

Date Printed: 11/03/2008

JTS Box Number: IFES_9

Tab Number: 27

Document Title: Qatar: Training for Women Candidates
1999 Central Municipal Council Elections

Document Date: 1999

Document Country: Qatar

IFES ID: R01811



* 0 9 2 9 1 C D 2 - 4 3 8 6 - 4 5 C B - B D 8 1 - E 5 2 B 0 A F 9 1 D D 6 *

QATAR :

REPORT ON TRAINING
PROJECT FOR WOMEN
CANDIDATES - DEC. 1992

ARABIC

التقرير الختامي

**الدورة التدريبية للنساء المترشحات
لانتخابات المجلس المركزي البلدي في دولة قطر
كانون الأول/ديسمبر 1998**

المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية "إيفيس"

أعد التقرير:

**الآنسة إيمي هوثورن، المسؤولة عن تنفيذ برنامج الشرق الأوسط
للمؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية
والدكتورة أمال صدقي ونتر، المستشارة في المؤسسة والمنفذة للتدريب**

وتم وضع التقرير بعناية:

اللجنة التحضيرية لانتخابات المجلس المركزي البلدي

الدوحة، قطر

في

كانون الثاني/يناير 1999.

1 - المقدمة:

منذ الخامس من ديسمبر وحتى الثاني عشر منه، عام 1998، أدارت المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية ("إيفيس") برنامجاً تدريبياً مكثفاً، في الدوحة/ قطر، للنساء المترشحات لخوض انتخابات المنصب في 8 آذار/مارس 1999، وذلك في انتخابات المجلس المركزي البلدي المرتقبة في قطر. وقد تمّ طلب هذا التدريب من قبل اللجنة التحضيرية لانتخابات المجلس المركزي البلدي، التي قامت أيضاً بتمويله والإشراف على تنفيذه. وساهمت وكالة الإعلام الأميركية بدعم كريم من أجل هذا التدريب. واللجنة التحضيرية لانتخابات المجلس المركزي البلدي، التي ترأسها الشیخة عائشة بنت خليفة آل ثاني وتضم في عضويتها العديد من النساء القطريات الرائدات، قامت خلال العام 1998 بنشاطات توعية وتنقيف عديدة تسبق الانتخابات. وركزت اللجنة على تشجيع مساهمة النساء القطريات، كمنتخيات وأيضاً كمرشحات. ومثال واحد على جهودها المثمرة هو الواقع الملحوظ في أن 44% من الناخبين المسجلين لهذه الانتخابات هم من النساء، وهذه نسبة عالية مثيرة للانتباه في العالم العربي¹. وتبدو هذه اللجنة من النوع الفريد في المنطقة، و"إيفيس" لا تعلم بوجود لجنة مشابهة لها في أي بلد عربي آخر.

"إيفيس" هي منظمة غير ربحية وغير حزبية، مقرها في واشنطن، دي.سي. وهي تدعم تطوير المؤسسات والممارسات الديمقراطية في أنحاء العالم كافة. وتؤمن "إيفيس" التدريب والمساعدة التقنية في نواحي التطور الديمقراطي كلها، مع التميز بخبرة خاصة في تنظيم الانتخابات. وقد عملت "إيفيس"، منذ تأسيسها في العام 1987، في أكثر من 90 بلداً. وفي العالم العربي، أدارت "إيفيس" مشاريع في فلسطين، واليمن، والمغرب، وقطر، وكذلك مشاريع مع منظمات عربية غير حكومية ضمن المنطقة.

2 - خلفية انتخابات المجلس المركزي البلدي

انتخابات المجلس المركزي البلدي سوف تكون أول انتخابات وطنية تجري في قطر، وأول انتخابات في دولة عربية خليجية حيث يضمن القانون فيها حق الاقتراع الكامل والمباشر وحق الترشيح للمواطنين الرجال والنساء على السواء. ستكون إذن الانتخابات القطرية حدثاً ذي دلالة

¹ أظهرت إحصاءات التسجيل لوزارة الداخلية أن 44% من الناخبين المسجلين (10,130 من أصل 23,093 من المسجلين) هم من النساء. وقد جرى التسجيل في تشرين الأول/أكتوبر 1998.

عظيمة على المستويين الوطني والإقليمي. ويضمن مرسوم الانتخابات وقانون المجلس المركزي البلدي، الذي أعلنه الأمير الشيخ حمد ابن خليفة آل ثاني في عام 1998، إطار العمل القانوني لسير الانتخابات ولطريقة عمل المجلس وفاعليته.

سوف يكون للمجلس 29 عضواً، يمثل كل واحد من هؤلاء واحدة من الدوائر الانتخابية التسع والعشرين، التي تشمل المدن والقرى والمناطق في قطر.

دور المجلس هو في توفير الاستشارة لوزارة الشؤون البلدية والزراعة حول كيفية تطبيق الخدمات البلدية وتأمين إرشادات أخرى متعلقة بها. وطبقاً لقانون المجلس المركزي البلدي، "يعبر المجلس عن آرائه بصيغة توصيات تُرفع لوزير الشؤون البلدية والزراعة".

وزارة الداخلية تملك الدور الرائد في تنظيم الانتخابات. وتساهم وزارة الشؤون البلدية والزراعة بدورها كذلك.

مساهمة النساء في العملية الانتخابية

ينص المرسوم الانتخابي على أن "كل قطري وقطرية" ممن يكون (تكون) مواطناً طبيعياً بالولادة، أو يحمل الجنسية القطرية منذ 15 عاماً أو أكثر، من عمره 18 عاماً أو أكبر (25 عاماً للمترشحين)، من لم يصدر في حقّه حكماً في جريمة شرف، من يقيم في المنشآت الانتخابية حيث يرغب بالانتخاب أو بالترشح، ومن هو غير عضو في القوات المسلحة أو البوليس ممن يحق له الانتخاب أو الترشح للمنصب.

وكان مطلوباً من المرشحين المحتملين تقديم طلب كتابي بالترشيح ما بين 5 كانون الأول/ديسمبر، 1998 و5 كانون الثاني/يناير، 1999.

3- خلفية البرنامج التدريبي

وُضع أساس العمل على الأرض للبرنامج التدريبي في حزيران/يونيو 1998، حينما قامت المسؤولة عن تنفيذ البرنامج في "إيفيس"، إيمي هوثورن، بزيارة الدوحة. وخلال زيارتها، التي رعتها وكالة الإعلام الأميركية، التقت الأنسة هوثورن بأعضاء اللجنة التحضيرية، وأطلعت على مجرى الانتخابات المركزية البلدية وعلى مدى التنسيق اليقظ لهذه اللجنة ونشاطاتها الحافزة. وقد أخبر

عدة أعضاء من اللجنة الأنسة هوثورن، خلال هذه الزيارة، أن تدريب النساء المترشحات هو جانب مهم، يعقّدن الأمل في التركيز عليه.

وفي تشرين الأول/أكتوبر 1998، اتصلت اللجنة بـ "إيفيس" لإجراء تدريب للنساء المترشحات. فعقدت الأنسة هوثورن عندها مناقشات مطولة مع رئيسة اللجنة، الشيخة عائشة بنت خليفة آل-ثاني، حول توقيت وهيكلية البرنامج التدريبي. وبمنتصف تشرين الثاني/نوفمبر، كانت الإعدادات قد وصلت مرحلتها الختامية، ووقع اختيار اللجنة على المدربة الدكتورة أمال صدقي ونتر. والدكتورة ونتر هي مصرية-أميركية، ترشحت لمنصب في كاليفورنيا ثلاث مرات، وقد قامت أيضا بتدريب نساء مترشحات في الأردن وفلسطين. ثم إن معرفة الدكتورة ونتر باللغة العربية وثقافتها، وتجربتها العملية في الترشح لمنصب، قد جعل في اختيارها نعم الأمر.

قبل الرحيل إلى قطر، قامت الدكتورة ونتر والأنسة هوثورن بتحضير جدول أعمال للتدريب مع مواد باللغة العربية مفصلة للتدريب. قامت بترجمة المواد إلى اللغة العربية عفاف غندور، من "مركز الحوار العربي" في واشنطن، وقدمت هويدا نديم، من المركز الثقافي الأميركي في الدوحة/قطر، مساعدة تحريرية. وبناء على رغبة اللجنة، أرسلت "إيفيس" المواد كلها للجنة لتتم مراجعتها قبل أسبوع تقريبا من بدء الدورة التدريبية. وهذه المراجعة كانت مهمة للتأكد من أن المواد كانت دقيقة، مناسبة في مضمونها للثقافة القطرية، ومكثفة.

وصلت الأنسة هوثورن والدكتورة ونتر إلى الدوحة في أول ديسمبر، وقضيتا الثالث والرابع والخامس منه في لقاءات مع اللجنة، ثم خلالها وضع اللامسات الختامية على جدول الأعمال وعلى مواد الدورة التدريبية، وجرى التحضير كذلك للتدريب. وقد أعطت هذه الأيام الثلاثة الدكتورة ونتر الفرصة أيضا لتطلع بنفسها على القضايا المؤثرة في تخطيط الحملة الانتخابية للنساء في قطر.

4- التدريب

جرى التدريب في معهد شقّاب للبنات في الدوحة، وهي مساحة تم توفيرها بعناية وكرم اللجنة (حيث توجد مكاتبها هناك). التدريب الجماعي دام خمسة أيام، من 5 إلى 9 ديسمبر. وكان التدريب مبرمجا لفترات متأخرة بعد الظهر (من 4 إلى 7 مساء) ليسمح للمشاركات الفرصة بالوصول بعد ساعات العمل. وقد تضمن برنامج كل يوم فرصة لأداء الصلاة ولتناول المرطبات. وأدارت

الدكتورة ونتر التدريب باللغة العربية، وهذا كان عاملاً مهماً: فالتدريب لم يجرِ فقط بليوننة أكثر لعدم وجود مترجم وسيط، بل أتيح هكذا أيضاً للدكتورة ونتر أن تقيم علاقة جيدة مع المشتركات جميعهن.

