



المجلة السياسية والدولية

اسم المقال: استراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية

اسم الكاتب: ضحى فاهم جبر الشمري، أ.م.د. احمد يحيى الزهيري

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/2586>

تاريخ الاسترداد: 2026/06/05 05:28 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت. لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من الصفحة الخاصة بالمجلة السياسية والدولية على موقع المجلات الأكاديمية العلمية العراقية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينصوي المقال تحتها.





استراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية

ضحى فاهم جبر الشمري

أ.م.د. احمد يحيى

الزهيري

كلية العلوم السياسية-الجامعة المستنصرية

الملخص

ان القدرة على ادارة حملة انتخابية جيدة التي هي مطلب لكل من يتصدى للعمل السياسي تكمن باتباع المرشح استراتيجية معينة لتلك الحملة من خلال الطريقة التي يتخذها لكسب و جمع الاصوات باعتماده على الفكر الاستراتيجي في التخطيط و وضع الخطط وصياغة الاستراتيجيات التي تهدف الى دعم وزيادة نقاط القوة المرشح وفوزه بالانتخابات واضعاف نقاط القوة لدى المنافسين وتقليل فرص فوزهم . فركزت الدراسة على استراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية من خلال توضيح المقصود باستراتيجية ادارة الحملات الانتخابية ومن ثم التطرق الى دراسة انواعها ومدى تأثيرها على المرشح لأدارة حملته الانتخابية ، مما جعلنا نستخدم في هذه الورقة البحثية المنهج الوصفي ومن ثم الاستعانة بالمنهج التحليلي .

الكلمات المفتاحية: إدارة الاستراتيجية، الحملات الانتخابية، الاستراتيجية السياسية، استراتيجية قياس الرأي العام ، استراتيجية الترويج.

Abstract:

The ability to run a good electoral campaign which is a requirement for everyone who engages in political action lies in the candidate

following a specific strategy for that campaign through the method he takes to win and collect votes by relying on strategic thinking in planning, setting plans and formulating strategies that aim to support and increase the candidate's strengths And winning the elections and weakening the strengths of the competitors and reduce their chances of winning.

The study focused on the strategies of electoral campaign management by clarifying what is meant by the electoral campaign management strategy and then addressing the study of its types and the extent of their impact on the candidate to manage his electoral campaign which made us use in this research paper the descriptive approach and then use the analytical method.

Keywords: strategy management, electoral campaigns, political strategy, public opinion measurement strategy, promotion strategy.

المقدمة

لكون ان الحملات الانتخابية الناجحة هي البداية الحقيقية لتحقيق الفوز في الانتخابات والحصول على المقعد الذي يتم التنافس من أجله فإن اتباع استراتيجية معينة لإدارة الحملات الانتخابية هو الفيصل الحقيقي من أجل تحقيق النجاح في الحملات التي يتم بها الوصول إلى الناخبين وكسب تأييدهم وثقتهم بالمرشح المعني حيث تنوعت هذه الاستراتيجيات بين الاستراتيجية الاعلامية والاستراتيجية المباشرة والغير المباشرة والاستراتيجية السياسية واستراتيجية قياس الرأي العام بالإضافة الى استراتيجية الترويج لعدم الخروج للانتخابات ففي الوقت الذي حققت بعض هذه الاستراتيجيات تأثير ايجابي على ادارة الحملات الانتخابية بشكلها الصحيح الهادف لكسب الاصوات بطرق شرعية كان قسم منها يآثر بشكل سلبي على العملية الانتخابية ويخل بنزاهتها، لذا لابد من التعرف بشكل اوسع على الاستراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية وماهي انواعها وهو ما سيتم تناوله في دراسة هذا البحث .



اهمية البحث

لما لهذا الموضوع من اهمية التي تعود بفائدة للمرشح من اجل وضع حملة انتخابية ناجحة كفيلة ان تجعله يكسب الانتخابات من جهة ومن جهة اخرى من اجل توعية الناخبين بكيفية ادارة المرشحين لحملاتهم الانتخابية .

اشكالية البحث

تكمن اشكالية البحث بعدم وضوح هذه الاستراتيجيات وتوظيفها بشكل صحيح داخل الحملات الانتخابية من خلال طرح الاسئلة التالية :

- ١- ماذا نعني بالاستراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية ؟
- ٢- ماهي انواع الاستراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية ؟
- ٣- هل أثرت هذه الاستراتيجيات في المرشح ؟

فرضية البحث

توضحت فرضية البحث على أن جميع هذه الاستراتيجيات لها اثر واضح على المرشح وادراته لحمته الانتخابية بشكل صحيح.

منهجية البحث

كانت حاجة الباحث في دراسته للموضوع باستخدامه المنهج الوصفي ومنهج التحليلي.

المبحث الاول - تعريف استراتيجيات إدارة الحملات الانتخابية

أن اصل كلمة " استراتيجية " يونانية والتي تأتي من كلمة "البرعة العسكرية " اي القائد العسكري الجيد ، فهي تعطي التوجيه العام لمبادرة ما وتوصف على انها الطريق الذي يحدد كيفية تحقيق الاهداف من خلال العمل على الأمور الأساسية للحملات الانتخابية بأعتمادها على معايير عدة لتكون ناجحة في عملها فهي تعطي توجيهها عاما للاعضاء الحملات الانتخابية وتقلل من الحواجز وتتصرف

وفقا للموارد المحددة والفرص المتاحة لها بالاضافة الى انها تكون ملائمة للبيان الانتخابي وتدفع بالرسالة قدما . (١)

فقد عرف الدكتور مراد خبير ادارة استراتيجية الحملات الانتخابية بانها " خارطة الطريق للحملة الانتخابية بتحديد رؤيتها ومهمتها واهدافها وتهدف الى زيادة ودعم نقاط القوة للمرشح وفرص فوزه والى أضعاف قوة المنافسين وتقليل فرص فوزهم " (٢)

وعرفت ايضا على انها الخطة التي يضعها القائمون على الحملة الانتخابية للحصول على عدد كبير من الاصوات للفوز بالانتخابات حيث تكمن اهمية التخطيط الاستراتيجي في الحملة الانتخابية بتحديد اهداف الحملة الانتخابية بشكل دقيق وواضح ، وتحسين سرعة الاستجابة للمتغيرات الطارئة في الحملة وتحديد الموارد والجهد الذي يحتاجه كل فريق داخل الحملة وتحديد القدرات التمويلية والتنظيمية وادوات كسب التأييد بعيد عن العشوائية . بالاضافة الى التركيز على القضايا العامة والابتعاد عن الانغماس بالانشطة اليومية ، والعمل على تقدير المخاطر والمشاكل التي ستواجه الحملة الانتخابية لوضع الحلول لها . (٣) بذلك فأن استراتيجية الحملة الانتخابية ماهي الا شرح واضح المعالم للطريقة التي سيفوز فيها المرشح بالانتخابات فيتوجب على المرشح وفريق حملته ان يحدد استراتيجيات لادارة حملته الانتخابية . (٤)

(١) عدة العمل المجتمعي ، بناء خطة استراتيجية ، جامعة كنساس - كاليفورنيا - على موقع 2022 ، ku ،

متاح على الرابط <http://ctb.ku.edu>

(٢) مراد علي ، كيف تطور حملتك الانتخابية ، قناة الجزيرة ، ٢٠٢١ ، متاح على الرابط

<http://mubasher.aljazeera.net>

(٣) تمارا خروز وصادم أبو عزم ، دليل ادارة الحملات الانتخابية ، الاتحاد الاوربي للمؤسسات الديمقراطية ،

الاردن ، ٢٠١٩ ، ص ٢٩ - ص ٣٠

(٤) غالب جمعة ، استراتيجية ادارة الحملة الانتخابية ، يوتيوب - قناة تعلم شارك ، لبنات ، ٢٠١٦



واستناد الى ذلك فقد عرفت الباحثه الاستراتيجية بانها الخطط المحددة مسبقا التي يضعها المسؤولين عن ادارة الحملة الانتخابية أو المهارة اللازمة لتحقيق الهدف الذي تسعى اليه بالاعتماد على تكتيكات وأجراءات معينة تمكنهم من الوصول الى أكبر عدد من الناخبين وكسب تأييدهم .

