

## دليل الإعداد للانتخابات

قال تعالى: "وَقُلْ رَبِّ أَنْتَ مَنْ تَخْلُصُ مِنِي وَمَا يَخْلُصُنِي فَاجْعَلْنِي مِنْ لُذْكَرِ سُلْطَانِكَ تَسْبِيْهَا (80) وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ فَزُلْفَنْ أَبْطَلَ إِنَّ الْبَطْلَنْ كَانَ زَفْوَنَا (81)" سورة الإسراء

### تقديم:

لا شك أن المهمة الانتخابية مهمة شاقة ومحطتها سواء كانت رئاسية أو برلمانية أو تشريعية أو بلدية تُعد اختباراً للأحزاب الديمقراطية بل إنها ساحة الحصاد لمجهود وآداء يستمر لمدة ثم يأتي الشعب ليحكم له أو عليه.

إن النجاح في الاختبار الانتخابي يحتاج من الأحزاب إلى عمل دؤوب ومتواصل طيلة فترة التدريب واعداد جيد يمكن أن يتمحور حول الحرص المستمر على خدمة الناخب وتقديم انجازات ملموسة له إضافة لحسن التعبير عن تطلعات الناخبين وموالاتهم العقائدية والفكريّة خاصة والتواصل المستمر معهم.

إن الإعداد للانتخابات في إطار حركة النهاية ذات المثابرة الشاملة الجامع إضافة إلى موقعها من الحكم يجعلنا ونحن نعد هذا الدليل نقف عند:

- I. طبيعة المهمة الانتخابية و أبعادها.
- II. خطة النجاح في المهمة الانتخابية.
- III. المهام الانتخابية التفصيلية:الحدود و العلاقات.
- IV. منهجية التنفيذ: الإعداد خطوة بخطوة.
- V. طبيعة المهمة الانتخابية و أبعادها.

إن طبيعة المهمة الانتخابية داخل الحركة تتحدد إنطلاقاً من طبيعة مشروعها الجامع لأبعد متعددة فكرية و ثقافية و اجتماعية و سياسية و غيرها.

وكل تلك من طبيعة المرحلة التي انفتحت علينا بلادنا وهي مرحلة البناء الديمقراطي القائم على الإحترام المستمر للشعب.

إن الأحزاب السياسية التقليدية التي تحضرت للعمل من أجل المنافسة على الحكم يكون هاجس الإحتكام إلى الشعب حاضراً باستمرار في أعمالها بل إن كل أعمالها موجهة لهذا الغرض و كل مؤسساتها لا هم لها سوى الإستعداد للانتخابات.

إن حركتنا اليوم في حاجة إلى أن يكون الهاجمون الانتخابيون حاضراً في توجيه أعمالها و تحديد اهتماماتها.

دون إغفال لخدمة الأبعاد الإستراتيجية والحضارية للمشروع و لا يتحقق ذلك عمليا إلا ببناء مؤسسة انتخابية تقوم على مهمة الإعداد للانتخابات و الترتيب مع بقية المؤسسات القائمة في الحركة في اتجاه تكثيف أعمالها وفق الـ بعد الانتخابي.

إن مهمة الإعداد للانتخابات مهمة جامعة يغلب عليها الريمنة و الشمول لكل المهام دون الإغفال لبعض جوانب الاختصاص، لذلك وجب التوفيق عطيا بين حدود اختصاص المؤسسة الانتخابية من جانب و محالات تنسيقها و تداخلها مع بقية المؤسسات من جانب آخر.

## II. خطة النجاح في المهمة الانتخابية

1. الهدف المركزي: انطلاقا من أهمية المحطة الانتخابية القادمة بالنسبة للبلاد والثورة فإن الهدف المركزي للمرحلة الذي تحدد من خلال لواح المؤتمر الناسع و المواجهات العلامة لخطة الحركة هو الهدف ذاته الذي سيعمل المكتب المركزي للانتخابات على تحقيقه و المتمثل في "نجاح الحركة في الانتخابات القادمة بأغلبية مريحة" بما يعزز مكانتها القيادية في البلاد و يعمق مسار تحقيق أهداف الثورة و عملية الإنقال الديمقراطي و يتبع لها لمكانتها أوسع في عقد التحالفات.

و الأغلبية المريحة تعني الفوز بنسبة لا تقل عن 50 بالمائة، كما أن النجاح في الانتخابات يقتضي نجاح في إدارة ما يبقى من المرحلة الانتقالية كما يمكن أن تتحقق من خلالها جملة من الأهداف الثئوية و أهمها تفعيل التنظيم و التعريف بالحركة و بمشروعها.