اللجنة التحضيرية قامت بالتدابير السّوقية للتدريب كلّها. وهذا شمل دعوة المشتركات، وتهيئة موقع التدريب وتأمين المرطبات، وتأمين المعدات مثل جهاز مثبت في مكان عالٍ لتسهيل النور وميكروفون. وأعطى أعضاء اللجنة أيضاً تغذية راجعة مفيدة للدكتورة ونتر وللأنسة هورن خلال الدورة التدريبية. وكان هذا الدعم الممتاز عاملاً حاسماً في جعل التدريب ناجحاً.

المشتركات

خمس مرشحات أعلنت اشتراكهن في الدورة التدريبية، وهنّ: نصرة النويني، طرفة الصدي، الدكتورة وضحي السويدي، الدكتورة فوزية النعيمي وموزى الملكي. وأحضرت كل مرشحة معها عدداً من النساء اللواتي كنّ يخططن للعمل في الحملة الانتخابية (هيئة الحملة الانتخابية). وحضر أعضاء من اللجنة التحضيرية كلّ جلسة تدريبية وشاركن فيها مع الأخريات. هذا بالإضافة إلى مشاركة عددٍ من النساء الأخريات اللواتي أظهرن أيضاً اهتماماً بالموضوع. ولم يكن بإمكان كلّ مشتركة الحضور يومياً، إلا أنّ الأغلبية من المشتركات حضرن كامل برنامج الخمسة أيام من التدريب. وتراوح معدل الحضور لكلّ يوم ما بين 35 إلى 40 امرأة، وهذه نسبة مشجعة جداً.

ركّز منهج التدريب على القدرات العملية والتقنيات للترشح كإمرأة من أجل المنصب. ولفت الانتباه إلى المبادئ الأساسية في تخطيط حملة النساء الانتخابية وذلك من خلال تجربة الدكتورة ونتر الخاصة كمرشحة في الولايات المتحدة، إلا أنّ مادة التدريب كانت معدة بعناية لتكون ملائمة في قطر. ثمّ إنّ تحضير المواد المُسبق من قبل "إيفيس"، وكذلك استشاراتها المُحكمة مع اللجنة التحضيرية، كان عاملاً أساسياً في هذا الاعتبار. الجدول الزمني كان على الشكل التالي (مرفق الجدول كاملاً كملحق). وقد سلّمت المشتركات أوراقاً مفصلة تغطي موضوع كلّ يوم، أعطين إياها قبل بداية كلّ جلسة (أنظر الملحق بالأوراق التي تمّ تسليمها، والتي شكّلت مع بعضها البعض "كتيباً" في كيفية الترشح لمنصب).

الجدول

اليوم الأول

التخطيط التمهيدي: فهم المنصب الذي تريد الترشيح له؛ فهم مميزاته بالنسبة لهذا المنصب؛ فهم الناخبين في دائرتك الانتخابية؛ فهم الموارد التي تحتاجونها لتفوزي.

اليوم الثاني

القيام بالحملة الانتخابية: تخطيط الحملة الانتخابية؛ أهداف مخطط الحملة الانتخابية؛ البحوث المتعلقة بدائرتك الانتخابية؛ تقييم نفسك بالنسبة للمرشحين الآخرين؛ رسالة الحملة الانتخابية.

اليوم الثالث

خطة الحملة الانتخابية: تشكيل فريق عمل جيد؛ الأعضاء الأهم في فريقك وأدوارهم؛ المراحل الثلاث في خطة حملتك الانتخابية؛ الجدول المفصل لكامل الحملة الانتخابية، استخدام متطوعين.

اليوم الرابع

استراتيجيات الحملة الانتخابية وتكتيكاتها: التكتيكات الأساسية للوصول إلى الناخبين - حيث بإمكان النساء الالتقاء بنساء أخريات؛ تمويل الحملة الانتخابية وطرق توفير الدعم المادي؛ الإرسالات البريدية؛ الكتيبات؛ خطاب الحملة الانتخابية الأساسي.

اليوم الخامس

استراتيجيات الحملة الانتخابية وتقنياتها، تابع: استخدام الإعلام المرئي والمسموع؛ استخدام وسائل النشر؛ الاتصال الشخصي بالناخبين (اتصالات هاتفية، زيارات منزلية).

توجيه الخطاب إلى الجمهور

اشتمل التدريب على تدريب عملي للمرشحات في كيفية توجيه الحديث أو الخطاب إلى الناس. وكان التدريب مخصصاً أيضاً لإفادة النساء الأخريات الحاضرات، حتى يتمكن من المشاهدة والتعلم عن طريق المثال. ففي اليوم الأول من التدريب، طُلب من كل مشاركة أن تُعرف عن

نفسها وتعطي تقديماً مختصراً للسبب الذي تنوي من أجله الترشح لمنصب في المجلس المركزي البلدي. وفي اليوم الثاني، حضرت التدريب إخبارية من الإذاعة القطرية، وأجرت مقابلات مع كل مرشحة حول مميزاتها وبرنامج حملتها الانتخابية، كما سألت كل واحدة منهن مجموعة من الأسئلة الاستغرافية حول دورها في الانتخابات (مثلاً، "كيف تكون المرأة المترشحة مختلفة عن الرجل المترشح؟")، وذلك بهدف إعطائها تمريناً على الإجابة عن الأسئلة الصعبة أمام وسائل الإعلام بأسلوب دبلوماسي. وقد تم تأمين شريط تسجيل بكل مقابلة لكل مرشحة حتى يتسنى لها مراجعة وتطوير أسلوبها بالتحدث. وفي اليوم الرابع، أعطت الدكتورة ونتر محاضرة مختصرة عن "خطاب الحملة الانتخابية الأساسي" الذي ينبغي على كل مرشحة إنشاؤه، وسلمت بعدها للحضور خطاباً كنموذج يحتذى (النص مرفق في ملحق). وجعلت الدكتورة ونتر المشتركات يعملن بعد ذلك على إنشاء خطابهن الأساسي الخاص بهن للحملة الانتخابية. وفي اليوم الأخير، أجرت صحافية من الجريدة القطرية مقابلة مع كل مرشحة مرة ثانية أمام المجموعة.

الاستشارات الفردية

مع بداية اليوم الثالث من تدريب المجموعة (التاسع من ديسمبر) واستمراراً خلال الثاني عشر من ديسمبر، التقت الدكتورة ونتر بشكل منفرد مع كل مرشحة وهيئتها الانتخابية في ثلاث ساعات من الاستشارات الفردية الطويلة. وخلال هذه الاستشارات، أتيحت للمرشحات الفرصة بالتحدث صراحةً (بعيداً عن المرشحات الأخريات وعن باقي المجموعة) مع الدكتورة ونتر حول الأمور التي تشغلن، كما أتيح لها أن تقدم لهن النصيحة الملائمة لاحتياجاتهن المحددة. وتركزت الاستشارات حول تخطيط الحملة الانتخابية على أساس التحديات التي تواجه كل مرشحة في دائرتها الانتخابية، وحول إنشاء رسالة الحملة الانتخابية الخاصة بكل مرشحة.

5- التقييم

هذه كانت المرة الأولى التي يجري فيها مثل هذا التدريب في قطر، والمشاركات كلهن أدركن الدلالة التاريخية لترشح نساء لمنصب عام للمرة الأولى في بلدهن. والمشاركات كن فخورات بحق بهذه الميزة وأبدن اهتماماً للظهور على أفضل وجه في أنظار المجتمع القطري، وبلدان الخليج والعالم. وقد كان الجو المهيمن خلال التدريب إيجابياً جداً، كما أن مشاركة المجموعة كانت ممتازة بفعل توجيه المرشحات والأخريات معاً أسئلة جيدة مع ملاحظات قيمة كن يبدنها. ونشأت

روح من الصداقة بين المشتركات خلال الأيام الخمسة، وكان من المشجع ملاحظة كيف أن سائر النساء ساند بعضهن البعض بالنصيحة والاقتراحات العملية.

تقييم "إيفيس"

لقد حقق التدريب، برأي "إيفيس"، الأهداف التالية:

1- اكتسبت المرشحات فهماً عملياً لأدوار ومهام المركز الذي يخططن للترشح له -عضو في المجلس المركزي البلدي-، وبدأن بإقامة صلة ما بين هذا المركز وبين قدراتهن وتجربتهن الخاصة. وهذا الإنجاز يجب ألا يقلل من قيمته. فعدة مرشحات بدأن هذا التدريب دون تفهم مطلق أو بتفهم غير دقيق، لما يتعلّق سويّاً بدور المجلس المركزي البلدي وبأدوارهن كعضوات في المجلس. وقد بلغ هذا التدريب الحاجة للمرشحات ليصبحن أحسن اطلاعاً على القانون الانتخابي، وقانون المجلس المركزي البلدي، والقواعد الانتخابية.

2- تعلّمت المرشحات وهنّاتهن الانتخابية المكوّنات لمخطط حملة انتخابية، وأصبحن مع نهاية التدريب قادرات على تطبيق هذه المهارات والمعلومات في تصميم مخططين الخاص بهن. وهذا الأمر ذو دلالة لأنّه، مع كون المرشحات قد تعرّفن على بعض المعلومات في ندوات التوعية التدريبية التي نظمتها اللجنة التخطيطية، فلا واحدة منهنّ كان لديها -قبل التدريب- كثير معرفة بالجوانب العملية لتنظيم حملة انتخابية في قطر.