المبحث الثاني - انواع استراتيجيات ادارة الحملات الانتخابية

سيتم التطرق في هذا المبحث الى عدة انواع من الاستراتيجيات وفق للفقرات التي تنوعت بين استراتيجية المباشرة والغير مباشرة والاستراتيجية السياسية والاعلامية و استراتيجية عدم الخروج للانتخابات .

اولا- الاستراتيجية المباشرة والغير المباشرة

ما جاء في الاستراتيجية المباشرة والغير المباشرة والتي يمكن تعريفها بكونها مجموعة العناصر القادرة على خلق تأثير عاطفي ومعرفي لاقناع الجمهور المستهدف ومن ثم تحقيق اهداف الدعاية الانتخابية (الحملة الانتخابية) تعتمد هذه الاستراتيجية على عوامل نفسية او عقلية او منطقية في تعاملها مع الجمهور(الناخبين) فالكون ان الانسان قد عرف هذه الاستراتيجيات الاقناعية منذ بداية وعيه الحضاري وتطورت بعد الحرب العالمية الثانية مع مجيئ تكنولوجيا الاتصال الجماهيري مما أدى الى تنوعها وتعددتها فيضهر لنا ان هناك اختلاف بهذه الاستراتيجيات المستخدمة للحملات الانتخابية على امتداد اختلاف مدارس الدعاية لذا فهي تقسم الى الاستراتيجية المباشرة التي توجه الى ناخب مباشرة وتطلب صوته والاستراتيجية الغير مباشرة وهي تستخدم أساليب اخرى للوصول للناخب بصورة غير مباشرة والتي ستم تطرق لها ادناه :^(٥)

(٥) كمال محمد محمد الاسطل ، كيف تدير حملة انتخابية ناجحة ، موقع د.كمال الاسطل ، ٢٠٠٥ ، متاح على

الرابط التالي <http://k-astal.com/index.php?action>

أ - الاستراتيجية المباشرة : تعتمد هذه الاستراتيجية باتخاذ اساليب أخلاقية

معينة للوصول الى الناخبين وكسب تأييدهم والتي تتمثل بالتالي :

١- اسلوب التبسيط : اي ان يلجئ القائم بالعملية الاتصالية في دعاية الانتخابية الى تحليل الاهداف والبرنامج الانتخابي وتجزئتها الى نقاط مبسطة وواضحة بصياغة نص مختصر حتى يسهل فهمه من قبل الناخبين. كما حدث في انتخابات الجزائر عام ١٩٩٩ حيث استخدم المرشح سيد المقداد في حملته الانتخابية هذا الاسلوب وعمد الى تبسيط واختصار برنامجه الى ٧٧ نقطة بحديثه عن كيفية استعادة السلم المدني . (٦)

٢- اسلوب التكرار : يعد هذا الاسلوب من اكثر اساليب الدعاية السياسية استعمال بشكل عام وخصوصا في الحملات الانتخابية ، الذي يعتمد على فهم حالة التكرار عن طريق اقناع الجمهور بفهم فحوى الرسالة المراد توصيلها فهو يعتمد على دفع الناخبين الذين لم يلفت انتباههم المرشح او برنامجه الانتخابي الى ادراكه وادراك حملته الانتخابية ويعمل التكرار ايضا على تملك افكار الجمهور بدل من ادراكهم للحملات بطريقة فاترة فأنهم يستقبلونها لاستكشاف والتعرف على هذه الحملة ولاسيما ان كانت تحتوي على التشويق والمرونة والموضوعية فهي بذلك لا تنحصر في التقديم وتذكير الجمهور بالمرشح بل يجب ان تصل الى كافة فئات المجتمع للتعرف عليها ومتابعتها بالتالي فيعمل اسلوب التكرار على ترسيخ برنامج الانتخابي للمرشح في ذاكرة الجمهور وهذا هو الهدف الاساسي الذي تسعى الحملة الانتخابية الى تحقيقه بالاضافة الى ذلك يولد اسلوب التكرار لدى جمهور الفريق الذي يمثله المرشح لانه يولد أعتقاد لدى الناخبين ان المرشح الذي ينظم

(٦) محمد بو طرفاس، الحملات الانتخابية دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي ، جامعة منتوري

- قسنطينة، الجزائر ، ٢٠١١ ، ص ١٠٧



لقاءات تضم حشود كبيرة من الجماهير بأنه فائق القوة والقدرة وتكرار المرشح للمواضيع نفسها في حملته الانتخابية يثير الثقة لدى الجمهور (الناخبين) بأنه مستمر وراسخ وجدير بالثقة^(٧)

٣- أسلوب الصورة السياسية : تعد الصورة من احد الاشكال التعبيرية لاساليب السياسية لذا ينبغي على القائم بالاتصال في الحملات الانتخابية أن يراعي في اختياره صورة المرشح على ان تكون ذا تقنية عالية لكونها ورقة التأثير على جمهور الناخبين بأبصال نصاً مصوراً تمثيلي او خطي لهم بوضعها في الأماكن العامة او الصحف والجرائد وغيرها.^(٨)

٤- أسلوب الشعارات : حيث يؤدي أسلوب الشعارات دور مهم وناجح في ترسيخ افكار المرشح لدى الجماهير (الناخبين) لان نجاح اي مرشح في الانتخابات ينصب على تركيزه في الشعارات التي يرددها المناصرون وبشكل مستمر خلال فترة الحملة الانتخابية والتي تظهر في اللافتات والمطبوعات الخاصة بالمرشح^(٩)

٥- أسلوب المناظرات الانتخابية : قد عرفت المناظرة الانتخابية على انها " أسلوب من اساليب الحملة الانتخابية المستجدة وهي عبارة عن مبارزة كلامية انتخابية علنية بين المتنافسين يديرها افراد وهيئات محايدة والحكم فيها من قبل الناخبين " فيتضح من هذا التعريف ان الهدف الأساسي من المناظرة هي ابراز وجهات النظر المختلفة للمرشحين من خلال عرض برامجهم الانتخابية وطرح

(٧) موسى يوسف ، ادارة الحملات الانتخابية ، سلسلة دراسات معهد البحرين ، البحرين ، ٢٠١٨ ، ص ٤٥

