



مركز البيان للدراسات والتخطيط
Al-Bayan Center for Planning and Studies

توظيف وسائل الإعلام الإلكتروني في مراحل العملية الانتخابية العراقية (مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجاً)

دريد توفيق – سارة جاسم



سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط

عن المركز

مركزُ البيان للدراسات والتخطيط مركزٌ مستقلٌّ، غيرُ ربحيٍّ، مقرُّه الرئيس في بغداد، مهمته الرئيسة -فضلاً عن قضايا أخرى- تقديم وجهة نظر ذات مصداقية حول قضايا السياسات العامة والخارجية التي تخصّ العراق بنحو خاصٍّ، ومنطقة الشرق الأوسط بنحو عام. ويسعى المركز إلى إجراء تحليلٍ مستقلٍّ، وإيجاد حلولٍ عمليّةٍ جليّةٍ لقضايا معقدةٍ تهّمُ الحقلين السياسي والأكاديمي.

ملحوظة:

لا تعبّر الآراء الواردة في المقال بالضرورة عن اتجاهات يتبناها المركز، وإنما تعبّر عن رأي كاتبها.

حقوق النشر محفوظة © 2023

www.bayancenter.org

info@bayancenter.org

Since 2014

توظيف وسائل الإعلام الإلكتروني في مراحل العملية الانتخابية العراقية (مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجاً)

دريد توفيق* - سارة جاسم**

ملخص البحث:

تحاول ورقة البحث دراسة مراحل عمل وسائل الإعلام المختلفة، قبل الانتخابات واثناها وما بعدها، من خلال تسليط الضوء على التوظيف لوسائل الإعلام المستقل أو بالتعاون مع الجهة المنظمة للانتخابات (المفوضية العليا المستقلة للانتخابات)، من خلال التعرف على اركان العملية الانتخابية وبيان اهمية الإعلام في دعم ترسيخ العملية الديمقراطية والإجابة على الاسئلة المتعلقة بمحاولة تأشير سلبيات وإيجابيات. كذلك للمساهمة في بناء جيل جديد من الصحفيين المهتمين في الشأن الانتخابي لاسيما عند اطلاعهم على مجريات العمل الإعلامي الانتخابي من خلال استعراض التجارب الانتخابية التي مر بها العراق في الفترة 2005 – 2021.

يساهم الإعلام بوسائله المختلفة - المسموعة والمرئية والمقروءة والإلكترونية - في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة في الحياة السياسية وتوعية الجمهور بما يدور حولهم من احداث ومواقف سواء على المستوى الداخلي أو على الصعيد الخارجي، كما وقد يساعد في إحداث تغيير جذري وجوهري في حياة المجتمع، خاصة عندما يكون هذا الإعلام وطني ومنظم ويسير وفقاً لسياسية اعلامية تخدم المجتمع.

وتعتمد الكيانات السياسية على الإعلام بأشكاله كافة لتسويق مرشحيها وصناعة توجهات ناخبها حتى يصبح الإعلام وفقاً لهذا المعنى الوسيلة التي تتوسط ما بين الجماعات والأحزاب

* باحث في الشأن الانتخابي. ** باحثة اعلامية.

السياسية من جهة والناخبين من جهة أخرى، وهنا يتميز الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في الانتخابات والذي ينبع من طبيعة ووظيفة هذه الوسائل في الاخبار والشرح والتحليل والتفسير والتحفيز والمراقبة. وانطلاقاً من هذه الرؤية يقوم البحث على دراسة كيفية تم توظيف وسائل الإعلام العراقية، في خمسة مستويات:

المستوى الأول: قبل الانتخابات، وظيفة الإيجابية في عملية التثقيف الانتخابية، خصوصاً مع ضرورتها في تجربة ديمقراطية وليدة وحديثة كالتى نشأت بالعراق بعد العام 2003.

المستوى الثاني: أثناء الانتخابات، وظيفة الأهم في الرقابة على سير العملية الانتخابية، وتحديد نقاط القوة وتأثير مواطن الضعف وتحديدها.

المستوى الثالث: فترة الاقتراع، وظيفة الإعلام في فترة الاقتراع (يوم الاقتراع) ولا تقل هذه المرحلة خطورة عن المراحل السابقة حيث تركز على دور الإعلام المحايد في نقل وقائع العمل الانتخابي

المستوى الرابع: بعد الانتخابات، دور الإعلام في مرحلة اقرار النتائج النهائية، أياً كانت وفقاً للآلية الديمقراطية والاحتكام إلى صناديق الاقتراع، والعمل على ترسيخ مبدأ قبول الخاسر وتهنئة الفائز واقعاً وعملاً في الممارسة السياسية.

المستوى الخامس: وهو ملحق بالبحث، نشاط المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في التوظيف الإعلامي لما يخص مواقع التواصل الاجتماعي

إلا أن ما لا يجب اغفاله في المستويات أعلاه، هو تنظيم وسائل الإعلام لمشروعية عملها من خلال التسجيل أو التعاون مع الجهة المخولة أو الرسمية المسؤولة عن العملية الانتخابية والتي تمثلها في العراق المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، وذلك لا يعني بأي حالة من الأحوال، فرض العمل

ضمن هذا الواقع، كما لا يعني مجاملة تلك الجهة أو التغاضي عن الاخطاء، إن وقعت، مهما كان السبب، وذلك لضمان الحيادية التي يجب أن تتصف بها وسائل الإعلام الوطنية.

مقدمة

يعتبر من أهم مقومات الحكم الرشيد هو أن يرتكز على قاعدة ديمقراطية اساسية هي الانتخابات التي تلعب دوراً مركزياً في تعزيز مبدأ المشاركة والمراقبة والمساواة والشفافية. وأن ترسيخ هذه القاعدة وقرارها دستورياً يعتبر ضماناً قوية لتثبيت مبدأ المشاركة في الحكم من خلال الانتخابات ومبدأ تداول السلطة، حيث المواعيد المنتظمة لأجرائها وفق آليات يتم اقرارها دستورياً. إذ يؤدي ذلك إلى إشراك مختلف شرائح ومكونات المجتمع مع الحكومة

ويأتي دور وسائل الإعلام الإلكتروني باعتباره السلطة الرابعة التي يمكن أن تؤثر في العملية الانتخابية وأصوات الناخبين وبلورة الرأي العام باتجاه مرشحين معينين دون آخرين والذي ينبغي ان يكون ذلك وفقاً لقواعد وشروط محددة.

وتؤدي وسائل الإعلام الإلكتروني دوراً وظيفياً مميزاً والذي ينبع من طبيعة ووظيفة هذه الوسائل في الاخبار والشرح والتحليل والتفسير والتحفيز والمبادرة والمراقبة.

وعليه يقوم البحث على دراسة توظيف وسائل الإعلام، في خمسة مستويات:

المستوى الأول - قبل الانتخابات، توظيف وسائل الإعلام الإلكترونية في عملية التثقيف

الانتخابية خصوصاً مع ضرورتها في تجربة ديمقراطية حديثة في العراق بعد العام 2003

المستوى الثاني - أثناء الانتخابات، توظيف وسائل الإعلام الأهم في الرقابة على سير

العملية الانتخابية، وتحديد نقاط القوة وتأشير مواطن الضعف وتحديد الدعوة إلى معالجتها.

المستوى الثالث - أثناء الاقتراع، توظيف وسائل الإعلام في تغطية فترة الاقتراع.

المستوى الرابع - بعد الانتخابات، توظيف وسائل الإعلام الإلكترونية في اقرار النتائج النهائية، آياً كانت، وفقاً للآلية الديمقراطية والاحتكام إلى صناديق الاقتراع.

المستوى الخامس - نشاط المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في التوظيف الإعلامي فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لأهميتها. مواقع التواصل الاجتماعي كان للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات دور في توظيف أدواتها، لذلك كان من الضروري الوقوف على هذا المحور.

وتحاول ورقة البحث دراسة مراحل عمل وسائل الإعلام المختلفة، قبل الانتخابات وأثناءها وما بعدها، من خلال العمل المستقل أو بالتعاون مع الجهة المخولة (المفوضية العليا المستقلة للانتخابات). والاجابة على الاسئلة المتعلقة بمحاولة تأشير سلبيات وإيجابيات العمل الإعلامي الانتخابي من خلال التعرض لتجارب الانتخابية التي مر بها العراق في الفترة 2005-2021، والتي يغطيها.

مشكلة البحث:

تتمثل اشكالية البحث في بيان مدى مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الثقة في العملية الانتخابية وعدم معرفة الصحفيين، وبالخصوص الجيل الجديد من كيفية توظيف وسائل الإعلام في العملية الانتخابية. وما مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز الثقة في العملية الانتخابية؟

اهداف البحث:

يهدف البحث

1. وصف توظيف وسائل الإعلام في تغطية العملية الانتخابية وما قيمة تأثير في تثقيف الناخب ودفعه بقناعة والتزام لأداء دوره الوطني في المشاركة السياسية والتوجه إلى صناديق الاقتراع.

2. يشير البحث إلى ظهور صحافة المواطن ومدى تأثيرها، خاصة من عام 2014 حتى

2021

3. وصف توظيف المفوضية العليا المستقلة للانتخابات لأدواتها الإعلامية في مجال التواصل

الاجتماعي.

4. يسهم هذا البحث بطريقة غير مباشرة بإيصال رسالة إلى الجيل الجديد من الصحفيين

الشباب بالتعرف على تفاصيل العملية الانتخابية وكيفية توظيف وسائل الإعلام في الانتخابات

أهمية البحث:

بعد التغيير الذي حصل عام 2003، وجب علينا أن نربي جيل يؤمن بالتغيير عن طريق

صندوق الاقتراع. هنا يأتي وظيفة الإعلام في بناء مجتمع ديمقراطي. وهذا عن طريق الجمع بين

الفقرة الأولى والثانية المتعلقين بتوظيف وسائل الإعلام في العملية الانتخابية من جانب والثقافة

الانتخابية من جانب آخر، إلا أن التثقيف الانتخابي أعطاه بعداً مهماً وحيوياً، لأنه يأتي في

المقدمة. لذلك هي مسؤولية جماعية تتحملها كل المؤسسات السياسية والإعلامية وتسعى إليه كل

أطراف العملية الانتخابية وحتى الجهة المسؤولة عن تنظيم العملية الانتخابية وإدارتها، فهو أحد أهم

أدوات الاستقرار السياسي والمفروض أن يتقدم حتى على الجانب الاقتصادي لأنه لا يمكن بناء

اقتصاد بدون استقرار سياسي، واهميته لذا تدفع إلى الخوض في غماره والبحث في تفاصيله وحيثياته. لكي نقف على إيجابيات وتحديات وسائل الإعلام في التثقيف والرقابة على العملية الانتخابية لكي نحصل على الدروس المستنبطة وإدراجها في المقترحات.

منهج البحث:

1. تهيئة مادة البحث، العنوان المصادر، واستندت هذه المرحلة بالدرجة الأساسية إلى الحقبة التاريخية. سواء في امثلة المراحل الانتخابية للسنوات الستة عشر الماضية والتجارب الدول الديمقراطية السابقة.

2. تضمنت مرحلة كتابة البحث اعتماداً على المنهج التحليلي، حيث تم تصميم خطة الدراسة بخمسة مستويات في استعراض واقع وعمل وسائل الإعلام الإلكتروني والتوظيف اثناء الفترات الانتخابية. استعرض **المستوى الأول**: قبل الانتخابات - توظيف الإعلام في التثقيف والتعريف بالتجربة وآلية الممارسة الديمقراطية، في حين **ركز المستوى الثاني**: على فترة الانتخابات واستعراض دور الوظيفي الإعلام في الرقابة والتوجيه، وكان **تركيز المستوى الثالث**: على التوظيف الإعلام اثناء فترات الاقتراع. وقيم **المستوى الرابع**: اداء وسائل الإعلام بعد الانتخابات واعلان النتائج وفق معيار النزاهة والشفافية.

اما **المستوى الخامس**: كان رصد لنشاط المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في التوظيف الإعلامي بما يتعلق في مواقع التواصل الاجتماعي.

3. واختتمت الدراسة بنتائج ومقترحات أوضحت رأي الباحث لتطوير الدور التوظيفي لوسائل الإعلام في العملية الانتخابية وترسيخ التجربة الديمقراطية.

المبحث الأول

توظيف وسائل الإعلام الإلكترونية في مرحلة ما قبل الانتخابات

أصبحت وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع هامة وخطيرة جداً، إلى درجة أنها خصصت جميع الحكومات اقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية، ومن الأهداف الداخلية، رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية. أما الأهداف الخارجية، فالتعريف بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الإقليمية والدولية يصب في صميم أهدافها¹.