3- بدأت المرشحات بتولي زمام حملاتهن الانتخابية شخصياً. وقد بدأن التدريب كمثليات للتشجيع والتوجيه من قبل اللجنة التحضيرية، وأنهيته بثقة أعظم وبحسّن الخاص بالتوجيه. وهذه نقلة حاسمة في التفكير، نقلة تفتح المجال لمزيد من التفكير والمشاركة الديمقراطية.

4- المرشحات جميعهنّ (وبقية المشتركات أيضاً) تعلّمن طرقاً عملية ودقيقة لتشجيع مساهمة هنّاتهن الانتخابية والمتطوعين في الانتخابات. وقد نتج عن هذا الأمر إحياء الآخرين ليصبحوا فعالين في بناء المؤسسات الديمقراطية المستقبلية في قطر.

5- المشتركات غير المرشحات استفدن من هذا التدريب بتعلّم مهارات أساسية وتكتيكات الترشح لمنصب. وبهذه الطريقة، رفع التدريب من نسبة التوعية لدى مجموعة أكبر من مجرد المرشحات

أنفسهن. وأخبرت عدة مشاركات "إيفيس" أنهن قد اكتسبن، نتيجة لهذا التدريب، معرفة وثقة بأنفس جملتهن يفكرن بخوض الترشح لمنصب بأنفسهن في المستقبل.

أما الأهداف التي لم تتحقق فهي، برأي "إيفيس"، التالية:

1- بالرغم من أن التدريب قد ركز على أهمية إنشاء رسالة الحملة الانتخابية، فإن المرشحات كن غير قادرات على إنشاء رسائل للحملة الانتخابية ذات طابع عاطفي، من قبيل اللوح المستخدم في الحملات الانتخابية الأميركية ليجرك الناس نحو انتخاب مرشح بعينه. المشكلة الأساس كانت في أن المشتركات لم يعترن عن أي من القضايا ذات الصلة بالمركية البلدية قد شمعرن بالتعاطف نحوها، وهي من الموجود ضمن نطاق المجلس المركزي البلدي. ويبدو أن هذا القصور في العاطفة يعكس الشعور العام عند جمهور الناخبين. ومحاولات الدكتور ونتر كانت في تشجيع المرشحات للتعبير عن أسباب القضايا الحائرة للترشح من أجل المنصب -أكثر من كونها مشكلة لمجرد المشاركة- أثارت العديد من المناقشات الحيوية، لكن لم تؤد إلى جعل التركيز أكثر حدة. ومرجع هذا الأمر يحتمل أن يكون في أن هذه الانتخابات هي الأولى من نوعها في قطر، إلا أن إنشاء رسالة قوية للحملة الانتخابية قادرة على جذب الناخبين تبقى مسألة حاسمة للنجاح في أية حملة انتخابية.

2- لم تحصل المترشحات على قدر كافٍ من العرض لمهارات نموذجية في فن مخاطبة الجمهور، ولا على الفرصة في تطوير هذه المهارات. ويبدو أن هذه هي الناحية التي كن يحتجن فيها إلى الأكلب من التدريب. ومع أخذ هذه المسألة بالاعتبار، لعله كان بالإمكان تكرس جلسة كاملة منفصلة تاحصر في معالجة هذا الأمر، حيث كان بإمكان المترشحات الاستفادة من تغذية رجعية إضافية على مهارتهن الخطابية من بقية المشتركات. إن فكرة التسجيل عن طريق الفيديو لخطب المترشحات ومن ثم مناقشة كيف يمكن للمهارات الخطابية أن تحمّن قد تم اقتراحها، إلا أن الوقت، للكشف، لم يسمح بذلك. وهذا يمكن أن يكون تقنية صلية جيدة في دورات تدريبية مستقبلية.

تقييم من المشتركات

قامت "إيفيس" بتوزيع قسائم تقييم على المشتركات في اليوم الأخير من أيام التدريب. ودل التقييم من المشتركات على أنهن كنّ، بصورة عامة، مسرورات بالتدريب، وقد صبرن جميعاً عن امتنهن للجنة التخطيطية التي قامت برعايته. وقد اشتملت بعض المختارات من قسائم التقييم على التالي:

- "هذه كانت خطوة رائعة سجلها التاريخ الطري، ونرجو أن نرقي لمستواها".
- "لقد ضفّي هذا التدريب قضايا حيوية للمترشحات وأعطانا مهارات عملية".
- " هذا التدريب أثار السبيل للنساء القطريات".
- " هذا التدريب كان نافعا، كاملاً ومنظماً".
- "هذا التدريب كان بمثابة كسر للجديد" جيد، مما قلل من خوف المترشحات".
- " هذا التدريب كان نافعا للمترشحات وللخريجات. هذه هي المرة الأولى، بالنسبة لنا، التي نعرف فيها عن الانتخابات".
- "الدكتورة أمال ونتر كانت اختياراً ممتازاً".
- "الموارد المكتوبة كانت واضحة، موجزة ومتكاملة".
- "هذا التدريب فتح لنا أبواباً جديدة من المعرفة في الحقل الانتخابي".

المقترحات

- تضمن أيضاً التقييم من قبل المشتركات عدة مقترحات مفيدة للكيفية التي كان بالإمكان تحسين التدريب باتيائها. وهذه اشتملت:
- "كان يجب أن يتضمن التدريب تمثيل أدوار حتى تتمكن المترشحات من التمرن على اللقاء مع الناخبين".

- "كنا بحاجة إلى مزيد من التدريب في فن الخطابة".
- "كان من الضروري إضافة يوم آخر حتى نتعلم أكثر عن سير الانتخاب نفسه".
- "كنا بحاجة لمزيد من المعلومات عن التجربة الانتخابية في بلدان أخرى (ليس فقط الأردن والولايات المتحدة، وهما المثالان اللذان استخدمتهما المكثورة ونتر في أغلب الأحيان)".
- "لو عُرض شريط فيديو يظهر سير الانتخاب في الحملات الانتخابية ببلدان أخرى لكان ذلك مفيداً".
- "كنا بحاجة لمزيد من الوقت للتمرّس مع مذيوعات الإذاعة والتلفزيون".
- "كان هناك الكثير جداً من الانتباه للتفاصيل".
- "كان من الواجب تصوير المرشحات فوتوغرافياً لمساعدة عمل كل منهنّ عند ظهورها أمام الجمهور".
- "القيام بدور تمثيلي لسير عملية الاتصال الهاتفي بالناخبين للحصول على مساندتهم كان من الممكن أن يكون مفيداً".

٦- النتيجة

تشكر "إيفيس" اللجنة التحضيرية، وخاصة رئيستها الشیخة عائشة بنت خليفة آل ثاني، كما تشكر المشتركات في التدريب كلهنّ، لتوفير هكذا تجربة إيجابية وبارزة لنا للقيام بالتدريب في قطر. ولم يكن بوسع هذه الدورة التدريبية أن تسير بالشكل الحسن الذي سارت عليه من دون دعم اللجنة وحماسة المشتركات كافة. إنّ هذا المشروع قد حمل لنا متعة وسعادة.

إنّه من الواضح لـ "إيفيس" أنّ هناك مجموعة من النساء القطريات، مصممة ونامية، تملك مهارات وثقة تؤهلها لتقديم مساهمة كبيرة وإيجابية في سير العملية الانتخابية الجديدة في قطر. وعلى قدم المساواة، هناك نساء يقفن خلفهنّ، ويقدمن لهنّ الدعم. إضافة إلى أنّه من الواضح أنّ النساء المترشحات اللواتي قد عملنا معهنّ كنّ جادّات وملتزمات، وكذلك فإنّهنّ لمنن بغير واقعيّات حول فرصهنّ بالنجاح. فمن المحتمل جداً أن لا تُنتخب أية امرأة هذه المرة، لكن ما هو أهم بكثير من

ذلك الربح أو الخسارة في هذه الانتخابات، هو أن دولة قطر في الواقع محظوظة جداً لوجود نساء فيها بإمكانهنّ جلياً أن يصبحن رائدات في المستقبل دون التضحية بهويتهنّ كنساء قطريات. وفي الختام، يظهر جلياً أن "إيفيس" قد زرعت، في هذه الانتخابات الأولى، بذرة سوف تتخذ لها جذوراً وتزهر في السنوات القادمة. إنها حقاً هدية الأمة. وقادة دولة قطر يجب أن يستمروا ببذل كل جهد لدعم وبلورة انتشار دور المرأة في الحياة العامة. والترشح من أجل منصب هو خير مكان للبدء بهذا الدور.

الملحق

کتاب التدريب

اليوم الأول

التخطيط التمهيدي

- فهم المنصب الذي ترينين الترشح له
ضمن المهام الرسمية المحددة للمجلس البلدي المركزي
او لا مراقبة تنفيذ القوانين والقرارات والأنظمة المتعلقة بصلاحيات واختصاصات الوزارة والمجلس بما في ذلك القوانين والقرارات والأنظمة المتعلقة بشؤون تنظيم المياني وتخطيط الأراضي والطرق والمحال التجارية والصناعية والعامة وغيرها من الأنظمة التي ينص فيها على تحويل المجلس سلطة مراقبة التنفيذ.

ثانيا: البحث في النواحي التخطيطية والبرامجية والاقتصادية والمالية والإدارية للشؤون البلدية والزراعية وبخاصة ما يلي:

١. دراسة الرغبات أو المقترحات التي يقدم بها أعضاء المجلس بشأن أية مسألة تدخل في مجالات الشؤون البلدية والزراعية.
٢. النظر وإبداء الرأي في المسائل والموضوعات المتعلقة بالشؤون البلدية والتي تحال إلى المجلس من الوزارة او الجهات الحكومية الأخرى.
٣. تقديم التوصيات بشأن إصدار القوانين أو اتخاذ أي إجراءات أو تدابير يراها للمجلس ضرورية أو نافعة للمصلحة العامة.