(٨) المصدر نفسه ، ص ٤٦

(٩) وليد بوديوز وسمية خليفي ، الحملة الانتخابية لرئاسيات ٢٠١٤ من خلال الصحافة الخاصة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي ، الجزائر ، ٢٠١٥ ، ص ٥٩

افكارهم أمام الناخبين ، فهي اسلوب مهم في الحملات الانتخابية لانها تسهل على الناخب اتخاذ رأيه الانتخابي بما يخص كلا المتناظرين^(١٠)

ب_ الاستراتيجية الغير مباشرة : تعتمد هذه الاستراتيجية باستخدام اساليب غير أخلاقية التي يجب على مرشح الابتعاد عنها والتي تتنوع بين عدة اساليب وهي :

١- أسلوب شراء الأصوات : وهو أسلوب غير أخلاقي يقوم به المرشح بأعطاء قيمة مادية أو معنوية للناخب مقابل صوته ، يرجع أنتشار هذا الأسلوب لعدة أسباب منها بسبب انخفاض مستوى الاقتصادي للناخب وغياب الوعي السياسي وانتشار الأمية وضعف المستوى الأخلاقي للمرشحين واستهانة الناخب بصوته بالإضافة الى أفتقاد المرشح الى برنامج الانتخابي الذي يتسم بالموضوعية .

٢- أسلوب القسمة وأخذ العهود : ومعنى ذلك ان يأخذ المرشح قسم من قادة الرأي على الادلاء بأصواتهم لصالحه وأستغلال الواعزلديني لدى العامة الشعب . والعمل على اخذ العهود من الناخبين بدعمهم له . وكذلك قد يعمد المرشح الى شراء اصوات العامة من خلال أغرائهم بما يحتاجونه في حياتهم العامة . الا ان هذا الامر ان دل على شي فهو يدل على مدى ضعف ثقة المرشح بنفسه الذي يجعله يستخدم مثل هذه الاساليب التي تخل بنزاهة العملية الانتخابية

٣- أسلوب التزوير : بمعنى التلاعب بفرز الاصوات وتزويرها لصالح مرشح دون مرشح اخر وفقا مصالح قد تكون سياسية او شخصية عن طريق الرشاوي التي تقدم الى الفريق المختص بعملية العد والفرز او قد يعمدون الى تقاسم اصوات الناخبين الذين لم يدلوا باصواتهم لعدم ثقتهم بالفئة الحاكمة أو قد يعمد بعض

(١٠) وليد بودبوز وسمية خليفي ، الحملة الانتخابية لرئاسيات ٢٠١٤ ، المصدر سابق ذكره .

(١١) كمال محمد محمد الاسطل ، كيف تدير حملة انتخابية ناجحة ، مصدر سابق ذكره ، ص ٧



المرشحين الى وضع مندوبين يروجون لمرشح المعني داخل المراكز الاقتراع بحجة مساعدته للناخبين الاميين او لاستغلال الاصوات المترددة . كل ذلك هي أساليب أقل ما يقال عنها بأنها (أساليب خسيصة) بأستخدام وسائل غير قانونية تخل بنزاهة الانتخابات

ثانيا- الاستراتيجيات السياسية (المؤسسية)

تعتبر الاستراتيجية السياسية العمود الفقري لبناء العملية الانتخابية ونجاح الحملات الانتخابية لبناء الارادة الوطنية حتى تكون الحملة الانتخابية قائمة على اسس سياسية ينبغي النظر بأربع محاور أساسية التي تتمثل ب(التحالفات السياسية، قانون انتخابات، تمويل الحملات الانتخابية)^(١٢)

أ- التحالفات السياسية: تعتمد الاستراتيجية على الانتماء الحزبي في التحالفات السياسية وقوتها . اي بمعنى هل ان الكيانات السياسية ترغب في الدخول للانتخابات وفق تحالف سياسي والذي يقصد به " اجراء تنسيق بين حزبين أو أكثر قبل الانتخابات أو بعدها من أجل تحقيق أهداف ذات مصالح مشتركة لا يستطيع الحزب تحقيقها بمفرده ويختلف التحالف السياسي من نظام سياسي الى آخر " فتعتبر التحالفات الخيار السياسي الذي يلجأ إليه الحزب السياسي لخلق كتل حزبي من اجل تحقيق الأهداف التي يطمح إليها وضمان فوزه في الانتخابات وخاصة تحت ظل أحزاب كبيرة ومعروفة وتملك قاعدة جماهيرية واسعة لان ذلك يساعد الحملات الانتخابية تحقيق الفوز بالانتخابات وعلى الرغم من التحالف السياسي او مايسمى بالتحالف الانتخابي يعمد الى اندماج حزبين او اكثر الا ان ذلك لايعني التوفيق الكامل على كل القضايا أو ذوبان أحد الاطراف في الاخر وأما يعني التوفيق على القضايا السياسية التي تخص مرحلة الحملات الانتخابية

(١٢) محمد حسين أبو صالح ، التخطيط الاستراتيجي للدولة ، موقع استراتيجوس ، مذكرة تدريبية ، ٢٠٢١

بان يستفيد جميع الأطراف من تجميع مواردها وقوتها لحصد مقاعد ونتائج انتخابات تقريبها من الحكم وتنفيذ اهدافها ومشاريعها . (١٣)

ب- قانون الانتخابات: تعتمد الاستراتيجية السياسية لأدارة الحملات الانتخابية ايضا على قانون الانتخابات فهل هو قانون فردي ام بالقائمة وكيف يتم احتساب الاصوات وفق القانون الانتخابي السائد ،لذا ان هذه الاستراتيجية تعتمد بدرجة الاساس على المرشح ومدير حملته الانتخابية الذي يجب ان يكون على اطلاع بالامور القانونية ويرسخ حملته الانتخابية وفق النظام القانوني المحدد للانتخابات فيتوجب عليه ان تكون لديه نظرة مستقبلية للاصوات التي سيحصل عليها وهل سيكون مؤهل للفوز ام لا . (١٤) لذلك سيتم توضيحها وفق النقاط التالية :

١- الية توزيع المقاعد: على المرشح أن يقوم أثناء حملته الانتخابية بوضع أرقام تقريبية لمشاركة الناخبين بمعنى حساب المعدل المتوقع للناخبين الذين سيصوتون في الانتخابات لصالحه ومن ثم احتسابها وفق النظام القانوني السائد لكي تتكون لديه فكرة تقريبية عن نتائج الانتخابات الامر الذي يساعده على معالجة الامر قبل فوات الأوان . الأ أن احتساب الأصوات اللازمة للفوز بمقعد واحد وفق المعدل المتوقع لمشاركة الناخبين يختلف باختلاف نوع النظام الانتخابي المعتمد فعلى سبيل المثال : (١٥)

(١٣) مصطفى النجار ، كيف تتجج القوة المدنية في الانتخابات ، مقال على بوابة الشروق ، مصر - القاهرة ،

٢٠٢١ ، ص ٥ .

(١٤) المصدر نفسه

(١٥) شانون أوكونيل وسامانتا سموت وسالي أبي خليل ، الكتيب التدريب لمهارات تنظيم الحملات الانتخابية ،

المدارس الإقليمية لتنظيم الحملات NDI ، بلا تاريخ نشر ، ص ٢٠ .



