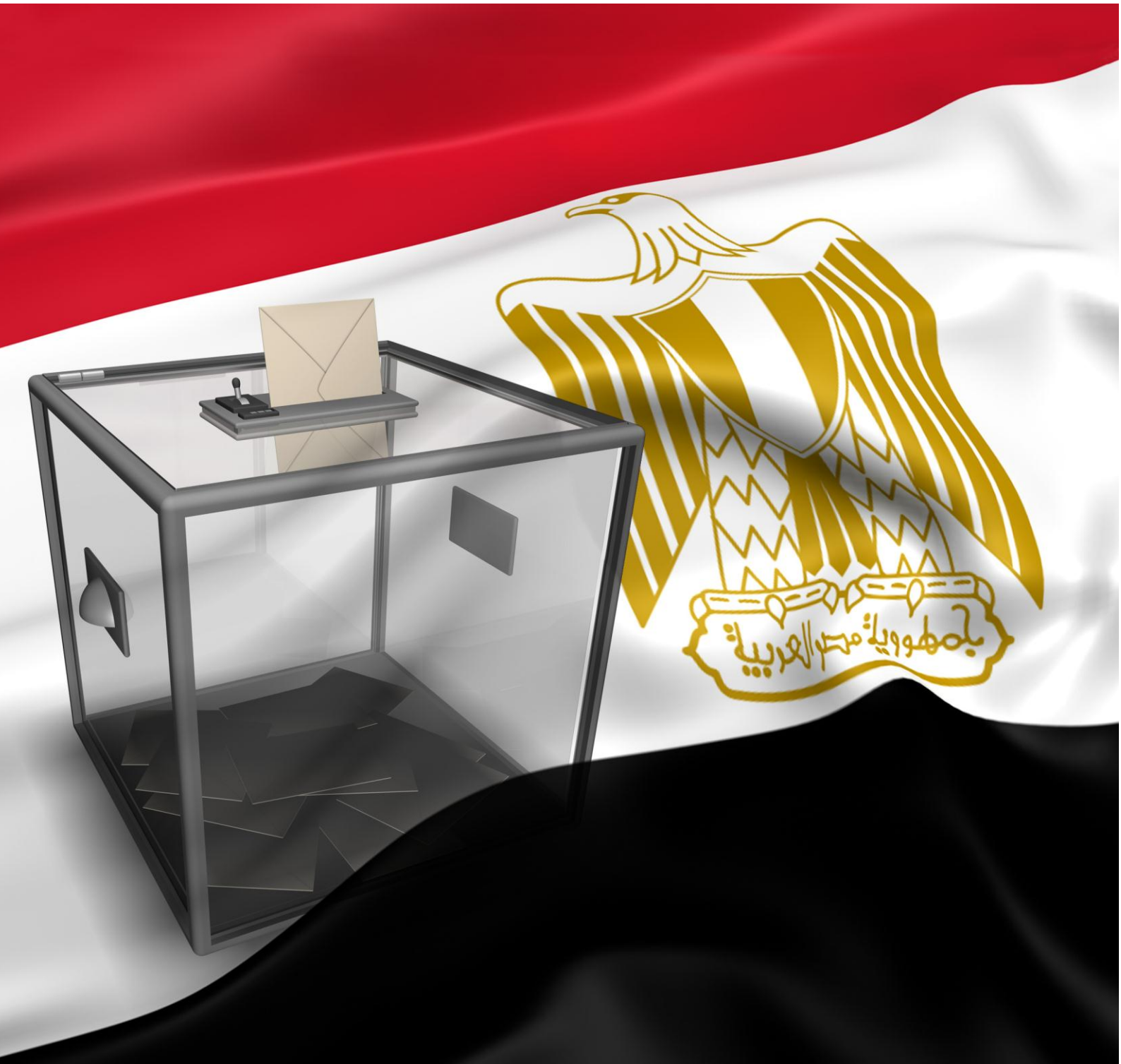


حقيبة أدوات التوعية الإنتخابية

International Foundation for Electoral Systems
IFES
SINCE 1987

المنظمة الدولية للنظم الانتخابية

المحتويات

تمهيد 3

الهدف من حقيبة الأدوات..... 5

الأهداف الأساسية لحقيبة أدوات توعية الناخبين : 5

الجزء الأول: دليل تصميم وتنفيذ حملة توعية الناخبين 6

مقدمة لتوعية الناخبين 7

الجزء الثانى: التشريعات والإجراءات ذات العلاقة بالعملية الإنتخابية 53

1. الرسائل الأساسية فى توعية الناخبين..... 54

قواعد النظام الديمقراطي 54

2. الإنتخابات البرلمانية فى مصر..... 58

أولاً: النظام الانتخابي في مصر 58

ثانياً: الفاعلين فى الإنتخابات 59

ثالثاً: القضاء..... 61

رابعاً: الوكلاء والمندوبون..... 62

خامساً: الرقابة الدولية..... 62

سادساً: المرشحون..... 63

سابعاً: الناخبون..... 64

ثامناً: تسجيل الناخبين..... 65

تاسعاً: إجراءات العملية الإنتخابية..... 65

3.تمكين المواطنين ذوي الإعاقة من ممارسة حقهم المشروع فى الانتخابات..... 69

الجزء الثالث: نماذج لأنشطة توعية الناخبين 74

تمهيد

بدأت المنظمة الدولية للنظم الانتخابية عملها في مصر منذ عام 2005، ويقع مقر المنظمة الرئيسي في واشنطن–عاصمة الولايات المتحدة الأمريكية. وتمول الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية برنامج المنظمة فى مصر، والذي يهدف إلى:

1- زيادة وعى المواطنين بالأحداث الإنتخابية عام 2011.

2- بناء قدرات القائمين على إدارة العملية الإنتخابية من أجل إجراء إنتخابات حرة وعادلة ونزيهة وشفافة.

3- دعم موارد المجتمع المدني ووسائل الاعلام من أجل توعية الناخبين.

4- نقل المعرفة والمعلومات اللازمة حول العملية الإنتخابية إلى المشرعين، والسياسيين والقضاة والأكاديميين.

منذ بداية عملها في مصر، حرصت **المنظمة الدولية للنظم الانتخابية** على التواصل مع المجتمع المدني والجمعيات الأهلية العاملة في مجال التوعية الانتخابية والحقوق المدنية، كما سعت للتعرف على احتياجتهم والموارد المتاحة لديهم لأغراض التوعية الانتخابية. و قامت المنظمة الدولية للنظم الإنتخابية برصد الموارد و أفضل الممارسات في مجال التوعية الانتخابية لدى الدول الأخرى. لذا قمنا بإعداد هذه الحقيبة من أدوات التوعية الانتخابية المكونة من ثلاثة أجزاء لتكون مرجعاً فى مجال التوعية الانتخابية. صممت هذه الحقيبة لتلبي احتياجات المجتمع المدني عند التعاون مع الفئات المختلفة في المجتمع المصري. وتتكون حقيبة أدوات التوعية الانتخابية من ثلاثة أجزاء كالتالى:

الجزء الأول: دليل عن كيفية تصميم وتنفيذ حملة توعية ناخبين.

يتطرق الدليل إلي: المفاهيم الأساسية للتوعية، وتحليل وفهم المجتمع مع تحديد المجموعة المستهدفة من الجمهور، وأفضل وسائل الاتصال، وتصميم رسائل التوعية، ووضع خطط المتابعة، والخطط التنفيذية، وتقدير للميزانية الملائمة لأنشطة التوعية الانتخابية.

الجزء الثاني: التشريعات والإجراءات ذات العلاقة بالعملية الإنتخابية

ويتناول معلومات هامة عن مفاهيم الديمقراطية، وهيكل السلطة، والانتخابات في مصر، والقوانين والإجراءات الخاصة بالانتخابات وفقا لآخر التعديلات القانونية. ويهدف هذا الدليل إلى توعية وتثقيف العاملين فى مجال التوعية الانتخابية بالمفاهيم العامة للديمقراطية، والرسائل الأساسية لتوعية الناخبين، والقوانين والإجراءات المنظمة للعملية الانتخابية، بحيث تتوافر لديهم المادة والمعرفة اللازمة لإعداد برامج لتوعية المواطنين وتنفيذها، والرد علي التساؤلات التي تطرأ للجمهور المستهدف.

الجزء الثالث: نماذج من الأنشطة

دليل يضيف إلى حقيبة أدوات توعية الناخبين نماذج من أنشطة توعية الناخبين، حيث يتناول نماذج مقترحة لإعداد اللقاءات مع مختلف الفئات المستهدفة.

ونحن إذ نأمل أن تحقق حقيبة الأدوات أهدافها وتفي باحتياجاتكم وتوقعاتكم. ونود أن نشكر كل من قام بالعمل على تحريرها و مراجعتها معنا من فريق عمل المنظمة الدولية للنظم الإنتخابية فى مصر والاسشاريين والجمعيات الأهلية الشريكة.

فريق عمل المنظمة الدولية للنظم الانتخابية – مكتب مصر 2011

شكر لفريق الإعداد والمراجعة والتحرير:

السيده/ وفاء عطية

السيده/ سامنثا أوكوك

السيد/ شارلز لاشام

السيده/ شيرين ناصف

السيده/ ميس أبوحجاب

السيدة/ يمنى صلاح

الدكتورة/ فدى نصرالله

السيد/ عمر فؤاد عبدالله

الهدف من حقيبة الأدوات

علينا أن نؤكد على أهمية قيام أكبر عدد ممكن من الأفراد بالتصويت حتي تصبح الانتخابات ممثلة بحق لإرادة كل المواطنين، ويكون لها مصداقية. وغالبا ما يقع عبء التحفيز علي الاشتراك في أية انتخابات على عاتق منظمات المجتمع المدني في الدول التي تنخفض فيها معدلات مشاركة الناخبين.

ففي الوقت الذي يعتبر إعلام الناخبين مسئولية السلطة الانتخابية، تقع مسئولية توعية الناخبين علي عاتق كل من السلطة الانتخابية والمجتمع المدني علي حد السواء. كما يمكن لمجموعة متنوعة من الهيئات الحكومية الأخرى أن تلعب دورا في إعلام المواطنين وتوعيتهم. وبينما يمكن للقانون أن يحدد الدور المنوط بالسلطة الانتخابية أو غيرها من الهيئات الحكومية، تستطيع منظمات المجتمع المدني أن تلتزم بتوعية الناخبين و تجعل من المشاركة السياسية جزء من رسالتها.[1]

توفر حقيبة الأدوات بعض الإرشادات لمنظمات المجتمع المدني في تصميم حملات توعية الناخبين وتنفيذها عن طريق عرض أهداف توعية الناخبين، وتحديد الجمهور المستهدف، وتناول الموضوعات والرسائل الأساسية، وأدوات نشر المعلومات واستراتيجياتها، علاوة علي تقديم بعض الإرشادات الخاصة بكيفية تحضير أنشطة توعية الناخبين القائمة على المشاركة وإعدادها. كما توفر موجزا للمعلومات والرسائل الجوهرية.

الأهداف الأساسية لحقيبة أدوات توعية الناخبين :

1. عرض مبادىء توعية الناخبين.
2. عرض المناهج الأساسية في تطبيق برامج توعية الناخبين.
3. عرض للأنشطة المختلفة، واستراتيجيات الاتصال المستخدمة في برامج توعية الناخبين.
4. المساعدة في كيفية تصميم حملات توعية الناخبين .
5. توفير معلومات خاصة برسائل توعية الناخبين.

تم تصميم الحقيبة لتكون جزء من منهج عام لتدريب منظمات المجتمع المدني على وضع خطط لحملات توعية الناخبين وتنفيذها. ويجب استخدام حقيبة الأدوات كإرشادات عامة، كذا يجب أن تعتبر التوصيات، والتدريبات الأساسية مجرد أمثلة. تتميز الإرشادات في هذه الحقيبة بأنها قابلة للتكييف وفقا للسياق الاجتماعي للجمهور المستهدف ولا تعتبر جامدة لا تقبل التغيير.

[1] المصدر: موقع شبكة المعرفة الانتخابية (آيس).

الجزء الأول: دليل تصميم وتنفيذ حملة توعية الناخبين

مقدمة لتوعية الناخبين

تعريف توعية الناخبين؟

تهدف عملية توعية الناخبين إلى التعريف بأهمية الانتخابات وضرورة المشاركة المجتمعية في العملية السياسية؛ فمن خلال التوعية يعرف الناس الأمور المتعلقة بالأحداث الانتخابية وكيفية ممارسة حقهم في الانتخاب، كما يتعرفون على كل ما له علاقة بحقوقهم ومسئولياتهم في العملية السياسية.

وتهدف حملات توعية الناخبين إلى خلق خبرات تسهم في حث المواطنون على المشاركة في الانتخابات، ومساعدتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة عند الإدلاء بأصواتهم.

أهمية توعية الناخبين؟

تعتبر توعية الناخبين أمرا في غاية الأهمية؛ لأن التصويت يعد شكلا أساسيا من أشكال التفاعل بين المرشحين في الانتخابات والمواطن العادي، كذلك تضمن توعية الناخبين تعريفهم بحقوقهم الانتخابية وتمكينهم من ممارستها. قد تثار تساؤلات حول شرعية المؤسسات والزعماء المنتخبين ومدى تمثيلهم الحقيقي للجماهير ما لم يكن الناخبين مستعدون أو يفتقروا لحافز المشاركة في العملية الانتخابية.

وستضطلع حملة توعية الناخبين الشاملة بما يلي:

- تقديم المعلومات الأساسية التي يجب أن تتوافر لدي الناخب حتى يذهب لمركز الاقتراع وهو مستعد للإدلاء بصوته عن معرفة ودراية.
- توفير المعلومات التي تركز علي المواقف والسلوكيات والمعلومات الأساسية التي من شأنها ترسيخ مفاهيم الديمقراطية النيابية في أذهان المواطنين.

بعض أسباب عزوف الجماهير عن المشاركة في العملية الانتخابية:

- الإقتناع بأن الإدلاء بالصوت عند الانتخاب لن يشكل أي فرق.
- الشعور بصعوبة القيام بعملية الانتخاب ولعدم التعود عليها.
- الاعتقاد بأن مردود التسجيل أو التصويت ليس كبيرا أو قريبا.
- عدم الإلمام بالسياسة و الزهد في فهمها أو معرفتها.

المفاهيم الأربعة الرئيسية في حملات توعية الناخبين:

توجد أربعة مفاهيم أساسية في كل حملات توعية الناخبين.

1. الانتخابات والديمقراطية

تعد الانتخابات إحدى الأحداث الرئيسية في الديمقراطيات الحديثة؛ لأنها تمكن المواطنين من التعبير عن رأيهم وتتيح لهم فرصة اختيار الأفراد والأحزاب والسياسات المختلفة.

2. دور الناخبين وحقوقهم ومسئولياتهم

تشكل مشاركة الأفراد في انتخاب الحكومات النيابية ركنا أساسيا في الممارسات الديمقراطية، كما تضمن تمثيل الحكومة للشعب و مسئولية المنتخبين أمامه.

3. صوتك مهم (صوتك يمثل الفرق)

يجب أن يتأكد الناخبون من أن كل صوت له ثقله ووزنه في تحديد الحقوق التي يتمتع بها الحزب أو النائب المنتخب بعد انتهاء الانتخابات سواء بالفوز أو الفشل.

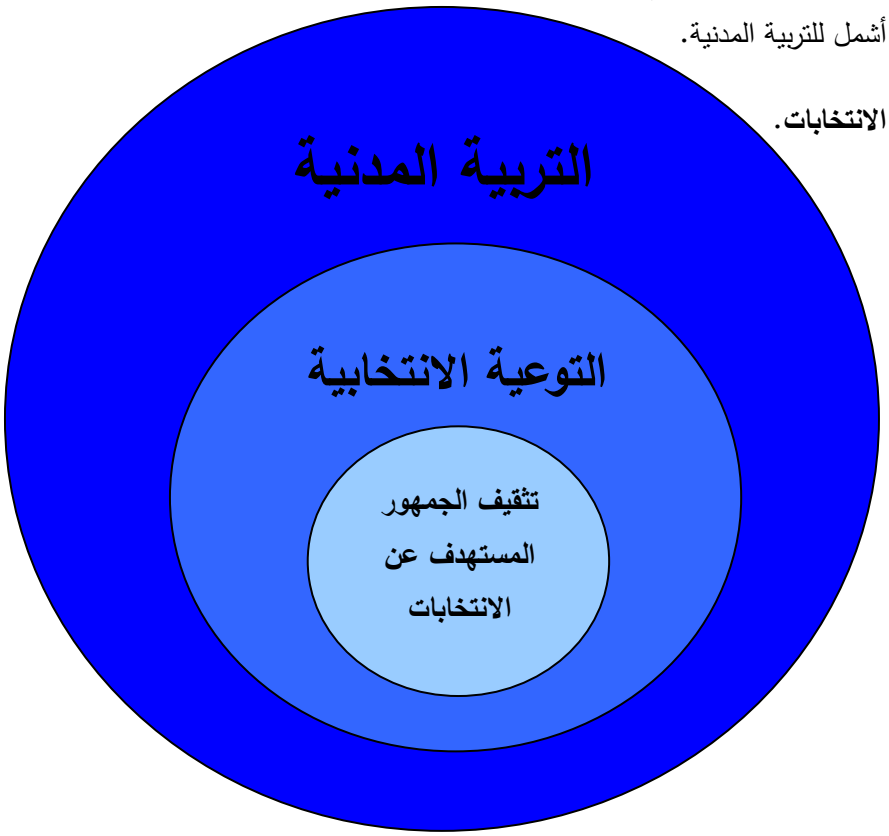
4. سرية التصويت

يتمتع الناخبون بالحماية من: كافة التهديدات ووسائل الترهيب، و أية عواقب سياسية، أو شخصية قد تنجم عن الإدلاء باصواتهم.

ما هو الفرق بين كل من إعلام الناخبين، وتوعية الناخبين، والتوعية المدنية؟

تركز حقيبة الأدوات على تمكين المنظمات من تصميم حملة لتوعية الناخبين وتنفيذها. ومن ثم يجب التمييز بين كل من تثقيف الجمهور المستهدف عن الانتخابات ، وتوعية الناخبين، والتربية المدنية؛ حيث يقع كل نشاط من هذه الأنشطة في إطار أنشطة التوعية الداعمة للانتخابات والديمقراطية. كما تدعم كل من هذه النشاطات بعضها البعض. و يتوجب أن تكون توعية الناخبين أحد مكونات برنامج أشمل للتربية المدنية.

- **تثقيف الجمهور المستهدف عن الانتخابات.**
- **توعية الناخبين**
- **التربية المدنية**



يتم استقاء المعلومات الخاصة بالناخبين من القوانين، أو من المطبوعات، والإعلانات. وتتسم هذه المعلومات بالاتساق على كل المستويات.

تجري برامج تثقيف الناخبين و إمدادهم بالمعلومات الانتخابية قبل الحدث الانتخابي مباشرة، و عادة ما يكون ذلك من خلال فعاليات تقام مرة واحدة فقط، وترمي لتوفير معلومات أساسية وواقعية لتسهيل عملية التصويت. تتضمن هذه المعلومات: تاريخ التصويت ووقته ومكانه ونوع الانتخابات وأوراق تحقيق الشخصية المطلوبة لإثبات الأهلية وآليات التصويت. وتمثل هذه المعلومات الحقائق الأساسية لكل انتخابات ولا تتطلب شرح لمفاهيم أو لأفكار. ويجب العمل على تطوير الرسائل الخاصة بكل انتخابات جديدة. ويمكن أن يتم تطبيق الأنشطة بسرعة (رغم الحاجة للتخطيط المناسب). وفي أحسن الظروف، تكون السلطات الانتخابية مسئولة عن توفير هذا النوع من المعلومات، ولكن في بعض الأحيان الأخري يتطوع المتنافسين في الانتخابات ومنظمات المجتمع المدني للقيام بذلك.

تنصب برامج توعية الناخبين على تحفيز الناخبين، وتأهيلهم للاشتراك بشكل كامل في الانتخابات. وتهدف هذه البرامج إلى تناول معلومات أكثر تعقيدا عن التصويت والعملية الانتخابية، كما تهتم بمفاهيم: مثل العلاقة بين حقوق الإنسان الأساسية وحقوق التصويت، ودور الناخبين ومسئولياتهم وحقوقهم، والعلاقة بين الانتخابات والديمقراطية، والشروط الضرورية لعقد انتخابات ديمقراطية، وكيفية تحويل الأصوات إلى مقاعد. ولا يقتصر دور المشاركين على إقرار الحقائق والوقائع بل يقتضي الإلمام بهذه المفاهيم إلى قيام المشاركين بالبحث والتفسير. ويحتاج تنفيذ توعية الناخبين وقتا أطول في تحضيره لتثقيف الجمهور عن الانتخابات، وفي أحسن الظروف تكون عمليةالتثقيف عملية مستمرة، وغالبا ما تنظم السلطات الانتخابية، ومنظمات المجتمع المدني هذا النوع من البرامج.

التربية المدنية يجب أن تشمل توعية الناخبين، وتعد التربية المدنية عملية طويلة المدى ومستمرة وأوسع نطاقا، وتكون غالبا جزء من المناهج التعليمية وغيرها من البرامج. و تتطرق التربية المدنية إلي المفاهيم الأكثر عمومية والتي تشكل أساس المجتمع الديمقراطي مثل: أدوار ومسئوليات كل من المواطنين والحكومة والمصالح السياسية والخاصة، ووسائل الإعلام الجماهيري، والقطاع الخاص والقطاع الأهلي الذي لا يسعى للربح، بالإضافة إلى أهمية الانتخابات الدورية التنافسية. ولا تتوقف التربية المدنية عند توعية المواطن فحسب، ولكن تحفزه علي المشاركة في شتى مناحي أنشطة المجتمع الديمقراطي. و تعتبر التربية المدنية عملية مستمرة غير مرتبطة بالدورة الانتخابية. [2]

مفاهيم أخرى وثيقة الصلة:

الاتصال الجماهيري: هو مجموعة من البرامج تزيد من فهم الجمهور ومشاركته في العملية الديمقراطية.

الحقوق الانتخابية: هى مجمل الحقوق التي يمارسها المواطن في الانتخابات بما في ذلك الحق في التصويت والترشح في الانتخابات.

مبادئ توعية الناخبين

---

[2] *المصدر: وحدة بريدج التدريبية*

لا تعتبر توعية الناخبين تثقيفا سياسيا، وإنما هى نشر للمعلومات بدون أي تأثير أو تحيز سياسي. ويجب مراعاة المبادئ الإرشادية المتمثلة في العمومية والحياد والوضوح عند تنفيذ برنامج توعية الناخبين.

العمومية : تعني تطوير إستراتيجية تشمل كافة المعنيين.

الحياد: هو عدم تضمين المعلومات لمناهج الأحزاب المختلفة، أو المفاهيم منحازة لأي حزب.

الوضوح: يجب أن يكون التكليف محددا بوضوح وأن تكون الرسائل واضحة بلا أي غموض.

يتوجب عرض كل المعلومات والمواد بطريقة محايدة وبدون انحياز أو محاباة لأي من الأحزاب السياسية أو لمرشح دون آخر.

ينصح بأن يوقِّع القائمين بتوعية الناخبين علي مدونة سلوك تضمن الحيادية وعدم الانحياز.

قائمة الأمور الواجب التحقق منها

- **تتضمن مفاهيم توعية الناخبين:**

– الانتخابات والديمقراطية.

– أدوار المواطنين في النظام الديمقراطي ومسئولياتهم.

– أهمية كل صوت انتخابي.

– سرية التصويت.

- **مبادئ حملة توعية الناخبين يجب أن تتسم بالآتي:**

–العمومية.

–الحياد.

–الوضوح.

إرشادات تصميم حملة لتوعية الناخبين وتنفيذها:

يناقش هذا القسم الخطوات الأساسية في تصميم حملة لتوعية الناخبين وتنفيذها، وتقديم المعلومات النظرية مثل: التعريف بالأهداف الإستراتيجية، وتحديد الجمهور المستهدف، وضع الخطط للعمليات، وتقييم حملات توعية الناخبين.

وحتي يمكن تخطيط حملة لتوعية الناخبين وتنفيذها ، يجب اتباع الخطوات التالية:

1. فهم المجتمع الذي تستهدفه الحملة.

تصبح أية حملة توعية ناخبين فعالة عندما تنبع من فهم واضح لاحتياجات المجتمع أو المجموعة المستهدفة. وتبني دراسة تقييم الاحتياجات بما يلي:

- تحديد احتياجات المجتمع.
- ترتيب أولويات احتياجات المجتمع.
- تصميم الأنشطة على أساس هذه الاحتياجات.
- تعبئة المجتمع للعمل وفقا لاحتياجاته.

2. تحديد الجمهور المستهدف.

3. تحدد الأهداف.

4. تحديد الموضوعات الرئيسية والرسائل الأساسية للحملة.

5. اختيار إستراتيجية التواصل والمواد المستخدمة فيه.

6. تنفيذ الحملة.

7. متابعة البرنامج وتقييمه.

يلزم توضيح هدف الحملة؛ فعلى سبيل المثال يجب أن تؤكد على أن ما تقوم بتنفيذه هي حملة لتوعية الناخبين، وتعريف الناس بالأحداث الانتخابية المقبلة، وكيفية الإدلاء بالأصوات، والسبب في أهمية مشاركتهم فيها. و أخيرا يجب التشجيع على المشاركة في الأحداث الانتخابية القادمة.

1. فهم المجتمع المستهدف بالحملة:

قبل البدء في الحملة يلزم فهم البيئة الانتخابية والمجتمع المستهدف فهما جيدا.

1. يجب فهم الخصائص السكانية للمجتمع المستهدف، ويشمل ذلك:

- المنطقة السكنية.
- عدد سكان المنطقة.
- سمات المجتمع.
- مستويات التعليم والأمية.

