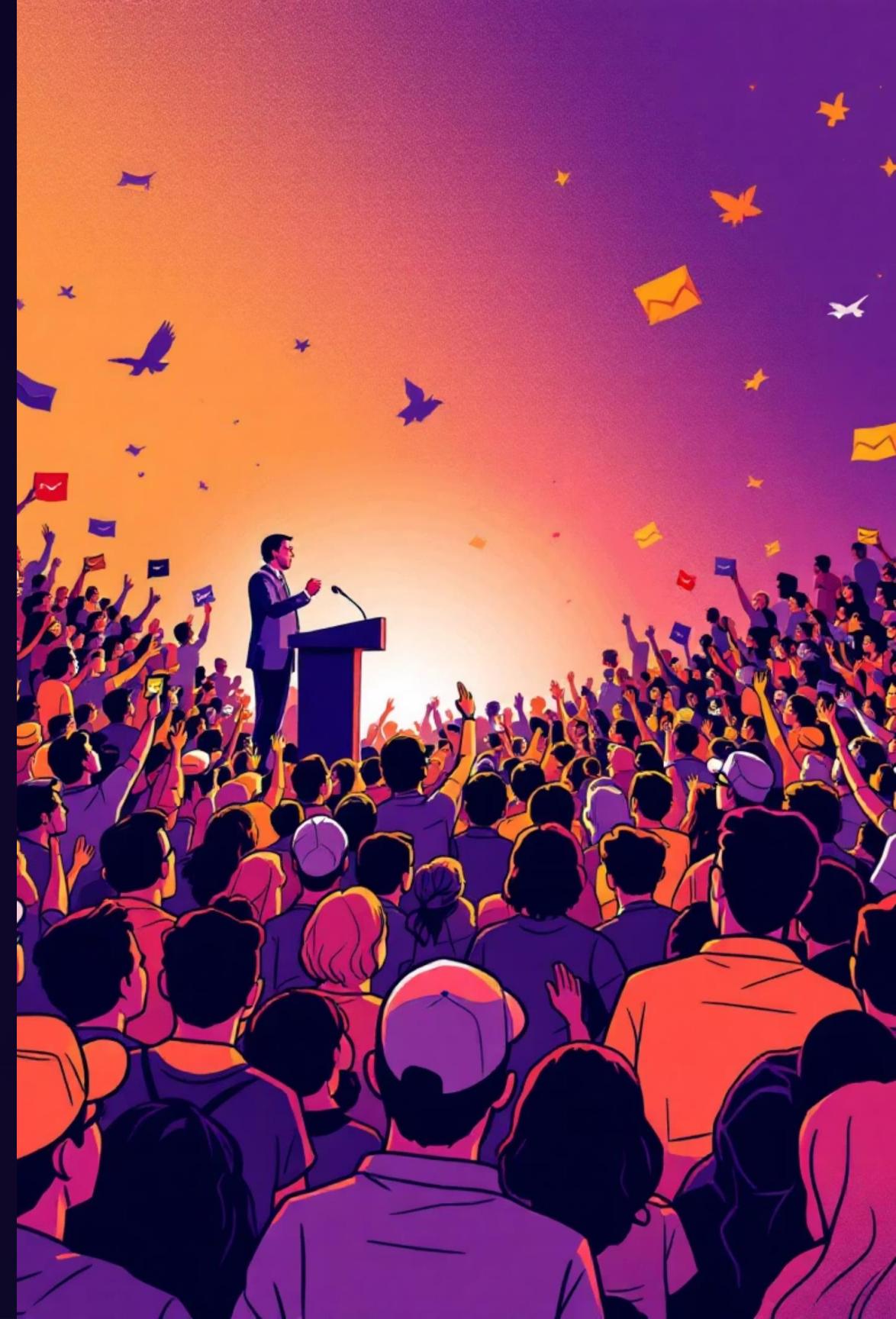


الحملات الانتخابية والاتصال السياسي

عالم تلاقى فيه السياسة والإعلام، حيث تُصنَع الصورة وتحرك الوعي.