- في نظام التمثيل النسبي : الذي يقوم على القوائم المغلقة يقسم المرشح عدد المقاعد في دائرة على عدد المتوقع للناخبين فيعطي صورة واضحة للمرشح عن السقف المحدد للمقعد الواحد فإذا كان متوقع مشاركة ١٠٠ الف ناخب وكانت الدائرة تضم ٥ مقاعد سيتم تقسيم ١٠٠ الف ناخب على ٥ مقاعد تكون نتيجة ٢٠ الف صوت وهو ما يحتاجه المرشح لتحقيق الفوز بمقعد واحد .
- في نظام الفائزة بأكثرية الأصوات أو الانظمة المتعددة : حيث يتم احتساب المتوقع للناخبين (معدل المشاركة المتوقعه) ومن ثم إضافة ١ فإذا كان عدد المتوقع للناخبين ١٠٠ الف ناخب يجب أن يحصل المرشح على ٥٠ الف صوت +١ ليحظى الفوز بالمقعد
- في نظام الكتلة : والتي يتم احتساب الاصوات فيها بطريقة مشابهة لنظام الفائز بأكثرية الأصوات أما اذا كان نظام متعدد يتم في احتساب عدد الأصوات المنشودة أستناد الى معدل المشاركة المتوقعة للناخبين وعدد اللوائح الحزبية المشاركة في الانتخابات وفق تقديرات المرشح لما يمكن عمله حتى يتميز على باقي الاحزاب الاخرى .
- في نظام الصوت الواحد : والذي يتم في احتساب عدد الأصوات المرجح ان يحصل عليها المرشح للحصول على حصة معينة من خلال قسمة عدد الاصوات المتوقع الحصول عليها على عدد المقاعد وإضافة واحد للحصول على حصة معينة وفي حال لم يكن من المرجح الحصول على هذه الحصة من قبل المرشح فبإمكانه دراسة المرشحين الذين سيخسرون السباق وكيفية نقل اصواتهم اليه . اما في حال التمثيل النسبي القائم على القائمة في هذا النوع تعتمد طريقة احتساب الأصوات على توجهات التصويت للحزب الذي ينتمي اليه المرشح في الماضي ومستوى شعبيته والشهرة التي يحظى بها المرشحون الافراد .

٢- **تقسيم الدوائر الانتخابية:** تعتبر عملية ترسيم الدوائر الانتخابية ركيزة مهمة في الحملات الانتخابية لتمثيل المواطنين تمثيلاً عادلاً ومنتسواً لحجم المعقد في كل دائرة انتخابية على أن توضع معايير أساسية في ترسيم الدوائر أياً كانت فردية أو متوسطة أو كبيرة ويتم إدراجها في القانون الانتخابي أو يكون لها قانون خاص بترسيم الدوائر الانتخابية في بعض الدول. لذا يلجأ المرشح أو مدير حملته الانتخابية إلى تقسيم الدوائر الانتخابية من خلال دراسة عدد الناخبين وفقاً للمراكز النقل السكاني وقلتها فيعمد المرشحين بتركيز جلي إمكانياته على المناطق ذات النقل السكاني والتي يمكن أن يستغلها بزيادة شعبيته وكسب استقطاب الناخبين للحصول على تأييدهم بالانتخابات على أن يراعي في ذلك: ^(١٦)

- ١- احترام الحدود الطبيعية والخصائص الجغرافية.
- ٢- يكون التوزيع وفق أخصاء سكاني أو البطاقة الوطنية أو قاعدة البيانات دقيقة وموثوقة.
- ٣- مراعاة المجتمعات ذات المصالح المشتركة في التقسيم.
- ٤- كفاءة الجهة المكلفة بترسيم الدوائر.
- ٥- مراعاة عدد السكان مع عدد الدوائر الانتخابية بمعنى أن المناطق ذات النقل السكاني يراعي فيها توفير دوائر الانتخابية وفقاً لحجم سكانها أي ليس بدرجة ذاتها التي يتم فيها تقسيم دوائر الانتخابية للمناطق عدد سكانها قليل.
- ٦- أن توجد معلومات دقيقة يلجأ إليها المرشح ومدير حملته الانتخابية وقت الحاجة.

^(١٦) سعد الراوي، ترسيم الدوائر الانتخابية بين المعايير والأشكال، المركز الديمقراطي العربي لدراسات السياسية والاستراتيجية، الشرق الأوسط، ٢٠٢٠، تاريخ الدخول ٢٠٢٢/٠٥/١٩.



٧- ان توضع رقابة على هذه الدوائر لضمان عدم التزوير في الانتخابات .
 ج - تمويل الحملات الانتخابية : اهتمت التشريعات في دول مختلفة بالجانب المالي للحملات الانتخابية اهتماما كبيرا لما له من تأثير متزايد . ولكون الانتخابات النزيهة لن تكون ممكنة من غير وجود تقييد للمال الذي يؤثر على العدالة الانتخابية ونتائجها وتكافؤ الفرص بين المرشحين بذلك لاشك من وجود ارتباط وثيق بين المال والسياسة والمشتغلين بها ؛حيث غالبا ما نجد ان رجال المال كثيرا مايقدمون دعمهم الى المرشحين في حملاتهم الانتخابية لتحقيق مآربهم الذاتية، لذا فأن من اهم الشروط الواجب توفرها لتمويل الحملات الانتخابية هي :
 (١٧)

١- الزام المرشح بعدم تجاوز سقف الانفاق المحدد الذي يقصد به " تحديد الموارد المكتسبة والمنفقة من المرشحين للانتخابات والاحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية " لذا فأن فلسفة تنظيم الانفاق تقوم على وضع حد اقصى او مايعرف بسقف الانفاق للحملات الانتخابية لمنع ذوي الامكانيات من المرشحين والاحزاب من تجاوزه فهو يساهم بالضبط الفعلي للتخفيف من تعسف استغلال دور المال في العملية الانتخابية .

٢- يتوجب على كل مرشح ولائحة فتح حساب في المصرف يسمى حساب الحملة الانتخابية على ان يرفق بتصريح الترشيح على ان يتم استلام جميع المساهمات ودفع جميع النفقات الانتخابية عن طريق هذا الحساب خلال فترة الحملة الانتخابية .

(١٧) جميل عودة ابراهيم ، تمويل الحملات الانتخابية ، مقال على موقع شبكة النبا المعلوماتية ، ٢٠١٨ ، ص ٥

٣- يتوجب على كل مرشح تقديم تصاريح الترشيح التي تحتوي على اسم مدقق الحسابات بموجب كتاب خطي مسجل لدى كاتب العدل ويقول بتقديمه الى الهيئة .

٤- في حال تعذر فتح حساب مصرفي لأي مرشح لأسباب خارجة عن ارادته تودع الاموال المخصصة للحملة الانتخابية في صندوق عام لدى وزارة المالية . بالإضافة الى ذلك يجوز للمرشح ان ينفق من اجل حملته الانتخابية مبالغ من امواله الخاصة.

٥- ان تنص التشريعات بوضوح على الاطار الزمني الذي يتوجب على المرشحين وغيرهم من اصحاب المصالح الانتخابية الالتزام به.

٦- يجب تأكيد ضمان وجود مراقبة عامة من المواطنين ومنظمات المجتمع المدني والصحفيين لتقديم تقارير حول النفقات الانتخابية وتمويل الحملات الانتخابية .