٤. طلب أي بيانات أو دراسات أو تقارير تتعلق بإدارات الوزارة والبلديات واقتراحاتها وذلك لبحثها وإبداء الرأي فيها.

٥. بحث العرض والاشكاوى المتعلقة بالشؤون البلدية والزراعة ، ، وللجلس أن يطلب من الجهات المسؤولة بالوزارة وغيرها من الجهات الحكومية المختصة البيانات الضرورية اللازمة لبحثها.

٦. مراقبة تنفيذ القوانين والأنظمة الخاصة بالأغذية المعدة للاستهلاك الأدمي.

٧. اقتراح إنشاء الحدائق العامة ومناخية صيانتها.

٨. مراقبة تنفيذ القوانين والأنظمة الخاصة بتنظيف الشوارع والطرق وجمع النفايات والأساخ والتخلص منها.

- ٩ . الأشراف على النقل العام للركاب.
- ١٠ . مراقبة تنفيذ قوانين الرخص التجارية والفنادق وأماكن الترفيه والمتنزهات والمهن البسيطة والباعة المتجولين.
- ١١ . مراقبة تنفيذ قوانين رخص الإعلانات ومنع الإزعاج العام.
- ١٢ . مراقبة الأنظمة الخاصة بإدارة المدافن وتحديد أماكنها.
- ١٣ اقتراح الأسماء التي تطلق على المدن والقرى والأحياء والشوارع والميادين والأسواق والحدائق العامة والمتنزهات.
- ١٤ . اقتراح فرض الضرائب والرسوم والعوائد المحلية.
- ١٥ مراقبة فعالية أعمال مكافحة التسول وإدارة دور العجزة ومساعدة الفقراء.
- ١٦ . مراقبة كفاءة أعمال إغاثة منكوبي الحرائق والكوارث الطبيعية.
- ١٧ . اقتراح الخطوات الكفيلة بمكافحة الحرائق والوقاية منها.
- ١٨ . تقديم مقترحات ميزانية المجلس السنوية.
- ١٩ . مراقبة الأنظمة الخاصة بالأسواق والمحال التجارية وتنظيمها.
- ٢٠ . اقتراح السبل الكفيلة بتحسين عمليات تحصيل الإيرادات الخاصة بالوزارة.
- ٢١ . تنظيم القواعد والشروط اللازمة لإيواء الحيوانات في المساكن المأهولة بالسكان ومراقبة تنفيذ القانون الخاص بالحيوانات المهملة.
- ٢٢ . توعية المواطنين والرد على الشكاوى المتعلقة بالشؤون البلدية والزراعية.
- ٢٣ . مراقبة تنفيذ الأنظمة والإجراءات الأخرى المتعلقة بالشؤون البلدية والزراعية.
- ٢٤ . الموافقة على المشتريات اللازمة لأعمال المجلس.
- ٢٥ . إعداد اللائحة الداخلية للمجلس.
- ٢٦ . إعداد مشروع موازنة المجلس للسنة المالية الجديدة وكذلك مشروع الحساب الختامي للسنة المالية المنتهية.
- ٢٧ . أي صلاحيات أو اختصاصات أو مسؤوليات أخرى يقررها القانون للمجلس.
- ويعبر المجلس عن آرائه في شكل توصيات وقرارات تعتمد من الوزير.

ما الذي يمكنك معرفته عن المهام غير الرسمية؟ جدي ذلك من خلال التحدث مع:

- الأشخاص الذين سوف يخدمهم هذا المنصب.
- الأشخاص الذين سوف يتعاطون الأعمال مع هذا المنصب.

• فهم مميز أنك بالنسبة لهذا المنصب:

- على الصعيد المهني: (استخدمي ورقة العمل لتساعدك على رؤية ما يوجد في خبراتك الماضية مما يؤهلك لمهام هذا المنصب).

- على الصعيد الشخصي:

هل أنت جيّدة في إدارة:

أوراق العمل

الناس

الوقت.

هل تميلين إلى كونك:

استشاريّة (تأخذين القرارات ببطء وعناية)

حاسمة (تأخذين القرارات بسرعة وبداهة)

مستمعة جيّدة لوجهات نظر الآخرين.

هل أنت أفضل في:

التفاصيل

الأرقام

الصورة الكبيرة.

ما النموذج المثالي للمرشح في هذه الانتخابات؟

النموذج العائلي

المهني الحرفي

الخبرة التطوعية

المؤيدون

الكفيل

المسؤولون عن الموارد المالية

المعني بشؤون الصحة

مجالات قوّة أخرى.

• فهم الناخبين:

- احسبي عدد الأصوات الانتخابية التي تحتاجينها لتفوزي: صوت واحد زيادة عن

الآخرين سوف يرجح كفة الفائز .

- بناء على عدد الأشخاص الذين سجلوا للانتخابات في دائرتك، يجب عليك تقدير عدد

الذين سوف يصوتون فعلاً.

- إجراء إحصاء للرأي العام بطريقة غير رسمية في دائرتك
طرق إحصاء الرأي العام:

الاختيار العيني

تصميم استبيان ارصد الآراء

ردود الأفعال ومدى التحيز

تحليل المعلومات

- يجب تنويع العينة بقدر المستطاع مع الأخذ في الاعتبار:

السن

المستوى العلمي

مستوى الدخل المادي

الخلفية الاجتماعية والثقافية - (تقليدي، محافظ، متدين)

- قرري مع هيئة حملتك الانتخابية كيف ستحصلين على هذه الأصوات: من شارع إلى شارع.

- حددي الناخبين المفضلين لك.

- حددي الناخبين غير المفضلين لك.

- حددي الناخبين الذين بالإمكان إقناعهم، هؤلاء هم الناخبون الذين يمكن أن يدعموك أو يدعموا المنافسين الآخرين، وهم يقفون بين بين أي لم يحددوا موقفهم بعد.

- إختاري قضية يمكن أن تحرك إيجابيا الناخبين الذين بالإمكان إقناعهم دون أن تخسري هؤلاء المفضلين لك.

(استعملي ورقة العمل لتساعدك على إنشاء رسائل ذات قوة دافعة للحملة الانتخابية)

• فهم الموارد التي تحتاجينها لتفوزي:

الاسراع بتسجيل أسمك في قيد المرشحين:

يجب أن تتبعي أصغر التفاصيل المتعلقة بالقوانين الانتخابية (الأنظمة،

المواعيد النهائية، الخ) عندما تقدمين طلب الترشيح.

معارضوك سوف يدققون للنظر فيما إذا كنت قد التزمت بالتفاصيل القانونية.

تحدثي إلى الأشخاص الذين يتمتعون ب "المعرفة" أو الخبرة السياسية وهم ذوو

علاقات اتصال جيدة، ومن أنت تحترمين وتقدرين..

أطلبي منهم النصيحة؛ إسألي إن كانوا سيساهمون في بعض جلساتك

التخطيطية التمهيدية.

- تأكدي أن حالتك الصحية جيدة : تحتاج الحملة الانتخابية لجهد جسماني كبير.
- نظمي موارد الحملة الانتخابية :
تعيين مدير للحملة - أهم عضو في فريق العمل
تحديد مقر للحملة - يجب أن لا يكون منزل المرشحة
تزويد مقر الحملة بوسائل الاتصال من هاتف، فاكس، آلة تصوير الخ
تزويد المقر بحاسب آلي مزود بمعالج نصوص، قاعدة بيانات ومنسق قوائم بريدية مع
مراعاة وجود شخص على دراية كافية بإستخدام هذه البرامج .

- إختاري رسالة حملتك الانتخابية:
الرسالة الجيدة للحملة الانتخابية تتضمن القضايا المهمة بالنسبة للناخبين الممكن
إقناعهم.
يجب أن تكون الرسالة مما تؤمنين به.
يجب أن تؤمن لك حلقة وصل بالناخبين.
يجب أن تكون حول قضايا خبرتها أنت شخصياً وفهمتها وتعين بها.
يجب أن تعطي أمثلة من حياتك الخاصة.
- سوف يُطلب من المشاركين المعيّنين أن يملأوا نموذج قبل الجلسة القادمة.

مسائل للأخذ بعين الاعتبار :

- قيمي نفسك
ما الذي يُمكن أن أساهم فيه؟
كيف بإمكانني القيام بالعمل أفضل من أي شخص آخر؟
كم من الوقت أستطيع أن أكرّس للحملة الانتخابية؟
كم من الوقت أستطيع أن أكرّس للمنصب الانتخابي؟
ما الذي سوف أكسبه شخصياً ؟
ما الذي يجب أن أتخلّى عنه ؟
بِمَ تفكر عائلتي؟
هل سأغضب أو أتألم في حال رفضي؟
- لمَ سوف تنتخبين نفسك؟

كوني واضحة في إجاباتك.
كوني على ثقة من قدرتك. ** عندما تعلمين أن بإمكانك القيام بالعمل سوف تكونين
أكثر ثقة في تقديم نفسك للجمهور.

اليوم الثاني

القيام بالحملة الانتخابية

• تخطيط الحملة الانتخابية

للحملات الانتخابية ثلاثة أمور رئيسية يمكن استغلالها بشكل فعال ويمكن أن تضيق سدى: الوقت، الأشخاص، رأس المال. إن التخطيط للحملات الانتخابية يمكنك من استعمال هذه الأمور وبوجهك للطريق الصحيح.

