيث تتفهم الجماهير دورها وتقبل على التعاون

معه أى أن الجماهير تعمل في اطار الصورة المنطبعة في أذهانها عن

المرشح .

فمن الأهمية أن يضع المرشح في اعتباره المجتمع الذي يعمل فيه

وأن يحتفظ لنفسه بالصفة الاجتماعية من خلال القيام بدوره في نفع

المجتمع وتقديم الخدمات ، فالمرشح لا يمكن أن يهرب من

مسئوليته الاجتماعية فهي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة التي



* مادة (62)

كل ما قررته القوانين واللوائح من أحكام قبل صدور

هذا الإعلان الدستوري يبقى صحيحا وناظدا، ومع

ذلك يجوز إلغاؤها أو تعديلها وفقا للقواعد

والإجراءات المقررة في هذا الإعلان.

المصدر:-

<http://100fm6.com/vb/showthread.php?t=283370> - 100fm6.com



(1) العلاقات العامة public Relation

(اعداد قسم الترجمة بدار

الفاروق / تأليف / فليب هنسلو)

(2) العوامل العشرة للنجاح -

د . ابراهيم الفقي

(3) التفاوض Negotiation



- تنمية المهارات تطبيقيا

(4) العلاقات العامة الناجحة - كلير أوستن

(بيروت - الدار العربية للعلوم ، 1997)

(5) العلاقات العامة في المجال التطبيقي

(علي السيد ابراهيم عجوة - عميد كلية الاعلام - جامعة

القاهرة - 2001)

(6) فن العلاقات العامة

(د . محمود يوسف ، د . كريمان فريد - 2002)

(7) ادارة وتخطيط العلاقات العامة

(د . علي عجوة ، د . محمود يوسف - 2005)

(8) تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة

(د . السيد عليوه / ايتراك للنشر والتوزيع 2001)

يجب أن يطبقها كل المرشحين ، وأن كان المرشح لا يحتاج أن يكون

مسئولاً عن جماهير مجتمعه ، فإنه لا يحتاج إلى العلاقات العامة .

وليعلم كلاً من المرشحين والمشتغلين بالعلاقات العامة :

(ان العلاقات العامة ليست بديلاً عن العمل والإنجاز ولكنها

تعكس صورة الواقع)

والعاقبة للمتقين،



المقدمة 5

- العلاقات العامة والانتخابات ! 7

- العوامل العشرة للنجاح في

التنمية البشرية 8

- العلاقات العامة في الإسلام 10

- كيف يُنظر إلى العملية الانتخابية

بوجه عام 13

- في البداية وقبل الترشح لابد أن تعلم هذه الأشياء 14

- ما الذي يميزك عن المرشحين الآخرين المحتملين 16

- ما الذي يجلب مصداقية ترشحك في عيون الجماهير 16

- وما الذي يميز قضاياك عن قضايا المرشحين الآخرين 17

- ابدأ بنفسك وتدرّب على 19

1- المواجهه و الحديث والتواصل مع الجمهور 19

2- الخطابة 19

3- المناقشات والحوار 20

4- كتابة الرسائل 20

5- كتابة الشعارات 20

- خطوات لابد من عملها من البداية لتجعلك موفقاً وناجحاً

بإذن الله 22



(9) العلاقات العامة أساليب وممارسات

خالد الصوفي

(10) العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة

أ. د محمد منير حجاب

(11) مهارات المقابلات الشخصية وإجرائها .

(12) المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الاتصالي

(13) التدريب عن بُعد باستخدام الكمبيوتر والانترنت

(موسوعة التدريب والتنمية البشرية 2003 - د. عبد الرحمن

توفيق)

(14) المخل الى الادارة والأيزو

د. جاسم مجيد



- 4- القيام بحملة من بيت لبيت 42
- 5- ابدا بالمناطق أو الأحياء الصديقة 42
- 6- اذهب إلى المنتديات والتجمعات العامة 43
- 7- تجنب الدخول في تبادل اتهامات مع المرشحين الآخرين 43
- 8- خطط لذروة حملتك الانتخابية 44
- 9- بالمختصر المفيد 45
- مهارات مهمة لأي مرشح 46
- 1 - مهارات ممارسة العلاقات العامة مع الجماهير 47
- 2 - اكتساب مهارات الاتصال 50
- 3 - مهارات المقابلات الشخصية 54
- 4 - مهارات التفاوض 58
- 5 - مهارات إدارة الأزمات أثناء الحملة الانتخابية وبعدها 62
- 6 - مهارة استخدام الأنترنت 65
- 7 - مهارة القيادة الجماهيرية 68
- ورقة عمل جريدة 70
- 1- لماذا الجريدة 70
- 2- ما تهدف إليه جريدة 71
- 3- ما تحتذي عليه الجريدة 71
- 4- ما يميز الدورية عن غيرها 72

- 1- عدم الاستعجال في اختيار الصورة 23
- 2- الشعار الانتخابي 23
- 3- تحتاج إلى فريق عمل 24
- 4- تحتاج إلى مدير لحملة الانتخابية 25
- 5- مميزات تزكى مدير حملتك الانتخابية 25
- 6- من المهام التي يجب أن يقوم بها المدير 26
- 7- تعريف الحملة الانتخابية 27
- 8- أنواع الحملات الانتخابية 27
- 9- أهمية صياغة حملتك الانتخابية 27
- 10 - شروط تنفيذ حملتك الانتخابية 28
- 11 - مراحل تنفيذ حملتك الانتخابية 31
- 12 - نموذج لمراحل تنفيذ حملتك الانتخابية 33
- 13 - متابعة حملتك الانتخابية 37
- 14 - أهمية المتابعة 38
- 15 - أهداف متابعة حملتك الانتخابية 39
- توصيات لإنجاح حملتك الانتخابية 40
- 1 - كون وجند متطوعين في كل مكان 40
- 2 - قم بإعداد القوائم التليفونية 41
- 3 - عمل المجموعات في الحملة 41

5 - الشكل العام المقترح للجريدة	72
- تصور لمخطط	75
- تصور لإنشاء إدارة للعلاقات العامة	79
الركيزة الأولى	82
الركيزة الثانية	84
الركيزة الثالثة	89
الركيزة الرابعة	92
الدستور	95
- نص إعلان دستوري المجلس الأعلى للقوات المسلحة	95
الخاتمة	120
المراجع	122
الفهرس	124