ووفق لهذه الشروط وجدت اجراءات تترتب على مخالفي ضوابط الحملات الانتخابية . بأعتبار ان الحملات الانتخابية من الركائز الاساسية لأي عملية انتخابية ديمقراطية ونزيهة فأن تحقيقها يتطلب التزام كافة الاطراف المعنية بضوابط الحملات الانتخابية بما فيها عملية التمويل لأن ارتكاب اي مرشح لأي مخالفة في الحملات الانتخابية يعرضه للجزاء * ،كأن تكون مخالفة المدة المحددة للقيام بالحملة او عدم الالتزام بالوسائل والاماكن المحددة لأجراء الحملات الانتخابية او مايتعلق بتمويل الحملات سواء في التبرعات التي يتلقاها المرشحون او تجاوز السقف الزمني لتلك الحملات. لذا تعدد التشريعات الانتخابية في مختلف



الدول على وضع قيود وضوابط للحملات الانتخابية بحيث يتم تنظيمها بشكل متساوي امام كافة المرشحين والتي تتمثل بما يلي :^(١٨)

- أ- الزام المرشح بدفع اي مبالغ حصل عليها من الدولة لتمويل حملته الانتخابية .
- ب- الزام المرشح بمعالجة الاضرار التي نشأت منه على نفقته الخاصة.
- ت- الزام المرشح بدفع غرامة مالية .
- ث- الزام المرشح بأزالة المخالفات المتعلقة بالدعاية الانتخابية .
- ج- الغاء ترخيص الحملة الانتخابية الممنوحة للمرشح .

لذلك فإن تمويل الحملات الانتخابية يجب أن يكون من مصادر شرعية ومن أهم هذه المصادر هي :

أ- التمويل المقدم من الدولة : اي بمعنى التمويل الذي تقدمه الحكومة للحملات الانتخابية والذي قد يكون نقديا تقدمه الدولة من خزينتها أو من المؤسسات والشركات العامة للدولة يختلف تنظيمه من دولة الى أخرى قد يكون على شكل (تقديم مبالغ مالية الى الاحزاب والمرشحين ، أو قد يكون على شكل تخفيض الضرائب على رعاة الحملات الانتخابية لدعم تلك الحملات ، أو بتقديم خدمات دعائية عبر وسائل الاعلام الرسمي التابعة للحكومة) أو قد تقدم الدولة تمويل عينيا بأسعار منخفضة أو مجانية مثل الخدمات البريدية أو ايجار الأماكن لوضع الاعلانات وأقامت الندوات والمؤتمرات الانتخابية إلا انه قد يعمد الأطار القانوني للتمويل العام الى أبعاد بعض المرشحين من الحصول على تمويل من الدولة يعود ذلك لسببين أما ان المنح المقدمة من الحكومة لانتساب مع تكاليف الحملات الانتخابية أو ان الحكومة قد تتحاز الى مرشح معين بمنحه التمويل فيساهم هذا النوع من التمويل في تحقيق المساواة بين المرشحين وتضائل نسبة

(١٨) ضياء حمد ، جرائم الدعاية الانتخابية ، منشورات زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠١٦ ، ص ٤ .

تأثير المانحين الأثرياء على المرشحين بالاضافة الى سد الطريق أمام التمويل الغير مشروع او الخارجي والنقطة الاله اهم انه يفسح المجال أمام المرشحين ذو الأمكانيات المحدودة بخوض حملات الانتخابية. (١٩)

ب- التمويل الذاتي (الغير حكومي) : حيث يتم تمويل الحملات الانتخابية من مصادر غير حكومية كالأفراد والجمعيات والشركات الخاصة فنتيجة لضعف المساعدات المالية التي تقدمها الحكومات من جهة ولارتفاع تكاليف الحملات الانتخابية من جهة اخرى الأمر الذي أدى بالمرشح أن يبحث عن مصادر خاص لتمويل حملاتهم الانتخابية كأن تكون المبالغ المالية من أملاك المرشح نفسه سواء كانت أموال نقدية أو أملاك عقارية منقولة أو الشركات والجمعيات الخاصة التي تتبع المرشح أو الحزب أو من اشتركت الاعضاء في الحزب أو قد يكون من تبرع الافراد يساهم هذا النوع من التمويل على التخلص من القيود التي تفرض عليه من الحكومة ويتيح للمرشح انفاق تبرعاته بحرية الأ انه يؤدي الى الاخلال بمبدأ المساواة بين المرشحين لاختلاف أمكانياتهم المادية ، ويتيح الحصول على التمويل الخارجي الذي يشكل خطر على أمنها الوطني ويفسح المجال للمرشحين الأثرياء فرصة اكبر للفوز مقارنة مع المرشحين المحدودين الأمكانية (٢٠)

ج- مساهمة الاحزاب السياسية : تتمثل في اشتراكات أعضاء الحزب السياسي التي تدفع بحسابه الخاص والتي تعتبر معيار هام في الانتماء الحزبي ودليل انضباط الحزب وقوته فقد تتمثل مساهمات الحزب بالهبات والوصايا والتبرعات

(١٩) منصور محمد الشيخ الشمري ، ضوابط الحملات الانتخابية ، مجلة جامعة الشارقة ، الامارات ، العدد ١ ،

المجلد ١٨ ، ٢٠٢١ ، ص ٤٩ .

(٢٠) المصدر نفسه ، ص ٥٢ .



التي تدفع بالحساب الخاص لهم بالإضافة الى مداخل التي ترتبط بممتلكات الحزب ونشاطه الاقتصادي^(٢١).

ثالثا : الأستراتيجية الإعلامية

وهو العمل الإعلامي الذي تقوم فيه الحملات الانتخابية والذي يستند في أدارته على لجان تكون مهمتها تنظيم العمل الاعلامي بتكوين فرق متعددة وتوزيع الأدوار عليهم والتي تتمثل بما يلي:^(٢٢)

١- الفرق الفرعية الصحفية - والتي يتوجب عليها القيام بالتالي :

أ- تجهيز مقر خاص لمتابعة اعمال الصحافة

ب- تصميم الاعلانات الصحفية و الاشراف على متابعتها وتنفيذها

ت- الاشراف على التغطيات الصحفية

ث- تحرير تصاريح ومقالات صحفية ونشرها

ج- التنسيق مع محرري الصحف لنشر كل ما يخص المرشح

٢- تجهيز فريق خاص للمطبوعات ويكون عملهم :

أ- تجهيز برنامج انتخابي خاص بالمرشح .

ب- الأشراف على إيصال مطبوعات الى الجمهور من خلال الاذاعة، تلفزيون ، شبكة الانترنت، البريد الإلكتروني ، استخدم البرامج الخاص بأقامة لقاءات في أكثر من مكان في نفس الوقت والتحاور معهم صوت وصورة والذي يسمح بتوفير الوقت والمال والجهد اثناء الحملات الانتخابية ، استخدام الهواتف بأرسال الرسالة القصيرة .

