

الخطابُ الاعلاميُّ في الحملاتِ الانتخابيةِ ودوره في تشكيلِ الرأي العام انتخاباتُ العراقِ أنموذجاً

م.د.علي شمخي
وزارة الثقافة / مركز البحوث والدراسات

المستخلص:

ميادين الاعلام المختلفة في تحقيق اعتماد كبير على الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية وتوسيع قاعدة النشاطات إلى اقصى حدٍّ ممكن أن توفره التقنيات الحديثة في بث المضامين الاعلامية ويرتبط موضوع الحملات الانتخابية ارتباطاً وثيقاً بالعمل الاعلامي حيث لا يخفى على كثيرين أهمية التأثير بالرأي العام بالنسبة للمرشحين في الانتخابات بمختلف عناوينها، إذ ركزت كثير من

لا شك بأنّ الاعلام أداة اتصالية تؤثر وتتأثر بالجمهور وقد حرصت المجتمعات والدول والمؤسسات على استخدام وسائل الاعلام المختلفة في توجيه رسائلها الى الجمهور واختلفت معايير التفضيل في استخدام هذه الوسائل تبعاً لنوعية ومستويات الجمهور الذي تستهدفه الرسالة الاتصالية وقد أسهم التطور التكنولوجي الكبير في

الارتباط بين موضوع الانتخابات وموضوع الاعلام وقد حرص الباحث على استخدام المنهج الوصفي بعده الانسب في مثل هذه الدراسات والاستعانة والاستزادة بمجموعة من المصادر العلمية حيث تضمن المفاصل الرئيسية فيها مثل موضوع العملية الاتصالية في الحملات الانتخابية والتعريف بالمفاهيم الاساسية - الاعلام - الحملة الانتخابية - الرأي العام ومن ثم البحث في الاعلام وتوظيف أدواته للتأثير بالرأي العام وما يجري من تفاعلات في العناوين الرئيسية - المصدر - الرسالة - المستقبل - الوسيلة - التأثير - رد الفعل وفي جانب آخر جرى التعريف بأساليب التغطية الاعلامية للحملة الانتخابية لمختلف التوجهات التي ينتمي إليها المرشحين وأخيراً التطرق إلى الوسائل والتأثير الذي تركه هذه الحملات وما تحتاجه من خطوات وجهود ومصادر لتمويل، وتم تضمين البحث بمجموعة من النتائج التي توصل إليها الباحث.

مشكلة البحث :

تتعاظم يوماً بعد الآخر الحاجة إلى الاعلام وتسبق كثير من الدول في الحصول على آخر الابتكارات التكنولوجية في مجال الاعلام لتوظيفها في رسم سياساتها العامة وفي تطبيق مشاريعها السياسية

الدراسات والبحوث على تفاصيل التأثير والتأثير بالجمهور والتعمق في فهم الرسالة المثالية او النموذجية التي يمكن الوصول إليها والتي يمكن من خلالها للمرشحين أن يقطفوا ثمار النجاح ويحصدوا اعلى الاصوات في حملاتهم الانتخابية وبالتأكيد فإن سبل النجاح هذه لا بد لها من المرور في عمليات اتصالية تتمحور حول توظيف وسائل الاعلام في الحملات الانتخابية وتأمين مسالك النجاح لها وتمكين المرشحين من مخاطبة الملايين من الجماهير وتحقيق رجع صدى ايجابي لهذا الخطاب، ومعالجة نقاط الفشل وتعزيز نقاط القوة في خطابات المرشحين باتجاه الجمهور، وفي هذا الموضوع لا يمكن الاستغناء عن المتخصصين في مجال الاتصال عامة والمعنيين بالشأن الاعلامي خاصة ولا بد من أخذ مشورتهم والاطلاع على أفكارهم وخططهم والاستعانة بجهودهم.