ولم يقتصر اهتمام الحكومات، بوسائل الإعلام، بل امتد إلى مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية، اهتمت بها ايضاً، بعد أن وجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتحقق جزءاً من أهدافها. كما وتساعد في تطوير واقعها وازدهارها. وليس هناك دليل أكبر على اهمية الإعلام ووسائله، فقد أصبح معروفاً في العالم أن الدولة ذات الإعلام القوي تُعتبر قوية وقادرة. لذلك أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة الأخرى. وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً أو ايجاباً حسب التوظيف². وللإعلام ست وظائف رئيسية هي:

1. الوظيفة الاخبارية

2. التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات

3. زيادة الثقافة والمعلومات

1. عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والشائعات (عمان: اليازوري) الفصل التاسع صناعة الراي العام ص237.

2. برهان شاوي الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ (بيروت: دار الفارابي) 2012 ص15.

4. تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي

5. الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ

6. الإعلان والدعاية

وفقاً لهذا المعنى والوظيفة، ومع دخول العراق مرحلة التحول الديمقراطي وبعد فترة من الإعلام المركزي الخاضع لسيطرة (Placeholder1) وسطوة الدولة والحزب الواحد، أدركت الأحزاب والشخصيات السياسية والمتقنين وحتى التجار أهمية الإعلام في اجواء الانفتاح والتنوع والتعددية. لذلك لجأوا إلى إنشاء وسائل اعلامية للتأثير في الجمهور العراقي المتلقي والمتعطش للحرية. فقد ظهرت في بغداد وحدها أكثر من 150 صحيفة دفعة واحدة³ في أعوام 2003 و2004 تراوحت بين المستقلة والحزبية، وأكثر من عشر فضائيات، في حينها، إضافة لعدد كبير من الإذاعات المحلية. وفي أوقات الانتخابات وقعت مسؤولية مضاعفة على تلك الوسائل تمثلت أولها بمهمة تعريف الناخب العراقي بالعملية الانتخابية التي كان يجهل أغلب أركانها لأنه لم يمارسها سابقاً. (التوظيف الإعلام في التوعية الانتخابية) تشمل عبارة تثقيف الناخبين في أيامنا هذه مجموعة واسعة من الأهداف، وهي تعني (في بعض الحالات): إيصال معلومات انتخابية ليس أكثر. ولعل التعريف الأدق للتثقيف الانتخابي بأنه: كل نشاط تثقيفي يُقام في فترة الانتخابات بهدف التشجيع على الانتخاب وتعزيز الديمقراطية⁴.

وقبل أن ننخرط في هذا المجال، يجب أن نقف أمام نقطة هامة، وهي الثقافة الإعلامية للانتخابات وتوظيف الصحفيين.

3. علي شمخي مئة عام من الصحافة في العراق (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة) ص 95.

4. الباحث حيدر طه بحث دور الإعلام في الانتخابات (بغداد: المفوضية العليا المستقلة للانتخابات) مجلة دراسات انتخابية عدد الحادي عشر ص 73.

عادةً ما يكون الصحفيون الذين يغطون الانتخابات قادمون من خلفيات متنوعة. وقد انضم البعض منهم إلى المؤسسات الإعلامية كطلاب شباب بعد الحصول على الشهادة الجامعية أو قبل حصولهم عليها، وبعضهم ممن يتعلم ذاتياً من خلال الكتابة ليشق طريقه إلى وظيفة الصحافة المهنية. وقد تلقى البعض تعليماً صحافياً بمستوى جامعي، وآخرون تلقوا عدداً من الدورات القصيرة خلال عملهم، والبعض لم يتلق أي تدريب رسمي على الإطلاق. وأولئك الذين لديهم تعليم جامعي، ربما اطلعوا على محتوى دورة تتعلق بالانتخابات، كالعلوم السياسية أو السياسة العامة، على سبيل المثال، في حين أن آخرين قد تكون لديهم شهادات في مواضيع غير ذات صلة مباشرة. نشير هنا بان هناك في بعض البلدان عدد قليل من المؤسسات التعليمية التي تقدم دورات متخصصة في الصحافة ولكي تكون التغطية الإعلامية للانتخابات ناجحة وتسير وفق المعايير العالمية فيجب أن يستفيد الصحفيون من التدريب والدعم والممارسة الكافية من أجل أن يقوموا بالتغطية الانتخابية بطريقة مهنية. فهناك بعض المجالات الإضافية التي يحتاج إليها الصحفيون لإعداد التقارير الانتخابية تتضمن:

- فهم النظام السياسي والانتخابي.
- فهم العملية الانتخابية الشاملة.
- الإلمام بالقانون الانتخابي، خاصة أنه يؤثر على الإبلاغ الإعلامي.
- فهم دور وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات.
- معرفة تاريخ الانتخابات في البلاد.

المعرفة التفصيلية لآليات تسجيل الناخبين، ولترسيم الحدود، والتصويت، والفرز والعد، ولأية قضايا أخرى ذات صلة (مثل استخدام التكنولوجيا في التصويت أو استخدام التصويت عن طريق

البريد، إذا كانت هذه المسائل المحتملة مثارة للجدل).

المتنافسون، قواعد قوتهم، علاقاتهم، قيادتهم.

الأدوار المختلفة للرجال والنساء في الانتخابات، والإجراءات المتخذة لضمان مشاركة المرأة.

أنواع التغطية الخاصة بدرجة ما بالانتخابات (مثل إعداد تقارير استطلاعات الرأي).

تغطية الانتخابات والإجراءات السليمة فيها.

الإعلام الجديد في سياق التغطية الانتخابية، وحملات المرشحين، والصحافة المحلية.

الصحافة الاستقصائية في سياق الانتخابات.

المواقف العامة بالنسبة للمرشحين والانتخابات.

احتياجات الجمهور للحصول على معلومات حول الانتخابات.

وبالطبع، ليس هذا هو الوقت الوحيد الذي يمكن أن تعم الفائدة فيه من الإعلام.

كذلك للأشخاص المؤهلون قانونياً للتصويت أو الذين هم على وشك التأهل لذلك. لذا

تعني العبارة أيضاً انشطة تثقيفية دائمة. وثمة تمييز بين هذا النوع من التثقيف والحملات الإعلامية التي تجري وقت الانتخابات. ينبغي أن يكون هذان النشاطان، بل ينبغي أن يكونا، بإدارة هيئتين مختلفتين.

ومنذ بضع سنوات، تدرج تحت عنوان «تثقيف الناخبين» أنشطة اعلامية متمحورة ليس

حول الديمقراطية والانتخابات عموماً، بل حول قضايا انتخابية وحزبية خاصة. وقد دعم هذا التعريف تصور البعض الأفراد الذين يرون أن تثقيف الناخبين هو نشاط إيديولوجي أو حزبي يجب

أن يترك لأحزاب السياسية لتحديد هويتها.

مع ذلك، فإن معظم القائمين على الانتخابات، ومنها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، ينظرون باستحسان إلى هذا النوع من التثقيف الحزبي لأنهم يرون أن التثقيف بنوعيه يساعد كثيراً على حسن سير الانتخاب ورفع نسبة مشاركة الناخبين، علماً أن أغلب منظري السياسة يرون أن عملية التثقيف هي جزء أساسي من وظائف الأحزاب السياسية، مثلما يذهب إلى ذلك الاستاذ موريس دوفرجه⁵.

وإذا كان التثقيف الديمقراطي من المهام الضرورية لضمان نجاح العملية الانتخابية وحمل الناخبين للمشاركة في عملية الاقتراع التي تسفر عن تشكيل البرلمان أو الحكومة، فكلما كانت تلك المشاركة أوسع. كلما كان البرلمان أو الحكومة أكثر تمثيلاً وتأييداً بل وقوة من أجل القيام بالمهام المطلوبة.

هناك عدة جهات تقوم بالتثقيف الانتخابي لكنها تختلف من حيث الأهداف التي تريد تحقيقها، وغالباً ما تستخدم هذه الجهات الوسائل نفسها لتثقيف الناخبين، وهي كالآتي:

الهيئات المشرفة على الانتخابات، التي مثلتها، على سبيل المثال، المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق.

الأحزاب السياسية، التي مثلتها كافة الأحزاب المؤمنة بالعملية السياسية والتحول الديمقراطي.

وسائل الإعلام، التي مثلتها كافة الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة والمكتوبة؛ المستقلة وغير المستقلة.

5. ديفيد بيتر وظائف الحزب السياسي (بيروت: مطبة الشروق) ص122.

منظمات المجتمع المدني والجهات التطوعية، التي مثلتها منظمات المجتمع المدني المسجلة والشخصيات المثقفة والتجمعات النقابية والمجتمعية.

ويضيف الباحث أنه قد قدم طريقة جديدة في التوعية الانتخابية وبشكل خاص في انتخابات 2021 النيابية وهي تقديم شرحاً تفصيلياً عن الدائرة الانتخابية بجداول رقمية واهمية المشاركة بتغيير المعادلات السياسية وكان ذلك في برنامج تلفزيوني تبنته قناة الديوان الفضائية، بدعم من الدكتور ((عادل شمس الدين)) مدير القناة حيث أشير استبيان إلى ان قد كان المستفيد من البرنامج المرشحين والناخبين على حد سواء

اما الأهداف العامة لتثقيف الناخبين، فهي تندرج كل تالي⁶:

1. توعية المواطنين بأهمية الانتخابات. على كافة اشكالها. واهمية المشاركة فيها باعتبارها حق دستوري وقانوني ووسيلة لمشاركة الشعب في الحكم والتداول السلمي للسلطة. والطريقة الوحيدة للتغيير السياسي في ظل الديمقراطية.
2. توعية المواطنين بحقوقهم الدستورية والقانونية وتكوين رأي عام واعٍ ومستنير ومدرك لأهمية العملية الديمقراطية عموماً والانتخابات خصوصاً.
3. تعميق الوعي لدى المواطنين بالعمليات الانتخابية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية.
4. التوعية بالتشريعات المتصلة بالانتخابات.
5. توفير المعارف والخبرات اللازمة للمستهدفين. للقيام بدورهم في العملية الانتخابية كمرشحين وناخبين، على النحو الامثل، واكسابهم المهارات الضرورية. وآلية الممارسة الانتخابية بكافة مراحلها
6. المعهد الديمقراطي الدولي كراس الحملات الانتخابية (الولايات: مطبعة لبنان) ص15.

الاجرائية للاعتماد على أنفسهم كناخبين.

6. إزالة المفاهيم الخاطئة والرواسب النفسية والاجتماعية التي تعيق المرأة من ممارسة حقوقها الانتخابية.

7. توضيح الأولويات المهمة في مجال التوعية الانتخابية اثناء تنفيذ البرامج والفعاليات واستخدام الوسائل الأكثر تأثيراً وفائدة.

8. الاهتمام في مجال التربية الإعلامية الرقمية واهميتها وخصوصاً بعد تصاعد دور صحافة المواطن على انواع وسائل الإعلام.

ولا يفوتنا أن نشير، ما يقع على وسائل الإعلام كافة مهمة الالتزام بآليات وضوابط الصمت الانتخابي، وهي فترة انتهاء الحملة قبل الشروع بعملية الاقتراع⁷.

إن الحكمة من تحديد هذه الفترة هي لإعطاء الناخب فرصة الاختيار بعيداً عن تأثيرات الدعاية الانتخابية. حيث يحتاج الناخب إلى هذه الفترة للمراجعة في جو بعيد عن المنافسات والزخم الإعلامي خلال الحملة.

ويعتبر مقياس الالتزام بهذه الآلية معياراً لوطنية وسائل الإعلام وانضباطها، وهذا ما لاحظناه في العراق حيث لم يسجل أي خرق للصمت الانتخابي خلال الانتخابات الماضية، إلا ما ندر، ولم نجد ما يشير إلى وجود حالات خرق من قبل الوسائل الإعلامية خلال مراجعة العديد من المصادر وموقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على الشبكة العنكبوتية للمعلومات – الانترنت.

قبل أن ننهي هذا المحور يجب أن نسلط الضوء على يوم الاقتراع حيث يكون للإعلام دور

7. كراس اجراءات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات (بغداد: المفوضية العليا للانتخابات) 2018.