2. تقييم البيئة السياسية والاجتماعية للجمهور: من حيث معدلات مشاركة الناخبين السابقة حتى يتم تحديد مستوي الوعي بأهمية الانخراط في الانتخابات وذلك يقتضي تحديد مستويات المعرفة والمفاهيم السائدة بين الناخبين، كما يجب تحديد موقفهم من الانتخابات والتصويت علاوة علي القضايا الأكثر أهمية بالنسبة لهم.

3. تقدير الموارد المادية والبشرية المتاحة لدعم الحملة:

يلزم إجراء تقدير للاحتياجات كوسيلة لفهم الجمهور المستهدف ولتحديد احتياجات القائمين على البرنامج.

و يعد تقييم الاحتياجات عبارة عن تحليل للجمهور بهدف تحديد الجوانب الخاصة بمعرفة: الأفراد أو مجتمعهم أو مهاراتهم أو مصالحهم أو مواقفهم أو قدراتهم أو كل هذه الأمور مجتمعة؛ فتعتبر هذه العناصر وثيقة الصلة بموضوع أو هدف الحملة. وتعتبر الاحتياجات عبارة عن فجوات فهي المسافة بين ما هو متوفر حاليا وما يجب توفيره فيما يخص ما سبق ذكره.

يكون لإجراء تقدير للاحتياجات مستويين: أولا يجب تحديد احتياجات المجتمع، ثانيا تحديد احتياجات مصممي البرنامج وميسريها حتي يتمكنوا من فهم الجمهور المستهدف و التفاعل معه.

يلزم تقييم الموقف في المجتمع أو المنظمة بدقة حتي يمكن اتخاذ القرارات المتعلقة بالموارد العامة أو الخاصة، كما يجب أن يظهر تقييم الاحتياجات كافة الاحتياجات المعروفة للمجتمع المستهدف ويسجلها، و كذا يفيد تقييم الاحتياجات في إشراك الجمهور في حل المشكلات ووضع الأهداف.

في حالة انخفاض مشاركة الناخبين على سبيل المثال، يتوجب فهم الأسباب الكامنة وراء هذه الظواهر سواء أكانت:

- نقص في المعلومات.
- قصور الدافع.
- قلة الاهتمام.
- انعدام المنافسة الانتخابية.

تعد كافة الظواهر سابقة الذكر شديدة الأهمية لذا يجب قياسها. فلو تبين أن قصور الدافع هو العامل المؤثر في انخفاض مشاركة الناخبين في التصويت، لزم التركيز على فهم الجمهور المستهدف بشكل واضح حتي يمكن تصحيح هذا الوضع.

و حتي يمكن ضمان اعتراف الحملة بهذه الاحتياجات وتناولها، يجب التوصل لفهم واسع لطبيعة الجمهور المستهدف كالتالي:

المعرفة	مدى معرفة الجمهور المستهدف للموضوعات والأحداث الانتخابية المرتبطة بهم؟ هل هم على دراية بمفاهيم الانتخابات مثل "التصويت سري "؟
الخبرة	هل لديهم خبرة سابقة في المشاركة في الانتخابات؟
الأدوات والأساليب	ما هى الخبرة الانتخابية السابقة المتوفرة لدى الجمهور؟ ما هى المهارات الانتخابية المتوفرة لديه ؟
الفوائد	ما هي الفوائد التي تعود على الشعب من التوعية الانتخابية؟
المواقف والتحيزات	ما هي المواقف والتحيزات التي لدى الجمهور حيال موضوع العملية الانتخابية؟ ما هي أفضل المناهج لتوعية هذه الفئة من الناخبين؟
القدرة على	هل توجد أية عوامل تؤثر فى القدرة على الوصول للحملات، أو

المشاركة الفعلية سواء بالحضور أو التعامل	أدوات توعية الناخبين؟
المجتمعات	هل توجد سمات معينة خاصة بالمجتمع؟

يجري عمل تقدير للاحتياجات المهمة في المجتمع المستهدف لتعريف الميسرين العاملين في مجال توعية الناخبين بها من أجل فهم الاحتياجات المتوقعة للجمهور ودراستها.

وعند تقييم الاحتياجات يتوجب تحديد الأسئلة التي يجب أن تطرح وكيفية استخدام هذه المعلومات، كما يلزم التأكد من الموارد المتاحة لتنفيذ هذا التقدير.

يجب أن تتضمن المفاهيم التي يتم التركيز عليها بهدف التوصل لفهم أفضل للجمهور المستهدف ما يلي:

تـذكر أنـك بوصـفك منظمـة غيـر حكوميـة أنت تعرف الكثير عن الجمهـور المسـتهدف. لا تقلـل مـن أهميـة المعلومـات التـي تعرفها بالفعل.

- الاعتراف بالتنوع بين الناخبين وبأن هؤلاء الناخبين غير متشابهين؛ لأن عوامل مثل التعليم، والدين والخبرات، وغيرها من شأنها أن تخلق فروقا داخل المجموعة السكانية الواحدة.
- لما كان الناخبين متنوعين وجبت دراسة كيفية استقصاء المعلومات حتي يمكن فهم أولوياتهم ومعرفتهم بالنظام الانتخابي.
- يلزم قياس مستوى المعرفة والتوقعات والمزاج العام للناخبين حيال العملية الانتخابية.
- فهم دوافع الناس عند التصويت: ماذا يدفعهم للتصويت بهذا الشكل؟
- معدل مشاركة الناخبين: يلزم الانتباه لمستويات المشاركة، وخاصة بين الفئات العمرية المختلفة للشباب والنساء والرجال، حتي يمكن فهم أسباب الامتناع عن التصويت.
- قياس مدي معرفة الناخبين، وتقدير المعلومات التى ما زالوا في حاجة لمعرفتها لكي يشاركوا في العملية الانتخابية.
- التعرف علي كيفية حصول الناخبين على المعلومات، وأفضل طرق لنشر المعلومات و تداولها.
- ماذا يؤثر على قرارات الناخبين؟ هل هم المدرسون أم أفراد الأسرة أم غيرهم؟ بمن يثقون؟ و من هم القدوة؟ ماذا يشغلهم ويهمهم؟
- ما هي أفضل توقيتات التواصل معهم؟

يعتبر جمع المعلومات والبيانات الدقيقة الكاملة عن الجمهور المستهدف من الأمور الأساسية حتى ينجح تقييم الاحتياجات. و توجد طرق كثيرة لإجراء تقييم الاحتياجات ولكل منها مزاياه وعيوبه ووفقا للوقت والموارد المالية واللوجستية المتاح.و يمكن إجراء تقييم الاحتياجات باستخدام أي من الأساليب التالية:

- مراجعة البيانات الموجودة: الاستفادة من البيانات الموجودة لمعرفة ميول الجمهور المستهدف وتوجهاته.

- استطلاع التوجهات: جمع المعلومات من عينة ممثلة لسكان المجتمع. وتُجمع البيانات عن طريق إجراء المقابلات الشخصية والمسوح التليفونية، وتوزيع استمارات الاستبيان... إلخ.

- جمع المعلومات من الأشخاص المؤثرين بالمجتمع: تحديد صناع القرار والقادة المجتمعيين ذوي الدراية الجيدة بالمجتمع الذين يستطيعون تحديد الاحتياجات والأمور ذات الأولوية بدقة.

- اللقاءات الشعبية: عقد اجتماعات عامة يناقش فيها المشاركون بعض الاحتياجات التي تواجه المجتمع والاحتياجات ذات الأولوية وما يمكن عمله حيالها.

- تنظيم **مجموعة بؤرية Focus Groups**: اختيار مجموعة من الناس يتراوح عددهم ما بين 7–10 أشخاص على أساس ما يتمتعون به من مهارات أو خبرة أو وضع خاص، ثم تطرح عليهم مجموعة من الأسئلة عن الموضوعات أو القضايا ذات الصلة لجمع آراءهم.[3]

ملحق 1 – عينة من مسح أجري لتوعية الناخبين.

لا يجب أن يبدأ دائماً تقييم الاحتياجات من الصفر، فغالبا ما يتوفر لدى المنظمات الخبرة، والرؤية، والمعرفة المتراكمة و التي ستمثل إضافة إلى إدراك كلما سبق من المفاهيم.

موجز:

- يجب فهم المجتمع المستهدف قبل بدء الحملة.

- يلزم التعرف علي الموارد والمهارات المتاحة في المجتمع.

2. تحديد جمهور الحملة المستهدف

لمن تريد أن تصل؟

عادةً ما تؤثر توعية الناخبين على مجموعة متنوعة من الجماهير. وتهدف حملات توعية الناخبين للتأثير علي كافة الناخبين المؤهلين في الظروف التالية:

- أي حدث انتخابي (انتخابات مجلس الشعب..الخ).

- تغييرات في القواعد والنظم الانتخابية.

- عدم الدراية بالعملية الانتخابية.

- عدم مبالاة الناخبين (انخفاض معدلات مشاركة الناخبين بشكل عام).

---

(3) المصدر: www.extension.iastate.edu

يلزم تحديد المجموعات أو الفئات المختلفة من الجمهور من أجل تعظيم المردود والآثار المتوقعة للأنشطة، ثم يجب ترتيب أولويات الجمهور المستهدف بعد تحديدها.

يجب تحديد الجماهير المستهدفة وفقا للمجموعات الاجتماعية لأن لكل جمهور مستهدف مستويات مختلفة من المعرفة، واهتمامات متنوعة، وخبرات مختلفة باختلاف مستويات تعليم، وهو ما يستلزم إتباع مناهج مختلفة كما سيوضح لاحقاً.

يلزم ترتيب الجماهير المستهدفة وفقا للأولوية لأن ضيق الوقت و نقص الموارد تقتضي تحديد المجموعات الأكثر حاجة لجهود توعية الناخبين؛ لذا يجب أن توجه برامج التوعية بشكل أكبر للمجموعات التي ينخفض فيها معدلات المشاركة.

يجب تحديد الأفراد أو المؤسسات ذات النفوذ ويمكن أن يكون لها أثرا مضاعفا .

يمكن تحديد الجماهير المستهدفة عن طريق ترتيبهم من المهم فالأهم باستخدام الأسئلة التالية:

- أي فئة من الجماهير المستهدفة لها الأولوية في تحقيق الهدف؟
- أي فئة من الجماهير المستهدفة يمكن الوصول إليها والتأثير فيها بسهولة؟
- أي فئة من الجماهير المستهدفة أكثر ارتباطا بالموضوع حسب تقييم الاحتياجات؟
- أي فئة من الجماهير المستهدفة أكبر بما يكفي لتبرير التدخل بحملة للتوعية؟
- أي فئة من الجماهير المستهدفة تعتبر الأكثر تميزا؟

يمكن تصنيف الجمهور المستهدف إلى الفئات الآتية:

- الناخبون الشباب ومن يصوتون لأول مرة.
- المجموعات التي لم تشارك في الانتخابات السابقة.
- النساء.
- شباب المناطق الحضرية.
- سكان المناطق الريفية.

يمكن أيضا تحديد الجمهور المستهدف عن طريق تصنيفهم كمجموعات ذات احتياجات الخاصة أو احتياجات خاصة فى صياغة المعلومات. وهذا يتضمن:

- الأميون.
- سكان المناطق الريفية.
- ذوي الاحتياجات الخاصة أو الإعاقات.
- جماعات عرقية معينة.

- الأقليات.

بعد تحديد الجمهور أو الجماهير المستهدفة ثم ترتيبها وفقا للأولويات. و يجب دارسة مستوى: الوعي و الاهتمام والمعرفة والإدراك السلبي أو الإيجابي والمشاركة المتوقعة في الأحداث الانتخابية. وسيساعدك هذا على تحديد الموضوعات الأساسية التي ستتناولها مع هذا الجمهور بعينه والرسائل الأكثر ملائمة بالنسبة له.

و يجب دراسة الجمهور المستهدف وفهم العناصر الرئيسية التالية:

- موارد المعلومات.
- الأشخاص والظروف المؤثرة على القرارات.
- أهل الثقة.
- المخاوف والهموم المشتركة.
- أفضل الأوقات والأماكن للوصول إليهم.

يمكن في معظم الحالات الاستفادة من معرفة الجمعية والخبرة السابقة لموظفيها بالمجموعة المستهدفة في تحديد هذ العناصر الرئيسية. و يمكن أيضا الرجوع إلى التقييم الأصلي للاحتياجات.

من المفضل أيضا استكمال هذه الاستمارة والتحقق منها عن طريق إجراء مسح بسيط، أو توزيع استمارات استبيان، أو عقد مجموعات بؤرية صغيرة، حيث لا تحتاج هذه الأنشطة إلي ميزانيات أو موارد كبيرة. يلي جمع كافة المعلومات، وإعداد خريطة للمناطق تبين أعداد الناخبين المتوقعين ومواقعهم وتحدد كيفية الوصول للجماهير وعدد الأشخاص المستهدفين، ويحدد ذلك بدوره عدد ميسري توعية الناخبين لكل منطقة بعينها وأماكنهم.

ولا يمكن لأية حملة أن تشمل كافة فئات الشعب، لكن يمكن التخطيط لحملة باستخدام الأثر المضاعف. أي أن استهداف عدد (س) من الناس ليقوموا بنقل الرسالة إلى عدد (ص) من الناس.

ملخص:

- تحديد الجمهور المستهدف، وترتيب أولوياته.
- فهم الجمهور المستهدف.
- عمل خريطة للجمهور المستهدف.

3. تحديد أهداف حملتك

إنه من الأهمية بما كان عند وضع أهداف برامج توعية الناخبين أن يوازن حوار ميسري توعية الناخبين بين ما يهدف إليه ميسري توعية الناخبين وبين توقعات الجمهور المستهدف، و بالرغم من أنه من المستحسن وجود مشاركة مجتمعية عند وضع أهداف الفعاليات التعليمية الخاصة بالمجموعات الصغيرة فإن ذلك عادة لا يتاح بشكل دائم، ومن ثم يجب أن تعبر الأهداف الموضوعة عن أفضل فهم ممكن لاحتياجات الجمهور المستهدف.

يجب أن تتسم الأهداف بعد تحديدها بما يلي – معايير جودة الأهداف SMART:

التحـــــديد : يجب أن تكون الأهداف واضحة، ومحددة و ملائمة لما تسعى حملة التوعية لتحقيقه.

القابلية للتقييم: يجب أن تكون الأهداف قابلة للتقييم لمعرفة مدى النجاح في تحقيقها.

القابلية للتحقيق: هل الأهداف التي وضعتها يمكن تحقيقها والوصول إليها؟

الواقعيـــــة: هل الموارد المتاحة كافية لتحقيق الأهداف بشكل واقعي؟

التقيد بوقت معين: يجب أن تكون الأهداف مرتبطة بالفترة الزمنية الموضوعة لحملة التوعية.

لا يمكن قياس زيادة مشاركة الناخبين في غياب حملة توعية للناخبين وعدم توفر الإحصائيات الخاصة بالناخبين.

نضرب فيما يلي أمثلة على الأهداف:

- حصول 2000 رجل من الفئة العمرية ما بين 20 – 30 عاما على بطاقات تسجيل قبل نهاية عملية التسجيل القادمة.
- إلمام 40 ألف امرأة من الجمهور المستهدف بكل المعلومات الفنية الضرورية التي يحتاجوها ليتمكنّ من ممارسة حقهنّ في التصويت.

ملخص:

- يجب تحديد الأهداف بناء على فهم احتياجات المجتمع ومعارفه ومواقفه وسلوكه حيال العملية الانتخابية.
- يجب أن تكون الأهداف محددة، وقابلة للتقييم و للتحقيق كمايجب أن تتسم بالواقعية و تكون قابلة للتنفيذ في زمن معين.

4. الموضوعات والرسائل – إعداد المحتوى: تحديد الموضوعات الرئيسية والرسائل الأساسية للحملة

1.4 الموضوعات الرئيسية:

يجب توفير معلومات معينة للمواطنين لكي يتمكنوا من المشاركة بفعالية في كل مرحلة من مراحل العملية الانتخابية؛ ولذا منذ بداية الحملة، يجب تحديد الموضوعات الرئيسية التي ستكون تركز عليها حملتك لتوعية الناخبين. وتتضمن مراحل العملية الانتخابية ما يلي:

- **مفاهيم توعية الناخبين الأساسية:**
  - الانتخابات والديمقراطية.
  - دور الحكومة ومهامها بما في ذلك الإدارة المحلية.
  - أدوار الناخبين ومسئولياتهم وحقوقهم.
  - دور المواطنين في الحكم بما في ذلك أهمية الانتخابات.
  - مفهوم المواطنة، وأهميته في عملية صنع القرار.
  - حقوق المواطنين في المشاركة في العملية السياسية ومسئولياتهم.

- أهمية الانتخابات.
- مفهوم الانتخابات الحرة النزيهة.
- أهمية المشاركة والتصويت.

- الانتخابات: إطارها القانوني، وأطرافها:
  - **الإطار القانوني :**
    - الدستور وقوانين الانتخابات.
    - النظام الانتخابي والعمليات الانتخابية.
    - كيف تترجم الأصوات إلى مقاعد؟.
  - **أطراف العملية الانتخابية:**
    - المبدأ: المرشحون والناخبون.
    - سلطة الانتخابات.
    - الأحزاب السياسية.
    - وكلاء – وكلاء الأحزاب السياسية و وكلاء المرشحين المستقلين.
    - مراقبو الانتخابات سواء المحليين أو الدوليين.
    - وسائل الإعلام.
    - حقوق ودور ومسئوليات المرشحين والكيانات السياسية في الانتخابات.
      - دور الكيانات السياسية والمرشحين.
      - حقوق ومسئوليات الكيانات السياسية والمرشحين.
      - مدونة السلوك للأحزاب السياسية.
    - حقوق الفاعلين الآخرين في الانتخابات ودورهم ومسئولياتهم: وسائل الإعلام والمراقبين والقضاء.
    - دور المواطن.
- **الانتخابات: عملية الانتخابات**
  - **الترشيح**

- تشكيل وتسجيل واعتماد الكيانات السياسية والتحالفات والمرشحين.
- ترشح المرشحين واعتمادهم: من يمكنه الترشح؟ وكيف يترشح؟
- الشكاوى/الالتماسات: الطعون والاعتراضات (توقيت وأماكن و أسلوب قديمها والمدة القانونية لتقديمها وقرارات البت النهائي فيها).
- العضوية في الكيانات السياسية وبرامجها.
- دور الكيانات السياسية خلال كل مرحلة من مراحل العملية الانتخابية التي تشمل: التسجيل وفترة الحملة والانتخابات وما بعد الانتخابات.

- **الاقتراع:**

- ما هو نوع الانتخابات الجارية؟
- أين ومتى وكيف تقدم الوثائق المطلوبة للتصويت؟
- أهمية التصويت.
- كيف تدلي بصوتك في ورقة الاقتراع؟
- سرية التصويت.
- المخالفات والعقوبات.
- الشكاوى والالتماسات.
- دور المراقبين ووكلاء الأحزاب السياسية.

- **العد**

- الأصوات الباطلة.
- عمليات العد والفرز في مختلف المستويات.
- إعلان النتائج والفائزين.
- قبول النتائج.

تضاف لكل نوع من الانتخابات مجموعة من الرسائل التي تلاءمها، ويجب إعطاء الأولوية لموضوعات بعينها وفقا لطبيعة الجمهور المستهدف، والمرحلة الانتخابية، ومدة النشاط الذي تقوم به، ومرات تكراره.

2.4 الرسائل

تعتبر الرسالة الإطار الذي يتم من خلاله زيادة الوعي بمشكلة أو بموضوع معين، وتوعية الجمهور المستهدف به وحثه على اتخاذ الخطوات اللازمة ألا و هي التصويت، و من ثم يجب تطوير الرسائل بطريقة لا تقتصر على التفاعل مع الجمهور فحسب وإنما تقوم بتحويل المفاهيم والقوانين والواجبات إلى أفكار وأمور واقعية ذات علاقة بحياته اليومية.

تُستقى المعلومات المحفزة للجمهور المستهدف من واقع احتياجاته

تتجمع الرسائل بين المعلومات الواقعية والمعلومات المحفزة ، وتستقى كل المعلومات الواقعية من الدستور والقوانين واللوائح وغيرها من الوثائق القانونية. و يجب أن تفسر الرسائل المعلوماتية الوقائع وتؤكد على العلاقة بين الوقائع والناخبين. تتطلب الرسائل المعلوماتية احترام الوثائق الرسمية والتأكد من صحة كل معلومة من المعلومات.

يطفي الإطار القانوني على المعلومات سمة الواقعية

يجب أن تكون صياغة الرسائل المحفزة بشكل يؤثر في العواطف والمشاعر حتى يحث الجمهور المستهدف على تحقيق النتيجة المرجوة. ويجب وضع رسائل خاصة تخاطب كل جمهور مستهدف على حدة، كما يجب وضع رسائل عامة لكافة الجماهير المستهدفة. و يجب أن تكون الرسائل متنوعة جاذبة لاهتمام المواطنين وذلك في حدود التمويل لمتاح وحسب مدة الحملة الانتخابية.

يجدر أن نتذكر عند إعداد رسائل الحملة أن التعليم مرتبط بالتغيير فلا يقتصر الأمر على مجرد طرح رسائل على المجتمع لكن يظل إحداث تغير في: المعرفة أو السلوك أو المواقف هو التحدي الذي يواجهنا عند صياغة الرسائل الفعالة.

فهم الجمهور المستهدف

يجب عليك تطوير الرسائل المناسبة لإحداث التغير المطلوب في السلوكيات والمواقف بناء على فهمك للجمهور المستهدف. ويجب أن تذكر عند تصميم الرسائل أنها موجهة لجمهور مستهدف بعينه وليس للجماهير بشكل عام.

يجب أن يعتمد المحتوى على جذب الناس وإقناعهم على أسس منطقية وعاطفية حتى تجد الرسالة طريقها إلى عقول وقلوب الجماهير مما يحملهم على اتباع السلوك المطلوب (المشاركة والتصويت فى الانتخابات).

لكي تصبح الرسالة فعالة يجب أن يتسم المحتوى والأسلوب بما يلي:[4]

الحرص علي جذب الانتباه	احرص علي جذب الانتباه و التميز عن الآخرين.
مراعاة الوضوح	يجب أن تكون الرسالة بسيطة، ومباشرة. فلن يتذكرها الجمهور المستهدف ما لم يفهمونها.

[4] المصدر: تدريب على تطوير الرسائل –مكتب أيفس – العراق

توضيح الفائدة	لا يجب افتراض ما يعرفه الجمهور المستهدف. يجب أن توضح الرسالة المردود الإيجابي لتصويتهم.
التكرار مفيد	يعد التكرار وسيلة تعلم فعالة؛ لذا فمن المستحسن إعادة نفس الرسائل مرارا وتكرارا في مختلف وسائل الإعلام.
مخاطبة العقل والقلب معا	لا يقتصر التواصل الفعال على عرض المبررات العملية فقط بل يجب أن يخاطب العواطف أيضا.
خلق حالة من الثقة	لن يقتنع الناس بأفكارك ما لم يثقوا بك.
الحث علي القيام بالتصويت	اطلب من الجمهور المستهدف أمورا معينة فإذا كنت تتحدث الى جمهور كبير على سبيل المثال، اطلب ممن سيذهبون لإستخراج بطاقاتهم الانتخابية أن يسجلوا أسماءهم بالدفتر لديك..الخ.

يجب أن نضع في الاعتبار الاحتياجات المحددة للمجتمع والطبيعة السياسية للرسائل عند صياغة الرسائل.

عناصر الحملة

توجد ثلاثة عناصر أساسية للحملة، علينا الاسترشاد بها عند صياغة الرسائل:

1. **شرح الموضوع:** يركز هذا العنصر على الرسائل التعليمية والإخبارية. تقوم هذه الرسائل بشرح قانون الانتخابات و مفوم المحاسبة ونتيجة الانتخابات.

2. **شرح المبرر:** يركز هذا العنصر علي حث السكان على المشاركة في العملية الانتخابية. وتركز هذه الرسائل على المعلومات المحفزة وشرح القضايا والمنافع والعملية برمتها.

3. **شرح نظام التصويت:** يركز هذا العنصر على المعلومات التقنية الضرورية لشرح نظام التصويت سواء أكان النظام تمثيلا نسبيا أو قائمة مفتوحة أو أي نظام آخر مع تقديم شرح لكيفية التصويت.

الجداول الزمنية والرسائل

لا تفترض أن الناخب لديه ما لديك من معلومات.

ستقوم بصياغة وإعداد رسائل مختلفة لكل موضوع.

تتنوع الرسائل التي يجري إعدادها وصياغتها من رسائل عامة لتوعية الناخبين إلى رسائل خاصة تختلف بقرب حلول يوم التصويت، و لكن يجب تكرار رسائل مشتركة طوال الحملة. ومن ضمن الرسائل التي يجب تكراراها كثيرا علي سبيل المثال "صوتك سري ولن يعرف أحد لمن أدليت بصوتك" أو "التصويت مهم".

اختبار الرسائل والمواد

تخضع الرسائل التي أعددت للاختبار لمعرفة مردودها على متلقي الرسالة؛ حيث وضع اختبار للرسائل لتحديد ما إذا كانت الرسالة مناسبة، وفعالة، ومفهومة للجمهور المستهدف، ويسبق إجراء هذا الاختبار إنتاج أية رسالة في شكلها النهائي وتوزيعها.

يحدد الاختبار ما يلي:

- درجة وضوع الرسالة.
- درجة فهم الجمهور المستهدف لها، و مدى قدرة ميسري توعية الناخبين علي توصيلها.

وسيؤدي الاختبار أيضا إلى الآتي:

- زيادة فرص نجاح الرسالة في تحقيق أهدافها.
- توفير فرصة لتوفير مواد جذابة شكلا ومضمونا للجمهور المستهدف.
- الحصول على تغذية راجعة من المواطنين عن الأفكار والرسائل المطروحة.
- المساعدة على إزالة الحاجز بين القائمين علي عملية إعداد الرسائل وصياغتها والجمهور المستهدف.