2. المهام: تنقسم المهام إلى ما يلي:

ـ مهمـة بناء الهيكل الانتخابي.

ـ مهمـة الإدارية.

ـ مهمـة التعبئة و التواصل و توسيع القاعدة الانتخابية

ـ مهمـة الدعاية و الإعلام.

ـ مهمـة إعداد المضامين.

ـ مهمـة التكوين و التأهيل.

ـ مهمـة الرصد و متابعة المساحة السياسية.

ـ مهمـة متابعة الجهات.

ـ مهمـة القانونية.

ـ مهمـة المالية.

ـ مهمـة الإعداد المادي.

### 3. الأهداف الزمنية:

من خلال ما طرحت في الساحة السياسية حول الموعود المرتقب للانتخابات يمكن الحديث عن موعد لا يتتجاوز نهاية السنة الحالية . و حركتنا معنية ببناء مرسمة متكاملة و فاعلة لإعداد العملية الانتخابية في مختلف الجوانب بهذه المهمة تفرض علينا اعتماد رزنامة واضحة للإعداد تراوح فيها بين بناء الهيكل كثولوية و الإطلاق في الاعداد في اتجاه تصعيد الوتيرة تدريجيا.

### III. المهام الانتخابية التفصيلية: الحدود و العلاقات .

ان النجاح في أي مهمة انتخابية يحتاج الى وضوح في حدودها و علاقتها .

#### 1. حدود المهام الانتخابية التفصيلية.

مهمة بناء الهيكل الانتخابية تكون الهيكل الانتخابية في الحركة من 3 مستويات:

- المستوى المركزي.
- المستوى الجهوي.
- المستوى المحلي.

✓ المستوى المركزي: يتكون المكتب المركزي للانتخابات من عشرة لجان وهي:

- لجنة الشؤون المالية والإدارية.
- لجنة الدعاية والإعلام.
- لجنة المضممين و التأهيل و التكوين.
- لجنة الشؤون القانونية.
- لجنة الإعداد العلوي.
- لجنة التعينة و توسيع القاعدة الانتخابية.
- لجنة الرصد و المتابعة السياسية.
- لجنة متابعة الجهات.

و نظرا لأهمية متابعة الجهات التي تم تقسيمها ضمن أقاليم انتخابية فإن المسؤولين عن متابعة الأقاليم الانتخابية قد تم اعتمادهم كأعضاء قارئين بالمكتب المركزي.

#### • الأقاليم الانتخابية:

1. تونس-أريانة بن عروس.
2. نابل-بنزرت-منوبة.

3. زغوان-القبروان-الكاف.

4. باجة-جندوبة-سلوانة.

5. فقصة-توزر-قبلي.

6. سوسة-المنستير-المهدية.

7. بوزيد-صفاقس-القصرين.

8. مدنين-تطاوين-قلبي.

#### \* الهيئة العليا للتجييه:

هي هيئة استشارية تعمل إلى جانب المكتب المركزي و يطلب منه للتصح و التوجيه و تضييق  
السياسات و التوجهات الكبرى الخاصة بالعملية الانتخابية و تتكون من مجموعة من الوجوه  
القيادية البارزة و المتواجدة في مختلف مواقع الفعل و التأثير داخل الحركة

✓ المستوى الجهوى: يتكون المكتب الجهوى للانتخابات في الحد الأدنى من مسؤول و ستة  
مهام:

- مهمة الدعاية و الإعلام و رصد الساحة السياسية.

- مهمة المضمون و التأهيل و التكريم.

- مهمة الشؤون القانونية.

- مهمة الإعداد المادى و الشؤون المالية.

- مهمة التعبئة و توسيع القاعدة الانتخابية.

- مهمة متابعة المحليات.

✓ المستوى المحلى: تتكون المكاتب المحالية للانتخابات في الحد الأدنى من مسؤول و  
أربعة :

- مهمة التعبئة و توسيع القاعدة الانتخابية.

- مهمة الدعاية و الإعلام.

- مهمة الرصد و المتابعة السياسية.

- مهمة متابعة اللجان الانتخابية بالفروع و الأحياء.

✓ اللجان الانتخابية بالفروع و الأحياء و الأرياف و تتكون اللجنة من مسؤول و أربعة  
عناصر يقومون على:

- الدعاية و الإعلام.