وتأسيساً على ذلك تأتي هذه الدراسة للكشف والتعرف على أساليب ومضامين توظيف الاعلام في الحملات الانتخابية بما يؤمن توفير قاعدة معرفية للمهتمين بموضوعة الحملات الانتخابية للاستزادة منها وفي الوقت نفسه تمكين المرشحين والناخبين على حد سواء من التعرف على القدرات الاعلامية الفاعلة ومديات

والاقتصادية والامنية والاجتماعية وقد أصبحت الانتخابات والحملات الانتخابية في البلدان الديمقراطية مفصلاً مهماً من مفاصل بناء الدولة وشرطاً أساسياً من شروط التعددية، وفي العراق شكلت مهمة التغطية الاعلامية محور اهتمام الباحثين انطلاقاً من التجربة الفتية للعراق في هذه الممارسة الديمقراطية بعد مرور أكثر من أربعة عقود على تغييب هذا الحق الديمقراطي حيث تبدو الحاجة ملحة لفك التشابك والتعقيد في احترام قواعد السلوك الانتخابي ومدى احترام المرشحين للقواعد الديمقراطية، وبغياب لائحة سلوك موحدة للكثير من الدول التي دخلت حديثاً في رحاب الديمقراطية وغادرت النظام الشمولي تبرز كثير من المشاكل في الحملات الانتخابية ويفتقد المرشحون إلى آليات تمكنهم من توظيف وسائل الاعلام في الحملات الانتخابية.

اهمية البحث :

لم يشهد العراق لسنوات طويلة تجربة حقيقية في خوض الانتخابات الديمقراطية العامة وحرص النظام السابق على تشويه معالم التعددية ولم تتعرف أجيال عراقية على ممارسات انتخابية صحيحة تلتزم بالمعايير الدولية ومنذ أن تحقق التغيير في ٢٠٠٣ أصبح بإمكان العراقيين الادلاء

هدف البحث :

يهدف الباحث في دراسته هذه إلى التعرف على البدايات الاولى للاهتمام الاعلامي في العراق بموضوع الانتخابات وما صدر أو نُشر في وسائل الاعلام بصدها والوصول إلى مضامين وأساليب ووسائل الخطاب الاعلامي في الحملات الانتخابية ومعرفة كيفية تعميق الوعي للناخب واحاطته بالخيارات المعروضة أمامه من قبل المرشحين وأساليب الكيانات والأحزاب والتحالفات في عرض مرشحها إلى الجمهور ووصف المشهد الانتخابي والاحاطة به من الجوانب كافة.

التعريف بالمصطلحات والمفاهيم

الاعلام : تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة والتعبير عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم.^(١)

الاجراء الفنية كالصحف والمجلات والنشرات والدوريات والمطبوعات عموما او بواسطة المراثيات والمسموعات كالإذاعة والتلفزيون والانترنت والمحدثات عبر الانترنت وعبر الهواتف الارضية والنقالة^(٤) اما الاعلام فهو نوع من الاتصال وما قد يترتب على هذا الاتصال من نتائج وردود افعال معنوية المتصل بوسائل الاعلام وهو بهذا يُعرف اكااديمياً بالعلم الذي يدرس اتصال الجماهير مع بعضها البعض وهو من وسائل الاتصال الجماهيري الذي تقوم به الدولة تجاه الناس وتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. وقد شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين وكان من اسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم وكان القرن العشرين بحق هو قرن الاعلام حيث تتابعت فيه الاختراعات الالكترونية بسرعة مذهلة وصلت به الى البث الفضائي^(٥) واذا اردنا ان نخرج على الدور والاهمية التي تقع على وسائل الاعلام في رعاية أنشطة المجتمعات الديمقراطية ومنها (حقوق الانسان والانتخابات النزيهة والبعد التنويري في بناء قاعدة ثقافية مجتمعية للإنتاج والتنمية فضلا على رعاية التعليم وكشف الفساد

الحملة الانتخابية : وتعني الجهود التي تبذل من أجل التأثير على اتجاهات الناخبين وعرض برامج المرشحين وتوظيف المؤثرات لكسب الراي العام.^(٦)

الرأي العام : مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو مجموعات عدة اجتماعية ازاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية ويشمل ذلك الطبقات والأفراد.^(٧)

أولاً: العملية الاتصالية في الحملات الانتخابية :

الاعلام يحمل رسالة اعلامية ذات مضمون يراد بها أن تصل إلى الجماهير عبر وسائل الاعلام المختلفة التي هي جزء من اساليب ووسائل الاتصال ولذلك حتى نحيط بمفهوم الاعلام لا بد لنا ان نتعرف على الاتصال ومفهومه وارتباطه بالدراسة الحالية.