كيف يمكن اختبار الرسائل والمواد؟

تكثر طرق اختبار الرسائل والمواد، و يعد أكثرها شيوعا المجموعات البؤرية، و قد تختلف نتائج اختبار الرسائل في المجموعات البؤرية عن الاختبار الذي يجري على عينة من مجموعة مستهدفة أو عن نتيجة الاختبار الذي نقوم به في المكتب أو مع الأصدقاء أو مع الجيران.

و يجب اختبار الرسائل والمواد عدة مرات طوال فترة إعدادها وصياغتها، كما يجب تضمين فترة اختبار المواد ضمن الجداول الزمنية الموضوعة لتوعية الناخبين.

سيجنبك إجراء اختبار للرسائل والمواد اقتراف الأخطاء أو إنتاج رسائل غير مناسبة أو غير واضحة.

تذكر أن المواد والرسائل التي تعدها يجب أن تخلف أثرا فى المجتمع المستهدف.

5. اختيار استراتيجية التواصل والمواد المستخدمة فيها -- طرق التواصل

يجب أن تتأكد عند إعداد حملة لتوعية الناخبين من أن التكلفة المادية للاستراتيجية أو الاستراتيجيات التي وقع الاختيار عليها مناسبة وأنها أكثر الوسائل ملائمة للوصول للجمهور المستهدف.

خطوات حول كيفية التصويت

تذكير: يمكن استخدام الكثير من الاستراتيجيات في حملة توعية الناخبين، و لكن بما أن الاستراتيجية أو الاستراتيجيات يجري اختيارها حسب الجمهور المستهدف وقدرات الجمعيات، تتباين الاستراتيجيات والحملات فيما بين الجمعيات؛ فتوجد مثلا بعض الجمعيات القادرة على الاستعانة بفريق كبير من ميسري توعية الناخبين ممن لديهم القدرة على تنفيذ أنشطة مباشرة مع المواطنين وجها لوجه، بينما تركز جمعيات أخرى على الأنشطة الإعلامية.

يمكن تقسيم الاستراتيجيات بشكل عام إلى عدة مجموعات يمكن دعمها عن طريق العديد من الأدوات والمنتجات:

أ. الأنشطة التي تجري وجها لوجه

تضم هذه الأنشطة من عشرة إلى ثلاثين مشارك، ويقوم بتيسير إجراءها ميسر مدرب على توعية ناخبين؛ حيث يستخدم ميسر توعية الناخبين في المنظمات غير الحكومية حامل أوراق القطع الكبير (الفليب تشارت) للاستعانة به في العرض، ثم يقوم بتنظيم جلسة أسئلة وإجابات مما يساعد المشاركين على التعلم بطريقة ايجابية عن طريق الحديث ومشاركة الآخرين بدلا من الاستماع للميسر فحسب. وتعتبر الأنشطة التي تجري لوجه فعالة جدا مع الناخبين الريفيين، أو الأقل تعليما ومع الناخبين ذوي الخبرة الانتخابية المحدودة. يجب تدعيم الرسائل الموجودة في العرض الذي يقدمه الميسر بوسائل بصرية مثل الكتيبات و الإعلانات والملصقات التي تحمل الرسائل الأساسية.

وتسمح الحملة الجيدة بعمل أنشطة متنوعة مع نفس الجمهور المستهدف؛ مثالا علي ذلك أن تنفيذ نشاط لمناقشة تسجيل الناخبين، ثم أنشطة متابعة يتضمن مناقشة المرشحين وعملية الاقتراع والعد.

ب.الأنشطة الجماعية

يمكن تنظيم أنشطة في الأماكن العامة مثل الحدائق والأسواق. وتهدف هذه الأنشطة إلى تذكير كل المواطنين المؤهلين للانتخاب بمكان الانتخاب وموعده كيفية التصويت، كما تسمح تلك الأنشطة بنشر المعلومات المهمة للناخبين بسرعة خاصة مع اقتراب يوم الانتخاب. وتوفر هذه الأنشطة أيضا فرصة لنشر المواد.

المحاضرات والندوات والجلسات الإرشادية القصيرة

عادة ما تخاطب هذه الأنشطة الجمهور المتعلم؛ وتكون وسيلة لإيصال معلومات محددة أو مواد أساسية تتعلق بموضوع أو قرار أو سياسة بعينها. ولا تحتاج لكثير من التفاعل بين المتحدثين والمشاركين، كما تتسم بقصر فترتها الزمنية، وتوزع أثنائها الكتيبات أو أية مواد مكتوبة أخرى كما تفرد فيها فترة للأسئلة والأجوبة.

نماذج محاكاة الانتخابات وكيفية الإدلاء بالصوت في بطاقة الاقتراع

يعد إجراء نماذج محاكاة للانتخابات سواء في المدارس أو في المجتمع وسيلة فعالة للانخراط في السياسة باستخدام الخبرة المباشرة. و يجري ميسرو توعية الناخبين –قبل الانتخابات بأربعة إلى ستة أسابيع– محاكاة للانتخابات حتى يتعرف الناس على إجراءات الاقتراع وكيفية الإدلاء بالصوت في ورقة الاقتراع، كما يمكن أن تبين عملية محاكاة الانتخابات للمجتمعات أهمية التصويت والنظام النيابي والاشتراك في الانتخابات.

الزيارات المنزلية :

يمكن أن يقوم ميسرو توعية الناخبين بالزيارات المنزلية للمواطنين حتي يتحدثوا مع أفراد الأسرة بشكل ودي، ويوزعوا مواد توعية الناخبين عليهم.

الاجتماعات والفعاليات التي تجري في الهيئات الدينية أو المجتمعية:

يمكن أن يوفر عقد الاجتماعات في الهيئات الدينية فرصة لرجال الدين أو القادة المجتمعيين لنقل الرسائل التي تعطي للناخبين معلومات هامة.

دمج أنشطة التوعية في أنشطة الأخرى:

تعد الأنشطة المباشرة التي تنظمها بعض الجمعيات النسائية المحلية مثالا علي ذلك؛ حيث يمكن دمج أنشطة التوعية فيها أو استغلال تجمع السيدات فى هذه الأماكن لتقديم رسائل التوعية الانتخابية لهن.

الفعاليات الفنية والثقافية:

تتنوع الفعاليات الفنية والثقافية، وتعتبر من استراتيجيات توعية الناخبين الفعالة على سبيل المثال:

- الأعمال الدرامية كالمسرحيات المصممة خصيصا لنشر رسائل تهدف لإعلام الناخبين.
- المهرجانات والفعاليات الموسيقية.
- المسرح والسينما المتنقلان.
- الفعاليات الرياضية.
- المسابقات الفنية.

2. **أنشطة من خلال وسائل الإعلام الجماهيري:**

عادة ما تكون الأنشطة التي تقدم من خلال وسائل الإعلام الجماهيري أنشطة غير مباشرة إلا أنها تعد وسيلة فعالة في نشر رسائل توعية الناخبين.

الإذاعة والتليفزيون

يمكن توعية الناخبين من خلال الإعلانات العامة، والمناقشات، والبرامج الحوارية، والمسابقات، والأعمال الدرامية، وفعاليات البث المباشر، والبرامج الأسبوعية، والإعلانات.

إن الإذاعة والتليفزيون من الوسائل القادرة على نقل الرسائل المعقدة بطريقة إيجابية تثير حماس الجماهير العريضة؛ حيث تجذب الإذاعة والتلفزيون انتباه أعرض قطاع من الجمهور المستهدف، ويمكن الوصول من خلالهما لمختلف فئات الجمهور في نفس الوقت.

كذلك يمكن استخدام شرائط الكاسيت، والأقراص الممغنطة المضغوطة (السي دي) و(الدي في دي) كوسائل لنشر المعلومات المتعلقة بالانتخابات عن طريق الأغاني والأشعار، والرسائل... الخ.

الصحف والمجلات: يمكن استخدام الكاريكاتير، والرسومات، والإعلانات، والمقالات في الجرائد اليومية والأسبوعية، والمجلات الشهرية والأسبوعية.

وسائل العرض العام: تضم لوحات الإعلانات الضخمة التي توجد في الطرق.

تتضمن الاستراتيجيات الأخرى التقنيات الجديدة مثل:

مراكز الاتصال: يمكن تخصيص رقم مجاني للإجابة على الأسئلة المتعلقة بالانتخابات.

المواقع أو المدونات على الانترنت: و تعتبر دعاية مجانية تستهدف مستخدمي الانترنت.

الرسائل النصية القصيرة: يمكن إرسال المعلومات المهمة للناخبين في رسائل نصية قصيرة لكل المشتركين في خدمات الهاتف الجوال.

3. مواد دعم الأنشطة

تتنوع مواد دعم فعاليات توعية الناخبين، فتتضمن المواد البصرية التي تساعد غير المتعلمين على فهم الرسالة، علاوة علي المعلومات المكتوبة التي تخاطب المجتمعات ذات مستويات التعليم الأعلى.

المواد البصرية:

الإعلانات

تقتصر الإعلانات علي رسالة واحدة قصيرة و تشرح الصورة فيها الرسالة لأن الجمهور الذي تستهدفه هو بالأساس من الأميين وأنصاف المتعلمين، لذلك يجب أن يستطيع أي شخص من فهم صورة الإعلان خلال فترة تتراوح ما بين 10-30 ثانية.

المطويات والنشرات

تعد هذه النشرات وسيط جيد عند التعامل مع جمهور مستهدف بعينه، فعلى سبيل المثال، يمكن إعداد مطويات تخاطب النساء أو الشباب، كما يمكن الجمع بين النصوص المكتوبة والصور وفقا لمستوى التعليم.

الملصقات

تناسب الملصقات الرسائل القصيرة، وتتسم بالجاذبية ولفت الانتباه والابتكار.

اللافتات

تلعب اللافتات دورا شبيها بالإعلانات لكنها عادة ما تصنع من القماش، ويمكن تخصيص اللوحات الإعلانية الكبرى للرسائل الكبرى حيث توضع في الأماكن المفتوحة.

علامات تحديد صفحات الكتب

و يمكن وضع الرسائل والشعارات على البطاقات التي تستخدم في تحديد صفحة الكتب، و كذلك يمكن توزيع هذه العلامات من خلال المكتبات العامة، وقاعات القراءة، ومنافذ بيع الكتب، والمدارس، والجامعات... ألخ.

التقويمات

تعتبر التقويمات من الوسائل الجيدة لنشر رسائل توعية الناخبين، وتتباين حجما بين تقويمات الجيب أو الحائط.

المنتجات المكتوبة ذات المعلومات الغزيرة:

نشرات المعلومات

يمكن عمل نشرة معلومات خاصة بقانون أو لوائح الانتخابات. ولا تهدف هذه النشرات إلى تحفيز المواطنين، وإنما تعمد إلى شرح قانون أو لائحة معينة بلغة بسيطة تناسب القارئ. ويمكن إعداد الكثير من النشرات في الحملة تتناول مختلف اللوائح، أو القوانين الجديدة؛ فيمكن مثلا عمل نشرات معلومات عن لجنة الانتخابات، أو المرشحين (من يترشح؟ وكيف؟) والوكلاء، والمراقبين، وتسجيل الناخبين، والإجراءات التي تجري في يوم الانتخاب، وعملية العد، وكيفية تقديم شكوى.

الأسئلة المتكررة

يمكن تجميع الأسئلة التي تطرح يوميا أو تكرر في صفحات تخصص للإجابة على الأسئلة. ويمكن تلخيص الأسئلة التي تطرح على ميسري توعية الناخبين في استمارة أسئلة وأجوبة أما أن توزع على الميسرين أو يقوم الميسرون بتوزيع على الجمهور.

الكتب والكتيبات

لاتزال الكتب، والكتيبات أكثر الوسائل فعالية في إيصال الرسائل المعقدة. لكن يجب أن تناسب الكتيبات الجمهور المستهدف فلا تكون عبارة عن تكرار للقوانين، واللوائح بشكلها الرسمي.

الأدلة وحامل أوراق القطع الكبير (الفليب تشارت)

يعد حامل أوراق القطع الكبير وسيلة بصرية تحتوي على توضيحات (صور) تفصيلية، ورسائل أساسية تناقش خلال المقابلات المباشرة. وغالباً ما يصاحب الحامل تعليمات أو أدلة مسبطة للميسرين تتناول كيفية عرض المعلومات والإجابة على الأسئلة.

اختيار الاستراتيجية الأنسب لحملتك

يصل التليفزيون والإذاعة إلى أكبر قطاع من الجمهور المستهدف بسرعة وفي نفس الوقت، و توضح الأبحاث أن الطرق التشاركية هي الوسائل الأكثر فعالية في نقل المعارف المتعلقة بالإجراءات وقيم الديمقراطية، و مع ذلك يأتي المزج بين هذين النوعين من الاستراتيجيات بأثر أكبر، ونضرب لذلك مثال عند إجراء أنشطة مباشرة وجها لوجه مع أبناء المجتمع، ويجب توزيع المواد: مثل الإعلانات، والكتيبات، والملصقات وما إلى ذلك لدعم النشاط وتعزيز الرسائل الأساسية التي يتم نشرها، كما يمكن أن إتباع المسرحيات أو الفعاليات الدرامية بجلسة أسئلة وأجوبة وتوزيع مواد مطبوعة، لأن الجمع بين الأنشطة يعزز المبدأ القائل بأن أفضل سبيل لاستيعاب المعلومات هو تكرارها وتلقيها من مختلف المصادر.

ملحق 2: قائمة بمزايا الاستراتيجيات المختلفة وعيوبها.

اختيار استراتيجية التواصل في الحملة

يحدد الجمهور المستهدف الاستراتيجية أو الاستراتيجيات المستخدمة في الحملة، ويجب أن تحظى الاستراتيجية بالمصداقية لدى الجمهور المستهدف؛ حيث يحسن الجمهور استقبال الاستراتيجيات أو الوسائط التي يمكنه فهمها والثقة بها.

ويجب اختيار الاستراتيجية الأنسب للجمهور المستهدف بناء على: مستويات التعليم والقضايا الحساسة والسن و النوع.

و يجب أن يتأكد المسئول عن الحملة من أن الاستراتيجية التي وقع عليها الاختيار هي الطريقة الأمثل للتعامل مع هذا الجمهور المستهدف بعينه، و على سبيل المثال يمكن استخدام وسائل مثل: الفعاليات الرياضية، والحفلات الموسيقية، ومواقع الإنترنت، والرسائل القصيرة مع الشباب، كما يمكن الاستعانة بالمقابلات المباشرة مع استخدام حامل الأوراق الذى يحمل صورا، إضافة إلى استخدام أدوات أخرى من شأنها تيسير إجراء الأنشطة عند التعامل مع المجتمعات الريفية التى تزيد فيها نسبة الأمية.

تساعد الاستراتيجيات المختلفة في توصيل الرسائل لجماهير مختلفة، علي سبيل المثال قد تحظى الرسائل التي اتخذت من رسوم الكاريكتير وسيلة نقل لها بإعجاب الشباب، بينما يمكن كتابة نفس الرسالة في إعلان ينشر في صحيفة محلية. ويحدد استراتيجية الاتصال الجمهور المستهدف.

تكرار المعلومات في الاستراتيجيات والمنتجات

يعتبر تكرار الرسائل ضروري لإحداث تأثير، كما إنه يجب الاتفاق على تكرار المعلومات من خلال عدة وسائط؛ أي أن يتم نشر الرسالة الواحدة من خلال الإعلانات، والنشرات المطوية، وإعلانات الخدمة العامة في الإذاعة، وفي المقابلات المباشرة التي تجري وجها لوجه.

إعداد المواد

يعتبر إعداد المواد أمرا أساسيا، و لا يكتفى بوضوح الرسالة، و لكن يتعين إعداد منتجا جذابا ولافتا لانتباه الجمهور، كذلك يجب وضع المادة و تصميم الوسائل البصرية المصاحبة لها بعد الأخذ في الاعتبار الجماهير المستهدفة.

إذا كان معظم الجمهور المستهدف أميين، وجب التأكد من أن كل المواد البصرية تقدم الرسالة بدون كلمات، أما إذا كان الجمهور المستهدف من الشباب وجب الحرص على أن تكون الصور جذابة تتماشى مع مزاج الشباب. وسيحدد موقع وضع المواد أو طريقة عرضها أيضا الرسال وأسلوب صياغة المادة وعرضها.

هوية الحملة

عادة ما تكون مواد توعية الناخبين أقوى وذات تأثير أكبر إذا كان المنتج يحمل علامة تعبر عن هوية الحملة عن طريق ابتكار شعار وصور خاصة بالحملة. ويجب أن يكون الشعار الخاص بالحملة هو العلامة المميزة لها، و من ثم يجب أن يظهر الشعار على كل المراسلات لتوعية الجمهور بوجود المنظمة. ويجب أن ترتبط هوية الحملة بالعملية الانتخابية عن

طريق تصميم الشعارت و صياغة العبارات الجاذبة للانتباه، فعلى سبيل المثال من الشعارات الناجحة: "صوتنا مستقبلنا" أو "صوتك أمانة".

عملية إعداد المواد

يستغرق إعداد مواد الحملة وقتا وذلك لأن كل مادة تحتاج لما يأتي:

- فكرة عامة.
- رسالة محددة.
- جانب فني.
- اختبار تقبل المستخدم للرسالة و ما فيها من بعد فني.
- خاتمة.
- إنتاج المواد.
- توزيع المواد.

لذا لا يجب ترك إعداد المواد لآخر لحظة و يجب أن تتذكر أن المواد يجب أن:

- تتفق مع المعايير المناسبة الخاصة بالمحتوى والأداء.
- تعد وفقا لأهداف البرنامج الموضوع. ويجب التأكد من أنها قادرة على تحقيق الأهداف المرجوة منها وأنها مناسبة.
  - تكون مناسبة للجمهور المستهدف ،وللاستخدام في الميدان.
  - تستخدم اللغة، والرموز المناسبة للجمهور المستهدف.

تـــذكير: عنـــد وضـــع الجـدول الزمنـي للحملـة يجـب تخصـيص فتـرة زمنية كافية لإعداد المواد وإنتاجها.

يجب أن تكون المواد المساعدة مثل: الحامل الأوراق، والأدلة، والإعلانات، والمنتجات الإ الانتخابية.

يجب مراعاة العوامل التالية عند إعداد مواد الحملة:

1. تكلفة الإنتاج (الوقت، والمال، والأفراد).
2. تكلفة التوزيع (الوقت، والمال، والأفراد).
3. التغطية الجغرافية.
4. اللغة والأمية.
5. سهولة التوزيع.

6. تكرار تعرض الناخبين للرسالة (كم مرة سيرى الناخب الرسالة، أو يسمعها؟).

7 الجمهور المستهدف.

8. الموارد (البشرية والمالية) اللازمة، وهل هذه الموارد متاحة في المنظمة؟

قائمة التحقق من المواد المطلوبة عند إعداد المنتجات

عند تصميم كل منتج، يجب التأكد من أن كل المنتجات تم إعدادها بأسلوب وشكل يناسب الحملة، ويجب أن تطرح علي نفسك الأسئلة التالية:

1. من هو الجمهور المستهدف؟

2. ما هي الرسالة الأساسية؟

3. هل الرسالة واضحة؟

4. هل الرسالة جذابة بالنسبة للجمهور المستهدف؟

5. هل يوصل هذا الإعلان أو غير ذلك من وسائل العرض الرسالة بشكل فعال؟

6. ما هى الوسائل المستخدمة لنقل هذه الرسالة؟

7. هل تتفق مع مبادئ العمومية والحياد؟

ملخص:

- اختر استراتيجية أو استراتيجيات تناسب الجمهور المستهدف.
- اختر منتجات لدعم النشاط.
- تأكد من اختبار كل المنتجات من حيث مناسبتها للمستخدم.
- تأكد من أن كل المنتجات تم الانتهاء من إعدادها قبل بدء الحملة بوقت كافٍ.

6. تنفيذ حملة توعية الناخبين

تتضمن العوامل الرئيسية الواجب وضعها في الاعتبار عند إعداد الحملة ما يلي:

- التوظيف.
- التدريب.
- إعداد المواد المطلوبة لدعم الحملة وشرائها.
- تخزين المواد وتوزيعها.
- الميزانية.

يرتبط إعداد برنامج توعية أو تثقيف الجمهور المستهدف بالانتخابات القادمة، و يمكن القيام بكافة المهام المتعلقة بالإعداد للحولة في فترة زمنية قصيرة جدا.

1. إعداد الميزانية

تحتاج حملات توعية الناخبين للتمويل. لكن ما هو التمويل المطلوب؟

قبل الإعداد لحملة توعية للناخبين يجب أولا التفكير في طرق تمويلها. ويتطلب إعداد ميزانية لحملة توعية الناخبين فهم الحملة التي يتم تنفيذها. ويقتضي إعداد ميزانية سليمة للحملة معرفة أعداد الجمهور المستهدف ليس فقط بهدف اختيار وسائل الاتصال بل ولتحديد المنهجية المستخدمة للتعامل معهم مما يكون له تأثيرا كبيرا على تكلفة الحملة.

يجب أن تغطي أية ميزانية العناصر التالية:

- الموظفون.
- التدريب.
- المقابلات (اللقاءات المباشرة والندوات الخ).
- المواد المطبوعة (تكلفة الإنتاج والتوزيع).
- المنتجات الإعلامية (تكلفة الإنتاج والتوزيع).
- تكاليف الانتقالات.

يمكن الاستفادة من توفر العناصر التالية في الميزانية:

1. **التغطية الشاملة:** يجب أن تغطي الميزانية كل الأنشطة المالية؛ أي الإيرادات والمصروفات.

2. **الواقعية:** يجب أن يتسم تقدير المخصصات المالية لخطة النشاط التدريبي تقديرا واقعيا وفي إطار الجدول الزمني الموضوع للأنشطة؛ فذلك من شأنه دعم كفاءة الميزانية وفعاليتها.

3. **القابلية للمراجعة والتنفيذ:** يجب أن تكون كل ميزانية قابلة للمراجعة والتنفيذ.

4. **الشفافية:** يجب أن تقوم كل الأطراف بتقديم كافة المعلومات المطلوبة، وأن تتاح لهم فرصة الاطلاع عليها حتى يستطيعوا معرفة أهداف الميزانية ونتائجها ومنافعها وآثارها.

5. **الالتزام بمدة زمنية محددة:** يجب أن يغطي التخطيط والتنفيذ فترة زمنية معينة بحيث يمكن تقييم الميزانية وفقا لأهداف معقولة.

6. **المحاسبة:** يجب أن يكون المراقبون الماليون في المنظمة مساءلين أمام المنظمة والجمهور عامة عن عملهم.

7. **المشاركة:** يلزم إشترك كافة الأطراف في عملية وضع الميزانية ابتداء من وضع الخطط الخاصة بها وانتهاء بتنفيذها.

ملحق 3: نموذج يتناول الحد المسموح به لبنود ميزانية حملات توعية الناخبين.

- **من أجل تنفيذ الحملة يجب متابعة توظيف العاملين وتدريبهم وتطوير المواد والمنتجات وتوزيعها و إعداد الميزانية.**

1. توظيف العاملين في أنشطة توعية الناخبين

يعد تشكيل فريق من العاملين، وإن كان صغيرا، الخطوة الأولى في تخطيط حملة التوعية، و قد يكون من الضروري توظيف بعض العاملين بسرعة ولفترات زمنية قصيرة. وتشكيل فرق العمل من مجموعة متباينة من الأفراد عند تنظيم برامج توعية الناخبين؛ حيث يضم فريق العمل مجموعة صغيرة من ميسري توعية الناخبين.

و يجب تحديد وظائف فريق العمل بدقة، كما يجب اختيار المرشحين المناسبين، كما يتعين وضع الخطط والإجراءات المختلفة للتعيين العاملين وتدريبهم على المواد بشكل جيد حتي يستطيعوا التغلب على أية مشاكل محتملة، وأيضا لضمان تشكيل فريق عمل جيد يضطلع بأعماله بأسرع ما يمكن. وفي أغلب الأحيان تتشكل الفرق من موظفين دائمين ومؤقتين ومتطوعين يحتاجون لإدارة وإشراف جيدين.

تعيين موظفي البرنامج: يمكن الاستعانة بموظفين أو ميسرين لتوعية الناخبين من نفس المنظمة غير الحكومية أو تعيينهم من خارجها.

يجب التأكد من استيفاء العناصر التالية عند تعيين الموظفين:

- معرفة الميزانية المتاحة.
- معرفة الوظائف التي يجب شغلها وعدد الأشخاص اللازم تعيينهم.
- الجدول الزمني لعملية التعيين.
- المتطلبات اللغوية والثقافية لكل منصب.
- الاعتبارات المتعلقة بتعيين النساء، ففى بعض الأماكن الريفية يفضل أن يكون القائمون على توعية السيدات من السيدات أنفسهن.

يجب أن يتضمن فريق العمل:

- موظفون إداريون
- فريق إعداد المواد.
- فريق من الفنانين لتصميم المنتجات.
- ميسرو أنشطة التوعية ليقوموا بتنفيذ أنشطة نشر الوعي.
- مسئول علاقات عامة وإعلام .

يعتبر تحديد الأشخاص الأكثر ملائمة لكل منصب أو وظيفة من العوامل الأساسية لتكوين الفريق؛ فمن يطلق عليهم "الخبراء" أو "الأكاديميون" ليسوا بالضرورة أفضل من يقوم بدور الميسر لتوعية الناخبين، كذلك يجب توخي الحذر لتجنب المحاباة أو المحسوبية.

2. تدريب ميسري توعية الناخبين

يعتبر تدريب ميسري توعية الناخبين المكون الأساسي في الحملة، ويجب أن يكون لديهم معرفة: بالمعلومات المهمة و المهارات و الأساليب الضرورية للتعامل مع الجمهور وتحفيزه، وجذب اهتمامه، كذلك يجب أن يكونوا مدربين على استخدام

المواد التعليمية خاصة حامل الأوراق والأدلة الإرشادية.