- التعبئة و توسيع القاعدة الانتخابية.

#### **ملاحظات عامة:**

- يتولى رئيس المكتب المركزي للانتخابات مهمة متابعة كل المؤسسة الانتخابية بالحركة بحلقاتها المختلفة الدنيا والوسطى والمركبة بصفة مباشرة أو غير مباشرة عبر المسؤولين الجهوبيين والمحليين كما يتولى إدارة الحملات الانتخابية.
- يتم متابعة المكاتب المحلية للانتخابات و لجان الأحياء من طرف المكتب الجهوبي.
- يخول لكل عضو من أعضاء المكتب المركزي للانتخابات المكلف بمهام معاكبة نشاط مكاتب الاختصاص المركزية القريبة من مهمته للإفادة والإستفادة.

#### **ـ المهمة الإدارية و المالية: التنسيق مع الإدارة المركزية للحركة**

تحدد المهمة الإدارية مركزيا في إدارة شؤون المكتب و تلقى و توجيه المراسلات الدورية من و إلى المكتب المركزية و مؤسسات الحركة العليا و الجهات . إضافة إلى الاهتمام بشؤون المكتب الداخلية من اجتماعات و ندوات و دورات .

- ✓ اعداد محاضر الجلسات و التقارير الدورية.
  - ✓ متابعة الجهات في اعداد تقاريرها الدورية و توجيهها للمكتب المركزي.
  - ✓ المتابعة الأسموية للجهات عبر الهاتف.
  - ✓ متابعة تنفيذ روزنامة العمل و اعداد التقارير في ذلك.
  - ✓ أما جهويًا فلن المهام الإدارية يتولى القيام بها المسئول على المكتب الجهوبي للانتخابات في متابعة نشاط المحليات و توجيه المراسلات و اعداد التقارير و توجيهها للمركزى بالإضافة لمتابعة الأنشطة الانتخابية الجهوية و إدارة الحملات الانتخابية.
- أما المهمة المالية فتحدد فيما يلى :

- ✓ اعداد بعض المضامين التنفيذية حول المسألة المالية.

✓ تنظيم دورات تدريبية حول المسألة المالية

✓ إدارة الشؤون المالية للحملة الانتخابية.

#### **ـ مهمة التعبئة و توسيع القاعدة الانتخابية :**

بالتنسيق مع مكتب التنظيم و المركب الجماهيري خاصه مكتب الدعوه و مكتب المرأة و مكتب العمل الإغاثي و تتحدد فيما يلى :

- ✓ تعينة الهيأكل الانتخابية للحركة و قواعدها.
- ✓ انجاز تقييم و قراءة في النتائج الانتخابية السابقة.
- ✓ انجاز مسح شامل بهدف معرفة مواطن القراءة و مواطن الضعف حسب الجهات و القطاعات.

- ✓ العمل على بناء هيكل مختص في ميدان الآراء و النجاز عمليات ميدان باستمرار.
- ✓ القيام بعمليات تواصل متواصل مع الناخبين.
- ✓ بحث صيغ التأثير و التواصل مع الشباب و رجال الأعمال.
- ✓ اعداد تصور واضح في كيفية تشكيل القائمات الانتخابية.
- ✓ اعداد قائمات الملاحظين للانتخابات.
- ✓ العمل على اعداد سجل انتخابي للحركة يحتوي على قاعدة بيانات الناخبين.
- ✓ العمل على ابراز رموز و قيادات شعبية قادرة على التواصل.
- ✓ تنظيم حملات تواصل بصيغ مختلفة بالتنسيق مع المكاتب ذات العلاقة (صحيفة و إثنانية - خدمات جلسات شاي - مقاهي سياسية).
- ✓ التنسيق مع الفريق الحكومي للتحجيم بالمشاريع التنموية الصغرى.

#### ٤. مهمة الدعاية والإعلام:

- التنسيق مع المكتب الإعلامي المركزي و تتحدد من خلال:
- ✓ اعداد خطبة في التواصل العبالي (الاعلام الشعبي) من خلال مختلف النساءات: المقاهي- الشوارع- الأسواق- المساجد.....
  - ✓ اعتماد التواصل في الأماكن العامة عبر المطويات و الملصقات و المناشير المصغرة و بطاقات التهنئة و المعابدة و المراسلات.
  - ✓ اعداد ملفات اعلامية حول المذاهب الاباضيين.
  - ✓ الاعداد لحملة دعائية و تسويق المترشحين.
  - ✓ تشكيل فريق للإعلام الإلكتروني.
  - ✓ العمل على التأثير في المؤسسات الإعلامية و توجيهها وجهة انتخابية.
  - ✓ التركيز على موضوع الهوية الإسلامية للحركة.

