



برنامج الأمم المتحدة الإنمائي



المجلس النسائي اللبناني



دليل المرأة للعمل الانتخابي مرشحة ومندوبة وناخبة

إعداد د. أمان كبارة شعراني



المجلس النسائي اللبناني

بناية اللبان، شارع مدحت باشا، الصنائع

ص. ب. 113-7320 بيروت - لبنان

info@lcw-cfl.org

فاكس: +961-1-742939 - هاتف: +961-1-736632 - +961-1-752435

أنجز هذا المشروع لمؤازرة وزارة الداخلية والبلديات بدعم من برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

يعتبر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي شبكة التنمية العالمية التابعة للأمم المتحدة وهو يدعو إلى التغيير وإلى تحقيق نفاذ البلدان إلى المعرفة والخبرة والموارد من أجل مساعدة الشعوب على التمتع بحياة أفضل. ونحن نعمل على الأرض في 166 بلداً و نتعاون معها في تطبيق الحلول التي أوجدتها لمواجهة تحديات التنمية العالمية والوطنية. وفي وقت تقوم فيه هذه البلدان بتطوير قدراتها المحلية، تعتمد على الشعوب المنضمة إلى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وعلى شركائنا العديدين.



لمزيد من المعلومات

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

مبنى البنك العربي الإفريقي - ساحة رياض الصلح النجمة، بيروت 5211 2011 - لبنان

البريد الإلكتروني: registry@undp.lb - الموقع الإلكتروني: www.undp.org.lb

دليل المرأة للعمل الانتخابي مرشحة ومندوبة وناخبة

أولاً: مهام المجلس النيابي ومهام النائب

- مقدمة
- المهام والممارسات للنائب والمواطن

ثانياً: أهمية الانتخابات النيابية

- ١- مفهوم اهداف ووظائف
- ٢- مبادئ اساسية لتأمين ديمقراطية الإنتخابات
- ٣- الترشيح وشروطه وآلياته

ثالثاً: توجيهات في الكيفيات التي ترعى العمليات الانتخابية

- ١- كيف تنتخبين؟
- ٢- من تنتخبين؟
- ٣- لماذا تنتخبين؟
- ٤- معايير خطاب المرشح والمرشحة
 - الإيجابية
 - السلبية

رابعاً: الحملة الانتخابية

- ١- تخطيط وادارة وتنظيم الحملة الانتخابية
- ٢- الدعاية
- ٣- بناء التحالفات
- ٤- التمويل

أولاً: مهام المجلس النيابي ومهام النائب

مقدمة:

من أولى مهمات المنظمات غير الحكومية المعنية بحقوق الانسان، وبحقوق المرأة الانسان هي تعميق وعي المواطن بحقوقه والمطالبة باحترام حقوق الانسان والحريات الاساسية وتعزيزها والدفاع عنها.

ومن اهم هذه الحقوق معرفته لوظائف الهيئات التشريعية في المجلس النيابي قبل القيام بعملية انتخاب اعضائه. فما هو الدور الذي تقوم به، هذه الهيئات التشريعية وما هي وظائفها وما هو الدور الذي يقوم به النائب لممارسة مهامه على اساس السلوك المهني والسياسي.

الحياة النيابية قديمة في تاريخ الجمهورية اللبنانية، فمع صدور الدستور اللبناني في 23 ايار سنة 1926 بدأت الحياة السياسية في لبنان تترسخ بناء لواقع لبنان وبنى تكوينه الديمغرافي والطائفي والمناطقية.

لمجلس النواب اختصاصات مختلفة، يستمدّها مباشرة من احكام الدستور. وأولى هذه الاختصاصات السلطة التشريعية في الدولة أو السلطة المشترعة كما تدعوها المادة 16 من الدستور. الى جانب هذه السلطة التشريعية هناك اختصاصات اخرى سياسية تكمن في الرقابة الشاملة على سياسة الحكومة وأعمالها، ومالية، بما يتعلق بالموازنة وسائر النفقات والموارد وانتخاب رئيس الجمهورية.

منح دستورنا اللبناني المؤسسات التشريعية الحق باقتراح القوانين في جميع مجالات السياسة العامة. انما فعلياً، ترد القوانين الاساسية المتعلقة بالسياسات والتوجيهات العامة من السلطة التنفيذية ومن ثم تحال الى الهيئة التشريعية ليتم مناقشتها وإقرارها.

المهام والممارسات للنائب والمواطن

فاللبناني إنسان عاطفي حتى الانفعال، وليس من السهل عبوره انطوائه الفردي هذا الى الشأن العام، في وقت لا يمكن ان يقوم المجتمع إلا على علاقات موضوعية وعلى بنى موضوعية غير مشخصة، هي اقرب الى العقل التحليلي منها الى العواطف.

وهنا يجب ان نكون حذرين من تشجيع المصالح والخدمات الخاصة ولو عن غير قصد، لأن عدم معالجة هذه الوظيفة للنائب باهتمام قد يؤدي الى سوء استعمالها، مما يحول بعدئذ دون ممارسة النائب لوظيفته الرقابية التي تعتبر من اهم الوظائف التشريعية: الرقابة والمساءلة والمحاسبة، والتواصل مع المؤسسات وفئات الشعب.

لكي تنجح الهيئة التشريعية لا بد من تنظيم علاقاتها لتتفاعل باستمرار مع محيطها.

ان الأمر المرتبط بعقليتنا ان اللبناني يتذمر لأن النائب بعد انتخابه يكون بعيداً عن الشعب، فليس من يحاسب برلمانياً. ليس عندنا تجمعات شعبية تسائل النائب، وبدوره النائب في معظم الاحيان لا يسائل الحكومة لان المساءلة تعتمد على برنامج حقيقي لا على جزئيات مبعثرة غير متكاملة وتتطلب خطة واستراتيجية وطريقاً ينتهج تحالف وتكتل حوله فكثيراً ما تنهار التحالفات والتكتلات بعد الفوز مباشرة ونادراً ما تلتئم لاحقاً فيبقى معظم النواب منفردين بأدائهم، وتغيب المحاسبة على التقصير والتجاوز. إن الصلة الحقيقية بين الناخب ومن انتدبه تقوم على تجمعات مستمرة

يعقدها النائب، مع محيطه من افراد ومؤسسات المجتمع المدني ووسائل اعلام لتحديد احتياجات ودراسة الاولويات حسب الامكانيات المتوفرة لتحقيق تنفيذها ولا تكون هذه الصلات قائمة فقط عن طريق تلقي بعض الخدمات من ترفيت الطرق والماء والكهرباء او توظيف أحد افراد العائلة.

هذا هو الشائع والسائد والمؤسف ان المواطن لا يعي اهمية الانتخابات ودور النائب ولا يعرف بأن صوته الذي قد يتخلى عنه او يجيره قد يكلف الوطن والمواطن وجوده وبقاءه . فالاعتماد على الخدمات الفردية هو فساد الديمقراطية، والديمقراطية كما يفهمها الجميع هي حكم الشعب، وخدمة لمصالح الشعب عامة.