و لا غنى عن التدريب المفصل جيد الإعداد، فإذا قام ميسرو توعية الناخبين بنشر معلومات خاطئة أو كانوا غير مستعدين بالشكل المناسب لعرضوا مصداقية الحملة للخطر، ونادرا ما ينجح ميسرو توعية الناخبين ممن يفتقروا للمعرفة أو الإبداع أو من هم غير قادرين على التفاعل مع الجمهور المستهدف في إيصال المعلومات الخاصة بالديمقراطية أو في تشجيع الجمهور المستهدف على المشاركة بفعالية في العملية الانتخابية.

3. إنتاج وشراء المواد

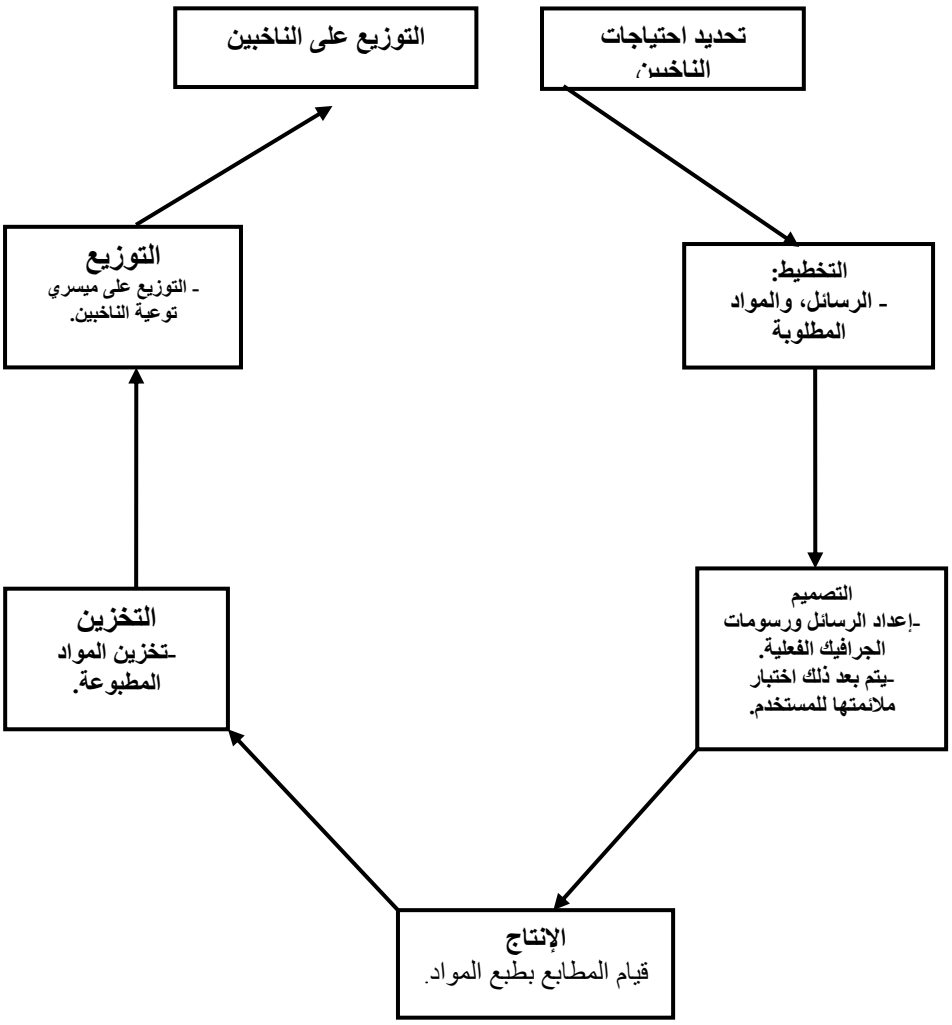
يحتاج تصميم وإنتاج المواد والمنتجات إلى تخطيط وتنفيذ دقيق، فعلى سبيل المثال يجب إعداد حوامل الأوراق والأدلة الإرشادية واختبار ملائمتها للمستخدم وطباعتها قبل أن يبدأ ميسرو توعية الناخبين في حملتهم المباشرة.

ويجب أن تغطي الخطة التنفيذية كافة مراحل إعداد المواد، والتي تقوم دورتها العامة على ما يلي:

1. **التخطيط:** تحديد الرسائل والمواد المطلوبة.
2. **الإعداد:** صياغة الرسائل وتصميم المواد البصرية الفعلية (ثم اختبار ملائمتها للمستخدم).
3. **الإنتاج:** الإعداد والطباعة.
4. **التخزين.**
5. **التوزيع.**

<u>رسم بياني لتسلسل</u>

العمليات



يجب عند إعداد و إنتاج المواد والمنتجات الأخذ في الاعتبار ما يلي من العوامل:

- أنواع وكميات المنتجات المطبوعة وغير المطبوعة المطلوبة. ويتحدد هذا بناء على الجمهور المستهدف والاستراتيجية والميزانية... إلخ.
- الموعد النهائي للانتهاء من الإعداد والإنتاج.
- التسهيلات المتوفرة لإنتاج المواد المطبوعة والمواد الإعلامية الأخرى وإمكانية توفيرها داخليا أو تكليف جهة خارجية بتوفيرها.
- تحديد المطابع وشركات الإنتاج الإعلامي: يتضمن هذا إعداد: طلبات للحصول على عروض للأسعار وعقود وجداول زمنية تبدأ بالتعاقد وتنتهي بتسليم المنتج النهائي.

يتطلب إنتاج المواد إبرام عقود مع المطابع، ويغطي أي عقد البنود التالية:

- بنود الاتفاق.
- المنتج المتفق عليه.
- المواعيد الواجب الالتزام بها.
- أسلوب حل أية نزاعات أو مشكلات.

ملحق 4: نموذج لوضع الجدول الزمني للإنتاج والتوزيع.

4. تخزين وتوزيع المواد

يجب وضع خطة لتوزيع كل منتج من المنتجات، كما يجب تخصيص وقت كافٍ لتسليم المواد وتوزيعها، وعادة ما نولي اهتماما كبيرا لمرحلة التوزيع، فإذا لم تصل المواد في الوقت المحدد لمناسبة بعينها ضاع العمل كله هباء، ويعتمد الوقت المطلوب للتوزيع على التحديات التي تواجه إيصال المواد لمقصدها النهائي وكمية المواد الواجب توزيعها وعدد الأشخاص القائمين بالتوزيع.

و تضمن وجود خطط التوزيع الفعالة منع احتمال تراكم المواد في المخزن أو المكتب، علاوة علي ضمان وجود كمية من المواد تكفي للحملة برمتها. ويجب أن تضمن خطة التوزيع أيضا نشر الرسائل والمواد في التوقيت المناسب من الحملة.

ملحق 5: نموذج لصيغة توزيع المنتجات التعليمية.

6-2. وضع جدول زمني وخطة تنفيذية

الخطة التنفيذية

يجب أن تكون الخطة التنفيذية بسيطة، وسهلة الاستيعاب لكل المشاركين، كذلك يجب أن تعرِّف كل العاملين بالأنشطة المنوطة بهم والتوقيتات التي يجب إنجازها خلاله.

يجب تخطيط كل حملات توعية الناخبين بعناية، كما يجب تنفيذها بطريقة تتميز بالكفاءة ودقة التوقيت. وحتي يتسني ذلك يجب ايجاد خطة تنفيذية تضم المكونات المختلفة للحملة وتضعها في إطار جدول زمني محدد.

و ينصح بوضع خطط تنفيذية أكثر تفصيلا بعد وضع الخطة التنفيذية الرئيسية أو خطط تفصيلية لكل جانب من جوانب البرنامج. وتحدد خطة المشروع وفقا لما يلي:

- الخطوات التي يجب اتخاذها .
- المسئولون عن الاضطلاع بها.
- الوقت المحدد للخطة.
- التكلفة المتوقعة.

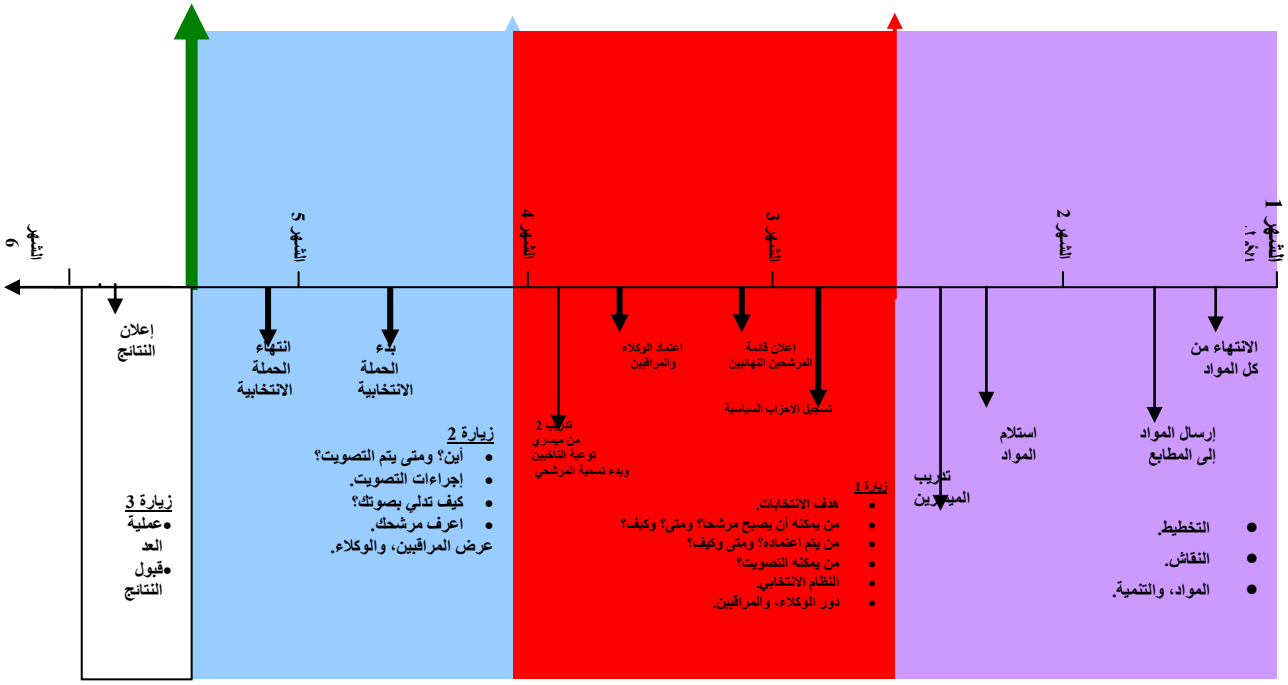
الجداول الزمنية

على الرغم من ارتباط كافة الانتخابات بجدول زمني تعد توعية الناخبين حملة مستمرة حتى يعلن عن عقد الانتخابات ويحدد موعد لإجرائها؛ لذلك يجب أن يكون للمنظمات غير الحكومية جدولا زمنيا يشمل المواعيد والأيام المهمة في العملية الانتخابية، كما ويجب أن تضع برامجها وفقا لهذه المواعيد؛ و من ثم يجب وضع تخطيط لمحتوى الأنشطة بحيث تتفق مع الوقت المتاح لعملية توعية الناخبين، و يتطلب هذا تخطيطا وإعدادا جيدا للأنشطة التي تتم قبل بدء التصويت مثل: اختيار القائمين علي هذه الأنشطة وتدريبهم، وإعداد المواد المطلوبة، واختيار أنشطة الانتشار المباشر...إلخ. وفي أحسن الظروف يوضع الجدول الزمني للانتخابات قبل بدء برنامج توعية الناخبين، و لكن هذا لا يتاح في كل الحالات.

قائمة الأمور الواجب التحقق منها لتنفيذ الخطة التنفيذية:

موجز الخطوات العملية المبدئية:

- ☐ **تحديد الجمهور المستهدف.**
- ☐ **رسم خريطة للجمهور المستهدف وتحديد عدد أفراده ممن تسعى الحملة للوصول إليهم وعدد الميسرين المطلوبين.**
- ☐ **تحديد الموضوعات الرئيسية والفرعية والرسائل الموجهة لكل جمهور مستهدف.**
- ☐ **تطوير استراتيجية تواصل مع الجمهور المستهدف:**
  - **تحديد استراتيجيات الانتشار المباشرة مثل المقابلات والعروض وورش العمل.**
  - **تحديد الاستراتيجيات الإعلامية (الإذاعة والتليفزيون ووسائل الإعلام المطبوعة والالكترونية).**
- ☐ **تحديد عدد أنشطة الانتشار المباشرة التي يجب القيام بها.**
- ☐ **تحديد كمية المواد المطبوعة اللازمة لدعم الحملة.**
- ☐ **تحديد عدد ونوع المنتجات الإعلامية التي يجب طبعها.**



يجب أن تتضمن الجداول الزمنية الخطوات التالية:

- إعداد البرنامج.
- توظيف العاملين.
- تدريب العاملين.
- صياغة الرسائل و إعداد المواد.
- اختبار ملائمة الرسائل والمواد للمستخدمة.
- إنتاج المواد في شكلها النهائي كالمنتجات المطبوعة والإعلامية.
- توزيع المنتجات المطبوعة والإعلامية.
- تنفيذ حملات توعية الناخبين وفقا للمرحلة الانتخابية الجارية.

بعد وضع الخطة الاستراتيجية الكاملة لبرنامج توعية الناخبين، يلزم وضع آليات تواصل تعين على تنفيذ الحملة.

ملخص:

- يجب وضع خطة تنفيذية وجدول زمني وفقا للجدول الزمني الانتخابي وبداية الحملة الانتخابية.
- يجب أن تتضمن الخطة التنفيذية والجدول الزمني ما يلي:

1. تصميم البرنامج.
2. توظيف العاملين.

3. تدريب العاملين.

4. تصميم الرسائل والمواد.

5. اختبار ملائمة الرسائل والمواد للمستخدمة.

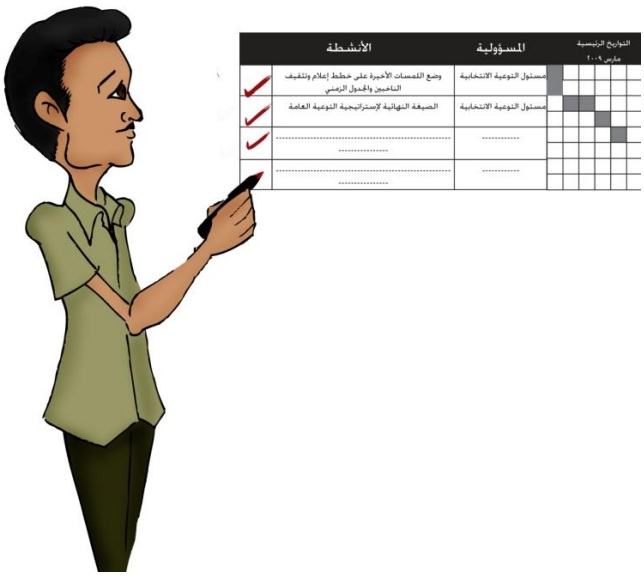
6. إنتاج المواد في شكلها النهائي.

7. توزيع المنتجات المطبوعة والإعلامية.

8. تنفيذ حملات توعية الناخبين وفقا للمرحلة الانتخابات.

- يجب وضع خطط عمل لكل مكون من مكونات الخطة التنفيذية بحيث توضح تفويض الصلاحيات في البرنامج وتحدد الخطوات المطلوبةوتختار القائمين بها و تحدد الأدوات اللازمة مع وضع جدول زمني لتنفيذها.

7. متابعة البرنامج وتقييمه



يجب وجود برنامج متابعة وتقييم حتي يمكن تقييم ما إذا كانت حملة توعية الناخبين قد حققت نتائجها المرجوة. ويمكن تحقيق الآتي من خلال تطبيق خطط المتابعة، وتقييم النتائج:

- تحديد ما إذا كانت الرسائل والاستراتيجيات قد حققت الأثر المرجو منها وأحدثت النتائج المطلوبة.

- تحديد ما إذا كانت الاستراتيجيات والرسائل فعالة أو غير فعال

- ضمان محاسبة الأطراف المعنية عن طريق تحقيق الأهداف المرجوة.

- الاستفادة من التفكير المنظم المستقى من الخبرة بالبرنامج والخطوات المطلوبة.

لا يجب تأجيل المتابعة والتقييم حتي نهاية الحملة؛ لأن إجراء متابعة مستمرة أثناء الحملة سيؤكد على أهمية التزام ميسري توعية الناخبين بما يلي:

- تنفيذ الأنشطة وفقا للخطة الموضوعة.

- استخدام محتوى المواد الموضوع.

- الالتزام بمعايير الحيادية وعدم الانحياز في أنشطتهم.

- القدرة على تعديل الرسائل وفقا لاحتياجات كل جمهور مستهدف.
- اتسخدام المنهج التشاركي في الاتصال.
- توزيع المواد المطبوعة.
- ويمكن أيضا معرفة ما إذا كان الناخبون والمشاركون مهتمين بالمواد والرسائل وقادرين على فهمها، وكذا يجب معرفة رأي الناخبين في كفاية المعلومات المقدمة لهم.

وينصح أيضا بأن يطلب ميسرو توعية الناخبين بعد كل نشاط من الأنشطة المباشرة من المشاركين أن يملئوا استمارة تقييم؛ حيث تقيس الاستمارة آداء ميسري توعية الناخبين، كما تقدم معلومات عن فهم المشاركين للمعلومات التي عرضها الميسرون ومدى كفاءة كل ميسر في تقديم المادة.

ملحق 6: نموذج لتقييم نشاط من أنشطة توعية الناخبين

ولكي تتم المتابعة والتقييم بكفاءة أكبر يلزم:

- وضع أهدافا واضحة.
- التأكد من أن أنظمة المتابعة والتقييم بما في ذلك مؤشرات تقييم الأثر قد تم الاتفاق عليها وتضمينها المراحل المبكرة من البرنامج.
- إدراك حاجة ميسري توعية الناخبين لرؤية وتقييم مزايا إجراء تقييم للأثر وإلا سيضاف عبء التقييم إلى الأعباء الملقاة على عاتق ميسري توعية الناخبين مما يمثل خطرا حقيقيا.
- ضمان الالتزام بالتعلم وتطوير الأداء بما يضمن السيطرة على الأمور بشكل عام.
- التأكد من وجود خليط من المعلومات الكمية والكيفية.
- اللالتزام باعتبار عملية المتابعة والتقييم جزء من توعية الناخبين مما يفيد برنامج التوعية المدنية و الجهات المانحة أيضا.

تتم المتابعة من خلال رفع التقارير بشكل مستمر ومنتظم، الأمر الذي يعد جزء لا يتجزأ من العملية. ويجب رفع التقارير لتحقيق ما يلي:

- متابعة وتسجيل تقدم المشروع.
- تقييم مستوى أداء الموظفين.
- ضمان تماشي التكاليف مع الميزانية الموضوعة.
- متابعة النتائج مثل عدد المشاركين الذين تم استهدافهم.
- استخدام المعلومات في المشاريع والمنح المستقبلية.
- التأكد من أن ميسري توعية الناخبين يؤدون دورهم على أكمل وجه.
- خلق نظام للمراقبة يضمن عدالة العملية.
- إبقاء الجهة المانحة مطلعة باستمرار على كيفية استخدام التمويل.
- إبراز الانجازات و الدروس المستفادة.

ولكي يتم رفع التقارير بفعالية يمكن الاتفاق على صيغ محددة للتقارير.

و يمكن المتابعة والتقييم بشكل مستمر من خلال إلقاء الضوء على الممارسات الفضلى والدروس المستفادة. ويلزم عند

انتهاء الحملة وكتابة التقرير النهائي وضع توصيات خاصة بحملات توعية الناخبين للاستفادة منها في المستقبل.

وأخيرا يجدر حفظ كافة المواد الخاصة بالحملة في الأرشيف، ويجب تنيظمها بحيث يسهل استخدامها.

ملخص:

- يجب وضع إجراءات التقييم والمتابعة في الهيكل الأساسي للحملة.
- تعد المتابعة والتقييم عملية مستمرة طوال مدة تنفيذ الحملة.
- يمكن من خلال التقييم و المتابعة معرفة درجة كفاءة ميسرو توعية الناخبين وقياس درجة استيعاب الجمهور المستهدف للرسائل الموجهة له.
- يلزم رفع التقارير خلال فترة الحملة وعند نهايتها.

الملحق رقم 1

جمع المعلومات – المسوح والمجموعات البؤرية

استخدام المسوح

تعتبر المسوح مفيدة عند الحاجة لمعرفة معلومات عن توجهات أعداد كبيرة من المواطنين وقيمهم ودوافعهم وميولهم وسلوكياتهم المختلفة. وتعد المسوح مفيدة أيضا عند الحاجة لتعميم النتائج على قطاع أكبر من السكان.

أفكار مفيدة عند تصميم مسح:

- تحديد أهداف المسح بوضوح.
- تحديد الجمهور المستهدف.
- استخدام الأسلوب الهرمي من خلال البدأ بأسئلة عامة ثم الانتقال للتفاصيل.
- وضع تطور منطقي للمسح.
- الالتزام بالوضوح واتساق الأسلوب والقواعد اللغوية السليمة.
- طلب البريد الالكتروني عند الحاجة لتحديد أسماء المشاركين في المسح.
- إجراء اختبار مسبق للأسئلة قبل تنفيذ المسح.
- اختيار وتدريب القائمين على إجراء المقابلات.
- إجراء المقابلات مع العينة التي وقع عليها الاختيار.
- تحليل النتائج واختيار أفكار الرسائل ومنهجيتها.
- تخطيط الحملة وفقا لنتائج المسح.

تلعب طرق المقابلة دورا أساسية في تخطيط المسح مثل:

- المقابلات الشخصية.
- المسوح التليفونية.
- المسوح عبر الإنترنت.
- مسوح عن طريق البريد.

أفكار مفيدة لكتابة أسئلة جيدة:

حاول أن تتجنب ما يلي:

- **الاسئلة غير المحددة:** يلزم توخي الدقة و تحديد المعلومات المطلوبة.مثال: هل تشارك فى الشئون العامة لبلدك؟ (ما المقصود بـ"الشئون العامة"؟ هل المقصود الاستماع للأخبار وتداول المعلومات والمشاركة فى الأحزاب والتجمعات السلمية الجمعيات الأهلية والتصويت فى الانتخابات). هذا مثالاً للأسئلة التي لا تؤدي إلي إجابة محددة.

- **الكلمات المبهمة أو غير المألوفة:** التأكد من أن الجمهور المستهدف يفهم مستوى اللغة والمصطلحات و كل ما يتم الاستفسار عنه.

- **الأسئلة المزدوجة:** مثال: هل لديك بطاقة انتخابية وهل تشارك فى الانتخابات؟ يجب طرح كل سؤال علي حدة، و لا يجب توجيه سؤال واحد يستفسر عن أكثر من معلومة.

استخدام المجموعات البؤرية Focus Groups

في حالة و جود عدد محدود – بضع عشرات على سبيل المثال – يفضل استخدام طرق بحثية كيفية متعمقة مثل المجموعات البؤرية التي تتيح للمشاركين فرصة للحديث بشكل مطول عن أفكارهم و توجهاتهم. وبعد ذلك يمكن ببساطة مراجعة محاضر نقاشات المجموعة لمعرفة أفكارهم وتوجهاتهم. وعادة ما توفر المجموعات البؤرية فرصة للمشاركين فيها لفهم الموضوع بشكل أكثر تعمقا.

إن المجموعات البؤرية ليست مجرد اجتماعا أو حوارا ارتجاليا لا يلتزم ببنية محددة؛ حيث تستخدم المجموعات البؤرية منهجية محددة في اختيار الأشخاص الذين يشاركون فيها لأنها لابد أن تتميز بتجانس والتنظيم بحيث تعكس الاختلافات الأساسية في الاهتمامات؛. ومثال ذلك تكوين مجموعة من الذكور ممن لم يسبق لهم المشاركة في التصويت، و مجموعة أخرى مماثلة لهم من الإناث. و ينبع فهم الجمهور المستهدف من المناقشات التي تجري وتدار بعناية فائقة في كل مجموعة ومن إلى الفروق بين المجموعات. وتعد المعلومات التي تتوفر من إجراء مجموعات بؤرية معلومات مفيدة خاصة لتحديد القضايا الأساسية التي يجب أن يتناولها مسح كمي أكبر، أو لدراسة أسئلة لم تتطرق إليها أية مسوح بشكل متعمق من قبل.[5]

[5] المصدر: التدريب على إعلام الناخبين – بريدج

الملحق رقم 2

مزايا وعيوب الأساليب المباشرة والأنشطة الإعلامية غير المباشرة

1. أساليب الاتصال المباشر

تتضمن المزايا ما يلي:

- مناسبة الاتصال الشخصي البسيط والمباشر عن طريق الاجتماعات والأنشطة التي تجري وجها لوجه للمناطق التي تنخفض فيها مستويات التعليم و التعرض لوسائل الإعلام.
- توفير فرصة لشرح القضايا الأكثر تعقيدا والتفاعل مع أسئلة الناخبين ومخاوفهم.
- التعرف على ردود الفعل على الفور.
- إتاحة الفرصة للمشاركين لكي يعبروا عن آرائهم بحرية أثناء النشاط.
- تيسير المشاركة ومتابعتها،كما يبسط من سير الأنشطة وعملية التعلم.
- اتساق وتناغم المعلومات المقدمة عند الاتصال المباشر بين ميسري توعية الناخبين و المدربين.
- تسهيل عملية تعريف الناخبين بإجراءات التصويت السليمة عن طريق الأنشطة التحفيزية والنقاشات الخاصة بكيفية التسجيل والإدلاء بالصوت في البطاقة، خاصة، في البيئات التي لم يعتاد فيها المواطنين على التصويت أو عندما يكون نظام التصويت المستخدم غير مألوف.
- إتاحة الفرصة لطرح الأسئلة و الحصول على الإجابات مما يشعر البالغين بأن المعلومة تخصهم فيتعلموا بالفعل.
- إمكانية تعديل الرسائل بحيث تناسب كل جمهور مستهدف وخصائصه.
- إمكانية عرض المواد المعقدة بالتفصيل.
- دعم استخدام حوامل الإعلانات و الوسائل البصرية لعملية التعلم وخاصة مع الأميين.
- تقييم الحالة المزاجية للجمهور وتعديل العرض وفقا لها.