حسن تنظيم الجازات الحكومية و شرح الصعوبات التي تعترضها.

#### ٥. مهمة اعداد المضامين و التأهيل و التكوين:

- التنسيق مع مكتب التراسات و التأهيل للقيادي المركزيين و تتحدد في ما يلي:
- ✓ نجتمع الوثائق المرجعية المساعدة على اعداد المضامين.
  - ✓ المساهمة الفاعلة في مراجعة برنامج الحركة.

- ✓ متابعة الفريق الحكومي بالتنسيق مع مكتب الإسناد الحكومي في الحركة لإعداد كتاب حول إنجازات الحكومة.
- ✓ إعداد مضمون حملات التواصل بمختلف أصنافها.
- ✓ المساهمة في إعداد البيانات الانتخابية للقائمات المترشحة.
- ✓ إعداد دورات تكوينية في الخطاب السياسي المباشر وفي وسائل الإعلام لأعضاء القائمات الانتخابية.
- ✓ إعداد دورات تكوين للهيكل الانتخابي في إدارة المؤسسات وتنظيم المجتمعات وفن التواصل.
- ✓ إعداد دورات تنقيف قانوني بالتنسيق مع لجنة الشؤون القانونية.
- ✓ إعداد دورات تنقيفية حول التصرف المالي بالتنسيق مع لجنة الشؤون المالية.

#### **• مهمة الرصد و متابعة الساحة السياسية:**

بالتنسيق مع الدائرة السياسية المركزية وخاصة مكتب المجتمع المدني و العلاقة بالأحزاب بو تحدد المهام في:

- ✓ الدفع باتجاه اعدال أرضية لل تحالفات سواء قبل أو بعد العملية الانتخابية.
- ✓ الدفع نحو العمل على بناء تحالف واسع على قاعدة الثورة خاصة مع الأحزاب الصغرى.
- ✓ دفع ملف التنسيق و التحالفات مع الساحة الإسلامية.
- ✓ توسيع التحالف مع جماعات المجتمع المدني و إعداد برامج مشتركة معها و تعزيز دورها.
- ✓ رصد موازين القوى السياسية في الساحة و إعداد ملفات حول المنافسين الرئيسيين.

#### **• المهمة القانونية:**

التنسيق مع المكتب القانوني центральный و تتحدد مهامها في:

- ✓ متابعة و رصد و تجميع كل المضمون القانونية الخاصة بالعملية الانتخابية.
- ✓ التنسيق مع كتلة الحركة في المجلس و مع الفريق الحكومي.
- ✓ تنظيم دورات في التقييف القانوني للهيكل الانتخابية و الملاحظين و المترشحين.
- ✓ متابعة الترشح و الترشيح للهيئات التي لها علاقة بالإنتخابات مثل الهيئة العليا و الهيئات الفرعية.
- ✓ تنظيم ندوات حول القانون الانتخابي و إعداد مقترن في ذلك لطرحه على الكتلة.
- ✓ القيام بكل الإجراءات المتعلقة بالحملة مركزيا و جهريا.

#### ٤. مهام الإعداد العادي:

التنسيق مع مكتب الإدارة والتنفيذات المالية وتحدد مهامها:

✓ بحث مصادر للتمويل الذاتي.

✓ الاهتمام بكل المشتريات المتعلقة بمتطلبات الحملة.

✓ الاهتمام بكل ما يتعلق بالحملة من الطباعة وتوزيع مركزياً وجهرياً.

#### ٥. مهام متابعة الجهات:

بالتنسيق مع مكتب الجهات كل مسؤول عن قائم انتخابي مطالب بما يلي:

✓ المتابعة المستمرة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

✓ متابعة بناء الهيكل الإنتخابية و مدى تنظيم و تنفيذ المناشط المبرمجة.

✓ تقديم تقارير دورية حول نشاط الإقليم و مدى تقدم الإعداد.

✓ يحتاج مسؤول الإقليم الانتخابي إلى استيعاب ظالم لذيلين الإعداد والإتمام بكل مناسط المكتب.