ان النيابة تعني تقرير مصير الوطن تشريعياً ورقابة وديمقراطية، فهي تحصن الاستقلال وتعزز الوحدة الوطنية. ان ما نتطلع اليه اليوم، هو تطوير آليات الحياة الديمقراطية وتعزيز الحرية في بلدنا، عن طريق تعزيز الحوار كأسلوب لإدارة الاتفاقات والخلافات، حتى نستطيع كأفراد وكمؤسسات رؤية الوقائع الاجتماعية والاقتصادية، وتحديد النموذج الامثل للتنمية، الذي يجعل المواطنين انفسهم محور هذه التنمية، والذي يعتبر النمو الاقتصادي وسيلة وليس غاية، لكي نحمي فرص الاجيال الحاضرة والاجيال المقبلة. هذه المسؤولية تلقي على عاتقنا مسؤولية كبيرة رجالاً ونساءً فكيف إذا في عملية الانتخاب، إنها تجعلنا نحدد خياراتنا المستقبلية. بكل وضوح، فمن ننتخب، ولماذا وكيف؟ انها فرصة تأتي مرة كل 4 سنوات وهي تمكنا من تحديد المعايير الصحيحة للاختيار. لنأتي بمجلس نيابي يليق فعلاً بالسلطة التشريعية التي على اساسها يمكن ان ننهض بلبنان تنموياً وحضارياً وثقافياً وتربوياً. فمشاركتنا السياسية في الاقتراع على أسس موضوعية تؤدي الى التعبير عن خياراتنا وممارستنا للحقوق واثبات وجودنا . ويمكن ان نحقق الآتي:

أ- الانتداب المبني على الاختيار الصحيح

ب- إرساء الديمقراطية وتعزيزها

ج- المحافظة على سيادة القانون والمؤسسات

د- الوعي في التغيير من اجل التقدم

ان النظرة الى آفاق متجددة للبنان هي النظرة في اختيارنا لنواب في المرحلة المقبلة تأخذ في الاعتبار مواجهة التحديات والتعامل مع متطلبات المستقبل في ضوء المتغيرات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية وثورة الاتصالات والمعلومات، وبخاصة في ما يتعلق بتعزيز الممارسة الديمقراطية ودولة القانون وبصيغة العيش المشترك.

فمستقبلنا المشترك هو الحياة المشتركة ضمن الوطن الواحد، ضمن تكوين مواطنة تؤمن بلبنان ومؤسساته وبالانتماء الى مجتمع يحقق التنمية وتكافؤ الفرص، ويكافح البطالة.

كفانا نماذج من السياسات التقليدية القائمة على تغليب المصالح الخاصة والفردية لان هناك الكثير من النخب السياسية المتصفة بالكفاءات لم تحظ بالفرصة لتولي مراكز المسؤوليات ان كان من النساء او الرجال معاً. فالحياة الوطنية الديمقراطية تتطلب نخبة سياسية نظيفة وكفّية وقوية ذات رؤيا وعزيمة وتصميم، تؤمن بالثوابت اللبنانية، وتتطلع الى تغييرات، توفر افضل السبل لتحقيق تطور لبنان وتقدمه وتعزيز نظامه الديمقراطي وتمكين وحدته الوطنية ورفع شأنه فوق كل اعتبار .

ثانياً: أهمية الانتخابات البرلمانية

١- مفهوم واهداف ووظائف

انها الوسيلة الرئيسية التي يساهم فيها المواطن والمواطنة في المشاركة السياسية وهي من الحقوق التي يكفلها الدستور اللبناني، وواجب وطني للمساهمة في الحياة العامة. كما ان الانتخاب وسيلة ديمقراطية في الحياة السياسية لما تمثله من حرية الاختيار، والتمثيل، والقبول بالقواعد الاساسية في العمل السياسي، ومبدأ الانتقال السلمي للسلطة، والتنوع السياسي بدلاً من الفوضى والعنف واذاً تمّ الانتخاب بطريقة ديمقراطية ، فيكون بذلك ترجمة لآراء الناخبين، من توجهات، ومواقف وتطلعات وطموحات، للتعبير عن خواطرهم من اختيار الممثلين ذوي الكفاءة حسب وجهة نظرهم من بين المرشحين ليكونوا نواباً عنهم في المجلس النيابي.

- أهمية الانتخابات النيابية:

- التمثيل من خلال الاقتراع العام.
- إرساء الديمقراطية على حق الاقتراع.
- سيادة القانون والمؤسسات.

- الاهداف من الانتخابات:

- مساهمة الافراد في الحكم وفي السلطة.
- المحاسبة والمراقبة لآراء المنتخبين.
- تشكل الانتخابات اهم قنوات الاتصال بين الحكومة والشعب (حوارات، مناقشات قبل وبعد حدوث الانتخابات) لمعرفة اتجاه التحولات ومطالب المواطنين.
- تعزز شعور المواطن، بمبدأ الحرية والمساواة بين المواطنين، وفي نمو الوعي السياسي لحقوقه المدنية في اختيار صانعي القرارات، والاستعداد لقبول الرأي الآخر.
- تضي ممارسة العمل الانتخابي صفة الشرعية على النظام السياسي القائم وممارسته للسياسات المستندة الى الارادة الشعبية.
- الوعي في التعبير من اجل التقدم.

٢- المبادئ الاساسية لتأمين ديمقراطية الانتخابات

- دورية الانتخابات

توفر تواتر زمني محدد بقانون لجهة اعطاء فرصة للممثلين لتنفيذ برامجهم الانتخابية. ومن ثم لمحاسبتهم في الانتخابات اللاحقة.

- عمومية الانتخابات

حق الاقتراع لكافة المواطنين دون تمييز فيما بينهم باستثناء من منعه القانون من ذلك.

- سرية الانتخابات

حق المواطن في عدم الكشف لاي طرف آخر عن وجهة تصويته. وهذا يتطلب ضمانات ترتبط بأوراق الاقتراع، وصناديق الاقتراع ووجود العازل وتوفر الضمانات القانونية.

- المساواة في الانتخابات

اعطاء صوت واحد للناخب الواحد في الدائرة الواحدة بصرف النظر عن المميزات العلمية او الاجتماعية او الاقتصادية.

- التنافس في الانتخابات

التنافس الحر بين عدد المرشحين (أحزاباً او مستقلين) للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم ومواقفهم، وسعيهم للحصول على التأييد والقبول.

- وجود بدائل مختلفة تطرح على الناخب للاختيار فيما بينها من تعددية حزبية وسياسية.

٣- الترشيح شروطه وآلياته

ان هذه الخطوة امانة ومسؤولية ستلقى على عاتق المرأة وتستوجب ان تكون اهلاً لهذه الثقة فتعبر فعلاً عن تطلعات وطموحات ناخبها. وتعتمد المرشحة في خوض الانتخابات على خيارات، منها: ان تكون منتمية الى احد الاحزاب او الجمعيات، او مستقلة او تكون مرشحة لأقلية.

- شروط الترشيح

- ان تتمتع بالجنسية اللبنانية - بعدد من السنوات
- ان يكون اسمها مقيداً في قوائم الناخبين (جداول الانتخابات)
- ان تنطبق عليها الشروط التي يقرها الدستور- من جهة العمر و التمتع بالاهلية القانونية والادبية (لا جنایات - لا جرائم او مصابة بأمراض عقلية).
- يحظر الترشيح على الموظفة الحكومية ومن في حكمها - وكذلك موظفات الهيئات الدولية، ورئيسات البلديات الا في حال تقديم استقالتهن قبل الموعد المحدد للترشيح ويتم قبولها.

- آلية الترشيح

يقدم طلب الترشيح كتابة خلال مدة الى الجهة التي يعينها وزير الداخلية- مع المستندات والوثائق اللازمة.

- ان يرفق طلب الترشيح بإيصال المبلغ المطلوب ايداعه (كرسوم للترشيح)
- تدرس لجنة مخصصة طلبات الترشيح، والبت فيها ويدرج اسمها كمرشحة قبل انتهاء الترشيح.

- حقوق المرشحة

- يحق للمرشحة الحصول على صورة رسمية من جداول الناخبين في الدائرة المرشح عنها.
- يحق لها الطعن في احد المرشحين- قانونياً.