(٢١) غيتاوي عبد القادر ، النظام القانوني لتمويل الحملات الانتخابية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية -جامعة

احمد دراية ادرار ، الجزائر ، العدد ٣٢ ، المجلد ١ ، ٢٠١٨ ، ص ١٣

(٢٢) رندة عاشور ، الحملات الانتخابية ، المكتب العربي للمعارف ، مصر- القاهرة ، ط١ ، ٢٠١٧ ، ص ٦٧

ت- الاشراف على تصميم واعداد وتنفيذ وطباعة كافة المطبوعات التي تهتم الحملات الانتخابية. ودراسة رد فعل الجمهور والمطبوعات لتلافي الاخطاء والعمل على زيادة المطبوعات او المواضيع المطروحة .

٣- العمل على تجهيز فريق للندوات يتوجب عليه مايلي :

أ- تجهيز اسماء المسؤولين عن القاء المحاضرات لدى المرشح والذي يجب ان يراعى في اختيار الضيف ان يكون ذو سمعة جيدة ومدى شعبية الضيف وان يكون مؤمن بأفكار وبرنامج المرشح . و تجهيز المستلزمات الضرورية للندوات بالتنسيق مع لجنة الخدمات العامة.

ب- توجيه الدعوات للضيوف المختارين للحضور في المحاضرات والتنسيق لضمان حضورهم

٤- العمل على تنظيم توصيات للفريق الاعلامي والتي تتمثل :

أ- ان تبدأ الحملة الانتخابية في وقت مبكر لأطلاع الناخبين على المرشح لكي يعطي انطباع لدى الناخبين ان المرشح مستعد وقوي . ان تكون الحملة غير تقليدية وتساهم في قبول أفكار المرشح وبرنامج الانتخابي. وأن تصل الى كل مكان والى جميع الجمهور ليصبح المرشح هو محور نقاشهم .

ب- يجب اختيار شعار للحملة وتحديد ألوان مميزه للمطبوعات بالإضافة الى الألمان بقوانين العملية الانتخابية والرد على الأسئلة القانونية حول كل ما يخص الانتخابات بالإضافة الى إصدار مخالفات قانونية وتوثيقها بالصور والفيديو ومن ثم إقامة محاضرات قانونية لأفراد الفريق وتدريبهم عليها .



لذا فيكون الهدف الذي تسعى اليه هذه الفرق هو أستمالة الناخبين وكسب تأييدهم وثقتهم من خلال أستخدام أدوات التسويق السياسي وهي متنوعه ومنها : (٢٣)

أ- الصور والشعارات (الخطاب البصري) : لكون اغلب الناخبين عاطفيون بسبب مايعانونه من نسبة الفقر والأمية فيكون تأثير فيهم من خلال الصور والملصقات والمناشير بتعريفهم على المرشح وجوانب الحنكة السياسية وأستمالة الناخب وأفناعه بالتصويت .حيث يقوم الفريق الاعلامي بوضع شعارات للحملة الانتخابية تتسم بالبساطة و تستهدف عواطف الناخبين والتركيز على استخدام ألوان هادئه وفق أوكتيت مناسب لتلوين مطبوعات الحملة . بالأضافة الى ذلك يتم توظيف هذه الصور وشعارات من وحي مطالب الحراك الشعبي لتستميل أستعطافهم وتأييدهم ونشر الصور والشعارات الانتخابية بالاماكن مخصصه لها .

ب- الصحافة والاذاعه والتلفزيون : تعتبر الادوات المقروءة (الصحافة) والمسموعة (الاذاعة) والمرئي (التلفزيون) من الادوات وسائل الاعلام ذات اهمية كبيرة التي ساهمت بشكل واسع في الترويج للحملات الانتخابية وفي تكوين الراي العام وبلورة مواقف السياسية والفكرية فلم تقتصر وظيفتها على الدعاية الترويجية للانتخابات بل استخدمتها الهيئات والحزاب والجمعيات السياسية كأداة تنظيمية لتعبئة وكسب الانصار لما لها من تأثير قوي على الجماهير . فيعمد المرشح الى استخدام الصحافة في الترويج الى حملته الانتخابية من خلال:(٢٤)

(٢٣) طه الراوي ، التكنولوجيا والانتخابات الامريكية من الترويج والحشد الى الاختراق والتنبؤ ، موقع نون بوست ، نشر بتاريخ ١١٧٠١١٠٢٠٢٠١١ ، ص ص ٢ - ٤ ، متاح على الرابط <https://www.noonpost.com/content/38605> ، ص ٤٠٠

(٢٤) سمية خليفي ، الحملة الانتخابية ٢٠١٤ من خلال الصحافة الخاصة ،المصدر سابق ذكره ، ص ٧٥.

- تثقيف واعلام المواطنين بتكوين الراي العام من خلال الكلمة المكتوبة التي تصل الى اكبر عدد ممكن من الجمهور على ان يعمد المرشح خلال حملته الانتخابية بتوظيف عدد من الصحف في تغطية واسعة ومستمرة لحملته .

- قيام وتوثيق العلاقات مع الصحفيين للحصول على تغطية اعلامية افضل لان انحياز الصحافة لمرشح معين تدفع بيه الى الواجهة فيوظفها المرشح بشرح توجهاته اتجاهة عدة قضايا من خلال المقالات والتعليقات .

بالاضافة الى الصحافه استخدم الكثير من المرشحين المحطات الاذاعية في ايصال رسالته الى جمهور من خلال التسجيلات الصوتية التي يقدمها المرشح الى المحطات الاذاعية تتضمن حديث للمرشح عن رسالته الانتخابية وبأعتبار ان التواصل هنا سيكون من خلال التسجيلات الصوتية فعلى المرشح ان يراعي في التسجيل الذي يقدمه ايصال رسالته الانتخابية بصورة واضحة ومختصره ويساعد برسم صورة واضحة لدى السامع عن مرشحه وبرنامجه الانتخابية وان يكون على تواصل مستمر مع هذه المحطات لمساعدته على ايصال تسجيلاته الى اكبر فئة من الناس^(٢٥)

أما ما يخص التلفزيون . فكانت المناظرات التلفزيونية من احد وسائل الاعلام المهمة والتي أصبحت تقليدا الزاميا في بعض الدول الغربية . حيث اصبح المرشحون يعتمدون بشكل متزايد في حملاتهم الانتخابية على وسائل الاعلام للتواصل مع الناخبين وفي الوقت نفسه يتلقى الناخبون معلوماتهم التي تتعلق بالمرشحين من خلال وسائل الاعلام لذلك فقد منحت المناظرات التلفزيونية زخما كبير من الاهمية اثناء الحملات الانتخابية بحكم انها تؤدي الى تغير في المواقف اتجاه والتاثير على صورة السياسي الامر يعزز ويدعم الديمقراطية في البلد فان من

(٢٥) المصدر نفسه ، ص٧٥.