#### ٦. مشروع شباب الانتخابات:

بالتنسيق مع الجامعة و مكتب الشباب بهدف المشروع إلى تكوين فريق شبابي مختص في الانتخابات قادر على تعزيز مناسط المؤسسة وخاصة:

✓ على المستوى الميداني فيما يتعلق بالدعابة والتواصل.

✓ على المستوى الإعلامي وخاصة الإعلام الإلكتروني.

و يتكون المشروع من :

• فريق مركزي مكون من 80 عنصر يمكن أن يشكل منهم:

- فريق للإعلام الإلكتروني.

- فريق تجميع النتائج .

- فريق لإسناد المكتب المركزي.

وذلك بعد أن يتلقى كل فريق دورات في التكوين والتدريب.

• فرق جهوية لا تقل عن 20 عنصر يمكن أن يكون نواتها قيادية لفرق شبابية تكون دافعاً لمختلف النشاطات الانتخابية كذلك بعد أن تتلقى هي الأخرى دورات تدريبية.

#### IV. منهجة التنفيذ: خطوة بخطوة

الحملة الانتخابية الناجحة هي التي:

• تمتلك رسالة مقتبة لإصالها للناخ.

٤. رؤية واضحة للناخب.

٥. خطة واضحة حتى يوم الاقتراع.

٦. متابعة العمل بالخطة وبذل الجهد والكد حتى الإعلان عن النتائج.

#### **الخطوة الأولى: البحث و التقصي**

يمكن البحث من معرفة منطلق العملية الانتخابية ولا يمكن أن يتحدد ذلك إلا بالإجابة الواضحة و الدقيقة على الأسئلة التالية .

١. أي نوع من الانتخابات ستخوضها؟ وما القواعد والقوانين المتبعة فيها؟

٢. ما السمات المميزة للدائرة؟

٣. ما الصفات المحددة للناخبين في الدائرة؟

٤. ما الأمور التي حدثت في الانتخابات السابقة؟

٥. ما العوامل الرئيسية المؤثرة في هذه الانتخابات؟

٦. ما مواطن الضعف و القوة لمرشحيك؟

٧. ما هو انت الضعف و القوة للمنافسين الحيوين في دائرك؟

#### **الخطوة الثانية: وضع أهداف الحملة**

إن النجاح في الانتخابات يتضمن إحصاء الأصوات اللازمة لضمان الفوز و معرفة مصادرها للاشتغال عليها و لتحقيق ذلك لا بد لنا من الإجابة على الأسئلة التالية:

١. كم عدد الناخبين في الدائرة الانتخابية؟

٢. كم عدد الناخبين القادرين على الاقتراع في هذه الانتخابات؟

٣. كم تتوقع نسبة المترددين الذين سيطعون بأصواتهم في هذه الانتخابات؟

٤. كم ستتوقع العدد الصحيح للذين سيطعون بأصواتهم في هذه الانتخابات؟

٥. كم عدد المرشحين المنافسين؟

٦. كم عدد المرشحين المنافسين الذين تجدهم أكثر جدية؟

٧. إذا جرت الانتخابات هذا اليوم ما نسبة الأصوات التي سيحصل عليها مرشحينا؟

٨. كم نسبة أصوات الاقتراع اللازمة لتحقيق الفوز؟

٩. ما العدد الصحيح من أصوات الاقتراع اللازمة لتحقيق الفوز؟

١٠. في المتوسط كم عدد الناخبين في كل لمرة؟

١١. هل الناخبون في الأسرة الواحدة ينون التصويت لقائمة واحدة أم مختفين؟

12. إذا كانوا مستقر عن نفس القائمة أو المرشح، فكم عدد الأسر الازمة لمساندتك لتحقيق الفوز؟

13. إذا كانت تتوجه في المتوسط لكل عشرة ناخبيين، فكم عدد الذين يمكنكم إقناعهم؟

14. كم عدد الأسر الازمة الاتصال بها لإيصال رسالتك لعدد كافي من الناخبيين لتحقيق الفوز؟

### الخطوة الثالثة : استهداف الناخبيين

إذا توصلت في بحثك في الخطوة الأولى لتحديد نسبة من الناخبيين المساندين لقائمتك ونسبة الرافضين لها قطعاً ولم يبق لك إلا المترددين. ثم توصلت إلى معرفة العدد اللازم لفوز فئمتك فلم يبقى لك إلا أن تحدد النسبة الضرورية لتحقيق نسبة الفوز ولن تكون إلا من المترددين و يجب أن تكون أكثر مما تحتاجه حتى تضمن الفوز.