أهداف خطة الحملة

- التركيز على موضوع يهم الناخبين.
 - خلق الشعور لدى الناخبين باختلافك عن باقي المرشحين.
 - بناء علاقات طيبة مع الناخبين.
 - رسم صورة إيجابية لك لدى الناخبين.
 - إعجاب ودهشة المرشحين بنشاطات حملتك الانتخابية.
- بناء الخطة الانتخابية وسيلة إدارية لكل الحملة، حيث أن البناء يبين إدارة الأشخاص والوقت ورأس المال.

- إن الخطط توفر طريقة لقياس التطور، والخطط تجعل المجموعة متحمسة ومدركة للاتجاه الصحيح ومركزة على المستقبل. مع التخطيط المنظم يجب عمل جدول للخطط ولا يجب ترك رهينة للمشاكل والأحداث التي قد تحدث أثناء الحملة.

• البحوث المتعلقة بدائرة الحملة الانتخابية

- أين يسكن الناخبون المسجلين؟
إحصلي على خريطة بالحدود الجغرافية الدقيقة لدائرتك. (إحصلي على نسخ إضافية من أجل حملتك الانتخابية).

علمي بوضوح -من شارع إلى شارع- حدود منطقتك الانتخابية. حثدي مراكز الإقتراع (إذا كان يوجد أكثر من منطقة ضمن الخارطة الأوسع مثلاً مقاطعات ضمن الدائرة، قومي بقصّ الخريطة على امتداد هذه الخطوط، واعلمي خارطة منفصلة لكل من هذه المقاطعات بحيث يمكنك تكبيرها فيما بعد).

• من هم الناخبون؟

الديموغرافية هي المعلومات عن الناس: حجم العائلة، متوسط الدخل، الخلفية العرقية، السلوك الاجتماعي، المستوى الثقافي، الخ. إبحثي عن معلومات لها علاقة بالانتخابات . على سبيل المثال، قد يفضل الرجال على مستوى ثقافي عالي إنتخاب المرشحات أكثر من النساء على مستوى ثقافي متدني. كلما عرفت المزيد عن سكان دائرتك الانتخابية، كلما كنت قادرة بطريقة أفضل على الاتصال بهم والحصول على أصواتهم.

• تقييم الحملة الانتخابية

قيمي المنصب الذي تخططين الترشح له بما يتعلّق بالمقاييس المختلفة التي يمكن أن تؤثر على الطريقة التي يقترب بها الناخبون من الانتخابات. فمثلاً المقاعد ذات الشهرة تجمع أصواتاً انتخابية أكثر. والمقاعد الأقل أهمية تعاني من "تعب انتخابي".

• قيمي بنية دائرتك بناء على معلومات التالية:

الظروف الاقتصادية

الناخبون شباب أم كبار في السن

الولاء العائلي

مدى الفاعلية الاجتماعية أو السياسية

التربية

البعد الاجتماعي/تقليدي/متفتح

اعتبارات أخرى .

قيمي مواطن القوة لديك ولدى المرشحين الآخرين بالنسبة للمتغيرات أعلاه

شهرة الأسم المرشحة	الشعبية	الموارد المالية	الموارد الأخرى	أشياء أخرى
المنافس الأول				
المنافس الثاني				
المنافس الثالث				
المنافس الرابع				

قيمي التأثيرات على الظروف الانتخابية

سباق بين شخصين

سباق بين ثلاثة أشخاص

الثلاثة الأعلى حصولا على الأصوات الانتخابية يفوزون

ملاحظة هامة عن الحملة الانتخابية

تأكدي من أن الأشخاص الذين يعرفونك ويساندونك مؤهلون للانتخاب.
خططي (بالتحديد) لجعلهم يقدمون على التصويت في يوم الانتخابات.
تأكدي من أن المنظمات التي تدعم ترشيح النساء على علم بأنك سوف تترشحين للانتخابات.
حددي الناخبين الذين يحتاجون للإقناع بانتخابك عوضا عن أي شخص آخر.

وجهي موضوع حملتك الانتخابية والرسالة إلى هؤلاء الناخبين القابلين للإقناع.
(أنظري إلى نموذج رسالة الحملة الانتخابية).

رسالة الحملة الانتخابية

- الرسالة الانتخابية هي وصف لشخصية المرشح نفسه لا لمواقفه تجاه القضايا المطروحة.
- الرسالة تفرق بين المرشحة ومنافسيها في الانتخابات.
- يجب أن تكون الرسالة ذات فكرة بسيطة وسهلة يستطيع الناخب فهمها وربطها مع اسم المرشح.
- يجب أن توضح الرسالة ما تقوله وتعتقد المرشحة تجاه القضايا بطريقة راسخة وكاملة.

الفكرة الرئيسية لحملة الانتخابية تتم بواسطة ترابط ثلاث قوى:

- * اعتقاداتك وأفكارك الشخصية.
- * نتائج دراسات الحملة الانتخابية في القضايا الهامة للناخبين في منطقتك.
- * الديناميكيات للحملة والتي تشمل المناخ السياسي، المرشحين الآخرين من دائرتك، ... الخ.

عمل خطة ناجحة

- ١- التركيز في الحملة.
- ٢- تجهيز رسالة صادقة ومخلصة للناخبين.
- ٣- تجهيزك لمخاطبة الناخبين بأمور كنت تجهل أهميتها.
- ٤- تحذيرك من مشكلة ممكنة في ناحية معينة.
- ٥- توفيرك بقصص شخصية تستطيع ربطها بالناخبين والقضايا المطروحة.

يجب أن تكون الرسالة:

مختصرة: يجب أن تتمكني من التعبير عنها في جملتين أو ثلاث.

واضحة: يجب أن تكون مرتبطة بتاريخك الشخصي (تجاربك) ومعتقداتك وأن تكون سهلة بالنسبة لك. استعملي الكلمات البسيطة التي يفهما الجميع.

مختلفة عن المرشحين الآخرين: في كل مرة تتحدثين فيها عن نفسك أشيري إلى المنافسين .

لا بد أن تشيرى إلى أن تشعرينهم بأن هناك فرق بينك وبين المرشحين الآخرين. كأن تقولين: "إما أنني سأقوم ب أو أنهم سيقومون ب".

مقتعة: يجب أن يصدق الناخبون رسالتك وأن تكون ذات معنى بالنسبة لهم، حتى تخلق عندهم إحساس بأنك مهما واجهت من تحديات فإنك ستتخذين الإجراء السليم.

التكرار الموجه: كرري وكرري وكرري. إذا لم تتعبي من سماع نفسك تكررين العبارة نفسها فهذا يعني أنك لم تقولها بشكل كاف.

اليوم الثالث

خطة الحملة الانتخابية

هيئة الحملة الانتخابية

• تشكيل فريق عمل جيد:

تحتاج المرشحة إلى عاملين، متطوعين أو متقاضى الأجر، تعتمد عليهم. إن التنظيم الهيكلي للموظفين يختلف من حملة انتخابية إلى أخرى بناء على المرشحة، والمنصب الذي ستترشح له، والظرف السياسي، والميزانية، وبعض العوامل الأخرى في الحملة الانتخابية. إن أغلب الحملات الانتخابية ضمن الدائرة تحتاج إلى بضع عاملين متقاضى الأجر يؤدون مهاماً متعددة، وإلى عدد كبير من المتطوعين.

في الحملات ذات الميزانية المحدودة يكون مدير الحملة العامل الوحيد الذي يتقاضى أجراً، أو يعمل بدون أجر، بينما في الحملات الكبيرة تسمح الميزانية بتوظيف عدد من المستشارين، وعدد كبير من العاملين.

لا يجب أن تكون الحملات الانتخابية للمرأة متحيزة ضد الرجال. هناك عدد من الرجال ذوي خبرة في الحملات أكبر من النساء. إن وجود رجل كمدير للحملة الانتخابية أو رجل في فريق التمويل يساعد في إقامة علاقات جيدة مع الممولين الذكور وصانعي القرار الذين لم يختبروا التعامل مع النساء.

• أهم أعضاء الحملة

• دور الزوج:

إذا كانت المرشحة متزوجة، فللزوج دور هام في تمثيل الزوجة في المناسبات التي لا تستطيع المشاركة بها. إحدى مهام الزوج أيضاً جمع التبرعات، واستقطاب المتطوعين وتنظيمهم، والمراسلات التي تتعلق بالدعاية الانتخابية. يجب أن يحتفظ الزوج بجدول أعمال المرشحة، وبملخص عن النشاطات التي ستمارسها.

بالرغم من دور الزوج الهام في الحملة الانتخابية إلا أنه من غير الممكن أن يكون مدير الحملة :

١- إن المرشحة هي رئيسة الحملة الانتخابية ومن صلاحياتها تعيين وفصل العاملين.

٢- يجب أن تكون نصيحة مدير الحملة سياسية غير شخصية.

بالإضافة إلى المشاكل المحتمل حصولها داخل الزواج والناجحة عن الضغوط.

إن الدور التقليدي للزوج هو مرافقة المرشحة في المناسبات الهامة. على المرشحة غير المتزوجة أن تطلب من أحد الأقارب أو المعارف مرافقتها إلى تلك المناسبات التي قد تشعر بحرج من أن تحضرها لوحدها.

• دور المرشحة:

إن المرشحة هو رأس الحملة الانتخابية، وباسمها سيتم الاقتراع وهي التي يتم تسويقها بالحملة الانتخابية.

المرشحة هي صوت الحملة الانتخابية وهي المتحدث الأولى ولها سلطة لإنابة آخرين عنها. والمرشحة هي رئيسة الحملة الانتخابية ورئيسة جمع التبرعات، لا يستطيع أحد غير المرشحة أن يقنع المتبرعين أو الناخبين.