وظيفي بارز ومهم من خلال البث المباشر لمراكز الاقتراع وبيان انسيابية سير العملية الانتخابية. إذ يعطي دور التوظيفي التغطيات المباشرة ثقة للناخب ورسائل اطمئنان ليتشجع بالخروج للتصويت وقد ساهم الباحث في تجربة للتغطية الحية يوم الانتخابات النيابية 2021 صباحاً بالتنسيق مع قناة الشرقية وقناة آسيا وقد تم تسليط الضوء في التغطية على دور الخطة الأمنية حيث كانت الخطة تعتمد على الجهد الاستخباري بدل الجهد العسكري وهذا يعتبر نقلة نوعية إذ ساهم هذا التكنيك الأمني في جعل الشوارع سهلة التنقل ليتيح الفرصة لمشاركة المواطنين ذو الإعاقة والذين مقر اقامتهم بعيد عن دائرة تصويتهم لأن انتخابات 2021 النيابية كانت تتميز بأن العراق اصبح مكون من 84 دائرة بدل 18 دائرة. للإشارة إلى أن هناك استراتيجية انتخابية لبعض الكيانات، يعتمد على خفض نسبة التصويت يصب في مصلحة الكيان فيتطلب حث الجماهير الغير مدلجة إلى تشجيعهم على عدم المشاركة عن طريق استخدام رسائل سلبية في وسائل الاتصال الجماهيري ومواقع التواصل الجماهيري على الخصوص.

المبحث الثاني

وظيفة وسائل الإعلام الإلكترونية خلال الانتخابات

تشمل الرقابة على الانتخابات كل عمليات الاشراف والمتابعة التي تقوم بها إحدى الوكالات المستقلة أو أجهزة الحكومة المسؤولة عن عمليات التدقيق، بالإضافة إلى ما يقوم به ممثلين ومراقبين من الكيانات والأحزاب السياسية، ووسائل الإعلام والناخبين بصفتهم الفردية، وكذلك المنظمات غير الحكومية والجهات الدولية⁸.

وقد تكون عملية الرقابة حزبية (تقوم الأحزاب السياسية بتنفيذها)، أو غير حزبية (تقوم المجموعات الوطنية - منظمات مجتمع مدني أو المراقبون الدوليون بتنفيذها)، وإذا كانت المراقبة الحزبية تركز جل اهتمامها على حماية حقوق ومصالح مرشح أو حزب ما دون غيره. فمن المهم بمكان أن يشارك في هذه الرقابة مراقبون يمثلون مختلف الأحزاب السياسية المشاركة. وذلك للتحقق من فضح اي احداث قد تضر بأي من الاحزاب أو عموم المرشحين دون استثناء.

وينتظر من الرقابة غير الحزبية أن تتسم بالحياد، وأن توفر تقارير موضوعية حول الانتخابات وما دام أن تلك التقارير تعني تكوين رأي محدد حول العملية الانتخابية، فإن مسألة النزاهة تصبح أمراً بالغ الأهمية في عملية الرقابة ذاتها.

يقول طوني عطا الله العميد الدكتور الدولة في العلوم السياسية والإدارية من كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية -الجامعة اللبنانية، أنه لكي تتحقق الرقابة على نزاهة الانتخابات لا بد أن تتحقق ثلاثة أهداف، هي:

1. دعم المشاركة في الانتخابات.

8. محمد صباح النظام القانوني لانتخابات الالكترونية (مصر دار الفكر والقانون) ص 167.

2. كشف الانتهاكات.

3. الاطلاع على مدى جودة أداء المراقبين.

كما يرى عطا الله أن وجود الرقابة الدولية لن يغير شيئاً في مستوى أداء الانتخابات أو كشف ما يتم التستر عليه، موضحاً أن منظمات المجتمع المدني والإعلام يمكن أن يحققوا نتيجة في الانتخابات، لأن لهما باع ودراية في الانتخابات، وعلم أكثر بأمر المجتمع والطرق المتبعة للتزوير⁹.

وقد اعتمد البحث على عينات عشوائية ومعاشية، من قبل الباحث، لأداء وسائل الإعلام في الانتخابات التي جرت بالعراق في فترات 2005 و 2006 و 2009 و 2010 و 2013 و 2014 و 2018 و 2021 (باستثناء الاستفتاء على الدستور)، تأشير التالي:

أولاً: محدودية استخدام الإذاعة والتلفزيون في التثقيف الانتخابي بالنسبة لفترات 2005 و 2009، 2006 بل اقتصر توظيفها في مجرد إيصال المعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية، إذ لم يتم توفير أوقات بث خاصة بالتوعية الانتخابية أو بالمرشحين المتنافسين لطرح آرائهم وبرامجهم الانتخابية إلا ما ندر في برامج خاصة ومحدودة في وقتها¹⁰، مما حرم المرشحين من وسائل مهمة للوصول للناخبين كما حرم الناخبين من الاستفادة من هذه الوسائل في الاطلاع على المعلومات التي هم بحاجة لها لممارسة حقهم في الاختيار الواعي.

في حين شهدت انتخابات 2010 و 2014 و 2018 و 2021 التشريعية انفتاحاً أكبر وأوسع لوسائل الإعلام المختلفة؛ في التأثير، حتى تفوقت بعض القنوات المحلية وكان لها الريادة في توجيه جمهور الناخبين ومن ثم التأثير بالنتائج النهائية.

9. محمد صباح النظام القانوني لانتخابات الالكترونية (مصر دار الفكر والقانون) ص 445.

10. شبكة الإعلام العراقية والحرّة الفضائية والشرقية الفضائية (بغداد برامج تلفزيونية).

ثانياً: الإفراط في استخدام قنوات عربية (خصوصاً قناة العربية الفضائية) في التعبئة لصالح الدعاية السياسية لكبار المسؤولين والشخصيات الحكومية في انتخابات 2005 و2006، والابتعاد عن هذه الدعاية أو تقنينها في حملات انتخابات 2010 وما تلاها.

ثالثاً: تنوع وتفاوت الصحف المحلية اليومية والاسبوعية في حيادها أو انحيازها للمرشحين والأحزاب السياسية التي ينتمي بعضهم لها، وعلى مدى السنوات من 2005 إلى 2010 وانخفاض مستوى الصحف والقراء وذلك بسبب انتشار المواقع التواصل الاجتماعية على مواقع النت وظهور الصحافة الإلكترونية.

رابعاً: تغليب التوجهات السياسية لأصحاب الصحف والقنوات التلفزيونية على الحياد الصحفي المتمثل في تقديم مختلف الآراء والمعلومات للقراء والمشاهدين، وخصوصاً من يحق لهم الانتخاب.

خامساً: برز دور الشبكة العنكبوتية في التأثير أو الترويج للمرشحين وظهور ما يسمى بالجيوش الإلكترونية وخصوصاً بعد انتخابات 2014 إلى انتخابات 2021 فقد كان لصحافة المواطن دوراً مهماً، وظهر هذا الدور بالارتفاع الملحوظ حيث تشير الاستبيانات أن اهتمام الجمهور بمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي مثل (فيس بك، انستكرام، تكتك، تويتر...) سجلت أعلى متابعة من مشاهدة الشاشة الصغيرة فقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً بما يسمى صحافة المواطن وظهور الجيوش الإلكترونية والذباب الإلكتروني فقد سجلت مواقف إيجابية مثل دعاية إلى المرشح أو إلى كيان معين أو حتى كان لها دور في حث الناخبين على تحديث بطاقة الناخب والمشاركة. أما الدور الأبرز كان سلبياً حيث كان حملة المقاطعة هي الأعلى في انتخابات 2018 وقد اثرت تأثير مباشر في واقع المشاركة أما في انتخابات 2021 كانت عملية التسقيط السياسي هي الأبرز¹¹.

11. تقرير المراقبين الدوليين على الانتخابات البرلمانية العراقية، 2021. <https://www.ihc.iq>

سادساً: لقد شهدت انتخابات 2021 حالة من التطوعية من قبل القنوات الفضائية في برامج التثقيف الانتخابي بالوقت الذي سبق كانت الدعايات للتثقيف الانتخابي مقابل ثمن.

ويبقى الحق في الرد على تقارير وسائل الإعلام خلال الانتخابات، موضوعاً لم يلق استحساناً كبيراً في مجال حرية التعبير للقائمين بالحملات الانتخابية، سواء في العراق أو غيره من الدول التي مرت أو تمر بمراحل انتقالية أو حداثة عهد الديمقراطية، والذين يخشون من أنها قد تؤدي إلى خنق قوة حرية التعبير - وهذا شيء نحن بحاجة اليه في سياق الانتخابات بصورة خاصة. ومع ذلك فقد حذت الهيئات الاستشارية الدولية وبعض المحاكم مثل هذه الآلية، خاصة عندما يتم الرد على هذه المسألة في وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الحكومة، والتي قد لا تتمكن المعارضة من الوصول إليها. وهذا هو المبدأ التي وضعته سلطة الأمم المتحدة الانتقالية في كمبوديا؛ على سبيل المثال.

لكن ينبغي أن تعطي وسائل الإعلام. الأحزاب أو الجماعات أو الافراد الذين حرفت وجهات نظرهم، أو تم الافتراء عليهم من قبل وسائل النشر أو البث، حق الرد. في وسائل الإعلام نفسها. وهذا ما لم نلمسه أو نشاهده في وسائل اعلامنا المحلية (مع بعض الاستثناءات لوسائل الإعلام الوطنية والقنوات التي تعمل بمهنية)، بل تحول حق الرد إلى وسيلة للطعن بالمرشح المقابل أو الاساءة اليه، بالذات في مراحل 2005 و2006 وذلك بحكم الظرف الذي كان يمر به العراق في حينها وبسبب حداثة التجربة الديمقراطية وبعض الدخلاء على وسائل الإعلام. إلا أن مرحلة انتخابات 2010 وصولاً إلى انتخابات 2021 قد شهدت نوعاً من التحسن في اداء وسائل الإعلام. ومنها ما يتعلق بحق الرد الموضوعي البعيد عن التشنج، رغم أن وسائل اعلام مثل العربية وقناة الشرقية مارست والتزمت بحق الرد، وإذا سرنا وفق هذه الرؤية فأننا قد نشاهد حق الرد عاماً وفي نفس القناة الإعلامية في وسائلنا المحلية، ولا ننسى دور هيئة الاتصالات في متابعة القنوات

التلفزيونية وإصدار عقوبات بحق المخالفين، لأن النزاهة تتطلب وضع كل من وجهتي النظر على حد سواء أمام قرائها بقدر محدود، لتمكينهم من استخلاص الاستنتاجات الخاصة بهم¹².

أما ما يتعلق برفض بث البرامج التي تنتهك الحق الدستوري لمقدم الطلب في حرية التعبير والحماية من التمييز. فإنه يجب أن تعطى الأحزاب السياسية المعارضة فرصة للرد من خلال شاشة التلفاز على التصريحات التي تدلي بها الحكومة، والتي تقدم معلومات أو تفسيرات للأحداث ذات أهمية وطنية أو دولية كبيرة... أو تسعى إلى تعاون الجمهور فيما يتعلق بهذه الأحداث، ولا يحق للمعارضة الرد في المجالات التي يكون فيها توافق وطني في آراء الرأي العام.

وتثير قضية التشهير بحق كل من الصحفيين والسياسيين الاهتمام بصورة حقيقية. فما هو المدى على وجه التحديد الذي تكون فيه وسائل الإعلام مسؤولة قانونياً إذا نقلت تقارير أو بيانات السياسيين، ثم وجد في وقت لاحق أنها شكل من أشكال التشهير؟

إن مقرر الأمم المتحدة الخاص في تقريره لعام 1999 المعني بحرية الرأي والتعبير¹³، وقف بقوة لصالح إعفاء وسائل الإعلام من المسؤولية عن نشر تصريحات غير مشروعة، التي أدلى بها سياسيون في سياق الانتخابات. ويمكن أن تشمل البيانات المقصودة تلك التي تحتوي على تشهير أو تحريض على الكراهية. وهذا لا يعني أنه لن يكون هناك أي مسؤولية عن مثل هذه التصريحات، فالشخص الذي أدلى بما سيظل مسؤولاً -ولكن وسائل الإعلام ستكون حرة في إعادة نشرها دون، أن تستعرض مثلاً بث كل حزب أو دعاية انتخابية قبل اذاعتها.

كما وجدت المحكمة الدستورية الإسبانية بصورة مماثلة، أنه لا يمكن أن تكون الصحيفة

12. (العراق /جريدة الوقائع الرسمية) قانون انشاء هيئة تنظيم الاتصالات وتقنية المعلومات 37 لسنة 2014.

13. مقرر الامم المتحدة الخاص في تقريره لعام 1999 المعني بحرية الرأي والتعبير

www.aceproject.org/ace-ar/topics/me/mea/mea01g

مسئولة عن النشر: إن حق الصحفي في أن ينقل، وحق القراء في الحصول على معلومات كاملة ودقيقة يشكلان معا في نهاية الأمر، ضماناً موضوعياً للمؤسسة، يمنع فعلياً احتساب أي نية إجرامية من جانب أولئك الذين ينشرون المعلومات.

إن هذا المنطق هام، لأنه يشدد على ان الحاجة في عدم وضع المسؤولية على وسائل الإعلام في مثل هذه الحالات، هي في المقام الأول من أجل حماية حق الجمهور في الحصول على المعلومات، وهذه الحماية ضرورية لوسائل إعلامنا حتى نضمن انسيابية المعلومات إلى جمهور الناخبين الذين هم بأمس الحاجة إليها قبل ولوج صناديق الاقتراع.