هذا هو الاستهداف ويعني تحديد أي المجموعات ضمن قطاع الناخبيين تعد أكثر استعداداً للإستجابة لقائمتك وبالتالي تستطيع أن تتركز وتكلف كل جهودك عليها. ذلك لضبط الفرق الموارد التي تشمل الزمن والمال والعنصر البشري.

### تصور رسالة فعالة لإقناع الناخبيين المستهدفين

#### • سؤال هام يجب الإجابة عليه وهو كيف تستهدف الناخبيين؟

##### 1. الاستهداف الجغرافي:

❖ وهو تحديد من سيترىق لقائمتك وفق لموقعه السككي في الدائرة.

❖ يساعد على تصنيف المواطن حسب دعيمها لكتل الحزب والتركيز على التي تستخرج أن دعيمها لها ضعيف.

2. الاستهداف الديمغرافي: يعني تقسيم الناخبيين إلى مجموعات عدة أو شرائح فرعية. ويمكن تقسيمها وفقاً للعمر أو النوع الجنسي أو المستوى أو الوظيفة وتحديد الشريحة أو الشرائح التي يجب التوجه إليها لضمان الفوز.

3. تحليل الناخب: يجب تحديد الجمهور المستهدف للحملة و يجب بذلك جهد لفهم ذلك الجمهور المستهدف كافة و يتبعه أن يتم تحليل الجوانب الأربع المتعلقة بذلك وهي القضايا، المواقف، القيم.

• القضايا والمقصود بها القضايا المهمة التي تشغيل الناخبيين المهتمين بالعملية الانتخابية؟

و الإجابة الحقيقة و التفصيلية حول القضايا المهمة اقتصادية و اجتماعية.

• المواقف ونقصد بها هل الناخبيون متلقون بالمستقبل أم متسلمون؟

هل يشعرون بالتحسين أم ياتدهور عن السابق؟

##### 4. مشكل الاستهداف:

• الأعداد الكثيرة للمترشحين يجعل التقديرات الناتجة عن الاستهداف غير دقيقة.

- غلاب البيانات الديمغرافية الصحيحة.
- تلقي مستوى التطور لوعي الذاتي لتحديد مصالح محددة يمكن على أساسها ايجاد تصريف واضح.

#### **الخطوة الرابعة: وضع رسالة الحملة**

##### **1. ما هي رسالة:**

بعد تحديد جمهورك المستهدف ينبغي أن تعرف ماذا ستقول له لإقاعده؟

هذه هي رسالة حملتك هي التي تخبر الناخبين

لماذا أنت تنافس للنجاح ؟

لماذا يتمنى أن يصوتو لك بدلا من منافسيك؟

هذا ما يجب أن تجرب عليه الرسالة فهي ليست برنامج المرشح و ليست قائمة المطالب التي سيعمل على تطبيقها و كذلك ليست عبارة منشطة تجذب المستمع و ليست شعارا، هناك معيير عددة تحدد فاعلية الرسالة

• فيجب أن تكون هذه الرسالة قصيرة و ملائكة.

• يجب أن تتبع من قيم المرشح و ممارسته و سياساته و تاريخه.

• يجب لا تتعارض مع خلفية المرشح و أن تكون مفهولة فالمرشح الذي يقدم وعودا غير واقعية يدفع الناخب لعدم الإكتراث به يجب أن تترجم الرسالة إلى المزیدين المحتملين للمرشح

• يجب أن تكون مقتمة وهامة للناخب و أن تضمن التبيان أو تخيير الناخب بين ما يريد و ما يعمل عليه المنافس.

• يجب أن تتكرر الرسالة باستمرار طيلة الحملة و في كل المنتسبات.

##### **2. الرسالة:**

رسالة حملتنا الانتخابية القادمة و التي يجب العمل عليها من الآن و يجب أن تتحدد انطلاقا من:

- طبيعة المرحلة التي تمر بها الثورة و هي نهاية المرحلة الانتقالية و الاستعداد لمرحلة البناء الديمقراطي.
- التقدم في تحقيق أهداف الثورة من حرية وتنمية و أمن و تشغيل و رفاه...
- الاستعداد للدخول في الإصلاحات الجذرية و الحلول العصيبة و المكلفة.
- محاصرة عودة القوى المعادية للثورة قوى الإستبداد و الفساد.