بالإضافة إلى مدير الحملة، المرشحة هي القائدة للحملة الانتخابية، ويجب عليها رفع الروح المعنوية، توجيه الحملة وشرح دوافعها وزيادة الإنتاجية. للمرشحة السلطة العليا في رسم سياسات الحملة، لكن ضيق الوقت يمنعها من خوض التفاصيل اليومية في تطبيق الحملة الانتخابية.

لا يجوز للمرشحة أن تكون مديرة الحملة الانتخابية. يجب عليها توزيع المهام في حالة كون العاملين متطوعين أو متقاضين الأجر. يجب أن تنظم المرشحة وقتها بين الناخبين والمتبرعين وأن لا تهدره في تنظيم وقت العاملين.

إن وقت المرشحة مليء وبالتالي يجب عليها -إذا استطاعت ماديا- أن توظف شخصا للإشراف على تنظيم وبرمجة المواعيد والمقابلات بدلا من أن تديرها بنفسها. في الحملات الانتخابية الصغيرة من الممكن أن يتولى هذا الأمر المسؤول الصحفي، مدير الحملة أو أحد المتطوعين.

يعمل مع مدير الحملة الانتخابية الذي يحدد المواعيد النهائية للمهام التي تتعلق بالمتطوعين.

يعمل قريبا من الجدول للتأكد من أن الأيام كلها ممثلة.
يتأكد من أن المتطوعين يحضرون أعمالا مع المرشحة - يسألون أسئلة إن لزم الأمر.
يعمل جيدا مع الناس - يقول شكرا لكم ملايين المرات.

• باحث:

يبحث القضايا للمرشحة

يساعد في بناء موقف المرشحة من القضايا حسب معلومات دقيقة وصحيحة

إن المرشحة التي تعلم أن الأمور الإدارية يحسن تصريفها، وأن هذه الأمور مطابقة للجدول، وأن مواقفها قد تمت لها الأبحاث وكتبت بطريقة جيدة، سوف تكون واثقة من نفسها.
المرشحة الواثقة من نفسها تفوز بالأصوات الانتخابية.

خطة الحملة الانتخابية

• المرحلة الأولى

حددي إن كنت ترين حملة انتخابية مركزية أم غير مركزية. خذي بعين الاعتبار:
حجم المنطقة ومدى قابلية الوصول إليها.
درجة التنوع ضمن المنطقة.

عدد الجماعات المتطابقة، مثال العائلات أو المنظمات الأخرى.
جهزي وحدة معلومات مركزية، القوائم البريدية، بيانات عن وضع المرشح، كتيب
يمكن توزيعه، آلية إرسال البريد لفترة ما قبل الانتخابات، التصريحات الصحفية
الصادرة (العامة)، طلبات المتطوعين، تفاصيل المهام التي سيقوم بها المتطوعون،
طلبات الإلتحاق أو الإنضمام، مواد أخرى كلما فكرت بها.

إختاري منسقين في كل جماعة (أو موطن لجماعة)

نظمي لقاءات فيما بينهم وبين مدير الحملة الانتخابية.
إشرحي مسؤوليات المنسق.
إحصلي على اقتراحاتهم لأهداف واستراتيجيات.

إبدأي بوضع أجندة الحملة الانتخابية. تلقي المرشحة للانتخابات ومدير الحملة
الانتخابية للتعرف على النشاطات والأحداث حيث يكون بالإمكان أن تلقي المرشحة
رسالتها.

إبدأي بجدول الحملة الانتخابية

الهدف من هذا الجدول هو تكثير مناسبات لقاء المرشحة بالناخبين الذين يمكن إقناعهم
للتصويت لصالحها.

أشيري على الجدول للمواعيد النهائية للحملة الانتخابية مثال مواعيد الطلبات، مواعيد
التسجيل، مواعيد بداية ونهاية القيام بالحملة الانتخابية، يوم الانتخابات.
أشيري إلى الأحداث الكبيرة مثال المسيرات الانتخابية لكافة المرشحين، المناسبات
الوطنية، الخ.

إشيري إلى أيام العطلات

أشيري إلى الأيام التي تكون فيها المرشحة غير متوفرة للاتصال

أشيري إلى بعض أيام الراحة للمرشحة

التقى بالمنسقين المحليين والمتطوعين الذين تم التعرف إليهم. ضعي وصفا للأوصاف العامة للنشاطات التي سيكون فيها حاجة للمتطوعين واعطي تفاصيل محددة لما هو منتظر منهم. اجعليهم يندمجون في التخطيط. فهذا من شأنه أن يشجعهم على جلب المزيد من المتطوعين.

• المرحلة الثانية

جندي متطوعين. كل من الذين يتطوعون لمهمة محددة يجب أن يعطى تاريخا محددا لما يتوقع منهم أن ينجزوه. مثلا إذا تطوع شخص لتأمين جمعا يعرف به المرشحة لمجموعة من الناس، يجب أن يطلب منه أو منها أن يعطي للمسؤول عن الجدول تاريخين أو ثلاثة تواريخ مناسبة لتأكيدھا. من المتطوعين من يريد توزيع المادة الثقافية، مثل كتيب الحملة الانتخابية، فيطلب منه أو منها تواريخ ومناطق محددة يفضل أو تفضل أن تتولى أمرھا.

قومي بحفل كبير. جربي أن تحصلي على ضيف أو مرفه معروف. إستخدمي هذا الحفل لتجنيد مزيد من المتطوعين. إعلني عن مناسبات أخرى خططت لها مثل مناسبات اجتماعية في مواطن جماعات محلية.

• المرحلة الثالثة

نسقي (ربما عن طريق اجتماعات أخرى واسعة) عددا كبيرا من المتطوعين لتوزيع المادة الثقافية ضمن المنطقة. (خذي بعين الاعتبار إمكان تقديم هدية رمزية عليها اسم المرشحة، رمز، ألوان، شعار).

يجب أن يعين للمتطوع المناطق التي عليه تغطيتها.

ينبغي تأمين وسائل النقل.

سوف يكون هناك حاجة للمشرفين للتأكد من أن كل واحد لديه المعدات الكافية، وأيضا للإشراف على كيفية وضعها موضع التنفيذ.

يجب تشجيع وتذكير المتطوعين. يجب تأمين سندا من المتطوعين لتغطية المناطق في حال تخلف أحدهم عن الظهور.

استمارة تخطيط الحملة الانتخابية من أسبوع إلى أسبوع

الأسبوع الأول:

تاريخ الإنجاز

تحدثني إلى عائلتك وأصدقائك

راجعني مواصفائك

إعطني أنك ستترشحين

إبدئي أجندة الحملة الانتخابية

الأسبوع الثاني:

تحدثني مع الشخص أو (الأشخاص) ذوي الخبرة

اختاري مدير الحملة الانتخابية

اختاري منسقاً للمتطوعين

اجتماع الموظفين الأول

الأسبوع الثالث:

يحضر منسق المتطوعين النماذج

إحصلني على خرائط المنطقة/المحافظة

قومي بعمل التحاليل الديموغرافية

أنظري أي القضايا يهتم الناس بها

الأسبوع الرابع:

الاجتماع الثاني للموظفين تحليل القضايا (أنظري أعلاه)

تحدثني إلى الأشخاص ذوي الخبرة

رتبي القضايا بحسب أهميتها

كوني موقف المرشحة تجاه كل قضية

إختاري القضية الأهم (قضيته)

جهزي بياناً مكتوباً حول موقف المرشحة من هذه القضية

إختاري موضوع/رسالة الحملة الانتخابية

أنشئي شعاراً للحملة الانتخابية

استمارة تخطيط الحملة الانتخابية

تاريخ الإنجاز

الأسبوع الخامس:

- حللي كل موطن جماعة/مقاطعة وكم تظنين بإمكانك
- الحصول على أصوات انتخابية منها
- عيني لكل موطن جماعة/مقاطعة أفضلية من حيث
- الإنجاز الجيد الذي تتوقعين القيام به هناك
- إختاري عددا من الأهداف لكل موطن جماعة/مقاطعة
- إبدأي البحث عن فرص لمخاطبة الجمهور
- إبدأي تخطيط إعلان الحفل

الأسبوع السادس:

- اجتماع الموظفين الثالث-تخطيط الميزانية الابتدائي
- قدرني المصاريف الداخلية كلها للحملة الانتخابية:
- الإيجار،الهاتف، أجرة البريد، اللوازم الكتابية
- قدرني تكلفة القيام بالحملة الانتخابية: الإذاعة، المواد البريدية الخ
- قدرني تكلفة الطبع: المادة الثقافية، العلامات، الخ
- قدرني مردود المصادر

الأسبوع السابع:

- تقرير منسق المتطوعين عن الأنشطة
- حضري وصمي كتيب الحملة الانتخابية بمواقف
- المرشحين ومواصفاتهم
- حضري نماذج الحملة الانتخابية لاستخدامها في المقر
- الرئيسي- بطاقة المتطوع، جداول المواعيد،
- مطبوعات تعريفية لكل حيي أو منطقة في الدائرة

استمارة تخطيط الحملة الانتخابية

تاريخ الإنجاز

الأسبوع الثامن:

- أكتبي الخطاب الأساسي للترشيح مجسدة
- فيه موضوع الحملة الانتخابية
- جدي مكانا ليكون المقر الرئيسي للحملة الانتخابية
- جهزيه بالهواتف، المكاتب، الحاسوب، الخ
- إفتحي حسابا مصرفيا جاريا للحملة الانتخابية
- إرسلي بيانات إخبارية للنشر حول القضية التي تتبنيها

الأسبوع التاسع:

- إفتحي المقر الرئيسي - إرسلي بيانات إخبارية
- إصقي خارطة المنطقة/المحافظة وأجندة الحملة الانتخابية
- في المقر الرئيسي وجهزي نماذج الحملة الانتخابية
- إيدأي معلومات الحاسوب، لوائح المتطوعين، الإعلام،
- العناوين، اللوائح البريدية، الخ.