وتشمل عيوب الاتصال المباشر ما يلي:

- تنظيم إعداد المواد مثل حوامل الأوراق والأدلة.
- تنسيق الإجراءات اللوجستية بما في ذلك الإعداد للاجتماعات وحجز أماكن انعقادها وكيفية عقدها والقائمين عليها .
- عدم اتساع وقت كل الناخبين للاشتراك في مثل هذه الاجتماعات بل وعدم اهتمامهم به.
- ضرورة بلورة الموضوع ووضوحه وتقديمه بشكل مناسب وإلا أتت وسائل الاتصال المباشر بنتائج عكسية.
- ضرورة تحضيرها بالشكل المناسب وإلا أصابت المشاركين الآخرين (الهادئين، أو المتحفظين) فيها بالإحباط.

- الحاجة لحديث الميسر أكثر من قيامه بمجرد قيادة العملية خاصة في الأنشطة التشاركية.

2. الوسائل الإعلامية/غير المباشرة

ومن مزاياها:

- سرعة الوصول إلى قطاع عريض من الناخبين كالشباب، والنساء، والشيوخ.
- لا تمثل الأمية عائق أمام هذه الوسيلة.
- إتاحة فرصة للإعلان الفوري.
- السرعة و السهولة في نشر معلومات للناخبين عن كيفية التصويت وتوقيته ومكانه.
- تعدد أساليب نشر المعلومة الواحدة من خلال(الإذاعة، والتليفزيون، والصحف).
- لا تتطلب مجهودا كبيرا.
- سهولة جذب الجمهور من خلال الأغاني القصيرة وفاعليتها.

أما عيوبها فتشمل ما يلي:

- عدم وجود تواصل فهى استراتيجية تواصل من طرف واحد، و لكن يمكن اللجوء لبعض الأساليب التي تسمح للجمهور بالمساهمة مثل الاتصال أثناء البرنامج أو مناظرات المائدة المستديرة.
- أثر المواد الإعلامية في تغيير المواقف والسلوكيات محدودا.
- التكلفة العالية لإنتاج وبث المواد الإعلامية وخاصة البث في أوقات الذروة، إضافة إلى ضرورة تكرار بث إعلانات الخدمة العامة من أربعة إلى ستة مرات على الأقل في اليوم لكي تؤثر فى المتلقي.
- عدم توفر فترات بث كافية في محطات الإذاعة والتليفزيون.
- عجز بعض الجمهور عن متابعة ما يبث عبر الإذاعة و التليفزيون.

3. المواد المطبوعة

تتضمن المزايا التالية:

- استفادة الأميين، ومحدودي التعليم من الوسائل البصرية مثل الإعلانات والملصقات.
- اتساع نطاق نشر المعلومات والرسائل الأساسية.
- توفير المعلومات الأساسية للناخبين في مجتمعات المتعلمين خاصة للناس غير القادرين على المشاركة في الاجتماعات.
- الأثر المضاعَف: قيام المشاركين في الأنشطة المباشرة بتوزيع المواد على أصدقائهم وأقاربهم.

أما عيوبها فمنها :

- عدم وجود تواصل فهى استراتيجية تواصل من طرف واحد.
- ضرورة إعداد مواد مخصوصة لكل جمهور بعينه.
- ضرورة اختبار مواد الرسالة المقصودة للتأكد من وضوح محتواها وسهولة فهم الناخبين لها ملائمتها لهم.
- اعتبارها أنها مكملة للأنشطة المباشرة، ولكن لا يجب اعتبارها حملة مستقلة بذاتها.
- ضرورة وضع خطة توزيع جيدة حتى لا تتراكم المواد من الإعلانات والمطويات في المكاتب بلا فائدة.

الملحق رقم 3: نموذج توزيع المنتجات التعليمية[6]

المنتج/المادة الإعلامية	تاريخ التوزيع	مواصفات المادة	الكمية	وسائل التوزيع	ملاحظات
الإعلان 1					
الإعلان 2					
النشرات المطوية					
الموضوعات الصحفية					
إعلانات الخدمة العامة في التليفزيون					
فيلم تليفزيوني					
إعلانات الخدمة العامة في الإذاعة					
دراما إذاعية					
مواد اتصالية مباشرة					
كتيبات					
مستندات التوزيع					
المواد الترويجية					

[6] المصدر: وحدة بريدج التدريبية

نشرات المعلومات					

الملحق رقم 4: نموذج على الحد المسموح به في بنود ميزانية لحملات توعية الناخبين[7]

	الحد المسموح به للنشاط	الموعد النهائي
العاملون.		
الرسامون (عدد س من العاملين الوطنيين).		
مصمم جرافيك (س).		
موظف يقوم بالمسح وبإدارة المجموعات البؤرية لمدة (س) من الشهور.		
عدد (س) من العاملين لكتابة محتوى المواد.		
عدد (س) من المدربين الأساسيين.		
عدد (س) من ميسري توعية الناخبين.		
فرق الإنتاج وتكاليف البث		
الإنتاج التليفزيوني		
الإنتاج الإذاعي (الراديو)		
تكاليف البث في الإذاعة والتليفزيون		
تكاليف الإنتاج المسرحي		
تكاليف الإنتاج في المجلات		
المواد		
المواد التعليمية المطبوعة: حامل أوراق القطع الكبير والكتيبات		
مواد إعلام الجمهور المطبوعة: الاعلانات والنشرات والكتيبات والمجلات		
المواد التليفزيونية: الفيديو		
المواد الإذاعية: الشرائط		
المواد التعليمية الأخرى: أوراق الاقتراع وصناديق الاقتراع التي تستخدم لغرض المحاكاة		
المواد الدعائية التي يتم توزيعها		
التقويمات والأجندات والأقلام والبالونات، والتي شيرتات		
المعدات		
بالنسبة للمسرح المتنقل		
بالنسبة للإذاعة والفيديو المتنقل		
الدعم اللوجستي للأنشطة		

[7] المصدر: وحدة بريدج التدريبية

توزيع المواد		
مصروفات الانتقالات		
خدمات الإقامة للمجموعات البؤرية وأنشطة التدريب		
المشروبات والمأكولات الخاص بكل نشاط		
تكاليف سفر كل الموظفين		
نفقات ميسري توعية الناخبين		
نفقات المتابعة الميدانية من قبل الإدارة		

ملحق رقم5 : نموذج التقييم [8]

التاريخ: _____

المكان: _____

الاسم (اختياري): _____

من فضلك ضع دائرة حول الدرجة حسب تقييمك لكل من الأنشطة التالية (*1 – إطلاقا* *2- قليلا* *3- جزئيا* *4 – إلى حد كبير* *5 – تماما)*

الموضوع (يكتب الموضوع هنا)	المحتوى	العرض
.1	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.3	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.4	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

درجة تحقيق نتائج التعلم ودرجة الاستفادة بالنشاط والاستمتاع به:

1 – إطلاقا* *2- قليلا* *3- جزئيا* *4 – إلى حد كبير* *5 – تماما.....

1. هل تم توضيح نتائج التعلم الخاصة بكل نشاط؟ نعم/لا

[8] المصدر: موقع آي

2. هل تحققت نتائج التعلم أثناء كل نشاط؟ نعم/لا

ماذا تعلمت:

.....
.....
.....

عن ماذا تريد معرفة المزيد ؟ ماذا تريد تحسينه؟

.....
.....
.....

المواضيع المحيرة التي تحتاج إلى مساعدة لفهمها:

.....
.....
.....

.....
.....

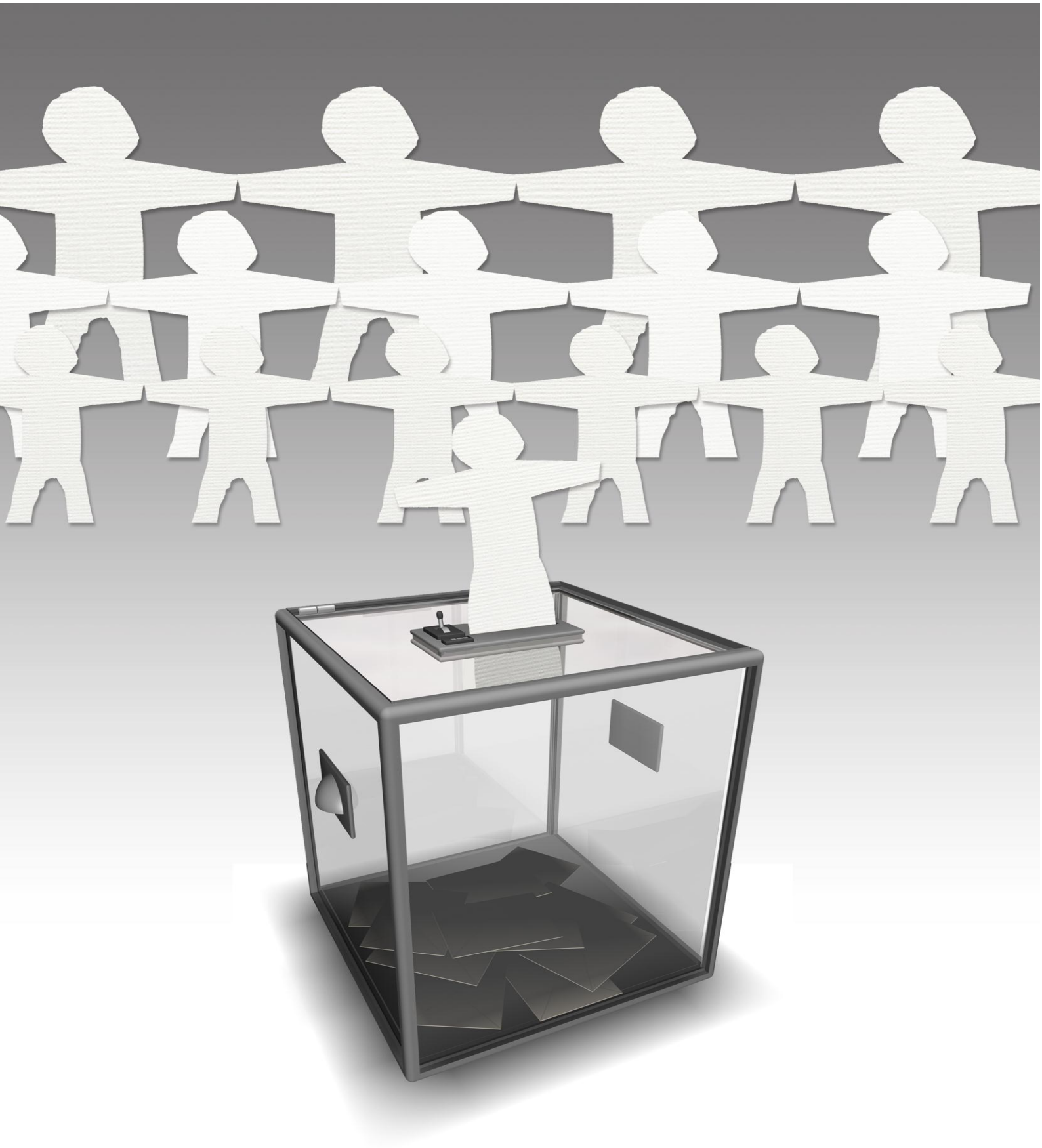
تعليقات أخرى:

من فضلك ضع دائرة حول إجابتك:

المكان: مناسب غير مناسب

المرطبات: جيدة رديئة

شكرا



الجزء الثانى: التشريعات والإجراءات ذات العلاقة بالعملية الإنتخابية

مقدمة

يقدم هذا الدليل معلومات أساسية تساعد على تحديد الموضوعات والرسائل التي تتناولها أنشطة توعية الناخبين. ونظرا لأن المنظمات غير الحكومية تنفذ أنشطة مختلفة مع جماهير متباينة، فيمكن لكل منظمة أن تستخدم المعلومات المقترحة وتضيف إليها ما تراه ملائما حتى يتماشى المحتوى مع أنشطة توعية الناخبين التي ستجريها.

لا يغطي هذا الدليل كل الموضوعات بتفاصيلها، وإنما يهدف لأن يكون مرن وسهل الاستخدام. وضع الدليل بحيث يكون مرجعا بسيطا للموضوعات والرسائل الأساسية لتوعية الناخبين، كما أنه يساعد النشطاء والعاملين في منظمات المجتمع المدني من المهتمين بالحقوق السياسية على معرفة الدستور المصري والنظام السياسي وقانون الانتخابات والقوانين واللوائح وغيرها من الإجراءات الأخرى المتعلقة بالانتخابات. وعلى المنظمات غير الحكومية أن تتابع أي تعديلات تطرأ على القوانين أو اللوائح أو الإجراءات.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن ثورة 25 يناير 2011 قد اندلعت بعد الانتهاء من إعداد الدليل، ولذا خضع الدليل للمراجعة و أدخلت عليه عدد من التعديلات تواكب التغييرات التي طرأت على النظام المصري حتى تاريخ طباعته.

1. الرسائل الأساسية فى توعية الناخبين

1.1 الديمقراطية والانتخابات

ماذا نعني بالديمقراطية؟

مفهوم الديمقراطية

أحد مفاهيم الديمقراطية هى حكم الشعب لنفسه بنفسه، وذلك من خلال اختيار المواطنين لمن يمثلونهم في السلطة. هؤلاء يمثلون المواطنين ويعبرون عن مصالحهم. وذلك في إطار نظام ديمقراطي.

قواعد النظام الديمقراطي

يتطلب النظام الديمقراطي إقرار قواعد و إقامة مؤسسات.

القاعدة الأولى تتعلق **بالانتخابات كقاعدة لاختيار "أعضاء المؤسسات"**. وتهدف هذه المؤسسات إلى ضمان قيام الحكومة الديمقراطية بوضع سياسات واتخاذ قرارات تحت رقابة نواب ينتخبهم الشعب من خلال اقتراع دوري حر ونزيه، على أن يحق لكل مواطن تتوفر فيه شروط تأهله الترشح للانتخابات أن يرشح نفسه، كما يكون من حق جميع المواطنين البالغين (الذين يحق لهم التصويت) الاشتراك في عملية الانتخاب والتصويت.

والقاعدة الثانية **مؤسسات تكفل حماية الحريات العامة**. وتهدف هذه المؤسسات إلى تأكيد الحريات العامة الآتية: حق التعبير، وحق النقد البناء دون خشية التعرض إلى عقوبات، وحق الحصول على المعلومات، وحماية مصادر المعلومات البديلة، وحرية التنظيم المستقل، بما في ذلك حق تكوين الأحزاب وجماعات المصالح.

ورغم أن الهياكل والممارسات الديمقراطية تختلف كثيرا من دولة إلى آخرى، دائما ما يفترض أن تتصرف أية حكومة ديمقراطية وفقا لرغبات أغلبية مواطنيها – أي حكم الأغلبية.

ما هى المقومات الأساسية للديمقراطية؟

- **الانتخابات الحرة النزيهة الدورية:**

– يجب أن تكون الانتخابات دورية وحرة ونزيهة تسمح لكل من يحق له التصويت أن يشارك فيها.

– يستطيع الناس التعبير عن إرادتهم في النظام الديمقراطي من خلال الانتخابات.

– توفر الانتخابات فرصة للمواطنين لاختيار أو عزل قادتهم بشكل سلمي.

– يجب أن تكون الانتخابات الديمقراطية خالية من الترهيب والفساد وتهديد المواطنين سواء في الفترة السابقة عليها أو أثنائها أو بعدها.

- **المساواة:**

– يجب أن يكون كل المواطنين متساوين أمام القانون، فلا يجب التمييز بينهم على أساس العرق أو الدين أو النوع أو الجماعة الإثنية التي ينتمي لها المرء.

– المساواة في ممارسة حق الانتخاب: يجب أن يكون لكل المواطنين حق متساوي فى التصويت، وأن تكون كل الأصوات متساوية.

- **التسامح السياسي:**

يعتبر التسامح السياسي أمرا ضروريا لأنه قد يتنافس على السلطة الكثير من الأحزاب السياسية والأفراد المختلفين.

- **الحريات:**

– تعترف الدولة لكل المواطنين بالحريات، كما تكفل لهم جميعا الحقوق المدنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية على حد سواء.

– لا يمكن الاستغناء عن حرية الرأي والتعبير وحرية الصحافة فهي عناصر أساسية كما يحق للمواطنين أن يتلقوا المعلومات ويتداولوها وينشروها في مناخ من الحرية.

– حرية التنظيم: يحق للمواطنين الانضمام للنوادي والرابطات والجمعيات والأحزاب السياسية كما يحق لهم حضور اجتماعاتها وأنشطتها بحرية.

- **سيادة الشعب:**

تنبع قرارات الحكومة في أي دولة ديمقراطية من إرادة الشعب وموافقته. فمن الناحية النظرية يشترك المواطنون في مسئوليات حكم الدولة.

- **حكم الأغلبية:**

مع حماية حقوق الأقلية – بالرغم من أن صوت الأغلبية يشكل الحكومة يجب احترام مصالح الأقليات السياسية ووجهات

نظرها.

- **استقلال القضاء:**

يقوم على تطبيق القانون قضاء مستقل. ويعامل القانون المسئولين الرسميين والمواطنين على قدم المساواة.

- **المساءلة والمحاسبة:**

يجب محاسبة المسئولين المنتخبين والمعينين عن أفعالهم، وكما يجب أن تعكس تصرفاتهم إرادة الشعب ورغباته وتطلعاته.

- **الشفافية:**

يجب أن يضمن كبار المسئولين إطلاع الشعب على ما يجري من أمور، بل وفي أي حكومة تراعي مبادئ الشفافية عليها إيجاد آليات لاستشارة المواطنين وإعلامهم بما يجري.

ما هي التطبيقات المختلفة للنظم الديمقراطية؟

النظام السياسي الديمقراطي: ويقضي بأن يقوم الناس بانتخاب عدد قليل منهم ليمارسوا السلطة ويتخذوا القرارات نيابة عنهم. ويعرف هذا النظام بالنظام الديمقراطي النيابي، أي ديمقراطية تمثيل.

وتنظم سيادة القانون ممارسة النواب والحكام صلاحياتهم في اتخاذ القرار، وعادة ما يقيد الدستور الذي يعتبر الضامن الرئيسي لحماية حقوق وحريات الأفراد مثل هذه الصلاحيات.

أهمية الانتخابات الحرة النزيهة

تعتبر الانتخابات نتيجة لعملية معقدة تتطلب مشاركة عدد من الأطراف الفاعلة؛ يكون لكل منهم دوره وخططه المختلفة. وتعد الانتخابات الحرة النزيهة العمود الفقري للديمقراطية.

ما هي العناصر الرئيسية التي تكفل حرية ونزاهة الانتخابات؟

- احترام الحقوق السياسية والحريات الأساسية مثل: حرية التعبير والحركة والتنظيم والوصول للمعلومات.
- تساوي فرص التصويت أمام كل المواطنين.
- عدم وجود أي عوائق أمام المشاركة الكاملة في الانتخابات دون تمييز أو ترهيب.
- سيادة القانون.

ويعتبر توافر الشروط التالية ضروريا لعقد انتخابات حرة ونزيهة:

- وجود هيئة لإدارة الانتخابات تتميز بالحياد والمصداقية والفعالية.
- توافر قضاء مستقل يقوم بتفسير قوانين الانتخابات ويبت في النزاعات الانتخابية.
- تمتع الناخبين بالفهم والمعرفة بما يمكنهم من قبول القواعد واللوائح الانتخابية.
- إيجاد حياة سياسية فعالة تتيح مساحة من الحرية تسمح للأحزاب السياسية والمرشحين عرض البدائل المختلفة أمام المواطنين.
- حرية الوصول للمعلومات وتداولها.
- تساوي كل الأصوات

1.2 أدوار المواطنين ومسئولياتهم في النظام الديمقراطي

مفهوم المواطنة

يصف مصطلح المواطنة مفهوم علاقة الفرد بالدولة. وبشكل عام، المواطن هو: الشخص المتمتع بجنسية الدولة ممن توفر له الدولة الحماية وتكفل له الحقوق وتفرض عليه واجبات معينة. والحق في التصويت من العناصر الجوهرية في مفهوم المواطنة. كذلك، يعرف المواطن بأن من يحصل على الخدمات الحكومية.

لماذا تعتبر مشاركة المواطنين مهمة في النظام الديمقراطي؟

المشاركة مهمة في النظام الديمقراطي لأن نجاح الديمقراطية واستمرارها يعتمد على مشاركة المواطنين في الحياة السياسية بشكل عام، والتصويت في الانتخابات بشكل خاص، حيث يعتبر التصويت أجلى صور مشاركة المواطن في الحياة السياسية.

- **مشاركة المواطنين أساسية للنظام النيابي:** إن لم يشارك المواطنون في الانتخابات يستحيل تشكيل حكومة ديمقراطية.
- **مشاركة المواطنين في الحياة السياسية أساسية لضمان بناء جسور تواصل فعال بين المواطنين والحكومة:** تعزز المشاركة من جودة الحكم الديمقراطي عن طريق طرح احتياجات الشعب واهتماماته ووجهات نظره وآراء المتنوعة لأخذها في الاعتبار عند صنع القرار. وهذا يساعد الحكومة في تعريفها بما يريده المواطنون ويضمن تحقيق للشفافية وتطبيق المحاسبة.
- **المشاركة المستمرة للمواطنين في القضايا العامة عنصر أساسي لتحقيق الشفافية والمحاسبة:** تعتبر مشاركة المواطنين في الحكم العماد الأساسي الذي يضمان عدم إساءة استخدام السلطة من قبل الحكام، ويعزز مصالح المواطنين.

لا تتحقق الديمقراطية إلا بالانخراط الفعلي للناس فيها. ويقتضي ذلك: ممارسة الناس لحقوقهم واضطلاعهم بمسئولياتهم واحترامهم لحقوق الآخرين ومحاسبتهم لقادتهم وممثليهم المنتخبين.

كيف يمكن للمواطنين أن يشاركوا في النظام الديمقراطي؟

- عن طريق الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات عن معرفة ودراية.
- بإطلاعهم ومتابعتهم لما يحدث في البرلمان والهيئات التشريعية الأخرى.
- بالانضمام لمجموعات المجتمع المدني من المنظمات والجمعيات الخيرية والخدمية والتنموية والحقوقية والنقابات، فمنظمات المجتمع المدني قادرة على التأثير في خطط السلطات الثلاث وقراراتها.
- عن طريق كتابة الخطابات والاشتراك في النقاشات التي تبثها وسائل الإعلام.
- عن طريق تقديم إفادات مكتوبة أو شفهية للبرلمان.
- عن طريق الانضمام للحزب السياسي الذي يختاروه؛ فالأحزاب السياسية من الأعمدة الأساسية للنظام الديمقراطي، كما تساعد الأحزاب السياسية في تثقيف الناس وتجميع آراء المواطنين ومطالبهم والتعبير عنها وتشكيل منافسة للحكومة.
- عن طريق الترشح في الانتخابات.
- عن طريق الممارسة العملية للديمقراطية وتطبيق مبادئها وقيمها في علاقتهم مع غيرهم من المواطنين.

1.3 صوتك مهم

لماذا يعتبر التصويت مهما؟

يسمح التصويت لكل المواطنين بأن يشاركوا بشكل فعال في السلطة؛ فالتصويت يقدم لهم فرصة للمشاركة والتعلم وتعريف الآخرين بما يجري. وتخول نتائج التصويت للمنتخَبين صلاحية الحكم أو معارضة من يحكمون ومراقبتهم وتقييم آدائهم

حتى حلول موعد الانتخابات التالية. ويضطلع المنتخبون بمسئولية البت في المسائل السياسية نيابة عن الناخبين.

التصويت هو أساس للتفاعل بين المنتخَبين والمواطنين، وهو عماد النظام الديمقراطي.

ماذا يحدث لو امتنع المواطنين عن التصويت ؟

يتعلق التصويت باتخاذ قرارات تؤثر على حياتك. ويعتبر التسجيل والتصويت من الطرق الفعالة لكي يكون لك رأي فيما يدور حولك.

إذا إنخفاض نسبة مشاركة الشعب في التصويت يؤدي إلى ما يلي:

- خلل في العلاقة بين المواطنين والحكومة.
- عدم تماشي قرارات الحكومة مع رغبات الشعب.
- بداية تقويض شرعية النظام الديمقراطي.

كما يفقد من يمتنع عن المشاركة في الانتخابات حقه في أن يمثل مصالحه المنتخبون.

ما هو تعريف الناخب الواعي؟

الناخب الواعي هو من يفهم القضايا المهمة له ولمجتمعه، ويحدد أي المرشحين يعبر عن مصالحه. ولكي تصبح ناخبا واعياً عليك أن تكون ملما بمعلومات كافية عن المرشحين تعينك على اختيار أفضل من يمثل مجتمعك وبلدك.

يجب اعتبار مشاركة المواطن في العملية الديمقراطية وفي الانتخابات أنها الدور الأساسي الذي يلعبه المواطن في النظام الديمقراطي.

1.4 صوتك سري

تضمن الانتخابات الديمقراطية أيضا سرية التصويت؛ فسرية الصوت من الضمانات الأساسية التي لا غنى عنها لأنها تسمح للناخبين أن يدلوا بأصواتهم بحرية واستقلالية تامة دون خوف أم تهديد.