لذلك نرى أن رسالة حملتنا يمكن أن تكون كما يلى:

## تحقيق أهداف الثورة أم الفساد والاستبداد

### الخطوة الخامسة: خطة الاتصال بالناخبين

1. الحملة الانتخابية هي عملية اتصال و تواصل مع الناخبين و لكل الحملات علاقة بالموارد الرئيسية المتاحة لتنفيذ عملية الاتصال و هي :

#### الزمن-الزاد المادي-الزاد البشري

و هذه الموارد يمكن ترتيبها بأي طريقة المهم استخدام هذه الموارد على أكمل وجه بقدر توفرها و الهدف هو تحقيق أكبر تأثير في الناخبين بكل متطوع في الحملة و بكل ساعة زمن و بكل مبلغ أدنى على الحملة.

- إن التخطيط للاتصال بالناخبين كجزء من الحملة تتطلب مثلاً الانتهاء إلى محدودية الموارد فكل قرار يتخذ للقيام بأمر هو قرار بعدم القيام بأمر آخر .
- كل نوع من سبل الاتصال بالناخب وفق ثلاثة أمور وهي:
  - ✓ اقناع الناخبين المستهدفين.
  - ✓ تحديد المؤيدين.
  - ✓ تجهيز المترددين خاصة قبل يوم الاقتراع.
- يمكن اختتم أنماط الاتصال بالناخبين بحملة "امن صوتك" التي يجب أن تعتمد على كل ماتم التوصل له منذطلاق الحملة من تصنيف الناخبين بمعرفة إلى مزيد لمرشحين الحملة و متى و مزد و مزيد للمذاهب و التركيز على التواصل مع المترددين و تذكيرهم بالتصويت لمرشحين الحملة باسرع الطرق و لقتها كلنة.

### 3. أنواع من الخطة الاتصال بالناخب :

لتحقيق فاعلية لنشاط الاتصال لابد من طرح الأسئلة التالية و العمل على الإجابة عليها:

- كم يكلف النشاط المبرمج من المال و يستغرق من الزمن و يتطلب من الطاقات البشرية؟
- هل تعرف أي الناخبين تم الاتصال بهم؟
- هل تم اقناعهم؟
- هل يمكن أن تعرف أن كانوا مؤيدين لمرشحوك و التأكد من أنهم سيقترعون لهم؟

النوع الأول: الناء الأدبىات

هي عملية انتقال المنطوع من باب إلى باب لاقناء بعض الأنبيات عن القائمة أو المرشح لكل ناخب ويمكن اعتماد هذه الطريقة قبل يوم الإقتراع بتراك تذكرة للناخبين في بيوتهم و يمكن كذلك توزيع الأنبيات في أي مكان يجتمع فيه حشد من الناس كالأسواق ومداخل المصنع و محطات القطار و مواقف الحالات إلا أن هذا النشاط أقل استهداف لأنك لن تكون متوكلاً من أن الأشخاص الذين تواصلت معهم بأنهم يقطنون في الدائرة.

#### النوع الثاني: البريد

ارسال انبيات الحملة عبر البريد إلى الناخبين قد تكون طريقة فعالة لإيصال رسالتكم و إقناع الناخبين و هذا يتطلب قاعدة معلومات تتعلق خاصة بالناخبين و يمكن من خلال هذه الطريقة استهداف فئات بعينها كالمسنين و النساء أو بعض الأحياء السكنية.

#### النوع الثالث : من باب إلى باب.

من أكثر الطرق فاعلية لاقناع الناخبين بزيارة لهم لمساكتم متنزاً و شفة شفة للأخرى و خاصة إذا حصلت الزيارة من أحد مرشحين القائمة . إلا أن هذه العملية تتطلب الكثير من الوقت و يمكن لمن يباشرها أن يتصل يومياً بـ 50 ناخب ومن الأفضل أن يتركب فريق العمل من اثنين و أن يكون موضوع الحديث محدداً ملحاً و أن لا يطربو مع الناخبين مع تسجيل عناوينهم و هواتفهم و مدهم بمطبوعات إن أمكن و تسجيل ملاحظاتهم أو طلباتهم.

#### النوع الرابع : الإتصال الهاتفي

يمكن استعمال الهاتف لاقناع الناخبين بالإقتراع لمرشحكم أو تذكرة لهم بالتصويت لهم و يمكن القيام بالإتصال من المقر السكن لأحد المتظاهرين أو من مقر مركزي حيث توافر خطوط الهاتف أو من "مركز نداء" أو "بنك الهاتف". نجاح هذه الطريقة من دون تحديد مضمون المكالمة و العمل على مراقبته و تطويره باستمرار.