الأسبوع العاشر:

- إجتماع الموظفين الرابع
- أطلبي حضور متطوعي المنطقة/المحافظة
- أنتجي رسالة إذاعية/إعلان
- إيدأي الذهاب إلى التجمعات

الأسبوع الحادي عشر:

- إجتماع الموظفين الأسبوعي
- إيدأي عنوانة المبردة (آلة لكتابة عناوين المجلات والجرائد
- المرسله بالبريد)

- جدي متطوعين لأي موطن جماعة/منطقة
- ما زال بعد دون معالجة
- رتبي القائمة البريدية

استمارة تخطيط الحملة الانتخابية

تاريخ الإنجاز

الأسبوع الثاني عشر:

اجتماع الموظفين الأسبوعي

بيانات إخبارية للنشر

المزيد من الاتصالات وجها لوجه

حضري إعلان الصحيفة

الأسبوع الثالث عشر:

اجتماع الموظفين الأسبوعي

المزيد من الاتصالات وجها لوجه

يبدأي الإعلان الإذاعي مرتين في اليوم

إفحصي سير عنونة المبردة وابدئي الحصول على

العائد منها من المتطوعين

الأسبوع الرابع عشر:

اجتماع الموظفين الأسبوعي

المزيد من الاتصالات وجها لوجه

الإعلان الإذاعي ثلاث مرات في اليوم

جهزي رزما من البريد لإرسالها في الأسبوع القادم

يوم الراحة للمرشحة

الأسبوع الخامس عشر:

اجتماع الموظفين الأسبوعي

المزيد من الاتصالات وجها لوجه

الإعلان الإذاعي خمس مرات في اليوم

يبدأي الإرسال الأول بالبريد

استمارة تخطيط الحملة الانتخابية

تاريخ الإنجاز

الأسبوع السادس عشر:

اجتماع الموظفين الأسبوعي

المزيد من الاتصالات وجها لوجه

الإعلان الإذاعي خمس مرات في اليوم

إبداء الإرسال الثاني بالبريد

الأسبوع السابع عشر:

ضعي جدولا للسائقين لتأمين النقل للناخبين

ضعي جدول المذكر بالاتصالات الهاتفية

ضعي جدول المراقبين في أماكن الاقتراع

إن كان يسمح بذلك

إستخرجي مجموع الأصوات في الانتخاب

نموذج بطاقة المتطوع

أريد المساعدة في انتخاب أُمال صدقي للمجلس المركزي البلدي

-----الإسم:-----

-----العنوان:-----

-----الهاتف: المنزل-----العمل-----

أستطيع المساعدة في:

-----إجراء الاتصالات الهاتفية

-----التكفل بتأمين جمع

-----الطباعة على الآلة الكاتبة، الإرسال بالبريد، غنونة المغلفات البريدية

-----الكمبيوترات

-----توزيع المادة الثقافية

-----السوافة، القيام بتوصيات

-----تسجيل الناخبين

-----دعوة المرشحة للتحدث إلى منظمتي

-----أشياء أخرى-----

أكون متوفرة في:

-----أوقات الصباح

-----أوقات بعد الظهر

-----أوقات المساء

أستطيع العمل في:

-----المقر الرئيسي

-----في موطن جماعتي المحلي

-----من منزلي

-----فقط في المنزل

أشكرك مسبقا على مساعدتك. سيقوم منسق المتطوعين بالاتصال بك قريبا لجدولة مساهمتك.

مواصفات المرشحة

- واثقة من نفسها
- صادقة
- مهذبة
- على علم بالأمور
- مخبرة
- ملتزمة بالوقت

أشياء يجب أن تحصل عليها المرشحة

- بطاقة مثبتة لبيان الاسم
- كتاب المرشحة
- الخطاب الأساسي

اليوم الرابع

استراتيجيات الحملة الانتخابية وتقنياتها

يجب أن تبنى الاستراتيجية على بعض الأسس والتي يمكن تحديدها بالإجابة على الأسئلة التالية:

- هل بإمكانها إنجاح الحملة؟
- هل هي مركزة ومتجانسة مع رسالة الحملة؟
- هل تأخذ بعين الاعتبار الحلفاء وصانعي القرار والأشخاص الذين ستؤثر بهم؟
- هل تضع القوة والدعم الكبير والرؤية مع رسالة المرشحة؟
- هل هي إيجابية بالنسبة للشعب والإعلام والمجتمع؟
- هل سيقبل المتطوعون العمل بها؟
- هل هي ممتعة للمرشحة والمتطوعين؟

الأدوات التالية يمكن استخدامها في الحملة الانتخابية:

- كتيب
- مقالات صحفية
- برامج إعلامية
- منشورات
- مناقشات
- مواجهات مع المرشحين
- مناسبات خاصة
- مخاطبة مجموعات كبيرة وصغيرة
- الدعاية عن طريق باب إلى باب
- إعطاء وتوزيع المنشورات والكتيبات للناس في الأماكن العامة
- مسيرات ومناسبات لعامة الشعب
- تنظيم اجتماعات عامة عن مواضيع تطرحها في الحملات الانتخابية

تمويل الحملة

- إن أفضل وسيلة لجمع الأموال هي قيام المرشحة بطلب التبرعات شخصيا . لذا تحتاج إلى قائمة من الأقارب، الأصدقاء، زملاء العمل، أصدقاء المتطوعين، أصدقاء الأصدقاء.
- الطريقة المثلى الأخرى لجمع التبرعات هيحث المتطوعين بطلب لتبرعات مالية من أصدقائهم. على سبيل المثال، يكتب كل متطوع خمسة رسائل ويعقبهم بمكالمات هاتفية.
- بيع تذاكر لحضور مناسبات خاصة بالتبرعات مثل بيع تذاكر دخول لمدينة ملاهي علاء الدين وغيرها، دعوة غداء في مطعم فاخر حيث يشتري كل مدعو خمسة تذاكر.
- بيع إعلانات
مثل تيشيرتات، مشغولات يدوية
- هدايا خاصة بمراحل معينة في الحملة
قد تزداد قابلية الناس للتبرع بالمال إذا ذكرت لهم حجم الأموال التي تحتاجها الحملة وعلى ماذا سوف يتم إنفاقها
قسمي مصاريف الحملة على حسب خطة الحملة
إسالي عن تبرعات محددة كأن تطلبي مثلا ٧٥٠ ريال لطباعة وإرسال مجموعة من المنشورات .
- التجمعات الاجتماعية
رغم أن المدعويين سوف يفضلون مقابلة المرشحة شخصيا إلا أنه يجب تواجد أحد المتطوعين لجمع التبرعات من المتبرعين.

الرسائل البريدية

القوائم البريدية

المرشحات للمرة الأولى يحتجن إلى أوسع لائحة ممكنة من الناخبين.

إما أن تستخدم قائمة من المجلس البلدي المركزي، أو

قائمة مستهدفة، أو

أعطي قائمتك الخاصة:

أصدقاء وأقارب

تجمعات تنتمين إليها

منظمات صديقة

أصدقاء وأقارب للمتطوعين

تجمعات ومنظمات ينتمون إليها

أشخاص تلتقن بهم خلال الحملة الانتخابية

إن القائمة البريدية الجيدة هي تلك التي تصل إلى الناخبين قابلي الإقناع.

الرسائل البريدية الفعالة

مشخصة

عنوان

توقيع

مساعدة بالحاسوب

اثنان لا واحدة

الأولى ثلاثين يوما قبل الانتخابات

الثانية قبل الانتخاب بقليل

خططي مسبقا - الرسائل البريدية تأخذ الكثير من الوقت.

كتيب الحملة الانتخابية

كتيب الحملة الانتخابية هو البند الأساس في حملتك الانتخابية

التصميم:

سهل القراءة

مضمون مثير للاهتمام

أسلوب جذاب

حروف عريضة

جمل قصيرة

بسيط

لا تصميم فخم

إستخدامي طباعة عادية

الألوان

فقط لون واحد أو لوان

العديد من المسافات البيضاء

مستخدم باستمرار خلال الحملة الانتخابية

البطاقة الإسمية المثبتة، الإشارات، الأدوات المكتبية.

الصور

إذا استخدمتها، إجعلها بسيطة

تسهيل الإرسال بالبريد

أتركي مجالا لوضع العنوان في البريد العائد

أتركي مجالا لملصقات العنوان

المضمون

معلومات شخصية تظهر كم أنت مهتمة بالقضايا ذاتها التي يهتم بها الناخبون

المحليون.

مميزات لهذا المقعد

الثقافة المكتسبة

التدريب الخاص

التجربة

الخدمة العامة

موضوع الحملة الانتخابية

حروف عريضة

حبر ذو لون مختلف.

خطاب الحملة الانتخابية الأساسي

- تحدثني إلى هؤلاء المستمعين
- كوني مختصرة
- كوني إيجابية
- كوني صادقة
- عودي دائما لرسالة حملتك الانتخابية
- أطلب دوما أسئلة

- تأكدي من أنك تفهمين السؤال
- قللي بأنك لا تعلمين إذا كنت لا تعرفين شيئا (أضيفي بالقول أنك ستقومين بإجراء البحوث حول هذا الموضوع ثم تعودين بالإجابة على السائل).