اهم ايجابيتها هي : التأثير على تصورات الناخبين حول سمات المرشح من خلال ابحاث التي يستخدمها المرشح من خلال تعابير وجهه وحركة اليدين اثناء الكلام ومدى تحكمه في اعصابه وسعة صدره لجمهور وطريقة حوار التي تؤثر في الناخب . وتساهم في تحفيز الناخبين على التصويت الامر الذي يبرهن ان تعرض الجمهور للجدل السياسي على مستوى المناظرات التلفزيونية يساهم في انتاج سلوكية ومعرفية لها قيمة كبيرة داخل العملية الانتخابية . بالاضافة الى انها تساعد على تبسيط اختيارات الناخبين من تقييم الرؤساء المحتملين .^(٢٦)

لذا فقد ساهمت المناظرات التلفزيونية الى حد كبير في تشكيل الاراء المستنيرة حول المرشحين والسياسات لذا لما للدور الذي قدمه التلفزيون من اىصال هذه المناظرات الى فئات متعددة ومختلفة فكان على المرشح ان يعمد في سبيل ذلك الى الترويج لثقافته والتناظر واهميتها بين الناخبين ووضع برنامج انتخابي واضح والتعويل عليه في وسائل الاعلام واستعداده للجابه على اسئلة الناخبين بطريقة دبلوماسية وواضحة يكسب بها قناعة الناخب وعدم تهربه من الاسئلة الموجهه اليه من الجمهور واستخدام الغموض في الاجابه .^(٢٧)

ب- وسائل التواصل الاجتماعي : وبعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي اصبح الإنترنت بصفة عامة و شبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة ، هما المخرجين الرئيسيين للحد من احتكار النظم الحاكمة من أجل نشر الوعي السياسي لدى المواطنين ونشر الثقافة وتدعيم دور المعارضة السياسية بالإضافة إلى قدرة تلك الشبكات على زيادة المشاركة النشطة للأفراد كخطوة أولى للتنمية السياسية

^(٢٦) عثمان الزباني ، تأثير المناظرات التلفزيونية في الانتخابات الرئاسية والممارسة الديمقراطية ، مركز الجزيرة للدراسات الاستراتيجية ، ٢٠١٩ ، تاريخ الدخول ٢٠٢١/٥/٢٢ .

^(٢٧) جريدة الشرق الاوسط ، المناظرات الرئاسية تفتح شهية المرشحين اللبنانيين ، العدد ١٥٨٥٢ ، العالم العربي ، ٢٠٢٢ ، تاريخ الدخول ٢٠٢١/٥/٢٢ . ص ٥ .

من أجل الوصول إلى جمهور محاولة للتأثير فيهم وكسب تأييدهم وذلك بما تضمنه مواقع التواصل الاجتماعي المئات من الحسابات التابعة للفاعلين السياسيين على اختلاف انتماءاتهم وتوجهاتهم السياسية والتي تتمثل بـ :

- Facebook : الذي أصبح موقع مهم للمرشحين لترويج حملاتهم الانتخابية لما يملكه هذا الموقع من عدد كبير من المستخدمين الذي أخذ في تزايد مستمر عبر الزمن ولاسيما بعد انتشار جائحه كورونا ومنع الاختلاط بين الناس الأمر الذي جعل المواطنين يتوجهون إلى استخدام هذا موقع للاطلاع على آخر الأخبار كما حصل في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠٢٠ وتركيز جو بايدن على مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لحملة الانتخابية واستقطاب الناخبين . فأصبح هذا موقع بمثابة يوميات خاصة بالشخصية السياسية أو الحزب ونشر كل ما يتعلق بنشاط المؤسسة اليومية من أنشطة ولقاءات وفق التغريدات والمقالات ومقاطع الفيديو وتقنيات البث المباشر والتعليق والإعجاب والرموز التعبيرية... الخ (٢٨)

- Twitter : الذي يعتبر من التقنيات الحديثه حيث يتمتع بعدد من المستخدمين كبير. ويعد الموقع الأهم لدى النخب السياسية في الترويج والتسويق السياسي لحملاتهم من اجل تحقيق المكاسب التي تطمح إليها حيث سهلت هذه المواقع على السياسي معرفة الرأي العام ويرتبط ذلك مع ما يحققه التعرض لمحتوى الإعلام الجديد من منفعة، والدافع الآخر هو الإحاطة بالمعلومات العامة . (٢٩)

(٢٨) حنان مجاهد ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي - جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم ، العدد ١ ، المجلد ٣ ، الجزائر ، ٢٠١٦ ، ص ص



- البريد الالكتروني : من خلال انشاء مواقع الالكترونية مختصة بالحملة الانتخابية عن طريق استخدام قوائم البريد الالكتروني التي تلعب دور اساسي في اوصول رسالة المرشح للناخبين فتعتمد هذه الحملات على عدة ادوات في عملها منها من خلال تنظيم استراتيجية معينة تقوم على سهولة دخول اكبر عدد من المستخدمين للموقع واختيار عنوان سهل الحفظ والاعلان عنه في البريد الالكتروني واستخدام رسائل البريد الالكتروني بالتواصل مع الجمهور (الناخبين) (٣٠).

لذلك فقد عمدت بعض الكيانات السياسية والمرشحين استخدام الانترنت كوسيلة إعلامية أساسية في ترويج لحملاتهم الانتخابية باتباعها استراتيجيات معينة قد تكون بوضع صفحات خاصة بإعلانات حملة المرشح على أن يتم نشر التغريدات والمنشورات بشكل متواصل ومستمر . وتشكيل فريق الالكتروني مختص بالرد على التعليقات والتواصل مع الجمهور . او شراء بعض الشبكات لتواصل باستمرار مع الجمهور وهي الاستراتيجية التي تم استخدامها من قبل الرئيس باراك أوباما في إنتخابات ٢٠١٢ . و التفاعل الفوري مع المستخدمين، بالإضافة إلى التركيز على المحتوى المصور (الاعلانات المصورة) الملائم والقابل للانتشار وبما يلائم مع رغبات الجمهور ويكسب تعاطفهم وهي الاستراتيجية التي اتبعها أوباما بنشره الصور مع الفئات الشابة التي مكنته

من كسب دعم هذه الفئة له في الانتخابات . (٣١)

رابعاً- استراتيجية قياس الرأي العام

(٣٠) بوصيب عائشة ، الحملات الالكترونية - المفهوم واليات تغيره ، المركز العربي لاجتاه الفواء الالكتروني، ٢٠١٣، متاح على الرابط <https://accronline.com/article-detail.aspx?id=13> ، ص ٤.

(٣١) حنان مجاهد ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية، المصدر السابق ، ص ٦٠

الاستراتيجية الأخرى التي لها أهمية في إدارة الحملات الانتخابية هي قياس الرأي العام والتي تستند إلى قيام المرشح قبل موعد إجراء الانتخابات بوضع خطط لمعرفة مدى تقبل الجمهور له والتعرف على عدد الأفراد الذين يشاركون في العملية الانتخابية وفق طريقتين هما إجراء استفتاءات العامة من خلال الإطلاع على المعلومات والبيانات العامة التي تشير إلى عدد المناصرين له المسجلين في مراكز الاقتراع وفق القانون الانتخابي على أن يكونو محط ثقة لدى المرشح ومتأكد من تصويتهم ودعمهم له في الانتخابات . (٣٢)

أما الطريقة الأخرى وهي قياس الرأي العام الجزئي أو ما يسمى (بالتمثيلي) والذي يقوم من خلالها المرشح باستطلاعات لحساب عدد مناصريه المؤيدين له يوم الاقتراع من خلال وضع استمارة تتضمن أسئلة متعددة قصيرة وواضحة لدى المتلقي . المغزى من ذلك هو معرفة توجه الناخب ورغبته بالتصويت إلى المرشح الذي يرى فيه ملائم لتطلعاته الفكرية . وبدأت هذه الاستمارات فيما بعد تبث من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بسهولة ووصولها إلى أكبر عدد ممكن وسهولة فرزها وأظهار النتائج . أيضا بإمكان المرشح اللجوء إلى منظمات المجتمع المدني في وضع هذه الاستمارة وإيصالها إلى أكبر عدد من المواطنين . لذا فتساعد عملية قياس الرأي العام على تكوين فكرة أولية للمرشح عن عدد الذين سيصوتون له من أجل معالجة الوضع في حال كان لصالح الطرف الآخر على حساب مصلحته فيعتمد إلى إدخال أساليب جديدة لحملته الانتخابية ومحاولة التأثير في الناخبين قبل فوات الأوان . (٣٣)

(٣٢) عبد الكريم الدبيسي ، الرأي العام وأنواع الرأي العام ، قناة يوتيوب - عبد الكريم الدبيسي ، ٢٠١٩ ، الجزء الثالث . الحلقة الأولى
(٣٣) المصدر نفسه.