تعني سرية الصوت عدم معرفة أي شخص خلاف الناخب نفسه من هو المرشح أو الحزب الذي اختاره الناخب يوم التصويت. و يجب أن لا يخبر الناخب أي شخص بمعلومات عن من انتخبه.

2. الإنتخابات البرلمانية فى مصر

أولاً: النظام الانتخابي في مصر

1) ما هو النظام الإنتخابى الحاكم فى مصر بعد ثورة 25 يناير؟

- نظام الأغلبية المطلقة في حالة النظام الفردى وفقا لمراسيم قوانين أرقام 108 و109 لسنة 2011 فى شأن مجلسى الشعب والشورى: يفوز في الانتخابات المرشحون الذين حصلوا على الأغلبية المطلقة لعدد الأصوات الصحيحة. وفي حالة عدم حصول أي من المرشحين على الأغلبية المطلقة، تعقد جولة إعادة بين المرشحين الذين حازا على أعلى الأصوات.

- نظام القوائم الحزبية المغلقة وفقا للمراسيم بقوانين أرقام 108 و109 لسنة 2011 فى شأن مجلسى الشعب والشورى: ينتخب ممثلى كل دائرة من دوائر القوائم عن طريق إعطاء كل قائمة عدداً من مقاعد الدائرة بنسبة عدد الأصوات

الصحيحة التى حصلت عليها إلى مجموع عدد الأصوات الصحيحة للناخبين فى الدائرة التى حصلت عليها قوائم الأحزاب. ولا يمثل بالمجلس الحزب الذى لا تحصل قوائمه على نصف فى المائة على الأقل من عدد الأصوات الصحيحة بدوائر الجمهورية المخصصة للقوائم.

- وطبقاً للإعلان الدستورى الصادر فى 25 سبتمبر 2011، تم تعديل نص المادة (38) ليكون: "ينظم القانون حق الترشيح لمجلسى الشعب والشورى وفقاً لنظام إنتخابى يجمع بين القوائم الحزبية المغلقة والنظام الفردى بنسبة الثلثين للأولى والثلث الباقى للثانى".

- وبالفعل فى 26 سبتمبر 2011 صدر المرسوم بقانون رقم 120 لسنة 2011 والذى ينص على أن يكون إنتخاب ثلثى أعضاء مجلسى الشعب والشورى بنظام القوائم الحزبية المغلقة، والثلث الباقى بالنظام الفردى. ومن الجدير بالذكر أن النظام الإنتخابى فى مصر بعد ثورة 25 يناير قد مر بالعديد من التعديلات نظراً لضغوط الحركات السياسية فقد كانت البداية أن يتم إنتخاب ثلث الأعضاء فقط بنظام القوائم، ثم تم تعديل هذه النسبة لتصل إلى النصف، واخيراً تم الإتفاق فى التعديل الأخير على أن تكون النسبة بالثلثين.

- وفى 8 أكتوبر 2011 صدر أحدث تعديل للمرسوم بقانون رقم 120 لسنة 2011 ويحمل رقم 123 لسنة 2011، وينص على إلغاء المادة الخامسة والتى كانت تنص على إلزام المرشحين للمقعد الفردى لإنتخابات الشعب والشورى بعدم الإنتماء لأى حزب سياسى، ويشترط لإستمرار العضوية أن يظل العضو غير منتم لأى حزب.

2) ما هو عدد أعضاء مجلسى الشعب والشورى؟

- ينص المرسوم بقانون رقم 120 لسنة 2011 على ان يكون عدد أعضاء مجلس السعب المنتخبين هو (498) عضو و(270) عضو بالنسبة لمجلس الشورى، ويتم إنتخابهم طبقاً للجمع بين نظام القوائم الحزبية المغلقة (الثلثين) والنظام الفردى (الثلث الباقى).

ثانياً: الفاعلين فى الإنتخابات

1) ما هى اللجان المنظمة للعملية الإنتخابية؟

طبقاً للمادة 39 من الإعلان الدستورى: تتولى لجنة عليا ذات تشكيل قضائى كامل الإشراف على الانتخاب والاستفتاء، بدءاً من القيد بجداول الانتخاب وحتى إعلان النتيجة، وذلك كله على النحو الذى ينظمه القانون. ويجرى الاقتراع والفرز تحت إشراف أعضاء من هيئات قضائية ترشحهم مجالسها العليا، ويصدر باختيارهم قرار من اللجنة العليا.

اللجنة العليا للانتخابات:

تختص اللجنة العليا للانتخابات، بما يأتى:

أولاً: تشكيل اللجان العامة للانتخابات ولجان الاقتراع والفرز المنصوص عليها فى هذا المرسوم بقانون، وتعيين أمين لكل لجنة.

ثانياً: الإشراف على إعداد جداول الانتخابات من واقع بيانات الرقم القومى ومحتوياتها وطريقة مراجعتها وتنقيتها وتحديثها، والإشراف على القيد بها وتصحيحها.

ثالثاً: وضع وتطبيق نظام للرموز الانتخابية بالنسبة لمرشحى الأحزاب السياسية والمستقلين.

رابعاً: تلقى البلاغات والشكاوى المتعلقة بالعملية الانتخابية والتحقق من صحتها وإزالة أسبابها.

خامساً: وضع القواعد المنظمة لمشاركة منظمات المجتمع المدنى المصرية والدولية فى متابعة كافة العمليات الانتخابية.

سادساً: وضع القواعد المنظمة للدعاية الانتخابية بمراعاة أحكام المادة (4) من الإعلان الدستورى والمادة الحادية عشر من القانون رقم 38 لسنة 1972 فى شأن مجلس الشعب[9]، على أن تتضمن هذه القواعد حظر استخدام شعارات أو رموز أو القيام بأنشطة للدعاية الانتخابية ذات الطابع الدينى أو على أساس التفرقة بسبب الجنس أو الأصل.

سابعاً: وضع قواعد توزيع الوقت المتاح خاصة فى أوقات الذروة للبث التلفزيونى والإذاعى بغرض الدعاية الانتخابية فى أجهزة الإعلام الرسمية والخاصة على أساس المساواة التامة.

ثامناً: إعلان النتيجة العامة للانتخاب وللاستفتاء.

تاسعاً: تحديد مواعيد الانتخابات التكميلية.

عاشراً: إبداء الرأى فى مشروعات القوانين المتعلقة بالانتخابات.

تشكل اللجنة العليا للانتخابات كالتالي:

تشكل اللجنة العليا للانتخابات برئاسة رئيس محكمة استئناف القاهرة وعضوية السادة[10]:

- أقدم نائبين من نواب رئيس محكمة النقض.
- أقدم نائبين لرئيس مجلس الدولة.
- أقدم رئيسين بمحاكم الاستئناف تاليين لرئيس محكمة استئناف القاهرة.

وتختار المجالس العليا للهيئات القضائية المشار إليها عضواً احتياطياً بمراعاة الأقدمية.

وتكون للجنة العليا للانتخابات شخصية اعتبارية عامة، ويكون مقرها القاهرة الكبرى، وتكون للجنة العليا للانتخابات شخصية اعتبارية عامة، ويكون مقرها القاهرة الكبرى، ويمثلها رئيسها.

2- الالتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية ، والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية على نحو يهددها أو يسئ إليها.

3- حظر استخدام المبانى والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام وللشركات التى تساهم الدولة فى رأسمالها فى الدعاية الانتخابية.

[10] هذا وقد نصت المادة الثالثة من المرسوم بقانون رقم 46 لسنة 2011، على أن "يتولى رئاسة أول لجنة عليا للانتخابات تشكل بعد العمل بهذا المرسوم بقانون رئيس محكمة استئناف القاهرة، الذى يتولى العمل فى أول أكتوبر عام 2011".

كما يشكل رئيس اللجنة العليا للانتخابات أمانة عامة دائمة برئاسة أحد نواب رئيس محكمة النقض أو من فى درجتهم وعضوية عدد كاف من القضاة أو من فى درجتهم من أعضاء الهيئات القضائية بعد موافقة المجالس العليا لهذه الهيئات وممثل لوزارات الداخلية والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والتنمية المحلية يختارهم الوزراء المختصون.

ولرئيس اللجنة أن يطلب ندب من يرى الاستعانة به فى أى شأن من شئون الأمانة العامة من بين العاملين فى الدولة والخبراء المختصون. وفى جميع الأحوال تتحمل الجهة المنتدب منها إلى الأمانة العامة كامل المستحقات المالية لمن يتم ندبه كما لو كان قائماً بالعمل لديها، وذلك طوال مدة الندب.

تشكل اللجنة العليا للانتخابات لجنة انتخابية بكل محافظة برئاسة رئيس بمحاكم الاستئناف، وعضوية مستشار بمجلس الدولة ورئيس بالمحكمة الابتدائية وأحد نواب رئيس هيئة قضايا الدولة وأحد نواب رئيس هيئة النيابة الإدارية تختارهم المجالس العليا للجهات المشار إليها، وتختار كل من تلك المجالس العليا عضواً احتياطياً يحل محل العضو الأصلى عند قيام مانع لديه.

2) ما هو دور الأحزاب في الحياة السياسية؟

يلعب الحزب في الحياة السياسية أدوارا أساسية تتمثل في كونه وسيلة هامة من وسائل التنشئة السياسية، كما وأنه وسيلة الأفراد للمشاركة بفاعلية في حياة سياسية نشطة؛ أي أن الأحزاب هي الباعث والمحرك ومجال المشاركة السياسية النشطة، حيث لها دور فاعل في الدعاية والاستمالة والتعبئة السياسية والتأثير في الرأي العام تجاه القضايا المختلفة.

وبدون الأحزاب لا يمكن تحقيق الديمقراطية البرلمانية؛ فالأحزاب من أهم العناصر المهيئة للنظام الديمقراطي والداعمة له، كما وأن وجود الأحزاب ضرورة لتأكيد المعارضة وإمكانية تنظيم التداول السلمي للسلطة، كما أنها تعد إحدى التنظيمات الرئيسية لتحقيق الحريات السياسية من خلال تنظيم مشاركة فاعلة للأفراد في الحياة السياسية.

3) ما هو دور وسائل الإعلام

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما في العملية الانتخابية عن طريق بث الأخبار والمعلومات الخاصة بالانتخابات للناس، ورفع وعيهم. وتعتبر وسائل الإعلام أيضا من القنوات الأساسية التي يقوم المرشحون بنشر برامجهم من خلالها. ويجب أن تلتزم وسائل الإعلام بالقواعد التي تضعها هيئة الانتخابات، كما يجب أن يكون لكل المرشحين فرص متساوية للوصول لوسائل الإعلام والاستفادة منها، بما في ذلك تغطية الحملات الانتخابية لهم جميعا بشكل عادل. ويعتبر التحدي الأكبر أمام وسائل الإعلام هو الاحتفاظ بالحيادية وعدم الانحياز لأي من القوى السياسية في فترة الانتخابات.
ويوجد في مصر ميثاق شرف لوسائل الإعلام أصدرته نقابة الصحفيين. ولقد صدر أحدث ميثاق شرف في مارس 1998، لكنه لا يتضمن إلا مبادئ عامة، كما إنه لم يحدد دور الإعلام في الحملات الانتخابية.

وتهدف هذه الجهود إلى الوصول بميثاق الشرف الخاص بالتغطية الإعلامية للانتخابات لمستوى من الالتزام الطوعي، و إلى اعتماده كأساس للتقاليد المهنية التي يتم إتباعها عند تغطية الانتخابات العامة.

ثالثاً: القضاء

1) هل يلعب القضاء دورا في التحقيق في الشكاوى و الطعون الانتخابية؟

- تتولى فحص طلبات الترشح والبت فى صفة المرشح، من واقع المستندات التى يقدمها طبقاً لحكم المادة الثامنة من المرسوم بقانون رقم 108 لسنة 2011، وإعداد كشوف المرشحين، لجنة أو أكثر فى كل محافظة برئاسة قاض بدرجة

رئيس بالمحكمة الابتدائية من الفئة (أ) وعضوية قاضيين بالمحاكم الابتدائية يختارهما مجلس القضاء الأعلى، ويتولى الأمانة الفنية للجنة ممثل لوزارة الداخلية يختاره وزيرها. ويصدر بتشكيل هذه اللجان وأماناتها قرار من اللجنة العليا للانتخابات.

- تفصل فى الاعتراضات الخاصة بصفة المرشحين لجنة أو أكثر تشكل بقرار من اللجنة العليا للانتخابات بكل محافظة برئاسة قاض بمحاكم الاستئناف، وعضوية قاضيين بدرجة رئيس بالمحاكم الابتدائية يختارهم مجلس القضاء الأعلى، وذلك خلال مدة أقصاها سبعة أيام من تاريخ إقفال باب الترشيح، ويتولى الأمانة الفنية للجنة ممثل لوزارة الداخلية يختاره وزيرها. ويكون الطعن على القرار الصادر من لجنة الفصل فى الاعتراضات أمام محكمة القضاء الإدارى خلال الأيام السبعة التالية لإعلان كشوف المرشحين، وتفصل المحكمة فى الطعن دون عرضه على هيئة مفوضى الدولة خلال سبعة أيام على الأكثر. ولا يجوز وقف تنفيذ الحكم الصادر من محكمة القضاء الإدارى، ولو تم الاستشكال فى تنفيذه أمام أية جهة إلا إذا قررت المحكمة الإدارية العليا وقف التنفيذ عند الطعن على الحكم.

- تختص محكمة النقض بالفصل فى صحة عضوية أعضاء مجلس الشعب. وتقدم الطعون مصحوبة ببيان أدلتها إلى المحكمة خلال مدة لا تجاوز ثلاثين يوماً من تاريخ إعلان نتيجة الانتخاب، وتفصل المحكمة فى الطعن خلال تسعين يوماً من تاريخ وروده إليها. وتعتبر العضوية باطلة من تاريخ إبلاغ مجلس الشعب بقرار المحكمة.

رابعاً: الوكلاء والمندوبون

يكون لكل مرشح أن يوكل عنه أحد الناخبين من المقيدين فى ذات الدائرة الانتخابية ليمثله أمام كل لجنة انتخابية عامة أو فرعية، ويكون لهذا الوكيل حق الدخول فى جمعية الانتخابات أثناء مباشرة عملية الانتخابات، وأن يطلب إلى رئيس اللجنة إثبات ما يعن له من ملاحظات بمحضر الجلسة، ولا يجوز له دخول قاعة الانتخاب فى غير هذه الحالة، ويكفى أن يصدق على هذا التوكيل من إحدى جهات الإدارة أو اللجنة الانتخابية بالمحافظة، ويكون التصديق بغير رسم ولو كان أمام إحدى الجهات المختصة بالتصديق على التوقيعات ولا يجوز أن يكون المندوب أو الوكيل عمده أو شيخاً ولو كان موقوفاً.

كما يكون لكل مرشح و لكل ممثل قائمة حزبية أن ينتدب عضوا من بين الناخبين فى نطاق اللجنة العامة لتمثيله فى ذات اللجنة العامة وعددا من الناخبين المقيدة أسماؤهم فى قاعدة بيانات الناخبين باللجنة الفرعية لتمثيله فى ذات اللجنة الفرعية أو فى المقر وأن يبلغ رئيس اللجنة ذلك كتابة قبل بدء الانتخابات فإذا مضت نصف ساعة على الميعاد المحدد للبدء فى عملية الانتخاب دون أن يصل عدد المندوبين إلى اثنين أكمل الرئيس هذا العدد من الناخبين الحاضرين الذين يعرفون القراءة والكتابة المقيدة أسماؤهم فى نطاق اللجنة على الوجه السابق فإذا زاد عدد المندوبين على ثمانية وتعذر اتفاق المرشحين عليهم عينهم رئيس اللجنة بالقرعة من بين المندوبين.

خامساً: الرقابة الدولية

يدخل ضمن اختصاصات اللجنة العليا للانتخابات وضع القواعد المنظمة لمشاركة منظمات المجتمع المدنى المصرية والدولية فى **متابعة** كافة العمليات الانتخابية وذلك طبقاً لقانون مباشرة الحقوق السياسية.

سادساً: المرشحون

من يمكنه الترشح في الانتخابات وكيف يتم الترشيح؟

حدد القانون شروط الترشيح كالتالي:

1- أن يكون مصرى الجنسية، من أب مصرى.

2- أن يكون اسمه مدرجاً بقاعدة بيانات الناخبين بأى من محافظات الجمهورية، وألا يكون قد طرأ عليه سبب يستوجب إلغاء قيده طبقاً للقانون الخاص بذلك.

3- أن يكون بالغاً من العمر خمس وعشرين سنة ميلادية على الأقل (بالنسبة لمجلس الشعب) يوم الانتخاب، وخمسة وثلاثين سنة (بالنسبة للشورى)

4- أن يكون حاصلاً على شهادة إتمام مرحلة التعليم الأساسى أو ما يعادلها على الأقل، ويكتفى بإجادة القراءة والكتابة بالنسبة لمواليد ما قبل أول يناير سنة 1970.

5- أن يكون قد أدى الخدمة العسكرية الإلزامية او أعفى من أدائها طبقاً للقانون.

6- ألا تكون قد أسقطت عضويته بقرار من مجلس الشعب أو مجلس الشورى بسبب فقد الثقة والاعتبار أو بسبب الإخلال بواجبات العضوية بالتطبيق لأحكام المادة 96 من الدستور، ومع ذلك يجوز له الترشيح فى أى من الحالتين الآتيتين:

(أ) انقضاء الفصل التشريعى الذى صدر خلاله إسقاط العضوية.

(ب) صدور قرار من مجلس الشعب أو من مجلس الشورى بإلغاء الأثر المانع من الترشيح المترتب على إسقاط العضوية بسبب الإخلال بواجباتها ويصدر قرار المجلس فى هذه الحالة بموافقة أغلبية أعضائه بناء على اقتراح مقدم من ثلاثين عضواً، وذلك بعد انقضاء دور الانعقاد الذى صدر خلاله قرار إسقاط العضوية.

إجراءات الترشيح واحدة بالنسبة لمجلسي الشعب و الشورى و هي كالتالي:

يقدم طلب الترشح لعضوية مجلس الشعب، فى الدوائر المخصصة للانتخاب بالنظام الفردى، من طالبى الترشح كتابة إلى لجنة الانتخابات بالمحافظة التى يرغب المرشح فى الترشيح فى إحدى دوائرها الانتخابية، وذلك خلال المدة التى تحددها اللجنة العليا للانتخابات بقرار منها على ألا تقل عن خمسة أيام من تاريخ فتح باب الترشح.

ويكون طلب الترشح مصحوباً بإيصال إيداع مبلغ ألف جنيه في خزانة المحكمة الابتدائية المختصة، وبالمستندات التى تحددها اللجنة العليا للانتخابات بقرار منها لإثبات توافر الشروط التى يتطلبها هذا القانون للترشح، وتثبت صفة العامل أو الفلاح بإقرار يقدمه المرشح مصحوباً بما يؤيد ذلك من مستندات.

وتعتبر الأوراق والمستندات التى يقدمها المرشح أوراقاً رسمية فى تطبيق أحكام قانون العقوبات.

وتسرى الأحكام المنصوص عليها فى الفقرات الثلاث السابقة على مرشحى القوائم الحزبية المغلقة، على أن تتولى الهيئة المختصة فى الحزب أو الأحزاب ذات الصلة إجراءات ترشيحهم بطلب يقدم على النموذج الذى تعده اللجنة العليا للانتخابات، ويجب أن يودع مبلغ الألف جنيه المنصوص عليها فى الفقرة الثانية عن كل مرشح من مرشحى القائمة.

وتعتبر الأوراق والمستندات التي يقدمها المرشح أوراقا رسمية في تطبيق أحكام قانون العقوبات.

سابعاً: الناخبون

من له الحق في التصويت؟

الحق في المشاركة في العملية الانتخابية:

على كل مصري ومصرية بلغ ثمانية عشر سنة ميلادية أن يباشر بنفسه الحقوق السياسية الآتية:

أولا: إبداء الرأي في كل استفتاء ينص عليه الدستور

ثانيا: انتخاب كل من:

رئيس الجمهورية

أعضاء مجلس الشعب

أعضاء مجلس الشورى

أعضاء المجالس الشعبية المحلية.

ويستثنى من أداء ذلك الواجب: ضباط وأفراد القوات المسلحة، وضباط وأفراد هيئة الشرطة، طوال مدة خدمتهم.

من لا يحق له الترشيح؟

يقضى القانون رقم 73 لسنة 1956 في شأن تنظيم مباشرة الحقوق السياسية، بحرمان بعض الفئات من حقوقها السياسية مثل:

- المحكوم عليه في جناية
- المحكوم عليه بالحبس في جريمة من الجرائم الاقتصادية التي تضر بقيم المجتمع الاقتصادية.
- المحكوم عليه بالحبس في جريمة من الجرائم الأخلاقية الماسة بالشرف والاعتبار.
- المحكوم عليه للشروع في تلك الجرائم أو في إحدى الجرائم الانتخابية.
- من سبق فصله من العاملين في الدولة أو القطاع العام لأسباب مخلة بالشرف، أو من عزل من الوصاية أو القوامة لسوء السلوك أو الخيانة أو من سلبت ولايته.

- المحجور عليهم مدة الحجر، والمصابون بأمراض عقلية، والمحجوزون مدة حجزهم.
- الذين أشهر إفلاسهم مدة خمس سنوات من تاريخ شهر إفلاسهم ما لم يرد إليهم اعتبارهم قبل ذلك.

ثامناً: تسجيل الناخبين

سجلات الناخبين: هي قوائم أو جداول تضم أسماء الأشخاص المؤهلين للاقتراع في الانتخابات أو الاستفتاءات.

تنشأ قاعدة بيانات للناخبين تقيد فيها تلقائياً من واقع بيانات الرقم القومى الثابتة بقاعدة بيانات مصلحة الأحوال المدنية بوزارة الداخلية أسماء من تتوافر فيهم شروط الناخب، ولم يلحق بهم أى مانع من موانع مباشرة الحقوق السياسية على مدار العام، وذلك فى المكان وبالكيفية التى تبينها اللائحة التنفيذية. واستثناء من هذه المادة وطبقاً للمرسوم بقانون رقم 110 لسنة 2011 بتعديل بعض أحكام قانون مباشرة الحقوق السياسية يوقف القيد فى قاعدة بيانات الناخبين لعام 2011 وتعرض قاعدة بيانات الناخبين فى الفترة من العشرين من أغسطس 2011 وحتى الحادى والثلاثين من ذات الشهر وذلك فى المكان وبالكيفية التى تبينها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

وتقدم الطلبات المنصوص عليها فى المادة 15 من هذا القانون اعتبارا من تاريخ بدء عرض قاعدة بيانات الناخبين حتى الخامس عشر من سبتمبر.

تاسعاً: إجراءات العملية الإنتخابية

ما هو عدد بطاقات الاقتراع؟

فى انتخابات مجلسى الشعب والشورى التى تجرى بطريقة الانتخاب الفردى والقوائم الحزبية المغلقة يسلم رئيس اللجنة لكل ناخب بطاقة مفتوحة تدرج فيها أسماء المرشحين فى دوائر الانتخاب بالنظام الفردى وبطاقة أخرى بلون مختلف تدرج فيها أسماء الأحزاب أو الائتلافات الحزبية فى دوائر الانتخاب بنظام القوائم الحزبية المغلقة، على أن يمسك كل من أمينى السر كشفين متطابقين به أسماء جميع ناخبى اللجنة، ويخصص صندوقان يوضع فى الأول بطاقات الانتخاب بالنظام الفردى، ويوضع فى الثانى بطاقات الانتخاب بنظام القوائم الحزبية المغلقة.

متى يتم إجراء الانتخابات؟

فى 27 سبتمبر 2011 صدرت قرارات رئيس المجلس الأعلى للقوات المسلحة أرقم 199 و200 بدعوة الناخبين لإنتخاب أعضاء مجلسى الشعب والشورى، وذلك على أن تجرى الإنتخابات على ثلاث مراحل بالنسبة لكل من إنتخابات الشعب والشورى.

بالنسبة لإنتخابات مجلس الشعب، تبدأ المرحلة الأولى يوم 28 نوفمبر وتكون الإعادة فى 5 ديسمبر، وتبدأ المرحلة الثانية فى 14 ديسمبر وتكون الإعادة فى 21 ديسمبر، وتبدأ المرحلة الثالثة والأخيرة فى 3 يناير 2012 وتكون الإعادة فى 10 يناير 2012.

بالنسبة لإنتخابات مجلس الشورى تبدأ المرحلة الأولى يوم 29 يناير 2012 وتكون الإعادة فى 5 فبراير 2012، وتبدأ المرحلة الثانية فى 14 فبراير 2012 وتكون الإعادة فى 21 فبراير2012، وتبدأ المرحلة الثالثة والأخيرة فى 4 مارس 2012 وتكون الإعادة فى 11 مارس 2012.

كيف يقوم الناخب بالإدلاء بصوته يوم الانتخاب؟

عندما يصل الناخب إلى لجنة الاقتراع في اليوم المحدد للانتخاب، يجب عليه الانتظار بالصف حتى يأتي دوره للدخول

وعندما يدخل الناخب إلى لجنة الاقتراع، يحدث ما يلي:

1. يُطلب من الناخب أن يقدم بطاقة الرقم القومي لأمين لجنة الانتخاب (التصويت يتم فقط ببطاقة الرقم القومى).
2. يتحقق أمين اللجنة من وجود الناخب بسجل الناخبين
3. إذا كان الاسم مدرجا في جداول الانتخابات، فيسلّم رئيس لجنة الاقتراع للناخب بطاقتين إقتراع أحدهما للنظام الفردى والأخرى للقوائم الحزبية المغلقة ، وبعد الإنتهاء يتم إعادة البطاقتين لرئيس اللجنة لوضعهما داخل الصناديق المخصصة. ويجب أن تكون هذه البطاقات مفتوحة، وليس عليها أية علامة، ومختومة بختم اللجنة.