اليوم الخامس

استراتيجيات الحملة الانتخابية وتقنياتها

• وسائل الإعلام

الإذاعة

تحتاجين إلى رسائل لفترة دقيقة متكررة الحدوث (على الأقل ٣٠)
في الوقت نفسه كل يوم
احجزي وقت الإذاعة مبكرا
رسائل بسيطة ودقيقة
كرري الاسم مرات عديدة

اكتبي عدة صيغ للإعلان
دعي الأصدقاء يكتبون بعضها
أعلمي إعلانا مبنيا على ما ورد أعلاه
إقرايه بصوت جهوري ووقتیه

اعلمي على قراءته بطريقة محترفة على الإذاعة

الصحف

كوني على معرفة شخصية بالناشر
ملمة بالإعلانات:

التكلفة

المواعيد النهائية

البيانات الإخبارية للنشر

قصيرة - لا أكثر من صفحة واحدة

مقطع واحد أو مقطعان

أولا المعلومات كلها

أنقني في ثانية

ضعف المسافة بين السطور، الهوامش عريضة

(بإمكانك توقع العديد من القضايا التي ستجري خلال الحملة الانتخابية. اكتب بيانات إخبارية للنشر أساسية في بداية الحملة الانتخابية قبل أن تشغلي كثيرا. حرريها وارسلها في الوقت المناسب).

الإشارات

تعزز الصورة التي تبتكرينها. ولكنها لا تخلق هذه الصورة.
(ينبغي أن نستخدمي التقنيات الأخرى كلها من أجل أن يكون تأثير الإشارات جيدا.
إن لم ترمز الإشارات إلى شخص أو شيء ما، فإنها تكون عديمة الفائدة).
مرئية

مقروءة من على بعد مسافة

اسم ومكتب باختصار

من اللون نفسه لكتيب الجملة الانتخابية

ملتزمة بالقواعد الانتخابية.

• الاتصال الشخصي

إن الحملة الانتخابية الفعالة هي تلك التي تدفع الأفراد إلى انتخاب المرشح. والعمل الميداني يركز على معرفة هوية الناخبين من خلال الاتصال الهاتفي أو الزيارة الشخصية. هذه المعلومات ترشد المرشح في معرفة الناخبين، من سينتخبه، يحجب عنه، أو يحتاج إلى إقناع.

استخدام الهواتف

في بعض المدن يكون الطواف عبر الهاتف. وهذا يتطلب وقتاً أقل من الوقت المخصص للزيارات المنزلية، إلا أنه يحتاج إلى وقت، وإلى عدد أكبر من المتطوعين، ولن يصل إلى المنازل كلها (تحديداً تلك التي لا يوجد بها هاتف). من الممكن أن يكون هذا الأسلوب ناجحاً في قطر.

حتى يتم استخدام الهاتف بشكل فعال، من الأفضل الحصول على خطوط هاتفية مجانية. والخيار الأفضل هو استخدام مكاتب الأعمال حيث يوجد عدد من العاملين وأكثر من خط هاتفي.

يجب أن يتوفر في بنك الهاتف مشرفون، مرطبات، وبيئة مريحة.

على منسقي بنك الهاتف توفير المواد التالية:

١- وصف مختصر حول استخدام الجهاز.

٢- نص للمحادثة الهاتفية يعكس أهداف الاتصال: إيجاد تفضيل للناخبين، الاتصال بالناخبين

الذين لم يقرروا بعد مرة أخرى، أو تشجيع منتخبي المرشح للذهاب إلى مركز الاقتراع.

٣- قائمة بأرقام الهواتف التي يجب الاتصال بها.

يجب أن يتوفر لكل متطوع مكان للعمل وهاتف وقلم وأوراق لأخذ الملاحظات.

لقاءات جماعية

لا اجتماع عام سيتحدث فيه المرشحة:

من ...

يدعو صانعي القرار وجماعتهم؟

يستأجر مكاناً أو يجد من يتبرع به؟

يشترى المشروبات أو يجد من يتبرع بها؟

يدعو المجموعات الحليفة والعامّة؟

يجهز المكان؟

يعمل المنشورات والمعلقات؟

يرأس الاجتماع؟

يستقبل المدعوين؟

يبعث برسائل شكر لصانعي القرار والداعمين و .. و .. لحضورهم؟

الزيارات المنزلية

تتشابه وفكرة استخدام الهاتف، على المرشحين أو المتطوعين أن يقابلوا الناخبين في منازلهم، وذلك في الحملات الانتخابية ذات الميزانية المحدودة، وبالأخص في المناطق التي يتواجد بها ناخبون بحاجة للإقناع.

إن اتصال المرشح بالناخبين يزيد من الصورة الإنسانية للمرشح كما يتيح الفرصة للناخبين بالتعرف على المرشح.

إذا قام متطوع بالزيارة المنزلية، يجب أن يزود بنص قصير مثال: "إسمي ناديا وأنا أعمل في الحملة الانتخابية للمرشحة فاطمة، هل تفكرين بانتخاب فاطمة للبرلمان؟".

Sample campaign speech

أسمي أمال صدقي - أسكن في الدائرة ٥ ، وسأرشح نفسي للمجلس البلدي من هذه الدائرة في انتخابات ٨ مارس ١٩٩٨ .

تذكروا هذا التاريخ! أتمنى بعد أن تتعرفوا علي وعلى موقعي الانتخابي - سوف تعطوني أصواتكم.

لقد رشحت نفسي لهذه الانتخابات لأن هناك بعض القضايا المهمة في الدائرة ٥ التي يجب على المجلس البلدي التدخل فيها. بالتأكيد، سكان الدائرة يعلمون أنه لا توجد أي حدائق في المنطقة وهناك عدد قليل من الأشجار. وهو أمر ألاحظه يوميا كمقيمة في المنطقة وخاصة عندما أزور المناطق الأخرى.

بالنسبة لهؤلاء الذين لا يعرفونني، أحب أن أعرفهم بنفسي - فانا أعمل في وزارة المالية منذ عشرة سنوات وبالتعاون مع زملائي في العمل نساء ورجالا - حيث ندير الشؤون المالية الخاصة بالدولة والمواطنين يوميا.

مواصلة لحديثنا عن الدائرة، نحن فخورون بجمال مدينة الدوحة ولكن دائرتنا تحتاج للكثير من التحسينات. الحدائق والأشجار سوف تعطي دائرتنا صبغة من الجمال تمتعنا جميعا. ولقد أجريت استفتاء غير رسمي لسكان الدائرة - حوالي ٩٥ في المائة موافقون على هذا الاقتراح. نحتاج إلى حدائق لأطفالنا والأشجار سوف تلطف الهواء وتقلل الرطوبة.

كعضو في المجلس البلدي، سوف أستخدم تجربتي العملية في وزارة المالية للتعامل مع هذه القضية . وكعضو في المجلس البلدي أيضا سوف يكون شعاري: "تجميل الدائرة الخامسة" وبمساندتكم مواطنينا الكرام سوف نجعل الدائرة الخامسة.

أرجوكم التصويت يوم ٨ مارس . إنه يوم الفخر والواجب الوطني. شاركوني في يوم الانتخاب لنجعل منطقتنا جميلة.

تقييم البرنامج التدريبي لمرشحات المجلس البلدي المركزي

٥-٩ ديسمبر ١٩٩٨

الدوحة - قطر

المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية

- هل كان التدريب مفيدا لك؟ ولماذا؟

- إذا لم يكن مفيدا - ما هي الأسباب ؟

- ما الذي أعجبك في البرنامج التدريبي؟

- كيف كان يمكن تحسين البرنامج ؟

- ما هو تعليقك على المواد المكتوبة (المطبوعات اليومية)؟

- هل هناك مواضيع أخرى كان يجب تغطيتها في البرنامج؟

- أي تعليق:

اسمي أمال صدقي - أسكن في الدائرة ٥ ، وسأرشح نفسي للمجلس البلدي من هذه الدائرة في انتخابات ٨ مارس ١٩٩٨ .

تذكروا هذا التاريخ! أتمنى بعد أن تتعرفوا علي وعلى موقعي الانتخابي - سوف تعطوني أصواتكم.

لقد رشحت نفسي لهذه الانتخابات لأن هناك بعض القضايا المهمة في الدائرة ٥ التي يجب على المجلس البلدي التدخل فيها. بالتأكيد، سكان الدائرة يعلمون أنه لا توجد أي حدائق في المنطقة وهناك عدد قليل من الأشجار. وهو أمر ألاحظه يوميا كمقيمة في المنطقة وخاصة عندما أزور المناطق الأخرى.

بالنسبة لهؤلاء الذين لا يعرفونني، أحب أن أعرفهم بنفسي - فانا أعمل في وزارة المالية منذ عشرة سنوات وبالتعاون مع زملائي في العمل نساء ورجالا - حيث ندير الشؤون المالية الخاصة بالدولة والمواطنين يوميا.

مواصلة لحديثنا عن الدائرة، نحن فخورون بجمال مدينة الدوحة ولكن دائرتنا تحتاج للكثير من التحسينات. الحدائق والأشجار سوف تعطي دائرتنا صبغة من الجمال تمتعنا جميعا. ولقد أجريت استفتاء غير رسمي لسكان الدائرة - حوالي ٩٥ في المائة موافقون على هذا الاقتراح. نحتاج إلى حدائق لأطفالنا والأشجار سوف تلطف الجو وتقلل الرطوبة.

كعضو في المجلس البلدي، سوف أستخدم تجزيتي العملية في وزارة المالية للتعامل مع هذه القضية . وكعضو في المجلس البلدي أيضا سوف يكون شعاري: "تجميل الدائرة الخامسة" وبمساندتكم مواطنينا الكرام سوف نجعل الدائرة الخامسة.

أرجوكم التصويت يوم ٨ مارس . إنه يوم الفخر والواجب الوطني. شاركوني في يوم الانتخاب لنجعل منطقتنا جميلة.