المبحث الثالث

وظيفة وسائل الإعلام الإلكترونية في فترة الاقتراع

ما أن تفتح مراكز الاقتراع أبوابها حتى يتبدل التوظيف وسائل الإعلام عما كانت عليه خلال فترة الحملة الانتخابية - ويمكن وضع قواعد محددة لتنظيم هذا التحول. ويتوجب إنهاء حملات المرشحين والأحزاب، وفي بعض البلدان لن يُسمح بأي تغطية إخبارية أو بالقليل منها خلال هذه المرحلة. مع ذلك، فهذه الفترة هي واحدة من أكثر الفترات نشاطاً بالنسبة لغرف الأخبار وللصحفيين على حد سواء، حيث أن كلاً منهم يحاول جمع معلومات عن كيفية سير التصويت والنتيجة المحتملة للانتخابات. سيتواجد الصحفيون في مراكز الاقتراع لضمان أن يتمكنوا من تقديم قصص مباشرة في تقاريرهم. ويمكن لوسائل الإعلام أيضاً إجراء استطلاعات للرأي خلال هذه الفترة. إن حيوية الحضور الإعلامي هي الأساس في ضمان السير السلمي والحر والعادل ليوم أو أيام التصويت.

في السياق العادي، تعقد هيئة إدارة الانتخابات عدة مؤتمرات صحفية في يوم التصويت، عند فتح لجان الاقتراع، وإغلاقها، وفي أوقات أخرى تبعاً للحاجة. وقد يكون هناك، على سبيل المثال، حوادث تحتاج إلى الاستجابة عاجلة، مثل العنف في أماكن الاقتراع، والمشاكل اللوجستية مثل الفيضانات والمسائل المتعلقة بالنزاهة مثل الاتهامات بالتزوير. ومن المهم أن تستجيب هيئة إدارة الانتخابات لهذه القضايا في أسرع وقتٍ ممكن لتطمئن الجمهور وتعريفه بالتدابير المتخذة، حفاظاً على سمعتها ومنعاً لتفاقم المشاكل. وقد تصدر أيضاً بيانات من مسؤولي هيئة إدارة الانتخابات تهدف إلى تشجيع الناس على التصويت، ومنحهم الثقة في العملية. وقد تنشر إدارة العلاقات الإعلامية في الهيئة الانتخابية تحديثات بانتظام على الموقع الإلكتروني لهيئة إدارة الانتخابات لإعطاء معلومات محدثة حول تطور عملية الإدلاء بالأصوات. قد يكون هناك مركز إعلامي في هيئة إدارة

الانتخابات لاستضافة مراسلي الانتخابات كنقطة تجميع للتغطية يوم الانتخابات.

كما قد يكون طاقم العمل في العلاقات الإعلامية للهيئة الانتخابية مشاركاً بفعالية في ضمان فهم الإعلام بوضوح لحقوقه في الاطلاع على عملية التصويت وامثاله لهذه الإرشادات. وهذا يتم من خلال الاتصال المستمر مع مراكز الاقتراع في شتى أنحاء البلاد، بالإضافة إلى الإعلام. وقد يكون هناك أيضاً أكبر عدد ممكن من طاقم العمل الذين يمتدحون بالتناوب على مراكز الاقتراع. ويخدم هذا غرضين في آن واحد: رصد مدى احترام الإعلام للوائح، بالإضافة إلى منح الفرصة للإعلام لإجراء المقابلات مع العاملين في هيئة إدارة الانتخابات إذا كانت لوائح الهيئة لا تسمح للعاملين في مراكز الاقتراع بالتحدث إلى الإعلام¹⁴.

- مرحلة الصمت الإعلامي

في الممارسة العملية، يمكن لهذا التحول من فترة الحملة إلى «فترة التصويت» أن يحدث باكراً في وقت سابق على يوم الاقتراع نفسه، من خلال فرض حظر على الإبلاغ عن الحملة السياسية في الأساس، هناك نوعان من المقتضيات الأساسية تكون على المحك لدى الإعلاميين:

❖ الحفاظ على نزاهة العملية الانتخابية وأمن الاقتراع.

❖ ضمان عدم تأثير الإفصاح المبكر عن المعلومات على الاقتراع بأي شكل من الأشكال.

أول هذين العنصرين هو أكثر وضوحاً من الثاني. وليس من الصعب عادة تحقيق توازن بين السماح لوسائل الإعلام بنوع من الوصول الخاص لتغطية عملية الاقتراع، وبنفس الوقت، ضمان عدم خرق السرية بالنسبة للناخبين والحفاظ على أمنهم. لقد تطرقنا حول الدور الإيجابي الذي يمكن للإعلام أن يلعبه في يوم الصمت حيث يمكن أن يرفع من نسبة المشاركة عن طريق ارسال رسائل

14. المعهد الديمقراطي الوطني دليل (كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات) واشنطن/1997، ص 76.

إلى الجمهور تبين دور الأجهزة الساندة للانتخابات أي القوات الأمنية لتحقيق اطمئنان أمني لدى الناخب. لكن في نفس الوقت يمكن أن ترسل رسائل سلبية مكن أن تؤدي إلى تصادم بين الكيانات المتنافسة. على سبيل المثال في انتخابات 2021 النيابية كان التصويت الخاص قبل 48 ساعة من التصويت العام بمعدل (2584) محطة تصويت خاص مقابل التصويت العام (55041) أي ان التصويت الخاص يمثل 4% من التصويت العام فتكمن خطورة الموضوع في نقل اخبار عن تقدم كتلة معينة في السباق الانتخابي متجاهلين أن مازال هناك 96% من المحطات لم تفتح بعد للناخبين لذلك على الإعلام أن يدرك خطورة الصمت الانتخابي¹⁵.

- وصول وسائل الإعلام إلى مراكز الاقتراع

يتصف الحضور الإعلامي في مراكز الاقتراع بالأهمية بسبب وظيفة وسائل الإعلام كجهة رقابية. ويتصف هذا الحضور بالأهمية في ضمان استمرار اطلاع الناخبين على تقدم الاقتراع والعد أيضاً. لقد عززت وسائل الإعلام الجديدة بشكل خاص كلاً من هذه الأدوار من خلال السماح بتقديم التحديثات في الوقت الحقيقي. ومن أجل ضمان شفافية العملية، فمن الضروري أن تقوم هيئة إدارة الانتخابات بتسهيل هذا الوجود الهام لوسائل الإعلام في مراكز الاقتراع.

وما تحتاج وسائل الإعلام إليه، في معظم الأحيان، هو الوصول العام والعادل -مثل تصوير فيلم أو صور ثابتة لصفوف الناخبين المحتملين، ولبطاقات الاقتراع أثناء الإدلاء بها، وهكذا دواليك. وغالباً ما يكون الصحفيون بدرجة من الوصول لا تمنح لعامة الناس. في بعض الأحيان يتم استبعاد غير الناخبين من مراكز الاقتراع تماماً -في محاولة لتجنب الترهيب في اللحظة الأخيرة -ولكن الصحفيين والمراقبين الذين يمكنهم إبراز ما يثبت اعتمادهم، يتم إعفاؤهم من ذلك. ولكن على الرغم من هذا الامتياز، فإن وسائل الإعلام والمراقبين يخضعون لنفس القيود الأساسية مثل الجميع.

15. انتشار محطات ومراكز اقتراع انتخابات 2021 النيابية العراق/المفوضية العليا المستقلة [www.https://iheq.iq](https://iheq.iq)

وهذا يعني أن أعمال الصحفيين داخل مركز الاقتراع (أو في أي مكان آخر، لهذا الغرض) لا يمكن أن تشكل تهديداً أو تأثيراً على العملية الانتخابية. وعلاوة على ذلك، فإن وصول الصحفيين لمراكز الاقتراع يبقى تحت سيطرة وموافقة المسؤول الرئيسي للانتخابات.

تصدر المفوضية العليا المستقلة للانتخابات نظماً لوسائل الإعلام الخاص بالانتخابات العراقي قبل كل انتخابات (حضور وسائل الإعلام) قائمة مفيدة من «الأوامر والنواهي» لوسائل الإعلام، تنص¹⁶.

❖ يسمح لوسائل الإعلام بدخول مقرات المفوضية ومراكزها لتغطية مراحل العملية الانتخابية كافة بعد الحصول على الاعتماد الرسمي من قبل المفوضية وبموجب إجراءات صادرة منها.

❖ يشترط على وسائل الإعلام المعتمدة من قبل المفوضية اثناء تغطيتهم لمراحل العملية الانتخابية في مقرات المفوضية ومراكزها الالتزام بما يلي والتقيد بما يصدر من تعليمات عنها.

أ. عدم التدخل في عمل موظفي المفوضية والتقيد بما يصدر من تعليمات عنها.

ب. عدم تصوير أي شخص متواجد في مراكز المفوضية دون موافقة صريحة منه.

ت. الالتزام بسرية الاقتراع وعدم الكشف عن نية الناخب في التصويت أو بياناته الشخصية. وتراعي المفوضية التجديد في الشروط مواكبتا التطورات التقنية والظروف الأمنية في التعليمات الصادرة.

- مرحلة العد والفرز والنتائج

نتائج الانتخابات وهي الأخبار التي ينتظرها الجميع. من المهم أن تقوم وسائل الإعلام

16. إجراءات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات الخاصة بالرقابة: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

بالإبلاغ عن هذه النتائج بدقة وبأسرع وقت ممكن. كما لا يقل عن ذلك أهمية قيام هيئة إدارة الانتخابات بتسهيل هذه العملية. فعلى سبيل المثال في انتخابات 2021 النيابية كان قانون 9 لسنة 2020 ملزم في المادة 15 على المفوضية العليا المستقلة للانتخابات إعلان النتائج الأولية خلال 24 ساعة¹⁷. قد يبدو الإبلاغ عن النتائج هو الجانب الأقل تعقيداً في عملية الإبلاغ الانتخابي برمتها، على الأقل من حيث المبدأ. مع ذلك، من اللافت للنظر أنه يمكن لهذه المرحلة أن تكون في كثير من الأحيان المرحلة الأكثر فوضوية أو إرباكاً للانتخابات ولوسائل الإعلام وللجماهير على حد سواء. اعتماداً على إجراءات الانتخابات وعلى البنية التحتية للبلد أو أي قضايا غير متوقعة، يمكن لنتائج العد والفرز أن تستمر بضع ساعات إلى بضعة أسابيع أو عدة أشهر. فعمليات العد والفرز اليدوي بشكل خاص تستغرق وقتاً طويلاً. كذلك يمكن لإعادة فرز الأصوات أيضاً، أو إجراءات آلية الشكاوى، إن توجب إعلان النتائج الرسمية.

أي فترة للعد والفرز يطول أمدها قبل الإفراج عن النتائج النهائية، يرجح أن تكون فترة حساسة. وهيئة إدارة الانتخابات عادة ما تسعى إلى إنجاز جميع العمليات في أسرع وقت ممكن لأن أي تأخير في إعلان النتائج قد يؤدي إلى الاعتقاد بأن النتائج قد تم العبث بها. تحقيق التوازن بين التدقيق والسرعة هو تحدي صعب يتعين على مسؤولي الانتخابات مواجهته.

وفي الوقت نفسه سوف تتنافس وسائل الإعلام فيما بينها غالباً لتكون أول من يعلن عن النتائج المتوقعة. وبينما يمكن للتوقعات ذات الأسس الضعيفة إضافة المزيد من الإرباك، وربما الإضرار بالعملية الانتخابية، فإن التنبؤات ذات الأسس السليمة يمكنها أن تفيد هذه العملية وأن تعززها.

رفع التقارير حول العد الأولي مهم ففي جميع الانتخابات التي جرت على مستوى العراق فان النتائج الأولية التي تعلن في مراكز الاقتراع تعطى إلى ممثلي الكيانات السياسية والمراقبين المتواجدين

17. قانون انتخابات النيابية 9 لسنة (العراق / جريدة الوقائع الرسمية) 2020.

في مراكز الاقتراع¹⁸ وهذه النتائج هي نتائج أولية تعطي صورة تقريبية عن النتائج النهائية وهنا لا بد لوسائل الإعلام أن تتوخى لدقة في حال نشر نتائج المراكز التي تصلها وعليها الابتعاد عن المبالغة في الأرقام وأن تكون مطمئنة بشكل كافٍ بأن الأرقام هي وفق ما أعلنه الموظف المسؤول في هيئة الانتخابات ومع أن هذه الأرقام ربما تحصل تغييرات طفيفة عليها لأنها سبقت عملية التدقيق والشكاوي والطعون التي من حق المرشحين والكيانات السياسية تقديمها إلا أنها تعطي صورة أولية قبل النتائج النهائية التي تعلن بعد انتهاء مدة الشكاوي والطعون.

