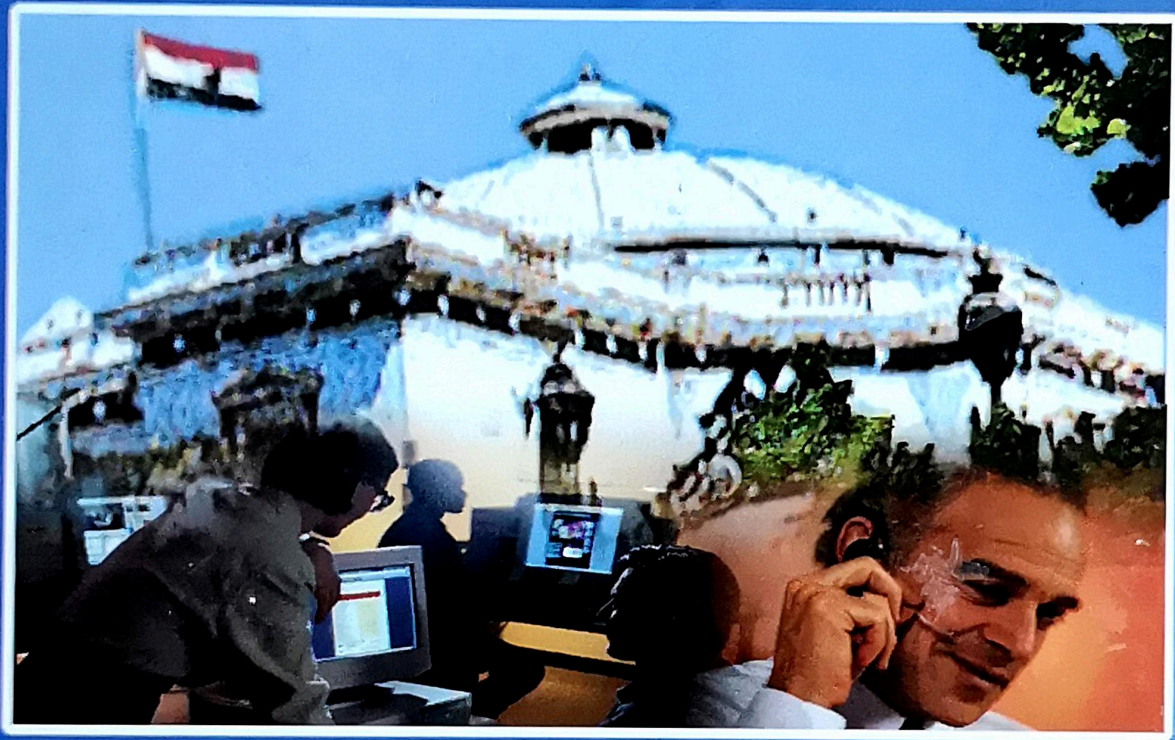


إدارة الحملات الانتخابية

طريقك للفوز فى الانتخابات



تأليف

د. محمد منير حجاب

رئيس قسم الإعلام - جامعة سوهاج

دار الفجر للنشر والتوزيع

هذا الكتاب

تعد الحملات الانتخابية الناجحة البداية الحقيقية لتحقيق الفوز في الانتخابات، والحملة الانتخابية الناجحة هي التي تستفيد من كل الظروف وفي إطار الوقت المحدد لاستهداف الناخبين، وتقوم بتطوير رسالة مقنعة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول إلى الناخب. ولذلك تعتبر الحملات الانتخابية للمرشحين الشكل الراقى للممارسة الديمقراطية لحسم التنافس على جمهور الناخبين، لأن الفيصل الحاكم للنجاح عند التخطيط للحملات الانتخابية هو المرشح ذاته وتاريخه وإنجازاته ومقترحاته لتلبية احتياجات المواطنين وحل مشاكلهم، ومدى اقتناع الجماهير به وفي الوقت نفسه إجهاض فرص التأثير على المواطنين التي يقوم بها المرشح الآخر. إن أهمية التخطيط للحملات الانتخابية تبرز من خلال الموازنة في الاستفادة من كافة العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي للناخبين مع السيطرة في الوقت نفسه على العناصر السلبية. إن الحملات الانتخابية لم تعد مجرد زفة جماهيرية أو تعليق لافتات وإقامة بوابات بالشوارع والميادين، وإنما أصبحت علما وفنا له أساليبه ووسائله وأخلاقياته. هذا الكتاب محاولة منا لتلبية احتياجات المرشحين للانتخابات لفهم أفضل الأسس التي يقوم عليها التخطيط العلمي للحملات الانتخابية لضمان الفوز في الانتخابات وعلى دعم أسس المشاركة السياسية الواعية لجميع المواطنين.