يفهم رئيس اللجنة الناخب أن صوته يبطل في الحالات التالية:

- التأشير على بطاقة الاقتراع بغير القلم الجاف.
- عدم اختيار أكثر أوأقل من العدد المطلوب انتخابه من بين المرشحين (إثنين بالنسبة للنظام الفردى وقائمة واحدة بالنسبة لنظام القوائم)
- كتابة الناخب لاسمه على بطاقة الاقتراع أو وضع أية إشارة أو علامة أخرى تدل عليه.
- إذا أثبت الناخب رأيه على بطاقة غير التي سلمها إليه رئيس اللجنة.

4. يتوجه الناخب بعد ذلك إلى المكان الذي سيتم إرشاده إليه ليقوم بعملية التصويت بصورة سرية خلف الساتر المخصص لهذا الغرض .
5. عندما ينتهي الناخب من التصويت، يقوم بتسلّيم البطاقتين المطوتين إلى رئيس اللجنة.
6. عندما توضع بطاقتين الاقتراع في الصناديق المخصصة، يطلب رئيس اللجنة من الناخب أن يغمس إبهام اليد اليسرى في زجاجة الحبر الفسفوري ، وهو إجراء يستهدف منع أي شخص من الإدلاء بصوته أكثر من مرة.
7. عندما تنتهي عملية وضع الحبر على إصبع الناخب، عليه أن يقوم بالتوقيع أو وضع بصمته بجانب اسمه في كشوف الناخبين المقيدين في اللجنة.
8. سيقوم أمين لجنة الانتخاب بوضع علامة بجوار اسمه في كشوف الناخبين المقيدين في اللجنة للإشارة بأنّه أدلي بصوته .

كيف يقوم المكفوفون و ذوى الاحتياجات الخاصة بالتصويت؟

- على رئيس اللجنة الفرعية عند حضور أحد المكفوفين أو ذوى الاحتياجات الخاصة وحده أن يأخذ رأيه شفاهة و يثبت هذا الرأي في بطاقة الاقتراع بشرط أن تكون القاعة خالية إلا من أعضاء اللجنة و يوقع الرئيس عليها و توضع البطاقة في الصندوق.

- إذا حضر الناخب و معه مرافق، خيره رئيس اللجنة بين إبداء رأيه شفاهة أو إنابة الحاضر معه، فإن اختار الطريقة الثانية، أعطى الرئيس هذا الأخير بطاقة اقتراع لإثبات رأى من أنابه طبقا للقاعدة العامة[11]

4. العد – فرز الأصوات وإعلان النتائج

<u>كيف يتم فرز الأصوات؟</u>

يعلن رئيس اللجنة الفرعية ختام عملية الاقتراع متى حان الوقت المحدد لذلك، وتختم صناديق أوراق الانتخاب أو الاستفتاء، ويقوم رئيس اللجنة بتسليمها إلى رئيس لجنة الفرز. وتشكل لجان الفرز بقرار من اللجنة العليا للانتخابات برئاسة رئيس أو أحد أعضاء اللجنة العامة وعضوية اثنين من رؤساء اللجان الفرعية. ويتولى أمانة لجنة الفرز أمين اللجنة العامة، ويتم الفرز بمقر اللجنة العامة وتحت إشرافها بحضور رئيس كل لجنة فرعية أثناء فرز أوراق الانتخابات أو الاستفتاء الخاصة بلجنته. وللجنة الفرز أن تعهد إليه بإجراء هذا الفرز تحت إشرافها. ولكل مرشح أن يوكّل عنه من يحضر لجنة الفرز وذلك فى الدائرة التى ترشح فيها. ويجب على لجنة الفرز أن تتم عملها فى اليوم التالى على أكثر تقدير.

ويجري فرز صناديق مقاعد القوائم الحزبية المغلقة فى اللجنة العامة الخاصة بالدائرة الانتخابية، وفى جميع الأحوال يتم فصل إجراءات فرز الصناديق التى تضم بطاقات الانتخاب لمقاعد القوائم، وإعداد محاضر إجراءات الفرز. ولا تعلن اللجنة العامة نتيجة فرز مقاعد القوائم بل ترسل أوراق الانتخابات ومحاضر الفرز إلى اللجنة العامة المشرفة على الانتخابات التى تجرى على مقاعد القوائم بالمحافظة لمراجعتها وتحرير محضر فرز مجمع وإعلان عدد الأصوات الصحيحة التى حصلت عليها كل قائمة ويتبع فى فرز تلك الصناديق وإعلان عدد الأصوات الصحيحة ذات الإجراءات والقواعد المقررة فى هذا القانون.

تفصل لجنة الفرز فى جميع المسائل المتعلقة بعملية الانتخاب أو الاستفتاء وفى صحة أو بطلان إبداء كل ناخب لرأيه. وتكون المداولات سرية، ولا يحضرها سوى رئيس اللجنة وأعضاؤها. وتصدر القرارات بالأغلبية المطلقة وفى حالة تساوى الأصوات يرجح رأى الجانب الذى منه الرئيس. وتدون القرارات فى محضر اللجنة وتكون مسببة، ويوقع عليها من رئيس اللجنة وأعضائها ويتلوها الرئيس علناً.

يعلن رئيس اللجنة العامة نتيجة الانتخابات أو الاستفتاء وفقاً للنظام الانتخابى المتبع، ويوقع هو وأمين اللجنة العامة فى الجلسة على ثلاث نسخ من محضرها؛ ترسل إحداها مع أوراق الانتخاب أو الاستفتاء إلى اللجنة العليا للانتخابات مباشرة، والثانية إلى وزير الداخلية، وتحفظ النسخة الثالثة بلجنة الانتخابات بالمحافظة.

---

[11] إرشادات اللجنة العليا للانتخابات ليوم الاقتراع (انتخابات مجلس الشورى 2007) ودليل الناخب الصادر عن الهيئة العامة للاستعلامات.

وفى حالة الدوائر المخصصة للانتخاب بنظام القوائم الحزبية المغلقة، يعلن رئيس اللجنة العامة عدد الأصوات الصحيحة التى حصلت عليها كل قائمة، وترسل أوراق الانتخاب ونسخ المحاضر الثلاث إلى اللجنة العليا للانتخاب، وتتولى هذه اللجنة عقب ورود أوراق الانتخاب والمحاضر من جميع الدوائر على مستوى الجمهورية حساب النسبة المئوية التى حصلت عليها قوائم كل حزب أو ائتلاف حزبى وعدد المقاعد التى حازتها كل قائمة فى كل دائرة وأسماء الأعضاء المنتخبين عن كل دائرة من دوائر القوائم الحزبية المغلقة وذلك كله بمراعاة أحكام المادتين الخامسة عشر والسابعة عشرة من القانون رقم 38 لسنة 1973 فى شأن مجلس الشعب والمادتين 10 و12 من القانون رقم 120 لسنة 1980 فى شأن مجلس الشورى. وترسل اللجنة العليا للانتخابات عقب ذلك نسخة من المحاضر إلى وزارة الداخلية وأخرى إلى لجنة الانتخابات بالمحافظة لحفظها.

يعلن رئيس اللجنة العليا للانتخابات النتيجة العامة للانتخابات أو الاستفتاء بقرار منه خلال الأيام الثلاثة التالية لإعلان رؤساء اللجنة العامة نتائج الانتخاب أو الاستفتاء فى الدوائر الانتخابية أو عقب انتهاء المراحل الأخيرة من الانتخابات فى حالة إجرائها على عدة مراحل ووفقاً للنظام الانتخابى المتبع، وينشر هذا القرار فى الوقائع المصرية خلال يومين من تاريخ صدوره. يرسل رئيس اللجنة العليا للانتخابات عقب إعلان نتيجة الانتخاب إلى كل من المرشحين المنتخبين شهادة بانتخابه خلال شهر من تاريخ الإعلان.

3.تمكين المواطنين ذوي الإعاقة من ممارسة حقهم المشروع فى الانتخابات

التحديات والتوصيات

من المتوقع إقبال غير مسبوق للناخبين على الانتخابات البرلمانية المقرر عقدها هذا يفوق نسب المشاركة في الانتخابات السابقة، حيث تسنح الفرصة للمواطنين في أن يشاركوا في الانتخابات التاريخية التي يفترض أنها ستغير وجه مصر وتصحح المسار إلى المستقبل؛ ولذا فإنه من المهم أن يكون جميع المواطنين قادرين على المشاركة في هذا التصويت. وفى معظم الحالات تهمش فئة ذوى الاحتياجات الخاصة بسبب وجود عدد من التحديات التي تقف أمام مشاركتهم فى عملية الاقتراع.

حق الأشخاص ذوي الإعاقة في المشاركة في الحياة السياسية والعامة

تقدر الأمم المتحدة عدد الأشخاص ذوي الإعاقة بأكثر من مليار شخص حول العالم، ووفقًا للجهاز المركزي المصري للتعبئة العامة والإحصاء، يقدر تعداد الأشخاص ذوي الإعاقة في مصر بحوالي مليوني شخص، مما يمثل نحو 3.5% من إجمالي عدد السكان. وللأسف لا تتوافر بيانات شاملة حول ذوي الإعاقة في مصر، ولكن في ضوء تقديرات الأمم المتحدة تعتبر هذه النسبة منخفضة للغاية، فضلاً على من أصيبوا من المصريين بعاهات خلال ثورة يناير 2011، وعليه فضمان مشاركة الأشخاص ذوي الإعاقة في الانتخابات القادمة أمر في غاية الأهمية.

حق المواطنين ذوي الإعاقة في المشاركة في الحياة السياسية مضمون في القانون المصري

يحق للمصريين ذوي الإعاقة التصويت بموجب القانون؛ حيث ينص **قانون عام 1956 في شأن مباشرة الحقوق السياسية** في المادة 29 في الفقرة 5 على مساعدة المواطنين المكفوفين أو ضعاف البصر في الإدلاء بأصواتهم، كما ينص على تقديم المساعدة لذوي الإعاقة الآخرين الذين يطلبون المساعدة. كما صدقت مصر على اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، والجهات التشريعية المصرية حاليًا تعمل على صياغة قانون وطني شامل في شأن الإعاقة. وتنص الاتفاقية على التزامات تفصيلية تتعلق بحق الأشخاص ذوي الإعاقة في المشاركة في الحياة السياسية والعامة، بما في ذلك الحق في إتاحة إجراءات التصويت وتيسير الوصول إلى لجان الانتخاب وسهولة الوصول إلى المواد الانتخابية، مثل مواد توعية الناخبين. [راجع صندوق النص].

للأشخاص ذوي الإعاقة الحق فيما يلي:

- **المشاركة في الحياة السياسية والعامة دون تمييز وعلى قدم المساواة مع الآخرين.**
- **إتاحة إجراءات التصويت وتسهيل وصول ذوي الإعاقة للجان الانتخاب وتسير حصولهم على المواد الانتخابية بالطريقة التي تلائمهم بحيث يسهل عليهم فهمها واستخدامها.**
- **الإدلاء بالصوت في سرية.**
- **تلقي المساعدة من أشخاص من اختيارهم الشخصي، ووجود وسائل مساعدة لتحركاتهم داخل مراكز الاقتراع**

كما تضمن اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة حقهم في:

- **الانتخاب للمناصب الرسمية**
- **المشاركة في الإدارة العامة بما في ذلك إدارة الأحزاب السياسية والمجتمع المدني.**
- **المشاركة في عمل المنظمات الدولية بما في ذلك العمل كممثلين للحكومة.**

- **بالنسبة لمجموعات العمل**
- **تقييم وتحديد خيارات إصلاح القوانين/السياسات/المؤسسات**
- **البحث وتجميع الممارسات المثلى والمعايير والنماذج التشريعية ذات الصلة، مدعومة من الشركاء الجامعيين و**DLA Piper/New Perimeter.
- **إعداد مسودات سياسات لتحديد أولويات العمل ووضع الجداول الزمنية وتحديد الخطوط العريضة للعمل وصياغة التوصيات.**
- **مشاورات مع الأطراف المعنية الرئيسية.**

يرتبط الحق في المشاركة في اتخاذ القرارات، سواء كان على مستوى أو المجتمع المحلي أو على مستوى المحافظات أو المستوى الوطني، بالتمتع بجميع حقوق الإنسان الأخرى؛ فعلى سبيل المثال، إذا أنكرنا على ذوي الإعاقة حقه في التعليم، فنحن بذلك نكون أهدرنا حقه في المشاركة السياسية؛ لأن التعليم هو أساس المواطنة الفعالة. كما يعتبر الحصول على المعلومات شرطًا ضروريًا للمشاركة الكاملة في المجتمع. وإذا لم يحصل الشخص ذو الإعاقة على المعلومات العامة، فقد لا يتمكن من حضور اجتماع للتخطيط المحلي داخل مجتمعه، أو تسجيل نفسه كناخب، أو الاستفادة من مواد توعية الناخبين. وللأسف، تعاني مصر، شأنها في ذلك شأن دول كثيرة حول العالم، من أن الكثير من المعوقات التي يواجهها الأشخاص ذوي الإعاقة في المجتمع دائما ما تنبع من مفاهيم مغلوطة عن ذوي الإعاقة ومن محاولات الأشخاص الطبيعين لتنميطهم.

توعية الناخبين ودمج ذوي الإعاقة

إن التأكد من دمج الأشخاص ذوي الإعاقة وأسرهم في عمليات توعية الناخبين هو السبيل إلى المواطنة الفعالة، حيث تعد المشاركة في التصويت نوعًا من التمكين والإعداد للمشاركة في الحياة المجتمعية على مستويات أخرى: مثل الفرص الاقتصادية، ولقاءات النوادي الرياضية، والأنشطة الثقافية. وتشجع المنظمات المصرية المعنية بالأشخاص ذوي الإعاقة على مشاركة هؤلاء الأشخاص، ويمكنها أن تلعب دور الشريك الرئيسي الذي يعين المجتمع على دمج ذوي الإعاقة في الحياة العامة. كما أن مبادرات توعية الناخبين لا بد أن تشمل الأشخاص ذوي الإعاقة، حيث يعكس المدربون ومواد التوعية الانتخابية الصورة الإيجابية للأشخاص ذوي الإعاقة، وهذه المبادرات من شأنها إلقاء المزيد من الضوء على ذوي الإعاقة في المجتمع لمواجهة الأنماط الثابتة الضارة التي تسهم في إبعادهم وتهميشهم.

وتتعدد أمثلة الاستراتيجيات الناجحة لتحسين مشاركة الأشخاص ذوي الإعاقة في حملات توعية الناخبين وفي العمليات الانتخابية، وفيما يلي بعضها:

- ضمان دمج الأشخاص ذوي الإعاقة والمنظمات الممثلة لهم في حملات توعية الناخبين كمشاركين وكمدربين.
- تخطيط أنشطة توعية الناخبين في أماكن يسهل على ذوي الإعاقة الوصول إليها، وعقد جلسات توعية الناخبين داخل مقرات المنظمات المعنية بهم.
- عمل حملات لتوعية الأشخاص ذوي الإعاقة مع التركيز على حقهم في التصويت والانتخاب للمناصب العامة.
- تضمين صوت الأشخاص ذوي الإعاقة وصورهم في مواد التوعية المدنية وتوعية الناخبين (مثل تصميم ملصقات تحمل صور هؤلاء الأشخاص وهم يمارسون حقهم في التصويت).
- توفير مرتجمين للغة الإشارة في إعلانات التليفزيون التي تتناول توعية الناخبين
- ضمان تعريف الناخبين ذوي الإعاقة بحقهم في الحصول على مساعدة أثناء التصويت، بما في ذلك حقهم في اختيار الشخص الذي يختارونه بأنفسهم.
- توفير مواد توعية ومود إعلامية للناخبين بأشكال وتصميمات يسهل على الأشخاص ذوي الإعاقة استخدامها (مثل الخط الكبير، والاستعانة ببرمجيات قراءة الشاشة لمساعدة للناخبين المكفوفين، واستخدام اللغة السهلة للأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية).
- تشكيل فريق عمل حول إتاحة الانتخابات ليعمل مع مسئولي الانتخابات ومسئولي اللجنة العليا للانتخابات حول قضايا الإتاحة.
- بناء القدرات بين منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة لتحسين دورها في عمليات صنع القرارات العامة بجميع أنواعها.
- تدريب النواب المنتخبين على قضايا الإعاقة (مثل البرلمانيين وأعضاء المجالس المحلية...).
- عقد منتديات عامة مع الأحزاب السياسية لعرض برنامج موحد للإعاقة.
- وضع دليل الاقتراع بلغة برايل للناخبين المكفوفين بما يسمح لهم الإدلاء بأصواتهم باستقلالية وبسرية.
- تدريب مسئولي الانتخابات على الإتاحة.
- دمج الأشخاص ذوي الإعاقة في متابعة الانتخابات وتضمين قضايا الإتاحة في جميع أشكالها ومتابعة الانتخابات.
- بذل الجهود لإصلاح القوانين لضمان مطابقتها للمعايير الدولية حول قابلية المشاركة في الانتخابات وإصلاح القوانين التي تنص على الاستبعاد والمنع على أساس التمييز بسبب الإعاقة.

التوعية بالإعاقة: إرشادات للتفاعل مع الناخبين ذوي الإعاقة ومساعدتهم مع الاحتفاظ باحترامهم

إرشادات عامة

- ✓ تعامل مع ذوي الإعاقة البالغين كبالغين، وتجنب اللغة أو السلوك الذي يشعره بتفضلك عليه، ولا تضع يدك أبدًا على الكرسي المتحرك للشخص ذي الإعاقة حيث أن الكرسي يشكل جزءًا من المساحة الجسدية لمستخدمه.

- ✓ تحدث مباشرة مع الشخص ذي الإعاقة ولا تخاطبه من خلال شخص آخر، وإذا كان الأول يستخدم مترجمًا، فانظر للشخص نفسه وتحدث إليه وليس إلى المترجم.
- ✓ لا تعرض المساعدة على الناخب ذي الإعاقة إلا عندما يبدو أنه يطلب مساعدة، ولكن إذا رفض المساعدة، لا تصر على ذلك، وتأكد من الانتظار حتى يجيبك الشخص ثم قدم المساعدة له إذا طلبها، وإن لم تكن متأكدًا، اسأله ما أفضل وسيلة لمساعدته.
- ✓ تذكر أن كل شخص مختلف، فالبعض سيسعدهم أن يقبلوا المساعدة، ولكن البعض الآخر قد يشعر أن المساعدة نوع من التدخل أو التفضل عليه.
- ✓ تجنب استخدام العلامات التي تعكس قلة الحيلة أو الشفقة، فهذا يعد إهانة ووقاحة.
- ✓ لا تستند إلى أدوات المساعدة الخاصة بالشخص أو تلمسها أو تحركها دون استئذانه، وهذا يشمل الكراسي المتحركة.
- ✓ إذا كانت إعاقة الشخص متعلقة بموقف معين وأنت تحتاج إلى معرفة المزيد حول احتياجاته، فقم بذلك بمنتهى الحساسية، واشرح له لماذا تطلب هذه المعلومات وكيف ستساعد هذه المعلومات في الموقف.
- ✓ استرخِ وتعامل كأنما تتعامل مع الآخرين في أي موقف مشابه.
- ✓ تذكر أن وضع كل شخص متفرد عن غيره.

عند مساعدة الناخبين المكفوفين/ضعاف البصر

- ✓ إذا كنت دليلاً لشخص ضعيف البصر (على سبيل المثال، تقدم المساعدة له داخل مركز الاقتراع)، دع الشخص يتأبط ذراعك عند الكوع أو فوقه بحيث تكون له دليل بدلاً من أن تدفعه.
- ✓ عند ملاقاة شخص مكفوف للمرة الأولى، عرف نفسك وأي شخص آخر قد يتواجد معك.

عند مساعدة مستخدمي الكراسي المتحركة

- ✓ لا تعرض المساعدة على الناخب المستخدم لكرسي متحرك إلا عندما يبدو أنه يحتاج المساعدة، وانتظر حتى يجيبك الشخص ثم قدم المساعدة له إذا طلبها، وإن لم تكن متأكدًا، اسأله ما أفضل وسيلة لمساعدته.
- ✓ إن أمكن، اجلس عند التحدث مع الشخص المستخدم لكرسي متحرك بحيث تكون على مستوى نظره.
- ✓ لا تستند إلى كرسي الناخب (أو أدوات المساعدة الأخرى) أو تلمسه أو تحركه دون استئذانه أولاً.

عند مساعدة الناخبين الصم/ضعاف السمع

- ✓ عند التحدث مع الناخب الأصم أو ضعيف السمع، انظر في عينيه مباشرة وتحدث ببطء، وتجنب وضع يدك على فمك عند التحدث، واحتفظ بالتواصل بالعين مع من تتحدث معه حتى إن كان يستخدم مترجمًا للغة الإشارة.
- ✓ قد تكون الملحوظات المكتوبة مفيدة للمحادثات القصيرة، على سبيل المثال لشرح إحدى إجراءات التصويت.
- ✓ وتذكر أنه في معظم المواقف عادة لا يوجد سبب للتحدث ببطء أو بصوت عالٍ أكثر من اللازم.

عند مساعدة الناخبين ذوي الإعاقة اللغوية

- ✓ عند التحدث مع الشخص ذي الإعاقة اللغوية، انصت إليه بانتباه، واسأله أسئلة قصيرة تتطلب إجابات قصيرة، وتجنب تصحيحه، وكرر عليه ما فهمته إن لم تكن متأكدًا.
- ✓ في المحادثات، تحدث مع الشخص ذي الإعاقة مباشرة وليس مع شخص آخر قد يكون مرافقًا له.

الجزء الثالث: نماذج لأنشطة توعية الناخبين

دليل للمدرب للقيام بالتدريب على التوعية الأنتخابية وكيفية تصميم وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين

مقدمة

تم تصميم هذا الدليل لمساعدة المدربين في تدريب الناشطين من المنظمات الأهلية فى مصر على التوعية الإنتخابية قبل الانتخابات البرلمانية المقرر عقدها هذا العام. وهو مصمم لورشة عمل لمدة يومين وفي نهاية الورشة – سيكتسب المتدربين المهارات اللازمة لتساعدهم في تدريب الناشطين من *منظمات المجتمع المدني لكى يقوموا بحملات توعية الناخبين حول ما يتعلق بعملية الإنتخاب فى مصر*.

تتضمن تقنيات التدريب فى هذا الدليل نوعين: تقنيات التدريب الرسمي وغير الرسمي. ويتم تشجيع المتدربين على استخدام نهج يقوم على المشاركة ، مع التركيز على أنشطة المجموعة والدور الذي تؤديه. وقد نجحت هذه المنهجية في برامج تدريبية مماثلة في مناطق أخرى من العالم.

وقد حاولنا الالتزام بالمفاهيم والمبادئ العامة التي نشعر أنها تسري على جميع المهتمين بالتوعية الإنتخابية. ومع ذلك، فإننا ندرك أننا قد استخدمنا بعض النماذج المختلفة حيث أنها أفضل ما نعرفه. برجاء تعديل أو حذف أي شيء لا تشعر أنه ملائم للمشاركين المستهدفين فى نشاطك.

وكما ترى، فإن ما يلي يعد بمثابة نموذج نمطي "لتدريب المدرب"، بما يسمح بوجود نظرية وتطبيقها داخل القاعة التدريبية والتدريب على الممارسة. وقد قمنا بترتيب الأيام بالتسلسل من أجل تنمية المهارات تدريجيا. ومع ذلك، يعتمد الجدول بالكامل على الوحدات ويتسم بالمرونة بحيث يمكنك تغيير الجلسات وفقا لاحتياجاتك. وسوف تلاحظ بجدول الأعمال الخاص بالمدرب أننا قد أشرنا إلى ما نعتقد أنها مواعيد تقريبية لجميع هذه الجلسات. وعليك أن تقوم بإجراء التعديلات اللازمة وفقا لاحتياجات مجموعتك. ويعد الكتيب الخاص بنا دليلا وفي النهاية، يتم التعليم من خلالك ومن خلال الخبرات الجماعية للمشاركين معك.

دليل الكتيب

يتم عرض كل من الوحدات المنصوص عليها بهذا الكتيب بنفس الأسلوب من خلال الإرشادات التالية:

يتم استعراض جميع المعلومات التي يمكن تقديمها إلى المدربين شفهيا أو بأسلوبك الخاص من خلال الدليل بالخط العريض كما يلي:

ويعد هذا مثالا على نمط النص المستخدم في المعلومات التي يستطيع المدرب أن يكررها شفهيا.

قمنا بإعداد سلسلة من أوراق العمل للتوزيع كي يتم استخدامها عند تدريس الجلسات المختلفة. ويتم الإشارة إلى جميع هذه الأوراق للتوزيع بالأرقام. وسوف يتم استخدام معظم الأوراق للتوزيع بالفعل خلال أي جلسة. وهناك بعض الأوراق للتوزيع التي تم توفيرها من أجل تقديم معلومات إضافية حول أي موضوع. ونوصي بتوزيع التقارير بصورة فردية ومستقلة حينما يتطلب المنهج ذلك بدلا من طباعتها وتوزيعها على المشاركين مجتمعة.

الكتاب

يحمل الكتاب المشار إليه اسم "**حقيبة أدوات توعية الناخبين**". ويعد الهدف من استخدام هذا الكتاب أن يكون بمثابة دليل للمضمون. ولتقم باستخدامه بالأسلوب الذي تفضله. ويمكن إعداد التمارين باستخدام المواد التي يتضمنها الكتاب. وقد يكون من المفيد أن يقرأ المشاركون المواد في الليلة السابقة لتناولها داخل الفصل الدراسي.

البدء والانتهاء اليومي

ينبغي أن يتم إدراج المعلومات التالية يوميا عند بداية أو انتهاء التدريب.