تعد الشفافية في عدّ الأصوات وإعلان النتائج ضمن أهم مهام هيئة إدارة الانتخابات. فنتيجة الانتخابات هي الخبر الذي ظلت تنتظره البلد بأسرها - وأحياناً العالم بأسره - وأحياناً يكون مصحوباً بضجة وتضارب في التغطية الإخبارية.

في الحالات التي يكون فيها عد الأصوات مسألة لا تتجاوز بضع ساعات أو يوم واحد على الأكثر، فيتصدر إدارة العلاقات الإعلامية التابعة لهيئة إدارة الانتخابات تحديثات مستمرة حول تقدم العد حتى تعلن في النهاية النتائج النهائية والرسمية. أثناء هذا الوقت، عادة ما يكون الإعلام موجوداً في مراكز عد الأصوات، أو مراكز النتائج أو كليهما. وطبقاً للوائح الخاصة بالتغطية الإعلامية أثناء عد الأصوات.

هناك الكثير مما يلزم إنجاز من طرف هيئة إدارة الانتخابات لتعزيز التغطية الدقيقة والمهنية للنتائج. ومن المهم على وجه الخصوص حين تظهر النتائج بالتدريج أن يتم الإعلان عن النتائج بسرعة ودقة. ويسهل هذا مراقبة الجمهور لعملية العد ويقلل من احتمال إثارة الشكوك في التلاعب بنتائج العد.

18. إجراءات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات الخاصة بالرقابة: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

إن توفير مركز إعلام إلى تيسير وصول الإعلام إلى النتائج بصورة كبيرة، وبخاصة إذا كانت عملية العد مركزية. المرافق والإجراءات في مراكز العد اللامركزية والمركزية سوف تحدد إلى حد كبير مدى تمكن الإعلام من الإدلاء بأرقام دقيقة.

وهنا نشير إلى أن مفوضية الانتخابات في العراق قد مكنت وسائل الإعلام من التواجد في مركز إدخال البيانات خلال عملية إدخال النتائج وسمحت بأجراء البث المباشر وتصوير عملية إدخال البيانات ومراقبتها خلال أيام العمل لحين إعلان النتائج¹⁹.

ومجمل القول، إن فترة العد هي فترة مشغولة للغاية، ومن المحتمل أن تعمل إدارة العلاقات الإعلامية في هيئة إدارة الانتخابات «بكامل طاقتها» حيث يعمل طاقم العمل على مدار الساعة لضمان توفير معلومات دقيقة للإعلام.

19. إجراءات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات الخاصة بالرقابة: [www.https://iheq.iq](https://iheq.iq)

- مرحلة ما بعد الانتخابات

لا تقف مسؤولية وسائل الإعلام في الانتخابات عند إعلان النتيجة. في الواقع، إنها مستمرة، مثيرة لاهتمام الجمهور، وتتضمن الإبلاغ عن آليات النزاعات الانتخابية ونتائج الحالات ذات الصلة²⁰. وتنصيب أولئك الذين تم انتخابهم حديثاً، واختيار حكومة جديدة، وتنفيذ وعود الحملة الانتخابية.

تغطية ما بعد الانتخابات هي واحدة من أهم عناصر تغطية الانتخابات والتغطية السياسية عموماً. ففيها يستمر الصحفيون بالتدقيق في سياسة الفائزين والمسؤولين المنتخبين، من خلال تقييم وعودهم وأفعالهم وسياساتهم مع مرور الوقت. ومن المهم بالنسبة لبرامج تعليم وتدريب الصحافة إدراج هذا الدور الرقابي المستمر، وألا يقتصر فقط على عملية الانتخابات، وتوفير البحوث اللازمة والمهارات التحليلية ومهارات الكتابة للصحفيين، من أجل مواصلة الاضطلاع بجودة العمل الإعلامي ما بين الانتخابات.

إن مرحلة ما بعد الانتخابات هي المرحلة التي يقوم فيها قسم العلاقات الإعلامية بهيئة إدارة الانتخابات بالتقييم، وبناء القدرات والتخطيط والتشاور. بالإضافة إلى ذلك، قد تثير فترة ما بعد الانتخابات عدداً من القضايا التي يكون على هيئة إدارة الانتخابات أن توصلها إلى الجمهور. وقد يكون هذا هو الحال، على سبيل المثال، إذا كانت هناك نزاعات تتعلق بنزاهة العملية الانتخابية أو طعون على النتائج الرسمية. ولكن في بعض الحالات، طبقاً لما سبق استعراضه أعلاه، فإن مجرد الإعلان عن النتائج قد يكون عملية طويلة ومنهكة، تماثل بيئة ما بعد الانتخابات أكثر من بيئة الانتخابات الحالية.

ورغم أن أي لوائح رسمية للإعلام في المسائل المتعلقة بالانتخابات عادةً ما تنتهي بإعلان

20. المعهد الديمقراطي الوطني دليل (كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات) واشنطن/ 1997 ص 95 مرجع سابق.

النتائج، إلا أن مشاركة الإعلام تستمر. وطبقاً لما تجري عليه الأمور، قد يظل قسم العلاقات الإعلامية في الهيئات الانتخابية مشغولاً لفترة أطول بكثير من إدارات هيئة إدارة الانتخابات الأخرى (مثل الإدارات اللوجستية)، ويحتمل أن تظل تعمل مع الإعلام حتى يتم الانتهاء من أي خلافات أو نتائج عالقة.

ففي المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق يلعب قسم الإعلام فيها دوراً مهماً وبارزاً خلال المراحل الثلاث ويستمر إلى الاستحقاقات الانتخابية التي تلي ما أنجزته المفوضية فلا يتوقف عن التواصل مع وسائل الإعلام فعليه تقع مسؤولية التواصل مع وكالات الإعلام والفضائيات في نشر كافة مهام المفوضية وما تقدمه من خدمات كما أنه وفر موقعاً إلكترونياً²¹ تطوراً غنياً بكل ما يحتاجه الإعلاميين سواء للانتخابات السابقة التي أجرتها المفوضية منذ تأسيسها أو نشاطات وتحضيرات المفوضية لما سيأتي وما يميز هذا الموقع هو التحديث اليومي المستمر وإضافة الوثائق والصور التي توفر لوسائل الوصول السريع إلى معلومات رصينة وموثقة ودون أي تكلفة.

21. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

المبحث الرابع

وظيفة وسائل الإعلام الإلكترونية بعد الانتخابات

على الرغم من الصعوبة الكامنة في تعريف مفهوم النزاهة إلا أنها تعتبر عنصراً أساسياً من عناصر النظام الديمقراطي. فالنزاهة ملتصقة التصاقاً كلياً بمبادئ الديمقراطية، حيث أنها تسهم في ادارة انتخابات حرة ونزيهة، والتي بغياها تكون الديمقراطية عرضة للتساؤلات، لذلك يعرف مفهوم النزاهة على أنها مجموعة من المعايير المستندة إلى مبادئ الديمقراطية، والوسائل الكفيلة بحماية حرية ونزاهة الانتخابات²².

عليه تعتبر الانتخابات نتيجة لعملية معقدة تحتاج إلى مشاركة العديد من الفرقاء والمعنيين، ففي كل انتخابات هناك المشارك الرابع والمشارك الخامس، لذلك فإن درجات الاهتمام بالانتخابات عالية، والاعراض كثيرة لمحاولة الفوز بها؛ حتى وأن كان ذلك من خلال اللجوء إلى وسائل أو ممارسات غير قانونية أو غير اخلاقية، حيث يمكن أن يتم التلاعب بالنتائج لتحديد هوية الفائز أو الخاسر، كما ويمكن أن نجد محاولات للتأثير على الانتخابات، الأمر الذي يرمي بظلاله على شرعية العملية بمرمتها.

لذا فالانتخابات التي تخلو من النزاهة من شأنها تقويض أهداف العملية الديمقراطية، ولا يمكن اعتبارها نزيهة أو عادلة. ان النزاهة ليست تحصيل حاصل في ظل المنافسة السياسية والحزبية والاجتماعية ومخاطر الفساد التي تصاحب الانتخابات بشكل شبه دائم، لذلك يجب العمل على وضع واعتماد الوسائل الكفيلة بتنفيذ مبدأ النزاهة والحفاظ عليها، كجزء لا يتجزأ من المؤسسات التي تدير الانتخابات وتشرف عليها والتي تنقل فعاليتها ونشاطاتها ايضاً، ويجب أن تتمكن تلك

22. لقاء مع دكتور علي حسن بداي د. علوم سياسية تخصص حكم رشيد يوم 17/4/2022 بغداد.

الوسائل من مراقبة ومتابعة اعمال وافعال الإدارة الانتخابية، حيث يجب أن تتوفر الأرضية الملائمة لقيام قطاعات حكومية أو وكالات أخرى، وكذلك المجتمع المدني ووسائل الإعلام بمراقبة العملية الانتخابية، أو أن تشمل تلك الوسائل على ضوابط تكفل تطبيق النصوص القانونية والتنظيمية عبر الوسائل الإدارية والقانونية المختلفة.

لما تقدم فالرقابة المحايدة التي تمارسها على الانتخابات كل من الأحزاب السياسية ووسائل الإعلام. المواطنون. المراقبون المحليون والدوليون، وسيلة أخرى هامة ومهمة للحفاظ على نزاهة الانتخابات. حيث تسهم هذه الوسيلة في اكتشاف وتفادي المشكلات الممكنة التي تؤثر على نزاهة العملية برمتها، كما وأنها تضمن إخضاع الفاعلين في العملية الانتخابية إلى مبدأ المحاسبة تعزز من شفافية الانتخابات، وتؤكد على شرعية العملية الانتخابية، بالإضافة إلى ضمان الالتزام بالإطار القانوني من قبل الجميع²³.

لذلك فإن وجود وسائل فعالة لتنفي القانون من شأنها أن تسهم في تحقيق مبدأ النزاهة في العملية الانتخابية، اضافة إلى تفادي مشكلات مستقبلية والجدير بالذكر أن القوانين الانتخابية من 2005 إلى انتخابات 2021 لم تكن هناك فقرات تتكلم عن سقف الانفاق المالي للدعاية الانتخابية.

ويتطلب تحقيق مبدأ النزاهة وفقاً الآتي:

- اعتماد مجموعة من المعايير التي تستند إلى مبادئ الديمقراطية المعترف بها.
- قيام إطار قانوني يشتمل على وسائل المراقبة والمتابعة التي تفرض على التركيبات التنظيمية.
- اعتماد وسائل وقاية صارمة وواضحة، بما في ذلك مراقبة الانتخابات من قبل مراقبين

23. المعهد الديمقراطي الوطني دليل (كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات) واشنطن/ 1997 ص 80 مرجع سابق.

مستقلين، ومنظمات المجتمع المدني ووسائل اعلام حرة.

- وجود وسائل تضمن تطبيق وتنفيذ الضوابط المتعلقة بمسألة النزاهة.
- قيام ادارة انتخابية نزيهة، شفافة وعادلة.

أما (كولين هيوز)^(24*) فيحدد المبادئ العامة والأساسية للحفاظ على نزاهة الانتخابات

بالآتي:

1. احترام مبادئ ديمقراطية الانتخابات.

2. الممارسة الأخلاقية.

3. الدقة.

4. وسائل الوقاية التنظيمية (الرقابة والمتابعة).

5. المراقبة وانفاذ الضوابط.

6. الشفافية.

وتعتمد نزاهة الانتخابات على الممارسات الاخلاقية للقائمين على ادارة الانتخابات. الموظفين. المرشحين. الأحزاب ومختلف المشاركين في العملية الانتخابية، ومن أهمها الوسائل الإعلامية. وذلك يعني تصرف كافة المشاركين بطريقة تعزز قيام عملية انتخابية حرة ونزيهة، تبتعد عن اية ممارسات من شأنها الاضرار بنزاهتها أو الطعن بإجراءاتها أو بنتائجها²⁵.

24. (*) هو عالم سياسة ومحام بالقضاء العالي أسترالي وبريطاني، ولد في 4 مايو 1930 في باهاماس، وتوفي في 30 يونيو 2017.