- يحق لها ان تسحب الترشيح باعلان ذلك ضمن الاجراءات القانونية المتبعة قبل بدء عملية الانتخاب وخلال مدة يحددها قانون الانتخاب.
- الحق في التنقل بحرية داخل البلد.
- الحق في الاتصال الحر بجميع الناخبين والناخبات في دائرتها وتنظيم الندوات والمؤتمرات والمناظرات واللقاءات وفقاً لاحكام القوانين المتبعة، لعرض البرنامج الانتخابي خارج الدوائر والمؤسسات الحكومية.
- يحق لها ان تنتدب عضواً ينوب عنها من بين الناخبين/ الناخبات المقيدة اسماؤهم في جداول الانتخاب في نطاق الدائرة التي ترشحت فيها لتمثيلها في ذات الدائرة او لجنة الاقتراع وفي لجنة فرز الاصوات على ان تتبلغ الجهات المختصة بذلك قبل بدء عملية الانتخاب بمدة زمنية كافية وان يحمل المندوب توكيلاً في الترشيح بذلك.

- الطعن في الترشيح

عند عرض كشوف المرشحين والمرشحات في فترة قصيرة تحددها الدولة لاجلاق باب الترشيح يحق لها:

- الطلب في إدراج اسمها اذا لم يكن مدرجاً.
- الاعتراض على ادراج صفة غير صحيحة امام اسمها او غيرها وبيت بذلك قضاة من وزارة العدل ووزارة الداخلية.
- الحق في النشر في الصحف اليومية، عند الترشيح والتنازل ويعلن يوم الانتخاب بعرضه على باب مقر ادارة الانتخاب واللجان الانتخابية.

- تكليف المندوب في لجنة الاقتراع

- ان يكون لكل مرشحة مندوب واحد داخل مركز الاقتراع، ومندوب آخر في لجان الفرز.
- من واجباته ان يكون مقيداً في الجدول الانتخابي للجنة العامة او اللجنة الفرعية المنتدب منها وان يحمل بطاقة اعتماد رسمية من لجنة الانتخابات المركزية.
- ويمنع عليه ان يؤثر على الناخبين او ممارسة اي نوع من الدعاية الانتخابية داخل مركز الاقتراع كما لا يجوز لمندوب المرشح لعملية الاقتراع الدخول الى قاعة الفرز.
- يحق للمندوب دخول وخروج المقر الانتخابي (الفضاء التي تجري فيه عملية التصويت) كما لا يجوز له تناول او لمس بطاقات الاقتراع.
- الحق في مراقبة وملاحظة:
- الصندوق الانتخابي ان يكون فارغاً، ان لا يوجد اشخاص غير الناخبين والمندوبين، ملاحظة تأثير

المندوب الآخر على الناخبين، عدم دخول رجال الامن الا بطلب مسبق من رئيس اللجنة، اكراه احد المندوبين واجباره على الخروج من مركز الاقتراع، قيام بعض الاشخاص بالتصويت دون ورود اسمه بقوائم الناخبين، وضبط ناخب ادى بصوته اكثر من مرة في عملية التصويت وفي حال وقوع مخالفة يقوم المندوب بتسجيل الواقعة وطلب تسجيل ذلك في محضر جلسة اللجنة العامة.

- تكليف المندوب اثناء عملية الفرز

يحق لمندوب او مندوبة لجنة الفرز بأن يلعب دور المراقب تجاه اي انتهاك يحدث اثناء تأديته لوظيفته. ويحق له ملاحظة واثبات ما يلي:

- وجود صناديق الانتخاب غير مقللة قبل الفرز.
- اتلاف صناديق الانتخاب او العبث بها.
- الاختلاف بين عدد البطاقات داخل الصندوق وعدد اللذين ادلوا بصوتهم.
- تغيير رئيس اللجنة العامة بشكل مفاجئ دون سبب معروف.

ثالثاً: توجيهات في الكيفيات التي ترعى العمليات الانتخابية

١- كيف تنتخبين؟

- قانون الانتخاب (على اساس طائفي والاكثرية او النسبية)
- المكان: تسجيل النفوس.
- اللوائح الانتخابية.
- تقييم الدوائر.
- سن الاقتراع.
- الاعلام والمناخ السياسي.

٢- من تنتخبين؟

- برنامج سياسي.
- تطابق القناعات.
- الكفاءة والمؤهلات.
- تقسيم الأداء السابق / المصدقية.
- المصالح العامة والمحلية.

- نوع الخدمات الفردية.
- القرابة.
- الولاء التقليدي.

٣- لماذا تنتخبين؟

- تكوين القناعة.
- الالتزام السياسي.
- ممارسة الحق الانتخابي.
- الالتزام لمصلحة شخصية.
- الالتزام لمصلحة عامة.
- مسايرة للزوج.
- نكيات.
- مسايرة المناخ العام/ الجماعي.
- افضل الموجود و الاقل سواء.
- الخوف.
- الطائفية والمذهبية.
- مسايرة المفتاح الانتخابي.
- التسهيلات المتوفرة للمرشح.

الاقتراع المفيد

رفع الوعي من المصلحة المباشرة الفردية الى المصلحة العامة.

٤- المعايير الإيجابية في خطاب المرشح والمرشحة

- التنمية
 - التعاون في البناء.
 - التشديد على الثوابت الوطنية.
 - الدعوة للتجديد.
 - الاولوية لمصالح الناس.

- التحديد والشمولية.
- القدرات التنفيذية.
- البرنامج المستقبلي.
- النظرة والتوجه الى المستقبل.
- التصدي للمشكلات.

● الشخصية

- التوازن.
- التواصل.
- استقطاب الناس للعمل الجماعي .
- الوعد بالمستطاع وليس المستحيل.
- دعوة للأجيال الجديدة وللتغيير.
- مراقبة الحكومة - سلبيات وإيجابيات.
- اعطاء الأهمية للناخب.

● المعايير السلبية لخطاب المرشح والمرشحة

- عموميات (لا خطة محددة ولا فكر استراتيجي وطني)
- وعود
- فردية
- تعالي وفوقية
- استنهاض طائفي أو مذهبي
- ائتلاف مؤقت
- استنهاض عصبية محلية
- التركيز على السلطة والقوة والمال لفرض القرار
- الفتوية
- إيهام الناس بالنجاح
- الخطاب المناطقي/ غياب التركيز على الحاجيات المناطقية الأخرى
- المبالغة والتضخيم بالقدرات السياسية
- غياب البرنامج الانتخابي الواضح
- التركيز على اللائحة ومصادرة القرار
- غياب تام لمناهضة قضايا المرأة

رابعاً: الحملة الانتخابية

تعرف الحملة الانتخابية بأنها «عملية تتضمن مجموعة من الأنشطة، التي يقوم بها الحزب او المرشح او المرشحة بغرض التعريف به واعطاء صورة حسنة للناخبين عن برامجهم وتطلعاته وتوظيف كل الوسائل والاساليب والامكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال المختلفة في محاولة للتأثير في اتجاهات الناخبين لصالح المرشح او الحزب، وذلك بهدف الحصول على اصوات الناخبين وتحقيق الفوز بالانتخابات.»

١- تخطيط وادارة وتنظيم الحملة الانتخابية

تختلف اشكال واهمية الحملة الانتخابية من حالة الى اخرى، وهي تخضع بالضرورة للعديد من العوامل المؤثرة والفاعلة التي تصيب ممارسات الحملة الانتخابية بصيغة مميزة، وتأتي في مقدمة هذه العوامل:

- طبيعة النظام السياسي والعوامل الاجتماعية والاقتصادية في البلد. بمعنى كلما اتجه النظام السياسي نحو الديمقراطية، كلما كانت الحدود والضوابط القانونية التي تنظم الحملة الانتخابية واضحة ومحددة وتطبق بنفس الدرجة على جميع المرشحين.
- صفات النظام الانتخابي المتبع، بما يتضمنه من القواعد المنظمة للدعاية الانتخابية و الاجراءات الخاصة بالترشيح والانتخاب.
- دور وسائل الاتصال الجماهيري والحرية الممنوحة لها في اطار نظام ملكيتها.
- مدى اهتمام الناخبين بالمشاركة في الحملة الانتخابية.
- حجم المنافسة بين المرشحين او الاحزاب السياسية/ الجماعات السياسية.
- حجم الدائرة الانتخابية، فكلما اتسع حجم الدائرة ازدادت الحاجة الى حملات ضخمة ومنظمة.
- الفترة الزمنية التي تفصل بين مباشرة اعمال الحملة الانتخابية وموعد العملية الانتخابية.