للبدء كل صباح:

- الترحيب بالجميع
- طرح سؤال عما إذا كان لدى أي من المشاركين أي تساؤلات من الجلسة السابقة يحتاج إلى أن يتم توضيحها قبل بدء تناول موضوع جديد.
- طرح سؤال عما إذا كان لدى أي من المشاركين انطباعات من الجلسة السابقة يريد أن يتعرف عليها الآخرين قبل بدء تناول أي موضوع جديد.
- استعراض نقاط التعلم اليومية ونشرها على اللوح الورقي.
- مراجعة ونشر أهداف وجدول أعمال اليوم.

قم بتوزيع ورقة رد الفعل اليومي (التي توجد بقسم أوراق العمل للتوزيع بالكتيب) التي تسمح للمشاركين بتدوين الملاحظات خلال اليوم حول:

- التمارين التي يشعرون أنها قد نجحت أو لم تنجح.
- التعليقات المحددة التي يدلي بها المدربون خلال عملية التنسيق.

شجع المشاركين على تدوين ملاحظات موجزة نظرا للحاجة إليها من أجل تقديم تقرير موجز حول التدريب في كل مساء.

وفي نهاية كل مساء:

- تقديم الشكر إلى المشاركين، وخاصة في حالة مناقشة القضايا المعقدة أو الحساسة بصفة خاصة.
- تذكرة المشاركين بأي عمل يريدون استكماله خلال المساء.
- تذكرة المشاركين بأنهم ينبغي أن يفكروا كالمدربين لكيفية القيام بحملة توعية الناخبين الآن ويقدموا ملخص حول التدريب من خلال تقييم منهج اليوم.

خلال اليوم الأول الذي تقوم بتقديم ملخص حوله، اخبر المشاركين بأن التحليل اليومي يمثل عنصرا هاما للغاية من عناصر نموذج تعلم الكبار. ويتطلب ذلك تحليلا نهائيا لأنشطة التعلم خلال ذلك اليوم. ويعد الملخص اليومي بمثابة مراجعة هامة أيضا للمدربين حتى يمكنهم تقييم احتياجات المجموعة وتحديد ما إذا كانت احتياجات التدريب بحاجة إلى التعديل.

لإجراء عملية التقييم اليومي:

- اجعل المجموعة تركز على أهداف التعلم الخاصة بذلك اليوم.
- اسألهم عما إذا كانوا يشعرون بأن الأهداف قد تحققت.
- اسألهم عن النقاط التي كانت بمثابة عون لهم.
- اسألهم عما قد يحتاج إلى التعديل.

قم بتنسيق عملية تقديم التقرير الموجز على غرار جلسة العصف الذهني واخبر المشاركين أنك تحتاج إلى أن يتحروا الصدق. واطلب منهم الرجوع إلى التقارير الخاصة بهم بشأن أي ملاحظات محددة تتعلق بدور المدرب. ويمكنك تدوين الملاحظات على اللوح الورقي حول ما كان يفضله المشاركون وما يحتاج إلى التعديل.

محطات التوقف

بينما تريد تشجيع مشاركة المتدربين في أنشطة ورشة العمل، فإنك تحتاج أيضا إلى التركيز على المناقشات. وتتمثل إحدى التقنيات الفعالة التي تسمح لك بمواصلة مناقشة الموضوع المطروح ولكنها تفي أيضا بأسئلة المشاركين في "محطات التوقف". وضح للمشاركين أنه إذا ما كان ينبغي أن يطرح شخص ما سؤالا أو يثير قضية للمناقشة لا يمكن تناولها في تلك اللحظة أنك سوف تحتفظ بقائمة ثابتة على اللوح الورقي تحمل اسم "محطات التوقف". وسوف تتدرج جميع الأسئلة والموضوعات ضمن هذه الأوراق وسوف تعود إلى "محطات التوقف" من أجل تناول اهتماماتهم حينما يتوفر الوقت.

الاحتفاظ بعمل المشاركين

احتفظ بعمل المشاركين في كل التمارين. وسوف يكون هناك حاجة إلى ذلك خلال اليوم الأخير من التدريب. وفي نهاية كل يوم، قد تحتاج إلى مراجعة الأوراق للتعرف على ما تريد الاحتفاظ به من أجل الأيام اللاحقة.

اليوم الأول

الترحيب والتعريف بأعضاء فريق العمل و المشاركين

وعرض الأهداف (ساعة ونصف)

قم بتوزيع حقيبة أدوات التوعية الانتخابية المكونة من جزئين لتكون مرجعاً فى مجال التوعية الانتخابية، وقد صممت هذه الحقيبة لتلائم احتياجات المجتمع المدني للعمل مع الفئات المختلفة في المجتمع المصري.

راجع مع كل المشاركين الأجزاء الثلاثة من الحقيبة
عن طريق العرض قدم للمشاركين وإستخدم اللوح الورقى الكبير:

أهداف التعلم لبرنامج ورشة العمل (يومين):

- **تحديد الأهداف الأساسية لحقيبة أدوات توعية الناخبين.**
- **كيفية تصميم وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين.**
- **التعرف على مفاهيم رئيسية في حملات توعية الناخبين.**

الأهداف الأساسية لحقيبة أدوات توعية الناخبين :

1. **عرض مبادئ توعية الناخبين.**
2. **عرض المناهج الأساسية في تطبيق برامج توعية الناخبين.**
3. **عرض للأنشطة المختلفة واستراتيجيات الاتصال المستخدمة في برامج توعية الناخبين.**
4. **المساعدة في كيفية تصميم حملات توعية الناخبين .**
5. **توفير معلومات خاصة برسائل توعية الناخبين.**

أهداف التعلم فى اليوم الأول:

بعد الانتهاء من اليوم الأول، يكون المشاركين قادرين على:

- **تحديد الأهداف الأساسية لحقيبة أدوات توعية الناخبين.**
- **كيفية تصميم حملة لتوعية الناخبين والعناصر الأساسية فى تصميم الحملة.(الجزء الأول)**

ينبغي بعد ذلك أن يقدم المشاركون أنفسهم عن طريق ذكر:

أسمائهم
منظمتهم

- الإقليم الجغرافي الذي يتبعونه
- ما الذي يريدون تعلمه من خلال هذه الدورة

- قضية واحدة هامة لهم يواجهونها خلال الشهورالقادمة.

سجل الإجابات على البندين الأخيرين على اللوح الورقي.

تحتاج إلى تدوين ملاحظات حول المواضيع التى تتعرض لها يوميا. وفي نهاية كل يوم، سوف نقوم بتقييم وتحليل ما تم تعلمه خلال اليوم من وجهة نظر المشاركين و المنظمات الأهلية.

1 اذج التقرير اليومي واذكر أهداف التعلم الخاصة بالدورة التي تستغرق يومين (2). اربط بين الأهداف ما يذكر كون أنهم يريدون تعلمه.

2 **أهداف التعلم الخاصة بهذا البرنامج الذي يستغرق (يومين)2 أيام فيما يلي:**

ط وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين، يجب أن تقوم بالخطوات التالية:

م مجتمعك.

2. تحديد الجمهور المستهدف.

3. تحدد الأهداف.

4. تحديد الموضوعات الرئيسية والرسائل الأساسية بالنسبة للحملة.

5. اختيار إستراتيجية التواصل والمواد المستخدمة فيه.

6. تنفيذ الحملة

7. متابعة البرنامج وتقييمه.

جدول الأعمال

3 جدول أعمال برنامج التدريب الذي يستغرق يومين.

طرح أي تساؤلات. إذا كان هناك شيء آخر يعتقد المشاركون أنه ينبغي إضافته إلى جدول الأعمال، حدده واذكر أنك سوف تفكر في الموضع الذي يمكن إضافته. واخبرهم أنك سوف تسمح لهم بمعرفة ما إذا كان من الممكن إضافة البنود الخاصة بهم إلى جدول الأعمال.

القواعد الأساسية

يتم وضع والاتفاق على القواعد الأساسية من قبل جميع المشاركين. وتحدد القواعد التوقعات الخاصة بالسلوك خلال فترة التدريب. ويساعد وضع القواعد الأساسية للبرنامج الذي يستغرق أسبوعين على تجنب المشكلات خلال فترة التدريب.

لتنسيق وتيسير وضع القواعد:

- وضح استخدام القواعد الأساسية للمجموعة.
- اسأل عن القواعد الأساسية المقترحة.
- تأكد من موافقة المشاركين على القواعد.
- سجل القواعد على اللوح الورقي.
- قم بتعميم القواعد على امتداد فترة التدريب.

في حالة عدم اتباع المشاركين للقواعد الأساسية في مرحلة ما، ذكر المشاركين بالقواعد المتفق عليها.

المخاوف والتوقعات من خلال ورشة التدريب – أطلب من المشاركين أن يعبروا عن هذه المشاعروكتابتها على اللوح الورقى الكبير

*****استراحة تناول القهوة والشاي*****

1. تمرين التقديم (45 دقيقة)

وضح أنه تمرين للتقديم حتى يعرف جميع المشاركين المزيد عن كل من المشاركين الأخرين. واطلب من كل مشارك أخذ ورقة من اللوح الورقي ورسم خطين متعامدين عليها كي تقسمها إلى أربعة أقسام. ثم اطلب منهم ترقيم كل قسم من الأقسام. وارسم لهم مثالا على لوحة توضيحية.

اكتب على اللوحة التوضيحية ما ينبغي أن يتضمنه كل قسم من الأقسام الأربعة. وامنح المشاركين 5 إلى 7 دقائق للرسم و10 دقائق مع شركائهم. ثم أجمع المجموعة معا ثانية.

اطلب من كل مجموعة صغيرة توضيح الأقسام الأربعة الخاصة بالمجموعات الأخرى أمام المتدربين

الورقة الكبيرة الخاصة بك إلى أربعة أقسام. واكتب بإيجاز كل مما يلي في القسم المشار إليه:

1. **خبرتك الأولى فى العملية الإنتخابية.**
2. **الشخص الذي كان له أكبر أثر عليك خلال حياتك.**
3. **دون المهارات التي تستطيع أن تضيفها إلى هذا العمل.**
4. **ارسم أو اذكر بإيجاز شعارا في حياتك.**

إذا قمت برسم كل أو بعض الأقسام الأربعة، سوف تحتاج فقط إلى عمل رسومات أولية للغاية أو رمز واحد.

قبل بدء الرسم، اختر شخصا لا تعرفه. هل يوجد لدى كل من المشاركين شخص ما يعمل معه؟

استغرق بضع دقائق في الرسم أو الكتابة. ثم اجتمعوا مع شركائكم ووضحوا الأقسام الخاصة بكم للآخرين. اكتبوا ملاحظاتكم لأنكم سوف تتولون المسئولية عن عرض الأقسام الأربعة الخاصة بشركائكم أمام المجموعة بالكامل."

بعد أن يوضح أحد المشاركين الأقسام الأربعة، راجع شريكه للتأكد من أن التفسير كان دقيقا ولم يتم نسيان أي شيء. ويعد ذلك هاما لأنه بعد أن يستعرض المشاركين الأقسام الأربعة، سوف تسأل المشاركين عما تعلموه وما إذا كان هناك أي أنماط ثابتة بالمجموعة.

2. نموذج ثاني للتعارف:

الأهداف:

تعارف المشاركين على بعضهم بعضا

بناء الثقة بين أفراد المجموعة

التمرين: من أنا؟

المدة الزمنية: ثلاثون دقيقة (30)

الأدوات و المواد: لا شيء

الأجراءات:

- دع المشاركين يشكلون نصف دائرة
- عرف على نفسك (الأسم، هل تحب أسمك، لماذا؟ اذكر قصة أو تفسيرا)
- الطلب من المشاركين تعريف أنفسهم بنفس الطريقة

نقاط للمناقشة:

أطرح الأسئلة التالية على المشاركين و ناقشها:

1. **ما انطباعك عن الآخرين بعد سماعك أقوالهم؟**
2. **برأيك كيف تتشكل الانطباعات؟**
3. **هل يمكن تغييرانطباعات الأشخاص بسهولة سواء عن الآخرين، أو عن قضايا معينة؟**

استراحة الغداء – لمدة ساعة و ربع

وبعد تناول الغداء، قم بالترحيب بعودة الجميع إلى الفصل الدراسي. اطلب الإدلاء بأي تعليقات أو أفكار تكون لديهم حول ما تم مناقشته خلال الدورة.

القسم الأول: كيفية تصميم وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين

1. مقدمة لتوعية الناخبين (ساعة و نصف)

ماذا نعني بتوعية الناخبين؟

تهدف عملية توعية الناخبين إلى تعريف الناس بأهمية الانتخابات ولماذا تعتبر مشاركتهم ضرورية بالنسبة للعملية السياسية. فمن خلالها يعرف الناس الأمور المتعلقة بالأحداث الانتخابية وكيفية ممارسة حقهم في الانتخاب، ويتعرفون أيضا على كل ما له علاقة بحقوقهم ومسئولياتهم في العملية السياسية.

وتهدف حملات توعية الناخبين إلى خلق خبرات تعلم تسهم في حث المواطنون على المشاركة في الانتخابات ومساعدتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة بخصوص أصواتهم.

أهمية توعية الناخبين؟

توعية الناخبين مهمة لأن التصويت شكل أساسي من أشكال التفاعل بين المرشحين في الانتخابات والمواطن العادي. في هذا السياق، تضمن توعية الناخبين أن الناخبين فاهمين لحقوقهم الانتخابية وقادرين على ممارستها. إن لم يكن الناخبين مستعدين أو لديهم الحافز للمشاركة في العملية الانتخابية، قد تظهر تساؤلات حيال شرعية المؤسسات والزعماء المنتخبين ومدى تمثيلهم للناس.

أربعة مفاهيم رئيسية في حملات توعية الناخبين:

توجد أربعة مفاهيم يجب أن تدعو لها كل حملات توعية الناخبين.

1. **الانتخابات والديمقراطية**

الانتخابات إحدى الأحداث الرئيسية في الديمقراطيات الحديثة حيث تمكن المواطنين من التعبير عن خياراتهم بين الأفراد والأحزاب والسياسات المختلفة.

2. دور وحقوق ومسئوليات الناخبين

تشكل مشاركة الأفراد في الانتخابات الحكومات النيابية وتضمن أن تكون الحكومة ممثلة للناس وأن يكون المنتخَبين مسئولين أمامهم.

3. صوتك مهم (صوتك سيشكل فرقًا)

يجب أن يكون الناخبون على دراية بأن صوت كل فرد له وزن في تحديد الحقوق التي يتمتعون بها إزاء الحزب أو النائب المنتخب بعد انتهاء الانتخابات بالفوز أو الفشل.

4. صوتك سري

يتمتع الناخبون بالحماية من التهديد والخوف من أي عواقب سياسية أو شخصية.

أطرح السؤال التالى و استعمل اللوحة الورقية لكتابة الأجابات:

ما الفرق بين إعلام الناخبين وتوعية الناخبين والتوعية المدنية؟

تركز حقيبة الأدوات هذه على إعداد المنظمات لتصميم وتطبيق حملة لتوعية الناخبين. ومن ثم، يجب التمييز بين إعلام الناخبين وتوعية الناخبين والتربية المدنية. كل من هذه الأنشطة يقع في إطار أنشطة التوعية الداعمة للانتخابات والديمقراطية وكلها تدعم بعضها البعض. من السليم أن نفترض أن توعية الناخبين على سبيل المثال يجب أن تكون أحد مكونات برنامج تربية مدنية أوسع نطاقا.

أطرح السؤال – **هل هناك أى أسئلة أو توضيحات؟**

لتخطيط وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين، يجب أن تقوم بالخطوات التالية:

1. فهم مجتمعك.
2. تحديد الجمهور المستهدف.
3. تحدد الأهداف.

4. تحديد الموضوعات الرئيسية والرسائل الأساسية بالنسبة للحملة.
5. اختيار إستراتيجية التواصل والمواد المستخدمة فيه.
6. تنفيذ الحملة
7. متابعة البرنامج وتقييمه.

من الضروري أن توضح هدف الحملة. فعلى سبيل المثال، ستحتاج للتأكيد على أنك تقوم بحملة لتوعية الناخبين وتعرف الناس بالأحداث الانتخابية المقبلة وكيفية الإدلاء بالصوت ولماذا تعتبر مشاركتهم ضرورية، و في النهاية أن تشجع على المشاركة في الأحداث الانتخابية القادمة.

*****استراحة تناول القهوة والشاي *****

ناقش مع المجموعة كل من العناصر السبعة
قسم المشاركين الى 7 مجموعات عمل صغيرة لتناول الخطوات لتخطيط وتنفيذ حملة لتوعية الناخبين. و أطلب من كل مجموعة أن تقوم بالعمل التالى(ساعة و نصف)

1. **راجع المواد فى الكتاب المرادفة لخطوة مجموعتك، مثلا "أفهم مجتمعك"**
2. **أكتب ملخص للنقاط المهمة لعرضها على المجموعة الكبيرة فى اليوم الثانى بعد الظهر**
3. **قدم عرض عن موضوع مجموعة العمل الصغيرة لكل المشاركين**

تمرين الأمل

أهداف التعلم بالجلسة

عقب الانتهاء من هذه الجلسة، يكون المشاركون قادرين على ما يلي:

- **مناقشة آمالهم الخاصة بعملهم وبلادهم.**

يسمح تمرين الأمل للمشاركين بالتفكير في آمالهم نحو عملهم ودولتهم ومناقشتها.

سوف يعمل المشاركون بصورة فردية أولا لمدة خمس دقائق ويرسمون أو يختارون قصاصات من مجلة تعبر عن آمالهم لنقابتهم. ثم يناقشون آمالهم وسط مجموعات صغيرة ويقدمون التقارير إلى المجموعة الكبيرة حول أوجه التشابه.

ثم يعملون في مجموعاتهم الصغيرة ويرسمون أو يختارون قصاصات من مجلة تعبر عن آمالهم لبلادهم. سجل موضوعات المجموعة على دفتر الأوراق الكبير Flip Chart paper وابدأ المناقشة حول أوجه التشابه والاختلاف.

وزع المشاركين إلى مجموعات صغيرة.

أن نعرف ما هو أملك من أجل مصر وعملك فى المنظمات الأهلية. استخدم ورقة وقلم وضع العلامات وحاول ، أو اختر والصق قصاصات المجلة على الورقة الخاصة بك. وإذا قمت بالرسم فإنك تريد فقط أن ترسم رسما

مبسطا للغاية. أمامك خمس دقائق للقيام بذلك. وبمجرد الانتهاء من ذلك، يرجى أن تنضم إلى مجموعتك الصغيرة. وقارن بين الآمال الخاصة بكم وقم بتدوين أي موضوعات متكررة. وبعد 15 دقيقة، سوف نطلب من شخص واحد من كل مجموعة أن يحدثنا عن الموضوعات الخاصة بالمجموعة.

بعد 15 دقيقة، اجعل شخص ما من كل مجموعة يقدم تقريرا ولكن لا تناقش التقارير الخاصة بهم.

ي أن:

- تذكر الموضوعات الخاصة بهم على دفتر الأوراق الكبير.
- تنشر الصورة الخاصة بأملهم.

بعد أن تقوم كل مجموعة بذلك، أجري مناقشة موجزة حول أوجه التشابه والاختلاف في الموضوعات. وركز على أوجه الشبه.

اسأل عما إذا كان لحركة المنظمات الأهلية دورما في المساعدة على تحقيق أمالهم من أجل اعادة بناء مصر— بلد حرة وديمقراطية تحترم فيها سيادة القانون والعدالة.

انتهاء اليوم الأول

اليوم الثاني

العناصر الأساسية فى تصميم الحملة

أهداف التعلم الخاصة باليوم الثانى:

بعد الانتهاء من هذه الجلسة، يكون المشاركون قادرين على ما يلي:

- كيفية تصميم حملة لتوعية الناخبين والعناصر الأساسية فى تصميم الحملة.
- التعرف على مفاهيم رئيسية في حملات توعية الناخبين.

ابدأ هذه الجلسة بأن تطلب من المشاركين تعريف العناصر الأساسية فى تصميم حملة لتوعية الناخبين.

جاباتهم على اللوح الورقي الكبير.

اليوم سنكمل عمل المجموعات الصغيرة حتى استراحة القهوة ثم بعد ذلك نبدأ فى عرض كل مجموعة. كل مجموعة لها 30 دقيقة للعرض التفصيلى عن واحد من العناصر السبعة فى تصميم حملة لتوعية الناخبين. عندنا حوالى ثلاث ساعات و نصف من العمل. فى طريقة العرض لوسمحتم استعملوا اللوح الورقي الكبير.

سنتوقف بعد العرض الرابع لنتاول الغذاء و شكرا – هل هناك أى أسئلة أو توضيحات؟

*****استراحة تناول القهوة والشاي*****

تقديم أول، و ثانى، و ثالث، ورابع مجموعة (ساعتين 2)

أشكر كل من شاركوا و أطلب من باقى المشاركين أن يسألوا أى أسئلة أو يطلبوا توضيحات من المجموعة. سجل النقاط المهمة على اللوح الورقي الكبير.

استراحة الغداء – لمدة ساعة و ربع

وبعد تناول الغداء، قم بالترحيب بعودة الجميع إلى الفصل الدراسي. اطلب الإدلاء بأي تعليقات أو أفكار تكون لديهم حول ما تم مناقشته خلال الجلسة السابقة.

إن الأخذ بعين الاعتبار لخصائص المتعلمين الكبار أثناء عملية التدريب يتم من خلال النقاط التالية:

خلال القيام بعملية تدريب الكبار وتنسيق خصائص المتعلمين من الكبار عن طريق:

- **تحليل احتياجات المتعلم قبل تخطيط أي برنامج.**
- **سؤال المشاركين عما يريدون تعلمه**
- **ربط المعلومات الجديدة بالخبرات والمعارف السابقة للمشاركين.**

- **توفير فرص للمشاركين لممارس ما قد تعلموه.**

النموذج الحلزوني للتدريب

يتم استخدام النموذج الحلزوني كأداة للتفكير في تصميم برنامج التدريب. ويعد النموذج بمثابة وسيلة لتطبيق النظريات المتفق عليها لتعلم الكبار.

رقة العمل الخاصة بالنموذج الحلزوني .

6 **لنموذج الحلزوني للتدريب بمثابة وسيلة للتفكير في تصميم وتنفيذ التدريب الذي يقر نظرية تعلم الكبار ويحترم باجات والمعارف والخبرات السابقة للمشاركين ويسمح لهم باكتشاف الوسيلة المثلى للاستفادة من معارفهم ومهاراتهم الجديدة بصورة عملية.**

1. **البدء**

- **خلق بيئة تساعد على التعلم من خلال تقديم والتعريف بالمشاركين والمنسقين من أجل خلق الشعور بالترابط داخل المجموعة.**
- **سؤال المشاركين عن توقعاتهم من البرنامج والرد بكيفية تحقيق هذه التوقعات.**
- **عرض أهداف التعلم الخاصة بالدورة وكيفية مشاركة المشاركين في الدورة.**

2. **البدء بخبرات المشاركين.**

- **السؤال عن خبرات المشاركين مع مناقشة المفاهيم والقضايا وربط الخبرات بالتدريب.**

3. **البحث عن أنماط ثابتة**

- **تحديد الأنماط في الإجابات ومناقشة المشاركين. تدوين ملاحظات بها ودمج أنماط الخبرات والاهتمامات هذه ضمن التدريب.**
- **جعل المشاركين يدركون أن مشاركة الخبرات والاهتمامات يساعد على خلق الإحساس بالترابط داخل المجموعة.**

4. **إضافة معلومات ونظرية جديدة**

- **ربط المعلومات الجديدة بخبرات ومعارف المشاركين.**
- **مساعدة المشاركين في التنظيم وفهم المعلومات الجديدة.**
- **تطبيق مجموعة متنوعة من تقنيات التعليم.**

5. **ممارسة المهارات واتخاذ التدابير**

- **إدراج الأنشطة التي تسمح للمشاركين بتطبيق المعارف والمهارات التي تعلموها.**
- **مناقشة كيفية استخدام المشاركين لما تعلموه خارج الفصل الدراسي**

6. **التقييم**

- **تقييم البرنامج من خلال المطالبة باستجابات المشاركين وتقييم ما إذا كان قد تم تحقيق أهداف التعلم الخاصة بالبرنامج.**

اشرح للمجموعة تمرين ثانى: قسم المشاركين فى ثلاث مجموعات عمل صغيرة، ثم اعطى لكل مجموعة المهام التالى: تصميم حملة لتوعية الناخبين فى ثلاث أماكن – مدينة فى الصعيد جنوب مصر، قرية فى الدلتا، وفى الجامعة (مكان دراسى يتجمع فيه طلاب من مختلف فئات الشعب).

استراحة لتناول القهوة

أكمل عملية تقديم العروض و المناقشة (ثلاثة مجموعات) ---- فى الوقت المتبقى (ساعة و نصف)

أحجز آخر ساعة فى اليوم للمراجعة، والأسئلة، و التقييم.

التقييم الكتابي

إما أن تقوم بتوزيع نماذج التقييم وتمنح المشاركين الوقت لملء تلك النماذج الخاصة بالتقييم داخل القاعة التدريبية.

الانتهاء والتخرج

ينبغي أن يحصل فريق العمل على شهادات يتم إعدادها من أجل جميع المشاركين بالإضافة إلى صورة جماعية للدارسين. استدعي كل مشارك إلى مقدمة الغرفة كي يتسلم شهادته. وامنح المشاركين الفرصة أيضا لتبادل أي تعليقات تعبر عن مشاعرهم تجاه التدريب. ويمكن القيام بذلك من خلال أغنية أو قصيدة شعر أو عبارة مقتبسة أو غير ذلك. وينبغي أن يتم إخطار المشاركين في اليوم الأول أنهم سوف يحظون بهذه الفرصة. وسوف يمنحهم ذلك الوقت للتفكير فيما قد يريدون المشاركة به.