والله ولي التوفيق ،،،

الناشر

عبد الحي أحمد فؤاد

صدر أيضا للنشر

- | | | | |
|------------------------------------|------------------------|--|----------------------|
| • المرجع الشامل في التلفزيون | • جونتا نيجنيل | • الصحافة وإدارة الأزمات | • د. علال صائق محمد |
| • فن الاعلان | • أد فاريبي | • الشائعات وطرق مواجهتها | • د. محمد منير حجاب |
| • تجديد الخطاب الديني | • د. محمد منير حجاب | • الصحافة الإلكترونية | • د. رضا عبد الواجد |
| • الحرب النفسية | • د. محمد منير حجاب | • فن الخبر الصحفي | • د. عبد الجواد سعيد |
| • مهارات الإتصال للإعلاميين | • د. محمد منير حجاب | • النظام العالمي الجديد للإعلام | • د. عبد القادر رزيق |
| • المعجم الإعلامي | • د. محمد منير حجاب | • الإتصال | • د. فضيل نليو |
| • إتصال المؤسسة | • د. فضيل نليو | • بحوث جامعية في الصحافة والإعلام | • د. مسحر وهبي |
| • الإعلانات الصحفية | • د. مرزوق عبد الحكم | • الإعلام السياسي والرأي العلم | • د. عزيز عبده |
| • إدارة المؤسسات الصحفية | • د. عبد الجواد سعيد | • الموسوعة الإعلامية (7 مجلد) | • د. محمد منير حجاب |
| • الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت | • د. عبد الملك الدناتي | • فن المقال الصحفي | • د. أسماعيل إبراهيم |
| • الصحفي المتخصص | • د. إسماعيل إبراهيم | • فن التحرير الصحفي | • د. أسماعيل إبراهيم |
| • الإعلام الإسلامي | • د. محمد منير حجاب | • الإعلام الميالي | • د. محمد منير حجاب |
| • الصحافة المدرسية | • د. سمير محمود | • الدراما في الإذاعة والتلفزيون | • د. عبد العزيز شرف |
| • أساليب الرأي العلم | • د. محمد منير حجاب | • المداخل الأساسية للعلاقات العامة (2 جزء) | • د. محمد منير حجاب |

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر - النهضة الجديدة

القاهرة - مصر

تليفون : 6242520 - 6246252 (00202)

فاكس : 6246265 (00202)

www.darelfajr.com

I . S . B . N

977 - 17 - 4611 - 1

الصفحة

بيان

٥

المقدمة

الفصل الأول

إدارة الحملة الانتخابية

١٥

مفهوم الحملة.

١٦

مفهوم الحملة الانتخابية.

١٨

بين الإدارة الانتخابية وإدارة الحملات الانتخابية.

٢٠

أنواع الحملات الانتخابية.

٢٩

الضوابط الأخلاقية للحملات الانتخابية.

٣١

عوامل نجاح الحملة الانتخابية.

٣١

عوامل الفشل للحملات.

الفصل الثاني

تصميم الهيكل التنظيمي للحملة الانتخابية

٣٦

ضوابط التصميم.

٣٧

مسئوليات أعضاء الفريق الإداري للحملة.

٣٨

غرفة الصليات.

- ٤٠ اختصاصات المستشار .
- ٤١ اختصاصات المدير .
- ٤٢ اختصاصات المسئول الإدارى .
- ٤٢ اختصاصات المسئول الإعلامى .
- ٤٤ اختصاصات المسئول العظمى .
- ٤٥ اختصاصات المسئول المالى .
- ٤٦ اختصاصات مسئول الكشوف والقيود واللجان الانتخابية .
- ٤٧ اختصاصات مسئول الزيارات .
- ٤٧ اختصاصات المستشار الأمنى .
- ٤٨ اختصاصات مسئول لجنة المتطوعين .
- ٥٠ نماذج متعددة للتصميم .