25. النزاهة في الانتخابات البرلمانية مقوماتها والياتها في الاقطار العربية د. فارس بريزات طبعة 2008 المؤثرات السياسية التي تحد

من نزاهة الانتخابات ص 14

ولتحقيق ذلك، يجب على الجميع تنفيذ مهامهم وادوارهم بمهنية، وشفافية وحياد وبالذات وسائل الإعلام لأنها صاحبة التأثير الأقوى والماضي في الجمهور. وهذا يعني ضرورة أن يتمتع المسؤولون والموظفون العامون (بمن فيهم القائمين على إدارة الانتخابات) عن استخدام صلاحياتهم لصالح الاغراض الخاصة أو المصالح السياسية. كما ويعني عدم قيام المرشحين والأحزاب بإساءة استخدام الاموال التي يحصلون عليها لأغراض تنفيذ حملاتهم الانتخابية، وكل ذلك يعتمد الممارسة الاخلاقية على اساس احترام الحقوق والنشاطات السياسية للآخرين، وتقبل المواطنين ومديري الانتخابات لحقيقة تمتع. أياً كان. بالحق في مناقشة المسائل السياسية بحرية. والدفاع عن وجهات نظر سياسية مختلفة، والعمل بموجب تفاهم تام لمبدأ عدم امتلاك أياً كان الحق في التدخل بجهود الاحزاب السياسية وبرامجها لنشر رسالتها ومواقفها أو التدخل في الفعاليات والنشاطات السياسية لأي مواطن.

وفي هذا السياق تعتمد الكثير من الأنظمة ميثاق شرف أو مدونة سلوك تحدد طبيعة الممارسات المنتظرة من كافة المشاركين في الانتخابات، مثلما اعتمدت مفوضية الانتخابات في العراق استمارة قواعد السلوك للكيانات السياسية بما لا يتقاطع مع فقرات قانون 36 لسنة 2015 (قانون الأحزاب السياسية).

إن النظام الذي يتمتع بالنزاهة هو نظام يتمتع بالشفافية، فالشفافية تجعل من الكيانات السياسية. ومن فعاليتها وقراراتها. متاحة أمام الجميع وسهلة الفهم. وفي هذه الحالة يكون من الصعب العمل بموجب نظم تفسح المجال امام سوء استخدام الصلاحيات أو الفساد، أو الدفاع عن تلك النظم.

عليه، يجب أن يكون القائمون على ادارة الانتخابات مسؤولين عن قراراتهم المتعلقة بالعملية الانتخابية، بحيث يمكن محاسبتهم عليها، في نفس الوقت. كما ويجب أن يخضع المرشحون والأحزاب

السياسية. وأنصارهم، إلى المحاسبة كذلك حول ما يقومون به اثناء الحملة الانتخابية. ومما يمكن أن يسهم في بناء ادارة انتخابية تتسم بالشفافية وأطار مقبول من قبل مختلف الشركاء، واعتماد سياسة التشاور الدائم بين المؤسسات المسؤولة عن صنع السياسات، والمؤسسة المسؤولة عن ادارة الانتخابات والفاعلين السياسيين²⁶. وهو ما يمكن الاستفادة منه بشكل خاص في البلدان التي تمر بمراحل انتقالية، والتي ما زالت تعمل على تطوير ضوابطها واجراءاتها مثل العراق في الفترة موضوع البحث (2005 – 2021) في إطار من الحياد والمصدقية الإعلامية.

ومن شأن الشفافية أن تسهم في فهم الجميع لمعطيات العملية الانتخابية، وتنمية وعيهم حول الصعوبات التي تواجهها، والأسباب خلف اتخاذ بعض القرارات من قبل الادارات الانتخابية المتتالية، والتي تتحمل وسائل الإعلام المسؤولية كاملة في تسويق بعض القرارات ونقل الأسباب الموجبة حول اصدارها إلى الجمهور حتى يتقبلها.

كما أن تعزيز الشفافية ومصدقية العملية الانتخابية يضمن الشرعية على نتائجها²⁷، فعندما تتسم الانتخابات بالحرية والنزاهة، والدقة، والشفافية وتخضع للمراقبة، وعندما يتم تطبيق القانون والضوابط على الأرض وتنقل إلى المواطن (الناخب) بشكل مباشر، فسيكون من الصعب على المشاركين والناخبين عدم قبول نتائج الانتخابات أو عدم الإقرار بشرعية الممثلين المنتخبين.

26. طوني عطا اله / تقنيات التزوير الانتخابات وسبل مكافحتها (2009) ص (67) (بغداد).

27. اعلان الاتحاد البرلماني حول معايير الانتخابية الحرة والنزاهة الصادر 1994.

[www.http://archive.ipu.org/Un-e/ipu-116-3-ar.pdf](http://archive.ipu.org/Un-e/ipu-116-3-ar.pdf)

ملحق

نشاط المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في التوظيف الإعلامي

لقد تناولنا في المحاور السابقة أهمية وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وكيف تزايد استخدام هذه المواقع بالسنوات الأخيرة وصولاً إلى عصر صحافة المواطن فلقد كان لنا وقفة في هذا المحور حول النشاط الذي سجل للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات إذ كان لوسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في الحملات الإعلامية في انتخابات مجلس النواب العراقي 2021، عن طريق المنصات لاستهداف اطراف العملية الانتخابية (المرشحين، الناخبين، الإعلاميين) وتثقيفهم، حيث يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العراق كل عام، وتشير التقديرات إلى أن أكثر من (21) مليون عراقي هم مستخدم نشط لوسائل التواصل الاجتماعي.

لذلك استحدثت المفوضية شعبة الموقع والتطبيقات لنشر وتحديث الوسائط الرقمية والاجتماعية بطريقة منتظمة، حيث استخدمت منصات الوسائط الرقمية والاجتماعية المستخدمة على نطاق واسع في العراق لتثقيف وتمكين وتحفيز الناس على المشاركة في العملية الانتخابية. وقدم مكتب الأمم المتحدة للمساعدة الانتخابية (يونامي) فريقاً من ذوي المهارات العالية والملتزم من المستشارين الوطنيين والدوليين المحترفين الذين عملوا عن كثب مع الشعبة.

أطلقت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات خططاً ومبادرات وأنشطة جديدة للوصول إلى ملايين الناخبين من خلال طرق مبتكرة باستخدام منصات التواصل الاجتماعي (واتساب، فايبر، تليكرام).

شاركت المفوضية نفعالات الناخبين عبر منصات التواصل الاجتماعي. أطلقت وسائل الإعلام الرقمية للمفوضية (حملة #Ivote) قبل الانتخابات، وطلبت من الأشخاص مشاركة

صورهم باستخدام بطاقة القياس الحيوي وتقديم سبب وجيه للتصويت. تلقت المفوضية الانتخابات مئات الصور والاقتباسات من الأشخاص.

والتي تمت مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وجعل محتواها أكثر تفاعلاً وتنوعاً وشمولاً للأشخاص من منظور الجنس والعمر والجغرافيا.

ولمساعدة الناس على فهم القضايا الانتخابية، أجرت المفوضية الانتخابات أسئلة وأجوبة مباشر على (فيسبوك) وشارك أكثر من خمسمائة ألف شخص في جلسات أسئلة وأجوبة تفاعلية مباشرة حيث طرح الأشخاص أسئلة على فريق الإجابات الرقمية حول قضايا مثل إجراءات اليوم الإلكتروني وتقديم الشكاوى، والتصويت الخاص، حصة الإناث، والحملات، إلخ²⁸.

قامت مفوضية الانتخابات بمراقبة قسم التعليقات بانتظام واستخدمت أنظمة تصفية الكلمات والتعليقات المبتذلة واستخدام اللغة العداوية والعنيفة والإعلانات السياسية التي تم حظرها وتصنيفتها.

ولفهم تصورات الناس واهتماماتهم تم إضافة موظفين للإشراف على التعليقات والرد على الاستفسارات.

كما قامت المفوضية بحملة رقمية سريعة تم التركيز فيها على الاحصائيات والأرقام وعرضها بصورة مباشرة من مصدر الخبر المباشر وبدأ بحملة رقمية من خلال مخطط المعلومات الرسومية حيث تم تطوير أكثر من 20 رسماً بيانياً بعد الانتخابات مع التركيز على العملية القانونية، ومشاركة المرأة في الانتخابات، ومشاركة الشباب على المستوى الوطني وكذلك على مستوى الجغرافي.

28. الرصد اليومي لمواقع منشورات (المفوضية العليا المستقلة للانتخابات) على موقع الإلكتروني: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

أغلقت المفوضية حسابات وسائل التواصل الاجتماعي العشوائية باسم المفوضية العليا المستقلة للانتخابات التي لم يتم التحقق منها وانشاء منصات / حسابات وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات (موثقة) ومعتمدة للناخبين والمتابعين لغرض اعتماد نشر الاخبار الحقيقية والمعتمدة. إن (توثيق) حسابات التواصل الاجتماعي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات ساهم وبشكل فعال وتميز بالوصول إلى الجمهور بشكل أسرع وبطريقة معتمدة وجعل حسابات المفوضية في أوليات محركات البحث.

قامت المفوضية بحملة ضد التضليل لكي لا يتم إساءة استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر الأكاذيب والكراهية والأخبار الكاذبة ولأول مرة تعتمد المفوضية على إطلاق مثل هكذا حملات يتم تعريف الجمهور من خلالها على الاخبار الحقيقية معتمدين بذلك على الموقع الإلكتروني الرسمي للمفوضية ونشر أكثر من 50 منشوراً رقمياً للتحقق من الحقائق.

استخدام أشخاص حقيقيين في الصور والحملات - التحشيد الجماعي

بذلت المفوضية في جميع حملاتها قصارى جهدها لاستخدام صور حقيقية للمواطنين مع مراعاة التنوع الاجتماعي، تم التقاط الصور واستخدامها بموافقتهم، كما تم حثهم على مشاركة صورهم واقتباساتهم في العملية الانتخابية.

أقامت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات علاقة عمل جيدة مع شركات التواصل الاجتماعي الكبرى مثل (فيسبوك) وبدعم من هيئة الإعلام والاتصالات واجتماعات منتظمة مع المكتب الإقليمي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من خلال الفيس بوك.

وقدمت فيسبوك إرشادات ودعمًا تقنيًا وسياسيًا للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات. وناقشت الاجتماعات المنتظمة القضايا الفنية والإجرائية والسياسية بما في ذلك احتمال إساءة استخدام المنصات خلال الفترة الانتخابية.

ساعدت العلاقة المتواصلة للمفوضية في إزالة بعض المنشورات التي حاولت نشر الأخبار المزيفة. أبلغت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات عن منشورات خالفت قانون الانتخابات ونشرت معلومات غير دقيقة، وفي معظم الحالات استجابت شركة فيس بوك الإقليمية لتلك الطلبات وعمل ضد تلك الملفات والمنشورات²⁹.

حيث كانت من ضمن التوصيات التي قدمتها المفوضية إلى ادارات السياسات الخارجية في شركة فيس بوك الإقليمية، ولكي يتم التكافؤ في عملية الإعلان والترويج الانتخابي بين المرشحين تم الطلب من الفيس بوك إيقاف جميع الحملات الدعائية على هذه المنصة قبل يوم 10/2021/ 7 الذي يسبق يوم الاقتراع الخاص وتنفرد المفوضية بنشر اعلاناتها للحث على هذا الحدث الانتخابي لجميع المتنافسين، أدخلت المفوضية ولأول مرة ترجمة لغة الإشارة في رسائلها. تم تضمين مقاطع الفيديو مع ترجمة لغة الإشارة³⁰.

وقد حظيت هذه المبادرة بتقدير كبير من قبل مجتمع الصم لا أكثر من 25 فيديو (تحفيزي / إجرائي) بالإضافة إلى نقل المؤتمرات الإعلامية بصورة مباشرة بلغة الإشارة.

أجرت المفوضية تحليلات يومية وأسبوعية وشهرية لوسائل التواصل الاجتماعي لتحديد وتحليل أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها بدعم من فريق المساعدة الدولي (يونامي).

زاد الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة اليوم الإلكتروني بنسبة 400٪ تقريباً على فيسبوك، وصل بشكل مباشر إلى أكثر من 10 ملايين شخص، وزاد الوصول على (تويتر) بنسبة 1500٪ وأكثر من 300٪ على (انستجرام) بلغ إجمالي الوصول المباشر خلال (يوم الاقتراع) إلى 12 مليوناً مع أكثر من 42 مليون مرة ظهور على (فيس بوك) خلال الحملة الإعلامية.

29. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

30. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، مرجع سابق: [www.https://ihec.iq](https://ihec.iq)

عملت شعبة الموقع والتطبيقات ومن خلال تحديد فريق عمل متكامل من ناحية اعتمدت المفوضية على تحديث الموقع الإلكتروني ضمن الاستعدادات التقنية المطلوبة لعرض النتائج بشكل الكتروني ولأهمية هذا الحدث تم إطلاق موقع الكتروني جديد يتميز بتقنيات حديثة ومرونة عالية وشكل احترافي جديد.

تم إطلاق الموقع الإلكتروني الرسمي بتاريخ 9 / 2 / 2021 بالتعاون مع فريق المساعدة الدولي وموظفي شعبة الموقع والتطبيقات الإلكتروني وبإشراف مباشر من قبل مكتب السيد رئيس مجلس المفوضين.