#### النوع الخامس: الأساليب المرئية

و يتعلق بالأشياء التي تجلب انتشار الناخبين و قد تكون اعلانات و ملصقات بالشارع و الأعمدة و السيارات و التراجمات الفارغة التي تجوب الشوارع و الأحياء الرئيسية وطبع أسماء المرشحين على الأقمشة القطنية أو أكواب القهوة و هذه الأساليب ليست فعالة في إقناع الناخبين و يمكن اعتمادها في اللحظات التي تسبق يوم الإقتراع لتذكرة الناخبين بالتصويت لمرشحي الحملة .

#### النوع السادس : المصادقة و التأييد

إن الفوز بموافقة القادة المهمين للرأي العام بعد يوم مدعاه للغدر لدى الحملة لأن تأييدهم مهم جداً و يشمل روؤساء تحرير الصحف و المهنبيين بقضايا محددة و منظمات المجتمع المدني و رجال الأعمال و المحامين و زعماء العروش و مشائخ وطرق الصوفية و غيرها، و غالباً ما يتم هذا الأمر مبكراً أي قبل انطلاق الحملة.

#### النوع السابع : حلقات الشاي و القهوة

يمكن للحملة أن تنظم تأييد الناخبين العاديين للتأثير في بقية الناخبين الذين يعرفونهم و ذلك كحدث الجار إلى جاره أو الصديق إلى صديقه.

ويتم ذلك في لجتمعات مصغرة في منزل المزددين و جلسات شاي و قهوة و مأدبات غداء أو عشاء للمزددين في منزل أحدهم . ويمكن لأحد أعضاء القائمة حضور مثل هذه الجلسات . وتتضمن هذه الجلسات توضيح رسالة الحملة و أهدافها و يمكن تسجيل أسماء الحاضرين و عنواناتهم و هو الفهم في محل خاص بمثل هذه الجلسات .

#### **النوع الثامن : أصحاب الصديق**

هذا البرنامج يقوم به المزددين و المنطرون عبر الاتصال الشخصي بالأصدقاء والجيران لطلب التصويت للمرشحين من خلال إرسال بطاقة أو اتصال مباشر و تبرز نجاعته قبل يوم الإقتراع في حملة " امنع صوتك " .

#### **النوع التاسع : الحدث المعد**

هي الأحداث التي تنظمها الجمعيات أو المنظمات من خارج الحملة ويمكن أن تكون في شكل ملاظرة بين مرشحين أو تظاهرات استعراضية و تبرز أهمية هذه الأحداث عند تغطيتها الإعلامية

#### **النوع العاشر: خلق الحدث**

يمكن للحملة خلق أحداثاً تدفعها للواجهة و تتعصب لها الأحداث التظاهرات الاستعراضية أو غيرها و تتأكد أهميتها من خلال تغطيتها الإعلامية .

#### **النوع الحادي عشر: كسب الإعلام و الصحافة**

وذلك من خلال تحديد طبيعة الدائرة و مناقذها الإعلامية و بناء علاقة جيدة مع المراسلين و الصحافيين والإذاعات الجماعية و القنوات التلفزيونية و ذلك من خلال الاعتماد على سكريبت الإعلامي للحملة و غرفة اعلامية تهتم بإصدار البيانات الإعلامية عن الحملة و نشاطها و صور المرشحين و نبذة عن حياتهم في ملف إعلامي يسلم لكل المعنيين يجب على السكريبت الإعلامي الإهاطة بما يمكن إثارته عن الحملة أو طرح لستة محتملة على المرشحين لإعداد الأخوية عليها كما ينبغي أن يخضع كل المرشحين لنوع من التدريب والإعداد الإعلامي للظهور التلفزيوني الجيد أو الحديث في الإذاعة .

#### **النوع الثاني عشر: مقرات الحزب**

إن استعمال مقرات الحزب للتواصل مع الناخبين أمر ضروري خاصة لأعضاء القائمة لمقابلة الناخبين و الحديث معهم أو الاجتماع بهم وهو شكل ضعيف الفاعلية و المردودية .

#### **النوع الثالث عشر: التقنية الحديثة**

يسو أن هناك قائمة لا تنتهي من التقنيات الحديثة التي يمكن استخدامها للاتصال بالناخبين فمن الممكن استخدام الفناكس و جهاز النداء الآلي و البريد الإلكتروني و غيرها من تكنولوجيات الاتصال .