الحملات الانتخابية والاتصال السياسي

سفوك آليات صناعة الحملات الانتخابية، من الفكرة الأولى إلى النتيجة النهائية.

2

التركيز

على الجانب السمعي البصري كأداة مركبة في التأثير وجدب الناخبيين.

1

الهدف العام

فهم الآليات الاستراتيجية والتكتيكية لخطيط وتنفيذ الحملات الانتخابية.

الوحدة الأولى: تخطيط الحملات الانتخابية

قبل إضافة الكاميرات، يجب أن تكون الخريطة مرسومة. هذه هي "غرفة الحرب".

01 المرحلة التمهيدية

بحث، تحليل خصوم، بناء فريق، تحديد موارد.

03 مرحلة الاشتباك المكثف

تنفيذ الخطة الإعلامية والميدانية.

05 مرحلة يوم الاقتراع

عمليات الجذب. "Get out the vote".

02 مرحلة الإطلاق والهوية

إعلان رسمي، شعار، هوية بصرية، خطاب مفتاح.

04 مرحلة ما قبل الاقتراع

حشد الجهود، خطابات عاطفية.

06 مرحلة ما بعد الانتخابات

خطاب الفوز أو الهزيمة، إدارة المرحلة الانتقالية.

تحديد الجمهور المستهدف

الناخبون ليسوا كتلة واحدة، بل فسيفساء من الشرائح المختلفة.

الجمهور الأساسي

غير المنتسبين حزبياً أو المترددين في دوائر محورية، توجه لهم غالبية الرسائل.



- **التقسيم**
- **الديموغرافيا** (العمر، الجنس، المنطقة)
- **السيكوجرافيا** (القيم، الاهتمامات)
- **السلوك الانتخابي** (المتردد، المتهمس)

وضع الاستراتيجية الإعلامية

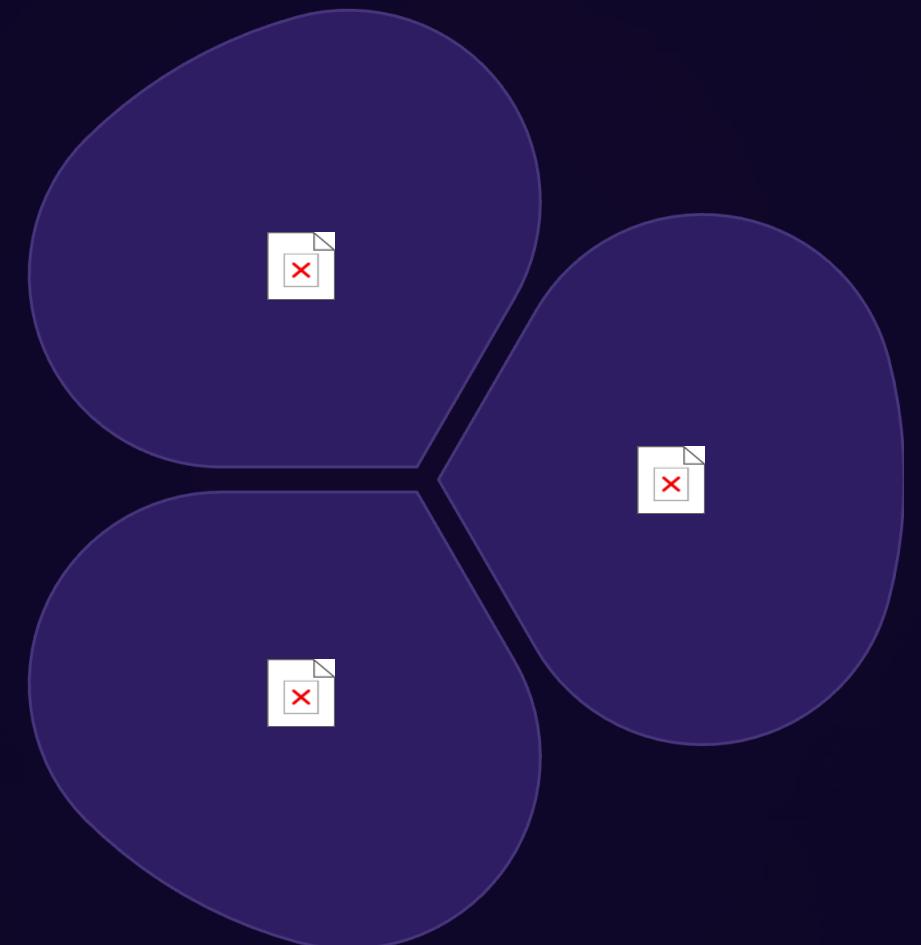
كيف حول الرسالة إلى سردية متماسكة ونوزعها بفعالية؟