تم استحداث الكثير من الخصائص التي من شأنها مساعدة المهتمين بالشأن الانتخابي الحصول على المعلومة بصورة مباشرة وسريعة.

خصصت شعبة الموقع الإلكتروني فريق متكامل يعمل على مدار الساعة لتحديث بيانات الموقع:

- إنشاء وتصميم واجهات الموقع بشكل يلائم عمل المفوضية والهوية البصرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- إضافة وتصميم القوائم وكافة الواجهات بشكل عصري واحترافي.
- اختيار اهم الإضافات التقنية التي يستخدمها المتابعون مثل (محرك البحث / اللغات / نسب المشاهدة والزيارات).
- تصميم الواجهات والقوائم التابعة لدوائر واقسام المفوضية واضافة المحتوى الخاص بكل قسم وتحديث المعلومات.

• إضافة وتصميم واجهات استمارة التقديم لموظفي الاقتراع.
لأول مرة يتم تصميم ونشر نماذج ورقة الاقتراع وعلى مستوى 83 دائرة لانتخابات مجلس النواب العراقي تحسين محركات البحث.
لأهمية وخصوصية انتخابات 2021 نجحت المفوضية بالتحديات المهمة والأساسية التي تضمنت.

- تصميم وإضافة النتائج الأولية بشكل رقمي على مستوى الدائرة.
- تصميم الشكل النهائي لقوائم المرشحين النهائية على مستوى الدائرة وإضافتها على واجهات الموقع الأساسية.
- تصميم وإضافة مخالفات الحملات الدعائية للمرشحين.
- نشر النتائج النهائية بشكلها الاحترافي من خلال سيرفرات مايكروسوفت.

موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك / انستكرام:

تم إطلاق حملة لحث الناخبين لاستلام البطاقة البايومترية وتحديث المعلومات تحت هاشتاك (حدث- بياناتك) مكون من 32 بوست + فيديو تحفيزي من تصميم شعبة الموقع الإلكتروني وتم نشرها على منصتي الفيس بوك والانستكرام.

عمل بث مباشر لعملية التحديث وتسجيل الناخبين من قبل مكاتب المحافظات ومشاركتها على الصفحة الرسمية للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

إطلاق حملة (انتو كدها) من قبل شعبة الموقع لمساندة الفرق الجواله عمل التصميم الخاص

بالبوستات ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي مكون من (10 بوست + 8 بث مباشر).

إطلاق حملة لحث المواليد الجدد (2001-2002-2003)⁽³¹⁾.

نشر سلسلة فيديوهات تثقيفية بعنوان (اسأل واحنا نجاب)

نشر فيديوهات أسبوعية بعنوان (المفوضية في اسبوع)

تصميم ونشر التقارير الاسبوعية لعملية التسجيل البايومتري.

تصميم ونشر اخبار المكتب الوطني ومكاتب المحافظات والتي تتضمن (الزيارات، اللقاءات، الاجتماعات، عقد الندوات، التصريحات، البيانات).

تصميم ونشر المناسبات الوطنية والدينية والاجتماعية على جميع منصات التواصل الاجتماعي (عيد المرأة، عيد الجيش، رأس السنة، عيد الاضحى... الخ)

نشر الفترة المتبقية من تحديث سجل الناخبين مكونة من 15 بوست يومي (تنبيه).

نشر معالم العراق من خلال مشاركة المحتوى من المصورين العراقيين اسم الحملة (صورة اليوم)

إطلاق حملة (استلمتها)

إطلاق حملة بطاقتك الانتخابية جاهزة)

إطلاق حملة (المفوضية توضح)

تصميم ونشر بوستات تثقيفية وتحفيزية لاستلام بطاقة الناخب البايومترية

31. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، مرجع سابق: [www.https://iheq.iq](https://iheq.iq)

تصميم ونشر البوستات التحفيزية لحث المواطنين للتقديم على موظف اقتراع اليوم الواحد.

تصميم ونشر الفعاليات اليومية المتضمنة (سؤال اليوم مع المفوضية)

تصميم ونشر بوستات تثقيفية بعنوان (هل تعلم؟)

إطلاق حملة (للعراق معك)

تصميم ونشر ومشاركة منشورات وزارة الصحة من أجل توعية المواطنين لحماية أنفسهم من

جائحة كورونا بحملة (احمي-نفسك)

إنتاج وتصميم حلقات فيديو تثقيفية وتحفيزية لاستلام بطاقة الناخب البايومترية تحت عنوان

(رسالة فنان)

تصميم ونشر بوستات وفيديوهات تحفيزية للمشاركة في انتخابات 2021 تتضمن بوستات

(المرأة، القوات الأمنية، النازحين، المواليد الجدد، ذوي الاحتياجات الخاصة) (أصحاب المهمم)،

(الشهداء)

انتاج وتصميم فيديوهات توضيحية لبعض بنود فقرات قانون الانتخابات الجديد.

انتاج وتصميم فيديوهات توضيحية لفقرات قانون المفوضية

تصميم ونشر فيديوهات توضيحية حول عملية المحاكاة

نشر البث المباشر لعملية المحاكاة التي أجريت بحضور رئيس الجمهورية (السيد برهم صالح)

نشر فيديو يوضح المطابقة الثلاثية يوم الاقتراع

تصميم ونشر بوستات تثقيفية توضح ضوابط الدعاية والحملات الانتخابية

تصميم ونشر بوست الخط الساخن للإبلاغ عن المخالفات الأمنية والانتخابية

نشر رابط رصد المخالفات الانتخابية

تصميم ونشر بوستات وفيديوهات توضح أهمية عمل فرق المراقبة المحلية والدولية.

تصميم ونشر الاستمارة الخاصة بممثلي المؤسسات الإعلامية (المحلية والعربية والدولية).

تصميم ونشر بوستات حول مراكز التسجيل وأوقات العمل والدوام حتى أيام العطل.

تصميم ونشر إعلان حول تقديم العمل كمدخلي بيانات في المفوضية ونشر الية التقديم على

الاستمارة الإلكترونية³²

تصميم ونشر اعلان حول مركز الاتصالات وأوقات العمل.

نشر مشهد توضيحي (لإجراءات القرعة لاختيار ارقام الاقتراع للمرشحين).

نشر سلسلة فيديوهات تحت عنوان (المفوضية بين الناس) وهي جولات ميدانية أجرتها.

المفوضية للتواصل المباشر مع الناخبين.

نشر سلسلة فيديوهات بعنوان (نافذة المعلومات).

نشر البث المباشر لإذاعة الداخلية.

عمل بث مباشر للمكاتب الانتخابية والمكتب الوطني في قرعة اختيار تسلسلات المرشحين

لانتخابات 2021.

32. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، مرجع سابق: [www.https://iheq.iq](https://iheq.iq)

انتاج وتصميم فيديو يوضح (اعداد المرشحين للمحافظات + الكوتا) + فيديو يوضح كيفية التصويت لمرشحي الكوتا.

تصميم ونشر الفترة المتبقية ليوم الاقتراع مكونة من (30) فيديو يومي بعنوان (العد التنازلي. هل استلمتم بطاقتكم الانتخابية؟).

تعديل جميع انتاجات المفوضية من الفيديوهات التابعة لانتخابات مجلس النواب العراقي 2021 وازافة لها ترجمة الصم والبكم ونشرها.

عمل بث مباشر للمؤتمرات الصحفية لمجلس المفوضين.

نشر فيديوهات توضيحية للخطوات الصحيحة التي يمكن اتباعها اثناء التصويت ليوم الاقتراع الخاص والعام وفيديو يوضح ما المطلوب من الناخب يوم الاقتراع.

تصميم ونشر فيديو يوضح أسباب قرار المفوضية بمنع دخول الهواتف الذكية إلى مراكز الاقتراع.

نشر تعليمات توزيع المقاعد الانتخابية لانتخابات 2021.

نشر سلسلة فيديوهات توضح آلية ملئ حقول استمارة (41) و(42) استمارة النتائج.

تصميم ونشر فيديو توضيحي يوضح عملية التعبئة في محطة الاقتراع لانتخابات 2021.

تصميم ونشر بوستات توضح الدوائر الانتخابية مع ذكر المناطق الخاصة لكل دائرة انتخابية مكون من (116) بوست.

تصميم ونشر بوستات توضح عدد المقاعد وعدد الناخبين وعدد المرشحين لكل دائرة انتخابية المكون من (83) بوست.

تصميم ونشر فيديوهات عمل جهاز التحقق وجهاز تسريع النتائج والوسط الناقل.

تصميم ونشر تنويه الفئات المشمولة بالتصويت الخاص لانتخابات 2021.

تصميم ونشر اعلان إيقاف توزيع بطاقات الناخبين البايومترية.

نشر سلسلة من الفيديوهات من حوار قناة العراقية مع السيد رئيس مجلس المفوضين.

السيد (القاضي جليل عدنان خلف)

إطلاق حملة مع المتابعين (انا اصوت)

إطلاق حملة (صوتنا)

نشر رابط تتبع الشكاوى المقدمة يوم الاقتراع

نشر التغطية الإعلامية لعملية الاقتراع الخاص والعام

نشر صور من جميع المحافظات اثناء التصويت الخاص والعام

نشر تقرير الغلق لمراكز التصويت الخاص 2021

نشر عدد المشاركين في التصويت الخاص لانتخابات 2021

نشر إعلان نسبة التصويت لانتخابات 2021

تصميم ونشر نتائج الانتخابات الأولية على شكل بوست لكل دائرة انتخابية مكون من

(174) بوست.

تصميم ونشر معلومات عن الانتخابات البرلمانية 2021 تحت هاشتاك (المفوضية بالأرقام).

تصميم ونشر معلومات عن الاقتراع

تصميم ونشر بوست تحت عنوان (تصنيف الشكاوى)

رفع صور لتقارير نتائج محطات الاقتراع المحجوبة³³

البحث المباشر لعملية الارسال الإلكتروني للمحطات المحجوبة وبث المباشر لعملية العد والفرز

اليدوي

نشر جميع أخبار ملفات الطعون أول بأول

فريق الرد السريع للإجابة على الاستفسارات والاسئلة الواردة من المتابعين على منصات

التواصل الاجتماعي وعلى مدار ساعة

تشكيل فريق للرصد الإلكتروني للصفحات والمواقع الوهمية على مواقع التواصل الاجتماعي

تصميم ونشر فيديو يوضح خلاصة عامين من العمل بـ 4 دقائق.

تويتر:

أصبح من أهم المنصات المعتمدة للمهتمين بالحدث الانتخابي حيث ساعد نشر المعلومات

على منصة تويتر الإعلاميين والباحثين في عمل الاحصائيات والحصول على نتائج (سريعة ومباشرة)

من شأنها إعادة تدوير التغريدات لذلك كان وسم (مفوضية الانتخابات – انتخابات 2021 –

الاقتراع العام) شائع على مدار مرحلة الاقتراع خلال نتائج البحث على هذه المنصة ضمن الموقع

الجغرافي للعراق.

33. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، مرجع سابق: [/www.https://ihec.iq](https://www.ihec.iq)

علماً أن منصة تويتر تقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بأرسال (تغريدات) من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو إعجاب المغردين الآخرين، مما ساهم في زيادة وصول محتوى التغريدات التي نشرتها المفوضية وساعد على زيادة عدد المتابعين الموقع الإلكتروني يتم نشر جميع الاخبار وجميع الحملات الاعلانية.

عدد المتابعون (9547) متابع.

عدد التغريدات (1255) تغريدة.

عدد الاشارات التي يتم ذكر فيها تويتر المفوضية (1615) إشارة وتتضمن مناشدة أو مقترحات.

الجمهور المستهدف على التويتر يشمل منظمات المجتمع المدني، منظمات عالمية، الناشطين المدنيين، الإعلاميين، القنوات الاخبارية، شخصيات السياسية، مؤسسات ودوائر الدولة.

زيارات الملف الشخصي (541,146) زائر مهتم في تفاصيل الانتخابات.

ظهور تغريدات الخاصة بالمفوضية عددها (1,411,000) مليون.

فاير:

تم إنشاء الصفحة بتاريخ 31/3/2021 (في مرحلة تحديث بطاقة الناخب البايومترية).

نشر اخبار السيد رئيس مجلس المفوضين والسادة اعضاء مجلس المفوضين وقرارات مجلس المفوضين والكلمة الاسبوعية واخبار المكاتب الانتخابية والمكتب الوطني والتي تتضمن (النشاطات، الزيارات، الاجتماعات، اللقاءات وجميع تصريحات المفوضية).

نشر إعلان المفوضية عن فتح باب التقديم كموظف اقتراع بتاريخ 17/5/2021 وكانت نسب المشاهدة (3886).