الفصل الثالث

تخطيط الحملات الانتخابية

- ٥٥ مفهوم التخطيط للحملات الانتخابية
- ٥٦ أهمية التخطيط
- ٥٧ شروط التخطيط للحملات الانتخابية
- ٥٨ موقف المرشحين من التخطيط
- ٦٠ عناصر التخطيط:
- ٦١ جمع البيانات عن الدائرة الانتخابية
- ٦١ تحديد الموقف الانتخابى
- ٦١ تحديد الأهداف

٦٢	تحديد الأفكار والقضايا للبرنامج الانتخابي
٦٢	تحديد الرسالة الانتخابية
٦٢	تحديد شكل الاتصال
٦٣	تحديد الاستراتيجيات
٦٣	تحديد التكتيكات للإقناع والتأثير
٦٣	تحديد الوسائل
٦٣	تحديد ميزانية الحملة
٦٥	اتخاذ إجراءات التنفيذ
٦٥	جدولة الحملة
٦٩	المتابعة والتقييم

الفصل الرابع

تحليل الدائرة الانتخابية

٧٣	مفهوم الدائرة الانتخابية
٧٣	أهمية دراستها وتحليلها
٧٥	مداخل دراسة الدائرة الانتخابية:
٧٦	مدخل الظروف البيئية السائدة
٨٠	مدخل السمات النوعية للناخبين
٨٢	المدخل التاريخي
٨٣	مدخل الموقف الانتخابي:
٨٣	المؤيدون
٨٥	المستهدفون

الفصل الخامس

البرنامج الانتخابي

الرؤية المنهجية - القضايا - الرسالة الانتخابية - الممارسات

٨٩ مفهوم البرنامج الانتخابي .
٨٩ عناصر التصميم للبرنامج الانتخابي .
٩١ الرؤية المنهجية والقضايا بالبرنامج الانتخابي .
٩٥ نماذج مختلفة لبرمج انتخابية لمرشحي الرئاسة ومرشحي المجالس النيابية والبلدية .
١٠٤ الرسالة الانتخابية للحملة: مفهومها - أهمها - متطلبات تصميمها .
١٠٧ الرسالة الانتخابية والناخبون .
١١٢ شروط الرسالة الانتخابية الناجحة .
١١٤ ضوابط تنفيذ البرنامج الانتخابي .
١١٤ تحديد شكل الاتصال .
١١٤ ضوابط متعلقة باللغة المستخدمة .
١١٤ تحديد الاستراتيجية المناسبة .
١١٥ تحديد التكتيكات الخاصة بالإقناع والتأثير .

الفصل السادس

مهارات الاتصال الشخصي بالناخبين

١٢٥ تمهيد .
-----	---------------

- ١٢٦توظيف المرشحين للغة الجسد للتواصل مع الناخبين.
- ١٢٩تنمية مهارات الاستماع.
- ١٣٢مهارات الحديث والخطابة.
- ١٣٥مهارات السؤال.
- ١٣٧مهارات التعامل مع الآخرين.

الفصل السابع

وسائل الاتصال بالناخبين

- ١٤١أسس اختيار الوسيلة الأمثل للاتصال بالناخبين.
- ١٤٢وسائل الاتصال المختلفة بالناخبين :
- ١٤٣تقديم الخدمات.
- ١٤٣تقديم الهدايا والمنح والتبرعات .
- ١٤٥مظهر المرشح كوسيلة دعائية .
- ١٤٧الصور والرسوم.
- ١٥٠الإنترنت والدعاية الانتخابية.
- ١٥٥المشاركة في المناسبات الاجتماعية والدينية والخاصة.
- ١٥٥المجسمات والنماذج.
- ١٥٦الاحتفالات والولائم.
- ١٥٧التليفون والمحمول.
- ١٥٨الزيارات واللقاءات .
- ١٥٩المؤتمرات الشعبية .
- ١٦١المناظرات .

١٦٢	المسيرات .
١٦٣	الشخصيات البارزة .
١٦٥	منظمات المجتمع المدني .
١٦٥	الملصقات .
١٦٦	الخطابات والرسائل .
١٦٦	أشرطة الكاست والفيديو .
١٦٧	اللوحات الإعلانية .
١٦٧	الصحافة .
١٦٨	الراديو والتلفزيون .



الفصل الثامن

تقويم الحملات الانتخابية

١٧٥	واقع التقويم للحملات الانتخابية .
١٧٦	مفهوم التقويم للحملات الانتخابية .
١٧٧	أهداف التقويم .
١٧٨	أهمية التقويم للحملات الانتخابية .
١٧٩	خصائص التقويم .
١٨٠	أنواع التقويم للحملات الانتخابية .
١٨٤	أدوات التقويم .
١٨٥	مراحل تقويم البرامج الانتخابية .
١٨٧	المراجع:
١٩٣	نبذة عن المؤلف