- تخطيط الحملة الانتخابية

يشمل تخطيط الحملة الانتخابية عدة مراحل وخطوات تتخذها الاطراف المتنافسة للتعامل مع مرحلة الانتخابات ويتم التركيز على ان تكون الخطة : شاملة، موضوعية، سهلة القياس، يمكن تحقيقها، محددة المسؤوليات، معدة للفوز. وتتضمن خطة الحملة الناجحة على خطط فرعية منها: خطة مالية، خطة ميدانية، خطة اعلامية، خطة زمنية.

وعلى العموم يكون التركيز عند الاعداد و التحضير للحملة الانتخابية على الاخذ بالخطوات العامة التالية:

- تحديد الهدف بدقة من الحملة الانتخابية. التعريف على كيفية الاستخدام الامثل للمكانيات والموارد والجهود المتاحة.
- دراسة البيئة الانتخابية وجمع المعلومات المطلوبة عنها ثم ترتيبها وتحليلها بهدف توظيفها في بناء الموقف الانتخابي.
- متابعة تأثير الحملة الانتخابية على الناخبين واعادة تقييمها باستمرار بالاعتماد على جدول

زمني يحتوي على مهمات محددة وصغيرة قابلة للتنفيذ.

- تقييم الحملات المضادة وتقدير مدى فاعليتها على الناخبين واساليب مواجهتها والحد من تاثيرها.

٢- الدعاية الانتخابية

تعتبر الدعاية الانتخابية فرصة مهمة للأحزاب والجماعات السياسية وكذلك المرشحين المستقلين من أجل تمرير ما يمكن من مواقف وافكار عبر قنوات الاتصال خلال فترة الانتخابات. وتتضمن الدعاية الانتخابية منطلق الاقتناع والتأثير في مواقف واتجاهات الناخبين التي تتداخل بها الابعاد النفسية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية. ولتحقيق ذلك تُستخدم كافة الأنشطة الاتصالية الممكنة من قبل المرشح أو الحزب أو الجماعة السياسية لامتداد الناخبين بالمعلومات بهدف تدعيم الثقة في الحزب أو المرشح أو زيادة المؤيدين وابراز الصورة المقبولة امام الناخبين للوصول الى الفوز في الانتخابات ويتم ذلك اساساً كمرحلة تركيز أو تكييف للدعاية السياسية للحزب في الفترة التي تسبق اجراء الانتخابات.

و من أجل تحقيق نزاهة وحرية الانتخابات يجب اعطاء كل طرف منافس الحرية الكاملة في نشر برامجه الانتخابية وقائمة المرشحين الخاصة به بدون اي تحيز والتعبير عن مواقفه وآرائه بحرية لكي يصل الى الناخبين محاولاً كسب تاييدهم. وضرورة منح المتنافسين امكانية استعمال وسائل الاعلام الرسمية والخاصة لعرض آرائهم واستمالة الناخبين.

تعتبر الدعاية السياسية للحزب من الادوات المهمة التي يمارسها في تنفيذ السياسة الخاصة به وهي تلازم المرتكزات والقضايا والمواقف السياسية الخاصة به والتي تميزه عن باقي الاحزاب في تحقيق الاهداف ونشر المبادئ والافكار والبرامج وتتوقف فاعلية الدعاية السياسية على حجم التمويل وطبيعة القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية. فالحزب السياسي الضعيف لا يقدر على ايصال رسالته والاتصال بفئات الجماهير المختلفة على نطاق واسع. اما عندما يكون الحزب قوياً، فإنه يستطيع تمويل وسائل دعائية عديدة واكثر فعالية في الوصول الى الجماهير والتأثير بهم.

ولا تكون الدعاية السياسية بالتصريح اللفظي فحسب، بل تشمل حالات من الافعال والمواقف والسلوكيات وقد يلجأ الحزب السياسي الى بعض الوسائل غير السياسية إلا ان ابعادها تكون في إطار النفوذ السياسي واستقطاب التأييد لمرشحيه.

وتكون الدعاية السياسية في التخطيط الذي يستهدف التأثير على الراي العام من خلال تلقين المواطنين النظريات والمبادئ السياسية التي تحثهم على التأييد والمشاركة. وبالتالي هي أداة ضرورية للتغيير على ضوء النتائج والاطفاء التي تبدو للجماهير، وهذا التغيير يتوقف على مدى قابلية المواطنين لتبديل افكارهم وآرائهم وفقاً للدعاية التي تستخدمها الادارة السياسية للدولة أو الحزب.

ومن هنا تعتبر العلاقة بين الدعاية السياسية والدعاية الانتخابية للحزب علاقة ترابطية حيث يمكن اعتبار الدعاية

السياسية بمثابة الدعاية الاستراتيجية التي تتضمن وضع الاطار العام للسياسات والاهداف والبرامج، ومدى التتابع المنطقي والموضوعي في التعبير عن هذه السياسات والبرامج والمراحل التنفيذية من حيث الوسائل والادوات، وهذا يعني ان الدعاية السياسية شاملة ومستمرة دائمة بحيث تعد وسيلة ضرورية لاستيعاب اكبر عدد ممكن من الافراد وجذبهم، واثارة اهتمامهم، وتشابه فيها اساليب التفكير وانواع التقييم وردود الافعال للمواقف والقضايا المختلفة في اطار برنامج الحزب وسياسته واهدافه ومبادئه.

اما الدعاية الانتخابية فهي الدعاية التكتيكية للحزب التي تهدف الى تحقيق اهداف محددة ومرحلية في اطار الدعاية السياسية والمنطق العام الذي يحكمها وتعتمد بالاساس الى التعريف بالحزب السياسي ومرشحيه وبرنامجه لجمهور الناخبين بهدف الفوز بثقتهم. وحتى يتمكن هؤلاء من تكوين رأي مؤيد في الانتخابات قبل عملية الاداء باصواتهم فاستمرار الدعاية السياسية هو تدعيم للدعاية الانتخابية او الحملة الانتخابية التي يقوم بها الحزب السياسي.

- حقوق وواجبات المرشح أو المرشحة في الدعاية الانتخابية

من الضروري على المرشحة الاطلاع على حقوقها وواجباتها في الدعاية الانتخابية وكذلك الأسس والمعايير التي يجب مراعاتها عند ممارستها للدعاية الانتخابية وفي الوقت نفسه التنبيه لتطبيق الاحكام الجزائية المنصوص عليها في قانون الانتخابات في حال الاخلال بالقواعد المنظمة للدعاية الانتخابية والتي تؤكد على ما يلي:

- الالتزام بعدم الدعوة بما يمس الوحدة الوطنية والدعوة للنزاعات الفئوية او الطائفية او الاقليمية او العنصرية بين فئات المواطنين.
- عدم تعارض الشعارات والصور والعبارات في الحملة الانتخابية مع القيم الدينية والاجتماعية السائدة.
- عدم استعمال شعار الدولة فيها وعدم عقد الاجتماعات الانتخابية او القاء الخطب او وضع الاعلانات في اماكن العبادة ومعاهد التعليم والمؤسسات والمنشآت العامة، بحيث يمكن استخدام هذه المنشآت العامة او المؤسسات التعليمية لعرض عقد اجتماعات الانتخابات وبصورة متساوية لجميع مرشحي الدائرة وبموافقة الجهة المختصة.
- التزام المرشح بعدم خداع الناخبين او استخدام اسلوب التجريح والتشهير بالسلوك الشخصي للمرشحين الآخرين او الطعن في كفاءاتهم او في عدم احترام حرية الرأي والفكر لدى الغير.
- عدم الاعتداء على وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها بالشطب او التمزيق او التشويه او الازالة.
- التنبيه الى الموعد الممنوح للمرشحين وممارسته للدعاية الانتخابية بحيث ينتهي قبل يوم الاقتراع بمدة زمنية معينة بموجب القانون الانتخابي، الامر الذي يعني ان ممارسته الدعاية الانتخابية باشكالها المختلفة خارج مركز الاقتراع او داخله في يوم الانتخاب ممنوعة ويشكل خرقاً للقانون الانتخابي.