القصبة

تحويل الرسالة إلى سردية متماسكة (بطل، تحدي، حل.)

مزيج الوسائل

إعلام مدفوع، مكتسب، مملوك، وميداني.



الرسالة المركزية

جوهر الحملة في جملة بسيطة وقوية.

إدارة الأزمات في الحملات الانتخابية

الأزمة ليست "إذا" حصلت، بل "متى" تحصل.



مبدأ السرعة

الرد يجب أن يكون سريعاً (الـ 24 ساعة الذهبية).



مبدأ الشفافية

الصدق والشفافية، الإنكار انتصار سياسي.



فريق الأزمة

يتخذ القرار بعيداً عن الفوضى.



تحويل الأزمة لفرصة

عبر الاعتذار الصادق أو إظهار المرونة.



الإنتاج السمعي البصري للحملات

المرحلة التي تترجم الكلمات إلى صور وأصوات ومشاعر.

الهوية البصرية

شعار، ألوان، خطوط . الهدف: الاتساق البصري في كل مكان.

إعلانات تلفزيونية

أنواع: سيرة ذاتية، قضية، هجوم، رد
عناصر الفعالية: البساطة، العاطفة، المصداقية.



إنتاج المحتوى الرقمي : السلاح الخفي

استهداف الشباب وتبسيط المعلومات وبناء الأصالة.

الإنفوجرافيك

لتبسيط البرامج والأرقام المعقدة.

فيديوهات قصيرة

لتليك توك والريلن، سرعة وجذابة.

الميمات

لغة الجيل، قد تنشرها الحملة أو تتكيف معها.

البث المباشر

للخطابات والجولات الميدانية، يخلق إحساساً بالأصالة.

التسويق السياسي عبر الوسائل المتعددة



استهداف دقيق وقصص متكاملة وقياس فعال.

الاستهداف الدقيق

استخدام بيانات التواصل للتوجيه رسائل محددة جداً.

تكامل الوسائل

قصة واحدة تروى عبر أكثر من وسيط (تلفزيون، يوتيوب، إنستغرام، تويتر).

قياس التفاعل

عدد المشاهدات، التعليقات، المشاركات، طلب معلومات الاقتراع.

1

2

3

دراسات حالة : الدروس من أرض المعركة



النظيرية تموت دون تطبيق .لننظر إلى الواقع.

حملات ناجحة

- عالمياً: أوباما 2008(وسائل التواصل، "نعم نستطيع").
- عربياً: المناظرات التلفزيونية في تونس، حملات رقمية في الكويت.

أخطاء الحملات

- خطأ في قراءة الجمهور.
- فشل في إدارة الأزمة.
- عدم الاتساق بين الوسائل.
- إنتاج سمعي بصري رديء.

مقارنة الاستراتيجيات

- نظام رئاسي vs برلماني.
- مجتمع محافظ vs منفتح.
- ميزانية ضخمة vs شعبية محدودة.