نشر بيان جهوزية المفوضية لموعد الانتخابات المقرر 10/10/2021 وكان بتاريخ 22/5/2021.

نشر استبيان عن استلام البطاقة البيومترية، كان التصويت (694 نعم) و(413 كلا) و(192 غير مهتم).

نشر جميع البوستات التحفيزية والتثقيفية عن استلام بطاقة الناخب بواقع 2-3 بوست كل يوم.

نشر صورة اليوم من المفوضية.

نشر سؤال اليوم من المفوضية.

نشر ضوابط الدعاية الانتخابية

نسب المشاهدة بتاريخ 30/6/2021 (251)

نشر اسماء موظفي الاقتراع بنسب مشاهدة (5808)

نشر أرقام واسماء المناطق التابعة للدوائر الانتخابية تحت هاشتاك / اعرف-مكان-صوتك.

نشر حملة ضد المعلومات المضللة والكاذبة تحت هاشتاك /المفوضية-توضح.

نشر بوستات عدد المقاعد لكل محافظة بنسب مشاهدة (1836).

تغطية عملية الاقتراع اليوم الخاص 8/10/2021 لجميع المحافظات بنسب مشاهدة (2527).

تغطية عملية الاقتراع التصويت العام لجميع المحافظات مع زيارات السادة المفوضين.

رابط نتائج انتخابات 2021

نشر ملفات الطعون بنسب مشاهدة (4272)

عدد المتابعين الكلي على المنصة (71,389) متابع

تم توثيق المنصة بتاريخ 2021 7 / 25

حدثت المفوضية تطبيقاتها على متجري (جوجل بلاي / اب ستور) لكي يتلاءم مع متطلبات العمل الفنية والتقنية لما لهم من اهمية في سرعة وصول الاشعارات إلى المستخدمين خصوصاً في يوم الاقتراع وآلية عرض النتائج.. اعتمدت المفوضية على الهوية البصرية الجديدة ليكون تطبيق (مفوضية الانتخابات) مكمل لباقي التطبيقات على منصات التواصل الاجتماعي. استخدم التطبيق خلال عملية الاقتراع ما يقارب 650 ألف متابع من داخل وخارج العراق.

احتوى التطبيق على أهم الخيارات التي تساعد الناخب للوصول إلى المعلومة من حيث³⁴

الموقع الإلكتروني للمفوضية

محرك بحث سجل الناخبين

مركز الاتصالات

34. الموقع الرسمي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات مرجع سابق: [www.https://iheq.iq](https://iheq.iq)

عناوين محطات الاقتراع

عناوين مكاتب المحافظات

عناوين مراكز التسجيل

منصة اليوتيوب (Youtube)

عدد المشتركين الحاليين (6561) مشترك:

مرحلة التحديث وتوزيع البطاقة من تاريخ (2/1/2021 إلى 1/5/2021)

عدد المشاهدات (11550) مشاهدة.

عدد مرات الظهور (116060) مرة.

فترة التقديم للعمل كموظف اقتراع من تاريخ (1/8/2021 إلى 15/9/2021)

عدد المشاهدات (55486) مشاهدة.

عدد مرات الظهور (474299) مرة.

فترة تسجيل المرشحين والمصادقة على أسمائهم من تاريخ (1/5/2021 إلى

1/9/2021)

عدد المشاهدات (20206) مشاهدة.

عدد مرات الظهور (184061) مرة.

فترة الاقتراع العام والمصادقة على النتائج من تاريخ (10/10/2021 إلى 27/12/2021)

عدد المشاهدات (2307) مشاهدة.

عدد مرات الظهور (478773) مرة.

مجموع الفيديوهات والإنتاجات الفنية 154 فيديو.

وقت المشاهدة بالساعات (8400) ساعة.

عدد مرات الظهور (2244791) مرة³⁵.

ارتفع عدد المتابعين قناة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على منصة اليوتيوب (من 1050 إلى 6561) مشترك خلال المراحل أعلاه.

زيادة نسبة المشاهدات بنسبة %81.

زيادة عدد تحميل الفيديوهات بنسبة %67.

منصة التليكرام:

هي من المنصات الشائعة في مواقع التواصل الاجتماعي وتكون بديلة عن المنصات الخاصة بالمفوضية العليا المستقلة للانتخابات أثناء توقفها، يتم نشر جميع الاخبار وجميع الحملات الاعلانية وكذلك نشر استبيانات واخذ بأراء المشتركين.

تحتوي منصة التليكرام على (32) ألف مشترك.

عدد المشاهدات لكل منشور تتراوح بين (8 ألف - 20 ألف) مشاهدة.

عدد الاخبار وتصاميم الحملات الإعلامية تشمل (1348) صورة و(131) مقطع مرئي.

35. رابط القناة الرسمية للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات: [www.https://t.me/IHECOfficail](https://t.me/IHECOfficail)

وعدد الملفات (19) ملف وعدد الروابط الخاصة بالموقع الإلكتروني (375) رابط.

تم توثيق المنصة بتاريخ (6/8/2021) بالعلامة الزرقاء واصبحت المنصة موثقة رسمياً.

إضافة خاصة الباركود الخاص بالقناة لسهولة البحث عنها³⁶.

❖ يتم مشاركة الخبر من قبل قنوات أو صفحات الأخرى بمعدل من (1-10) لكل منشور.

مجموعة الفيس بوك:

تم استحداث منصة تفاعلية لغرض مشاركة الأسئلة والاستفسارات بين موظفي المفوضية (مكاتب المحافظات / مراكز التسجيل) والناخبين وباقي فئات المجتمع لغرض التحوار والشرح حول العملية الانتخابية وشرح الإجراءات المعتمدة حول عملية الاقتراع. أطلقت هذه المنصة بتاريخ 17 / 6 / 2021 وبتفاعلية عالية من حيث المشاركات والوصول. تضم هذه المجموعة حالياً أكثر من (28) ألف متابع من داخل وخارج العراق.

وضعت المفوضية خطة طوارئ احتياطية لتأمين حسابات التواصل الاجتماعي وعمل الموقع الإلكتروني كون المفوضية مقبلة على اهم حدث انتخابي واعتمادها كلياً على التحول الإلكتروني في الحملات الإعلامية وعرض النتائج. إن أهمية هذا العمل أكدت على ضرورة وضع خطط استباقية في حال حدوث (خرق) أو (هجوم) الكتروني على منصات التواصل حيث تم عقد اجتماعات مهمة وسريعة مع ممثلي منصات التواصل الاجتماعي لغرض:

تحضير فريق دعم يعمل بصورة دورية 24 / 24 يقدم الدعم لكوادر المفوضية

تأمين حسابات التواصل الاجتماعي لفريق العمل

36. رابط القناة الرسمية للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات: [www.https://t.me/IHECOfficial](https://t.me/IHECOfficial)

تقديم الدعم التقني بصورة متواصلة

إضافة طبقة حماية امنية خاصة بالمفوضية حيث كانت حسابات المسؤولين تحتوي على رموز رقمية خاصة بالحواسيب والأجهزة المستخدمة من قبلهم لا يمكن اختراقها.

عمل حسابات ثانوية وصلاحيات وصول في حال حصول خرق الكتروني للحسابات الحالية.

الخاتمة

خرجت الورقة البحثية بجملة من النتائج التي تمثلت بالتالي ومع إعلان النتائج، وهي كالآتي:

1. نجحت وسائل الإعلام في العراق (المستقلة وغير المستقلة) من النهوض بمهمتها الأولية المتمثلة بمرحلة التثقيف والتعريف بالعملية الانتخابية، ونرى ذلك واضحاً من خلال أغلب وسائل الإعلام الحزبية في دفعها لعملية التثقيف الانتخابي التي رفعت من نسبة المشاركة بنسبة بسيطة وبعد ملاحظة انخفاضها في انتخابات 2018، لأنها رأت في التثقيف حافزاً للنجاح من خلال استقطاب جمهورها إلى صناديق الاقتراع، كما ساهمت في التشجيع على المبادرة للتسجيل البايو متري للناخبين، لذات الغرض ايضاً.

ليشمل النجاح. كافة وسائل الإعلام وبشكل متميز وفعال.

2. لم تصل وسائل الإعلام بعمومها إلى مرحلة الرقابة الفعالة على العملية الانتخابية، إلا أنها ساهمت وبشكل نسبي وبوتيرة تصاعدية خلال السنوات الخمس الماضية في تعزيز العملية الانتخابية والترويج لها بشكل خدم المسيرة الديمقراطية برمتها، بغض النظر عن الظروف والدوافع التي كانت تقف وراء ذلك.

والملاحظة المهمة هو تواصلها ومتابعتها لمراكز العد والفرز بشكل ممتاز ونقلها الحي والمباشر وتغطيتها الآنية للأحداث، وفي الدلالة على مراكز الانتخاب من خلال الإعلان - السبتييل - أو من خلال تخصيص الارقام الهاتفية الساخنة، اسوة بأرقام المفوضية العليا، ولكن الفرق بينهما ان ارقام الاخيرة كانت مجانية.

3. لم تحقق وسائل الإعلام قدراً من الحيادية في التعامل مع النتائج أو الاحداث أو الخروقات الانتخابية، بل ولم تنجح بممارسة دورها في ترسيخ الديمقراطية والاقرار بالهزيمة، وخصوصاً وسائل الإعلام (غير المستقلة)، والتي اتجهت إلى التضخيم الإعلامي والرقمي واستباق النتائج وتهيئة الرأي العام إلى وقائع بعيدة عن حقائق وارقام النتائج أو اعلانات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، وللتجارب الانتخابية التي مر بها العراق.

المقترحات

1. تتحمل مفوضية الانتخابات مهمة تمويل دراسات متخصصة تصب في تقييم اداء وسائل الإعلام المحلية وتأشير السلبيات التي اعترت تجربتها السابقة خلال فترات الانتخابات.
2. تقوم المفوضية بتزويد وسائل الإعلام كلاً حسب مستواه (المقروء - المسموع - المرئي)، بنسخ من هذه الدراسات للاستفادة منها في تلافي الخلل والسلبيات مستقبلاً، والتنسيق معها للتقييم والمشاركة انطلاقاً من مبدأ حق الجميع في بناء العملية الديمقراطية على المستوى الوطني.
3. الشبكة العنكبوتية للمعلومات - الإنترنت، من أهم الابواب التي لم تستغلها وسائل المفوضية في الإعلان والاهتمام إلا من اضيق الحدود، رغم عظيم تأثيره في مستخدمي الشباب من كلا الجنسين خصوصاً مع تزايد اعدادهم مؤخراً وبشكل كبير جداً، لذا فإن المفوضية مدعوة لدخول هذا الميدان بأفكار الشباب، علماً أن موقع المفوضية متخصص ولا يحمل افكاراً تجذب المتصفحين، كما أن اخبار المفوضية أو اعلاناتها في المرحلة الماضية ركزت بشكل كبير على المواقع

الأخبارية المهمة. والتي هي دون اهتمام الشباب.

4. إعادة فتح المعهد التثقيفي الانتخابي خارج أسوار المنطقة الخضراء ليكون بمستوى الأكاديميات المتخصصة في تمكين الانتخابي العالمية.

المصادر الكتب والمؤلفات

1. علي شمخي الفتلاوي، مئة عام من الصحافة في العراق المبحث الخامس الصحافة العراقية 2003-2021، بغداد 2021.
2. ديفيد ابتر، وظيفة الحزب السياسي، مطبعة الشروق، بيروت، 1991.
3. الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ د. برهان شأوي دار الفارابي 2012.
4. دليل الحملات الانتخابية (NDI) المعهد الديمقراطي الدولي 2004.
5. فؤاد عبد المنعم، التسويق الاجتماعي والتخطيط للحملات الإعلامية ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2007.
6. دليل كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات (NDI) المعهد الديمقراطي الدولي.
7. مجلة دراسات انتخابية، المفوضية العليا المستقلة للانتخابات العددان الحادي عشر والثاني عشر بحث الباحث: حيدر طه ياسين دور الإعلام في الانتخابات.

الدراسات والمطبوعات:

1. النزاهة في الانتخابات البرلمانية مقوماتها وآلياتها في الأقطار العربية المنظمة العربية لمكافحة الفساد 2008
2. الإعلام والانتخابات البرلمانية في مصر تقييم أداء وسائل الإعلام خلال الانتخابات البرلمانية
3. الرقابة الدولية على الانتخابات، منشورات المؤسسة العربية للدراسات الديمقراطية.

الوثائق:

1. الامم المتحدة، السلطة الانتقالية، المبادئ التوجيهية لوسائل الإعلام في كمبوديا، كمبوديا، 1992.
2. الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان عام 1950
3. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948.
4. تقرير المفوضية العليا المستقلة للانتخابات حول الدور الإعلامي لانتخابات 2021 النيابية.