- اللجنة المركزية في الدعاية الانتخابية - مهامها

تنظيم وحضور الفعاليات واللقاءات اثناء الدعاية الانتخابية سواء في منازل الاصدقاء او الجمعيات او المقر الانتخابي، او مقر الاحزاب واجراء لقاءات مع المرشحين الآخرين.

وهي تضم لجان فرعية منها:

- لجنة صياغة البرنامج الانتخابي والشعارات الانتخابية.
- لجنة الدعاية مهمتها تنفيذ اعمال الدعاية (كتوزيع الملصقات والبطاقات والشعارات والصاق البوسترات) والتحدث عن المرشح في المجالس المختلفة.
- لجنة تغطية اعلامية واعلانية تقوم باعداد تقارير حول حركة المرشحين الآخرين ورفعها الى اللجنة الاعلامية المركزية، وتضم فريق رصد لوسائل الاعلام بما فيها الاذاعة والتلفزيون والصحافة.
- لجنة تعنى بتصميم الرسائل الانتخابية وطباعة البرنامج الانتخابي والتواصل مع وسائل الاعلام وكتابة ونشر الاعلانات في الصحف ومتابعتها.
- لجنة تنظيم لقاءات للمرشح مع الناخبين.

- عوامل مساعدة في الدعاية الانتخابية

- الاستعانة بخبراء وعلماء في مجال الاتصال والاعلان والاستفتاء والاحصاء والعلاقات العامة والتنظيم وغيرهم من القادرين على مساعدته في توصيل صورته الى جمهور الناخبين.
- عوامل مساندة في وكلاء ومؤيدين قادة رأي المجتمع الخاص بدائرته الانتخابية.
- الاستعانة بالصحف الدعائية وشبكة الانترنت بانشاء مواقع خاصة لعرض الشعارات والبرامج الانتخابية ونشر العناوين الالكترونية للمرشح في الصحافة.
- القدرة الاقتصادية للمرشح وموقعه وخبرته السياسية والمكانة الاجتماعية والوعي الثقافي.
- يجب ان لا تقتصر الدعاية الانتخابية على الفترة الزمنية السابقة على اجراء الانتخابات بل يجب ان تمتد لتشمل فترة العمل السياسي كله سواء فاز المرشح في الانتخابات او لم يفز.

- أركان الدعاية الانتخابية

- البيئة الانتخابية
- يقصد بها طبيعة النظام السياسي والنظام الانتخابي المطبق والمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي والقيم الاخلاقية والدينية السائدة في المجتمع.

تتأثر البيئة الانتخابية بعدة عوامل منها:

- درجة الوعي السياسي السائد في المجتمعات من حيث طبقية معايير التفضيل بين المرشحين ومدى الاعتماد على الحقائق او على المشاعر والعواطف.
- أساليب وانماط الدعاية الانتخابية ومدى توافقها مع درجة الوعي السياسي في البيئة الانتخابية.
- القيم الاخلاقية والدينية السائدة في المجتمع وتظهر من خلال الظواهر السلبية للعملية الانتخابية (العزوف السياسي وعدم المشاركة السياسية وعدم تعديل الموطن الانتخابي في حال تغييره وإشاعة اساليب الدعاية غير الاخلاقية (من شراء الاصوات واطلاق الشائعات حول المرشحين المنافسين، افساد الاجتماعات الانتخابية للمنافسين) والجرائم الانتخابية مثل نشر او اذاعة اقوال كاذبة والاخلال بحرية الانتخاب باستخدام القوة او التهديد باستخدامها.
- الهيئة الناخبة: وهي جماعة الناخبين المسجلين في الجداول الانتخابية والتي يحق لها ممارسة العمل الانتخابي، وتكون هذه الهيئة مستهدفة من جانب الدعاية الانتخابية للمرشحين ولتحقيق الغرض في الدعاية الانتخابية ينبغي على المرشح اجراء تقييم لوضع الدائرة الانتخابية للامام بصفات وخصائص الهيئة الناخبة في دائرته ، وتقدير حجم قواعد الناخبين المؤيدين له والمؤيدين لمنافسيه والمحايدين. وتأتي عملية تقدير هذا الحجم من خلال عملية مسح احصائي للناخبين في الدائرة الانتخابية المعنية وتتمثل هذه العملية من خلال:
 - استبيان آراء الهيئة الناخبة في الدائرة الانتخابية قبل فترة مناسبة لموعد الانتخابات. وذلك للتعرف على ديمغرافية الناخبين والابعاد الخاصة للشرائح الاجتماعية في الدائرة والاهتمامات المختلفة لهذه الشرائح وطرق تفكيرهم وانتماءاتهم للبحث في مداخل معقولة للتأثير عليهم فضلاً عن الحصول على معلومات قدر الامكان، عن ميول الناخبين وتوجهاتهم السياسية وموقفهم من المرشحين الآخرين ومن ثم تحديد حجم المؤيدين منهم ومواقع القوة والضعف للمرشح في الدائرة الانتخابية. ويشرف على هذا العمل فريق يضم اختصاصيين في علم الاحصاء والمسح السكاني وعلى ضوء النتائج يتم تقدير حجم القاعدة الشعبية وصياغة البرامج السياسية وتشكيل التحالفات.
 - مراجعة جداول الناخبين وتقيحها وإعداد قوائم خاصة بالمرشح لمعرفة عدد المؤيدين المسجلين في الدائرة الانتخابية، ومتابعة الاطراف المنافسة سواء الاحزاب او الشخصيات المستقلة في القيد والتسجيل ويستفيد المرشح من اجراء تقييم لوضع الدائرة الانتخابية على مستوى الناخبين، الانتهاء الى تصنيف واضح للهيئة الناخبة على ضوء موقفها الانتخابي الى ثلاثة اتجاهات رئيسية :
 - الاتجاه الاول: المؤيدون- ويمكن تصنيف المؤيدين على ضوء قوة التأييد الى مستويات ثلاث حسب الاهمية وهي: الانصار والمعاونون، ويمثلون الدائرة الاولى المحيطة بالمرشح أو المرشحة، ثم المؤيدون بشدة، ثم المؤيدون.
 - الاتجاه الثاني: المحايدون ويمكن تصنيفهم الى قسمين وهم : المحايد الايجابي وهو من لديه نية

المشاركة في الانتخابات ولكنه لم يحدد موقعه الانتخابي بالنسبة للمرشحين. وتحتاج هذه الفئة الى مزيد من التفكير قبل ان تحدد موقفها الانتخابي من احد المرشحين، وبالتالي يتطلب من المرشح مزيداً من الاهتمام بها والمحايد السلبي وهي الفئة العازفة عن المشاركة بالانتخابات.

الاتجاه الثالث: المعارضون ويمكن تصنيفهم الى ثلاث مستويات حسب الاهمية وهي انصار ومعاوئي الخصم (المرشح المنافس) المعارضون بشدة والمعارضون.

تصنيف الناخبين واتجاهاتهم الرئيسية			
الناخبون/الناخبات	المؤيدون/المؤيدات	المحايدون/المحايدات	المعارضون/المعارضات
١- معارض	١- الايجابي	١- الانصار والمعاونون	الاتجاه
٢- معارض بشدة.	٢- السلبي	٢- مؤيدون بشدة	
٣- انصار ومعاوئي الخصم		٣- مؤيدون	

- العلاقة بين المرشح/ة والهيئة الناخبة والمتنافسين

اما بالنسبة الى فئة المحايد السلبي فهي لا تختلف سواء كان المرشحون اثنان او اكثر ولا يحال الى المرشح اهدار الوقت في استمالة هذه الفئة . ويجب ان تسعى الحملة الانتخابية للمرشح الى التأثير على فئة المحايد الايجابي لاهميتها في حسم نتائج المعركة الانتخابية، حيث تقرر هذه الفئة الادلاء بصوتها لاحد المرشحين في اللحظات الاخيرة قبل الاقتراع.