خامسا - استراتيجية الترويج لعدم الخروج للانتخابات

يعمد المرشح بعض الاحيان بأستخدام هذه الاستراتيجية من خلال تشجيع أنصاره للخروج والمشاركة في الانتخابات والقيام بالترويج للجهات التي يتبناها الناخب لحثهم على التصويت سواء كان ذلك نابع من اهتمامه ومعرفته لدوره في التغيير او عن قناعة راسخة للمرشح وكفائته بتوافق اهدافه واغراضه مع الناخب بمعنى تكوين علاقة تكاملية متينة بين المرشح وانصاره . في الوقت نفسه يعمل على نشر جماعات معينه تكون وظيفتها نشر الافكار بين الجمهور بالعزوف عن الانتخابات والامتناع عن المشاركة في التصويت او بترك ورقة الاقتراع بيضاء او ان يتم ابطالها بوضع علامة أكس عليها وذلك لعدة أسباب من بينها الشعور بالظلم من الفئة الحاكمة او الشعور بعدم الجدوى من الانتخابات في اجراء تغيير ،أو ان الانتخابات قد تكون محسومة لمرشح ما ; وذلك لان عزوف الناس عن الانتخابات وقلة مشاركتهم تزيد الامال لدى مرشح ما بالوصول الى سدة الحكم بسهولة . فعمدت بعض منظمات المجتمع المدني في الأواني الاخيرة بحملة توعية المواطنين حول اهمية مشاركة كل فرد في الانتخابات فبدأت الندوات والورش والمؤتمرات بنشر فرق مدربة لتوعية المواطنين حول دورهم في المشاركة في الانتخابات ^(٣٤) لذا يتوجب على المرشح أو مدير الحملة الانتخابية دراسة سلوك الناخب " الذي يعني الاطلاع على كافة أشكال التصرفات والأفعال التي يهدها الأفراد خلال الموعد الانتخابي والذي يحمل عدة دلالات نفسية وأجتماعية وسياسية وعقلية ؛ أي بمعنى اخر هو جميع الأفكار والممارسات الوجدانية الموجبة والسالبة التي يصدرها الفرد عند أختياره من يمثله في المجتمع" فتحدد دراسة السلوك الانتخابي بالعوامل التي يجب على المرشح استخدامها والاهتمام

^(٣٤) حافظ علوان حمادي ، معوقا البيئة الاجتماعية في العراق ، مجلس النواب العراقي ، ٢٠١٠ ، ص ٧

بها للتأثير في الناخب وكسب تاييده في الانتخابات لا ان يتبع أساليب غير شرعية لذلك.^(٣٥)

الخاتمة

أن نجاح الحملة الانتخابية يعتمد بدرجة الاساس على اتباع استراتيجية معينة مخطط لها بشكل دقيق وفق مجموعة من المختصين بإدارة الحملات الانتخابية ، لذا فإن استخدام المرشح لمجموعة استراتيجيات تؤهله لحسم الاصوات لصالحه وكسب الاصوات كأتباعه الاستراتيجية المباشرة للتواصل مع الناخب التي تعتبر العامل الأساسي لبناء الثقة بين المرشح وجمهوره والانتماء الحزبي للمرشح وما إذا كانت الكيانات السياسية ترغب في دخول التحالفات السياسية ام لا كذلك مدى تأثير قانون الانتخابات وكيف يعمد المرشح بتمويل حملته الانتخابية بالإضافة إلى تأثير الرأي العام في إدارة الحملات الانتخابية وضرورة اهتمام المرشح بهذا جانب لإدارة حملته الانتخابية وبعد دخول التكنولوجيا أصبحت الاستراتيجية الإعلامية هي الأكثر أهمية وموضوع اهتمام المرشحين لأنها عمدت إلى إيصال رسائل الانتخابية للمرشحين بأسرع وقت وأقل جهد إلى اكبر عدد من الناخبين لذا يجب توظيفها بشكل صحيح من اجل ادارة حملة انتخابية ناجحه قادرة على تحقيق الفوز وكسب الانتخابات .

التوصيات

لذا فقد توصل الباحث من خلال دراسته لهذا الموضوع الى مجموعة من توصيات ممكن الاخذ بها في مجال ادارة الحملات الانتخابية والتي تتمثل بـ:

(٣٥) صادق الأسود ، تأثير تكوين الشخصية على السلوك السياسي ، مجلة العلوم السياسية ، العدد ٣٧ ،

بلا تاريخ نشر ، ص ٤٣



١. وضع خطط دقيقة من خلال اتباع استراتيجيات معينة تمكن المرشح بالحصول على اكبر عدد من الأصوات لكسب الانتخابات لصالحه .
٢. اتباع استراتيجية التواصل المباشر مع الجمهور التي تعتبر العامل الأساسي لبناء الثقة بين المرشح والناخبين من خلال استخدام أساليب مختلفة تمثلت بأسلوب تكرار البرنامج الانتخابي على الناخبين وتبسيط البرنامج الانتخابي ليسهل فهمه من قبل الناخبين بالإضافة الى ذلك يجب أن يهتم المرشح بالصورة السياسية التي يضر بها أمام جمهوره واختياره للشعارات الواضحة وذات مغزى لحملة الانتخابية
٣. ضرورة وجود مناظرات الانتخابية بين المتنافسين من أجل إبراز وجهات النظر المختلفة للمرشحين وطرح افكارهم الانتخابية ؛ لكونها تعتمد إلى إزالة الغموض والتردد لدى الناخبين بطرح أسئلتهم التي سيعمد المرشحين الإجابة عليها وتوضيحها فيسهل على الناخب اتخاذ رأيه الانتخابي بما يخص كلا المتناظرين
٤. يجب الابتعاد عن الأساليب الغير شرعية في إدارة الحملات الانتخابية ك شراء الاصوات والتزوير واخذ القسم والعهود لأنها تخل بنزاهة العملية الانتخابية .
٥. الاخذ بنظر الاعتبار الانتماء الحزبي للمرشح والقانون الانتخابي الذي يؤثر على إدارة الحملات الانتخابية وكيفية تمويل الحملات .
٦. ضرورة تنظيم العمل الإعلامي وتوظيفه بشكل صحيح في الحملات الانتخابية بتشكيل فرق متعددة وتقسيم الأدوار على كل منهم.
٧. توظيف استراتيجية قياس الرأي العام لادارة الحملات الانتخابية