اما المعارضون، تتعدد آرائهم بتعدد المرشحين المتنافسين ويكون من الصعوبة تغيير الاتجاهات المعارضة الى التأييد خاصة في فترة الدعاية القصيرة .

العلاقة بين المرشحين/ت المتنافسين/ت

- أساليب وانماط العلاقة المشروعة
هي الاساليب التي لا تتعارض مع القانون والاخلاق.

- اساليب وانماط العلاقة الغير مشروعة

- اسلوب الشائعات الانتخابية مثل نشر خبر كاذب عن انسحاب المرشح ويظهر ذلك في الساعات

- الاخيرة من عملية الاقتراع او النيل من سمعة المرشح ونزاهته لافقاد المرشح عنصر الثقة والاعتبار. والمطلوب في هذه الحالة مواجهتها بأقصى سرعة باظهار الحقائق والبيانات.
- اسلوب الوقية بين المنافسين- سواء بين المرشح والحزب، او بين الحزب المنافس والمواطنين او بين مرشح وآخر.
- تمزيق اللافتات والملصقات الانتخابية، وتأتي هذه العملية في دورة الدعاية الانتخابية ومع تزايد حدة المنافسة في الدائرة الانتخابية.
- التشويش على الاجتماعات والمناظرات والندوات الانتخابية ويستخدم هنا الاسلوب حين تكون هذه اللقاءات بالهواء الطلق وفي الساحة العامة. سواء باطلاق زهور السيارات او مكبرات الصوت او اذاعة الاغاني للتشويش على المرشح الخصم، وهذا الاسلوب غالباً ما يؤدي الى حوادث عنف ومشاكل تستمر الى ما بعد انتهاء العملية الانتخابية.
- اسلوب القسمة واخذ العهود. لصالح المرشح من قادة الراي وشيوخ العشائر او وجهاء العائلات او رؤوساء النقابات وغيرهم.
- اسلوب شراء الاصوات، وتزداد هذه الظاهرة مع ارتفاع معدلات البطالة والفقر بين الناخبين ومع التطلع الى المصالح الشخصية والمحسوبية والامراض الاجتماعية الاخرى التي تأتي في سياق البحث عن الوظيفة الحكومية او تلبية الرغبات الخاصة، وايضاً مع تزايد النفوذ السياسي لطبقة رجال الاعمال.

ب- عملية الاتصال الانتخابي

يلجأ المرشحون في سبيل تنفيذ الحملة الانتخابية الى توظيف كافة وسائل الاتصال المتاحة من اجل الامعان في ممارسة عملية التأثير والاقناع على اتجاهات ومواقف جماعات الناخبين وكسب اصواتهم بهدف تحقيق الفوز في الانتخابات وقد يستخدم لهذا الغرض وسائل الاتصال المباشرة (المواجهة) او غير المباشرة (الجماهيري) على ان تأخذ هذه الوسائل في عين الاعتبار الامور التالية:

- الخصائص الشخصية للناخبين (الوسط الاجتماعي الذي يعيش به).
- الامام بخصائص الفئات الاجتماعية للناخبين ومن ثم يوضع على اساسها محتوى الاتصال.
- ادراك اهمية العلاقة الجماعية بين الافراد في تحديد الطريقة التي يتصرف بها الفرد اثناء عملية الاتصال الجماهيري.
- فهم الانماط الحضارية المشتركة التي تخص الموضوعات المؤكد عليها مجتمعياً.

ج- شروط الاتصال الانتخابي

- ان يكون اتصالاً هادفاً.

- ان يكون مفهوماً من قبل الناخبين (الرموز- العبارات- الشعارات).
- مصداقية مضمون الاتصال الانتخابي (قابلية البرامج للتنفيذ).
- توافق البرنامج الانتخابي مع رغبات وآمال الناخبين.
- تميز الاتصال عن غيره من اتصالات المرشحين المنافسين من حيث شكل الاتصال (حدثه) ومضمون الاتصال (موضوعه) .

د- مراحل الاتصال الانتخابي

تتطلب عملية الاتصال الانتخابي مراحل مترابطة ومنسجمة للوصول الى تحقيق افضل لتغطية اتصالية الاعمال في الحملة الانتخابية، وذلك بهدف التأثير على الناخب للأدلاء بصوته لصالح المرشح او الحزب المعني وهذه المراحل هي:

- التعرض لاساليب الدعاية الانتخابية التي يستخدمها المرشح او الحزب للوصول الى اكبر عدد ممكن من الناخبين. ويلزم بذلك وعي المرشح لتزويد الناخب بالمعلومات والاحداث التي يتطلع الى معرفتها.
- الاهتمام بموضوع الرسالة الانتخابية. لا بد من مراعاة جذب الانتباه في وسائل الدعاية الانتخابية بما تثيره من اهتمامات خاصة يسعى اليها الناخب وتستخدم الرسالة اساليب عاطفية الى جانب الاساليب الموضوعية ، ويظهر الاهتمام من خلال ما يرافق عرض الرسالة الانتخابية في مظاهر مثل الاسئلة الاستفزازية ، الالاحاح، التكرار.
- فهم مضمون الرسالة الانتخابية وإدراكها والتأثير بها، من الضروري الالمام بمهارة صياغة الرسالة الانتخابية بصورة واضحة ودقيقة بعيداً عن الغموض، وتراعي العوامل المجتمعية السائدة في البيئة الانتخابية، وان يحتوي مضمون الرسالة الانتخابية على فكرة واحدة يتم التركيز عليها بكافة ابعادها وتداعياتها.

حتى يكون استعمال الرسالة الانتخابية بناءً يمكن الاعتماد على الامور التالية :

- الاستماع الى الاخرين والتعرف على اهتماماتهم وقضاياهم.
- تصميم الرسالة الانتخابية لمعالجة هذه الاهتمامات على ان تكون صياغتها مختصرة مفهومة، فريدة، حقيقية، وباعثة على الامل.
- تفعيل الانشطة المختلفة لاستعمال الرسالة.
- وضع سياسات وافكار يمكن الشروع بها اذا نجحت في الانتخابات لمعالجة هذه المشاكل والاهتمامات.

- فالهدف هو تقديم انطباع ايجابي عن المرشح أو المرشحة، وذلك يتطلب رسائل دعائية تثقف الناخبون وتقنعهم وتمدهم بالمعلومات لتعريف الناخب بالمرشح ، بغرض تكوين انطباعات حول سماته الشخصية وفكره وقدرته على الاداء الوظيفي ومدى جدارته بالفوز في الانتخابات.
- تصديق مضمون الرسالة الانتخابية، لا يترتب بالضرورة على اهتمام وادراك الناخب لمضمون الرسالة الانتخابية تصديقه لذلك المضمون سيما اذا كان من الصعب تصديقه من وجهة نظره . وبالتالي لا بد من الابتعاد عن الافراط من ذكر مناقب المرشح وتاريخه السياسي او المبالغة في الوعود والتعهدات التي يقطعها المرشح ويدرك الناخب انها صعبة التنفيذ.
- الاستجابة للرسالة الانتخابية، ويترتب عليها تبني الناخب للافكار التي تطرحها الرسالة الانتخابية وانحيازه لها وللمرشح او الحزب المعني. وبالتالي خلق الشعور لدى كل ناخب عبر الاتصال الشخصي ان صوته المنفرد له قيمة كبيرة في نجاح المرشح الذي يؤيده.
- تبني افكار المرشح والتحول الى داعية لها خلال الحملة الانتخابية، وهو الهدف النهائي الذي يسعى اليه المرشح في الاتصال الانتخابي.

هـ- وسائل الاتصال الانتخابي

- وسائل الاتصال المباشر

تعتمد هذه الوسائل على اسلوب الاتصال الوجيه بين المرشح والناخب. ويعتمد بشكل عام المرشحون من خلال حملاتهم الانتخابية على الخطب المباشرة واللقاءات الشخصية والحوار المباشر مع الناخبين، اضافة الى وسيلة الندوات التي يتبعها المرشح من اجل توضيح برنامجه الانتخابي ووجهة نظره العام. وهذا الاسلوب يفيد في تلمس ردود الفعل من جانب الناخبين بصورة مباشرة (التغذية العكسية) والتعرف على مواقفهم الانتخابية سواء من المرشح او من المرشحين الاخرين. وهو يساهم بتشكيل معرفة اعمق واوسع عند المرشح او مدير حملته الانتخابية حول الاسلوب الامثل واللازم واتباعه في الاتصال الانتخابي لحسم اتجاه الناخب عند تصويته لصالح المرشح او المرشح الاخر.

وتستهدف وسائل الاتصال المباشر بالاساس التعامل مع القوى الاجتماعية التي ينتمي اليها الناخب، والتي تمارس تأثيراً كبيراً على سلوكه، والذي يخضع لآلياتها في الوضع الاجتماعي. ويبلغ مداها في التأثير على الناخبين في المدن والقرى. وتأتي في المقدمة القوى والجماعات الصغيرة المتجانسة ذات البناء الاجتماعي البسيط مثل الوالدين، الاقارب، قادة الرأي (وجهاء القرية/ العائلة) الاصدقاء.

وسواء كان التأثير التي تمارسه هذه القوى الاجتماعية نابع من القوة والنفوذ او مستمد من المكانة والاحترام التي يمنحها لها النظام الاجتماعي، فإن ممارسة الدعاية الانتخابية يتوقف الى درجة كبيرة على اخذ هذا التأثير بعين الاعتبار. ويمكن تنفيذ اسلوب الاتصال الوجيه عبر تقسيم الدائرة الانتخابية الى عدد من المناطق بهدف تسهيل مهمة الاتصال المباشر بين الناخبين. وينتدب على كل منطقة فريق عمل يستخدم اسلوب المقابلة والاجتماعات مع الناخبين.

ويكون بمثابة صلة الوصل بين المرشح والناخب ومن مهامها:

تأمين الاصوات لصالح المرشح في الدائرة من خلال حشد الناخبين وحثهم على التسجيل في الجداول الانتخابية واستلام بطاقات الانتخاب خلال الفترة المحددة وتعريفهم بمواقع مراكز الاقتراع، الاتصال بقيادة الرأي ووجهاء المنطقة (المفاتيح الانتخابية) والاتفاق معهم على تنسيق زيارات يقوم بها المرشح. ويمكن ان يتضمن الفريق اشخاص من رجال ونساء ذوي فعالية مؤثرة ومعروفة اجتماعياً في الدائرة، ويتمتعون بالقدرة على التحرك بين اوساط الناخبين خاصة النساء. ويمكن الاستفادة من اسلوب تنظيم فرق الاحياء او حملة (اطرق الباب) وهي حملة تتسم بنتائج هامة في كسب مؤيدين وتأمين الاصوات.

- وسائل الاتصال الجماهيري- وسائل الاعلام

يعتمد تنظيم استخدام الوسائل الاعلامية في المرحلة الانتخابية على ضوء قانون الانتخاب المعمول به في الدولة والحدود التي تسمح بها السلطة السياسية لممارستها. ويمكن التعرف على ثلاثة نماذج تنظيمية لوسائل الاعلام:

- والاجتماعية المختلفة واستعدادات الفرد والقوى الاجتماعية للتأثر والتفاعل فلا يتاثر بها النموذج الاعلامي الذي يتنافس فيه المرشحون من اجل تحقيق تغطية اعلامية مميزة ويكون هذا الاعلام مدفوع الأجر.
 - النموذج الاعلامي الذي يؤمن فرص متساوية للتغطية الانتخابية تجمع الاطراف المتنافسة، وهو عبر قوانين تصورها الدولة بالتنسيق مع وسائل الاعلام.
 - النموذج الاعلامي الذي يخضع مباشرة لسيطرة الحزب الحاكم.
- ويغلب على العملية الاتصالية عنصر التعقيد، بما تتداخل به مع العوامل النفسية الفرد بصورة ميكانيكية - فعادة يتجنب المواطن التعرض للرسالة الاتصالية التي لا تتوافق معه من جهة، ويتبع اسلوب انتقائي في تعرضه للوسيلة الاتصالية وادارك محتواها بما ينسجم مع اتجاهاته واهتماماته ويفسرها بطريقته الخاصة من جهة اخرى.

ابرز وسائل الاتصال الجماهيري

- البرنامج الانتخابي
- الصحف المكتوبة
- المنشورات
- اللافتات
- الملصقات
- التلفزيون
- الاذاعة

و- البرنامج الانتخابي

يتاح المجال امام الاطراف المتنافسة لعرض القضايا الاساسية التي تهم الناخبين. وتعتبر البرامج الانتخابية من اهم وسائل الاتصال الجماهيري التي يتبناها المرشح للفوز في الانتخابات في الدول الديمقراطية ذات النظام الحزبي التعددي.

وتتنوع البرامج الانتخابية التي تعتمدها الاحزاب في الحملات الانتخابية، في اساليب كتابتها وتنفيذها. فضلاً عن اسلوب البرنامج الانتخابي الذي يركز فيه الحزب على الاطار العام لفلسفته ومبادئه ويطرح تصوراته الخاصة لطبيعة المشاكل الموجودة في المجتمع كما يتعهد بإيجاد معالجات لها بعد فوزه في الانتخابات، وتعتمد الاحزاب على اسلوبين رئيسيين ايضاً وهما: اسلوب البرنامج الفلسفي الذي يتم فيه عرض قيمه الاساسية والاجراءات اللازمة لتجاوز العيوب الموجودة في المجتمع.

واسلوب البرنامج العملي الذي يتوقف دوره على ايجاد حلول سريعة لبعض الازمات والقضايا الطارئة والتي تظهر بصورة مفاجئة خلال الفترة بين الانتخابات البرلمانية والانتخابات التي تعقبها بما يتوافق مع مقترحات الحزب وتصوراته على المدى المنظور وينتهي البرنامج بايجاد حلول الازمة التي جاء لمعالجتها. وقد يعتمد المرشحون الآخرون على فريق خاص لصياغة البرنامج الانتخابي وتصميمه في سبيل الفوز فحسب وانما لهدف تثقيف الناخب والنفاز في صفوفه. وفي كلتا الحالتين من الضروري ان تستند عملية اعداد البرامج الى:

- × الالام بطبيعة الثقافة المجتمعية السائدة.
- × معرفة خصائص الناخبين واهتماماتهم.
- × الخبرة الواسعة بأساليب مخاطبته الرأي العام.

ز- يتناول البرنامج الانتخابي للمرشح

- فلسفة المرشح وافكاره
- شرحاً لوجهة نظره تجاه القضايا والمشاكل العامة التي تهم المواطنين وفي مقدمتها القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وبرنامج معالجتها.
- واسباب تقدمه للانتخابات، والاهداف التي سيحققها في حال وصوله الى قبة البرلمان.
- وعود تنسجم مع طبيعة المجتمع واهتماماته.

اما معيار نجاح البرنامج الانتخابي فيكون في الكيفية التي يتلقى الناخب فيها هذا البرنامج ومدى القدرة على اصال الافكار الى الناخبين، ورفع مستوى وعيهم بأهمية المشاركة في الانتخابات واقتناعهم بالمرشح أو المرشحة لكسب مزيداً من الاصوات لصالحه وبالتالي عدم اهدار الوقت في محاولة اقناع من ثم تحديده من شريحة المرشحين الآخرين.

٣- بناء التحالفات

- التحالف المعنى والهدف

التحالف هو اتفاق للتعاون بين مؤسستين (أو أشخاصاً منفردين) أو أكثر تجمعها موقف واحد أو قضية واحدة. عندما تتعاون أكثر من مؤسسة فإنهم يحققون نتائج أكبر بمراد أقل. فعندما تتحد مجموعتان مكونتان من 100 عضو يصبح لديك 200 شخص يعملون لتحقيق ذات الهدف. إضافة إلى ذلك فإن الأموال التي تصرفها مجموعة تعوضها أموال المجموعة الثانية. وأخيراً فغنى العلاقات والاتصالات التي تتميز بها كل مؤسسة تتضاعف. بعبارة أخرى، يمكن لمؤسستك مضاعفة عملها إذا استطعت إيجاد الشريك الملائم.

- كيف نبني تحالفاً؟

بناء التحالفات ليس بالأمر الصعب هنالك ثلاث خطوات رئيسية لإيجاد شركاء والعمل معهم. إذ طبقت هذه الخطوات الثلاث جميعها، سيتسنى لك بناء التحالفات بسهولة:

- حدد من هم شركاؤك المحتملين
- ثقفهم (وثقف نفسك) حول القضية مدار البحث.
- وجه التحالف حول العمل عن طريق توزيع المهام والمسؤوليات.

- معطيات التحالف الناجح

- يجب تحديد هدف التحالف بوضوح وتعميمه على الجميع.
- يجب أن يلتقي الشركاء في التحالف بشكل متواصل.
- يجب أن تشارك كل مؤسسة تنضم إلى التحالف مشاركة فعالة.
- تحقيق النتائج لا يأتي بالقول وإنما بالفعل.

- قواعد العمل مع الجمعيات المدنية

- اطلب أو اطلب مساهمة ملموسة ومحددة.
- تقصي أن كانت الجمعية تفي بما وعدت به.
- إذا لم تذهبي لمساعدة مؤيدك قد لا تجديهم هناك ثانية عندما تذهبين اليهم.
- القاعدة في التعامل مع الجمعيات المدنية: « على الوعد يكون الوفاء».

- المدافعة والضغط

ثلاث عناصر أساسية من أجل تحقيق المدافعة هي:

- الزمن
- الناس
- الاموال

- تحديد الهدف (هذه المرحلة هي الاله)

- يجب التنبه الى بعض الاعتبارات التنظيمية:
- الايدي العاملة (موظفون ومتطوعون).
- الاعضاء الفاعلون.
- الامكانيات والاجهزة.
- الاموال. وكذلك بعض الاعتبارات الاستراتيجية
- التأثير على صانعي القرار
- تجنيد الحلفاء وتحييد الخصوم
- تجاوز العقبات.

- التكتيكات المؤثرة على صانعي القرار

- شكل وفد من منظمة للقاء صانعي القرار.
- طلب لقاء عاماً مع صانعي القرار الحكوميين حيث ستقوم منظمك بطلب الدعم.
- طلب من صانعي القرار التحدث الى مجموعتك.
- نسق الاعلانات عن موضوعات تستهدف صانعي القرار، او العامة، من اجل التأثير على صانعي القرار.
- اكتب رسائل الى صانعي القرار.
- نظم عريضة موجهة الى صانع القرار.
- اطلب من حلفاء صانع القرار التحدث معهم.
- وفر وثائق بحث تحلل المشكلة والحل.
- اكتب وثائق بحيث تظهر الدعم العام لموقفك.

- تجنيد الافراد

- حدد الاماكن التي يتواجدون فيها دائماً، في الاوقات التي يحددونها حسب برامجهم، يجب ان تجد طرقاً للوصول اليهم، واشراكهم في العمل.
- ملصقاً او منشورات تطلب من خلالها الاشتراك ومعلومات متعلقة بالاتصالات مع المنظمة.
- وضع جداول معلومات ومنشورات في اماكن عامة مع ورقة خاصة ليكتب الراغبون في التطوع اسماؤهم عليها.

- عرائض.
- دعوة الناس الى اجتماع تنظيمي مع متطوعين محتملين جدد.
- الطلب من المنظمات الداعمة والافراد دعم مالي، وتزويد بالموارد.

٤- التمويل / الميزانية :

يعد التمويل من أولويات دعم وتعزيز الحملة الانتخابية، وأهم أسس نجاح العمل الانتخابي. وتشتمل مصادر الدعم المالي على المال الخاص للمرشح أو المرشحة والتبرعات التي يقدمها الأهل والأصدقاء، وقد يكون عادة الحزب هو الممول الرئيسي للمرشح الحزبي.

مرفق النص الرسمي بخصوص احتساب نفقات الدعاية الذي أصدرته وزارة الداخلية والبلديات^(١): ٢٠٠٩

د. أمان كبارة شعراني

^(١) ملحق رقم ١

الجمهورية اللبنانية
وزارة الداخلية والبلديات
هيئة الاشراف على الحملة الانتخابية

رقم الاصدار:

اعلان من هيئة الاشراف على الحملة الانتخابية بخصوص احتساب نفقات الدعاية والإعلان
الإنتخابيين

بعد صدور مرسوم دعوة الهيئات الإنتخابية رقم 1116، تاريخ 31/12/2008 الذي حدد يوم الأحد الواقع
فيه 7/6/2009 موعداً لأجراء الانتخابات النيابية العامة في جميع الدوائر الانتخابية،
وبعد أن أصدرت وزارة الداخلية والبلديات البيان رقم 83/ص م الذي حدد بدء مهل الترشيح في
2/3/2009،

وتنفيذاً للأحكام الواردة في قانون الانتخابات النيابية رقم 25 تاريخ 8/10/2008 والتي ترعى التمويل
والإنفاق الانتخابيين، يهيم هيئة الاشراف على الحملة الانتخابية، وحرصاً منها على تطبيق القانون وحماية
المنافسة وحقوق المرشحين والمساواة فيما بينهم لجهة احتساب الإنفاق الانتخابي المرتبط بجميع أنواع الإعلانات
والدعايات في وسائل الإعلام كافة، توضيح الآتي:
يحتسب من الإنفاق الانتخابي للمرشح كل نفقة إعلان محصور فيه يظهره بالصورة أو النص أو بالصورة
والنص معاً.

يحتسب من الإنفاق الانتخابي لكل عضو من أعضاء اللائحة الإنتخابية المعلنة نفقة الدعاية والإعلان التي
يرد فيها اسم اللائحة في أي مكان في لبنان، ولو لم يرد فيها الأسماء والصور العائدة لهم أو ظهر فيها صورة
رئيس اللائحة بمفرده الى جانب اسم اللائحة.

يحتسب من الإنفاق الانتخابي لكل عضو من الأعضاء المنتمين إلى أي جهة سياسية نفقة الدعاية والإعلان التي
يرد فيها اسم الجهة السياسية في أي مكان في لبنان، ولو لم يرد فيها الأسماء والصور العائدة للمرشحين المنتمين
إليها أو ظهر فيها صورة قيادي أو قيادات من هذه الجهة سواء كانوا من المرشحين أو من غير المرشحين.

يحتسب من الإنفاق الانتخابي لجميع المرشحين المعلنين المنتمين لحزب سياسي كل اعلان للحزب في أي
مكان في لبنان عبر استعمال اسم أو شعار أو لون أو رمز من رموز الحزب.

ان أي إعلان أو دعاية انتخابية في أي مكان في لبنان لتوجه أو ائتلاف أحزاب أو تيارات سياسية يحسب من
النفقة الانتخابية العائدة للمرشحين المعلنين من تلك الجهات في كل لبنان.

بيروت، في: 2009/3/7

هيئة الاشراف على الحملة الانتخابية

رئيس الهيئة

غسان أبو علوان