فالانصال هو تبادل المعلومات وارسال المعاني والافكار بهدف تحقيق اغراض معينة وتحديد الاحتياجات النفسية والاجتماعية والانصال يتم اما بالاشارة او الاماءة او بواسطة الالفاظ ويسمى الاتصال الشفوي او كتابة ويسمى الاتصال الكتابي او بوسائل الاتصال

والانحراف السياسي والديمقراطي باعتبار ان وسائل الاعلام هي بالدرجة الاولى جهاز مراقبة وتقصي مفردات العمل الديمقراطي ومن ثم فهي الحارس الشخصي المعين للمجتمع يجب علينا ان نعي علميا وواقعا الادوار المختلفة التي تغلف العملية - أي الدور أو العلاقة بين الاعلام والانتخابات والرأي العام^(٦) ومن هنا ارتبطت مهمات رجال الاعلام وقنواته في الدول النامية بمفترق طرق مختلفة تربعها مجالات الحريات السياسية والتشريعات الاعلامية والاخرى متعلقة بتوظيف الامكانات المادية التي ترصد كتمويل للمشروعات الاعلامية ومستويات الجمهور^(٧) ومن المهم القول أن عملية التأثير الاعلامي في الأصل ذات بعد اجتماعي ونفسي وهي لذلك تخضع ضرورة لعلاقات متعددة وعناصر وقيم مختلفة حيث يتبوأ الاعلام المفتاح الاساس في العملية الانتخابية بعدّه رافداً اساسياً في عملية ترسيخ الديمقراطية اجتماعياً من جهة وأداة تثوير وتشكيل للرأي العام تجاه العملية بشكل كامل، سواء ما كان التي تعلق منها بنشر معلومات المرشحين أم البحث والتثقيف الانتخابي على الرغم من أن التجارب الديمقراطية العريقة قد كونت لها نظاماً من تلك العلاقة وتناغماً أصبح فيه

المسند^(٨). والحقيقة الماثلة لنا تؤكد تباين الامكانات على ما يمكن تسميته (فجوة المعرفة) والتي تعترض سير عمليات تداول المعلومات بشكل عام ومعطيات الاعلام بشكل خاص بين ثنانيا المجتمع. فما تزال بعض الصحف ووسائل الاعلام المحلية تنظر الى المتلقي نظرة (السجين السابق) الذي لا يتعرض الى قناته وهي تسير بهذا الافتراض لاغية الفهم الحقيقي والواقعي الذي تسير به عمليات التعرض الى وسائل الاعلام المختلفة الفضائية أو المسموعة والمقروءة ومن المهم القول أن السمة الاساسية التي تميز العصر الحالي بفضل صناعة الالكترونيات الاتصالية هو أنه عصر الاتصال^(٩) من هنا لابد من التأكيد على (حرية الاعلام) ومسؤوليته الاجتماعية اذ ينبغي أن تستعمل وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في إطار حرية التعبير واعتماداً على نسق اخلاقي واجتماعي يبرز حالة التوازن بين (الحرية والمسؤولية)^(١٠) وعلى صعيد الحملات الانتخابية وتناولها من قبل الاعلام وتوظيف الاعلام فيها ومن المهم التذكير بان العملية الانتخابية تمر بمراحل عديدة مثل الترشيح والموافقة على الترشيح والدعاية الانتخابية ويوم الانتخابات واعلان النتائج وتعدُّ الدعاية

المرتبطة بتأثيرات وسائل الاعلام على اختلافها وتعددتها لا بد وأن يرجع أولاً الى معرفة الانسان الذي يتعرض لتلك الوسائل سواء كان فرداً أم جماعة أم مجتمعاً ومعرفة اتجاهات وانطباعات هذه التكوينات ازاء الظواهر والازمات والقرارات المختلفة كل ذلك مرتبط بدراسة الرأي العام وهذا بطبيعته يتطلب معرفة مدى تأثيره بالدعاية والاعلام بعدها أداة التشكيل وربما الصناعة والقبولة لهذا الرأي.^(١٣)

وهناك من وصف الرأي العام كعاطفة ازاء موضوع معين فيما عدّ آخرون أن كل ما يمكن أن يحث على عملية التفكير واتخاذ المواقف عن ذلك حول قضايا المصلحة العامة يدخل في تكوين الرأي العام ومن ثم يمثل الرأي الاكثر فعالية لأكبر عدد ممكن من المواطنين الواعين.^(١٤)

وإذا اردنا التمعن والتعمق في علاقة الاعلام بالرأي العام فسنجد أن هذه العلاقة متبادلة وتتمحور حول العملية الاتصالية والرأي العام حيث أن الكلمة اللاتينية -commu nis معناها الشيء المشترك ويرى الباحثون أن أركان العملية الاعلامية هي

- ٠١ المصدر source الرسالة mes-
- ٠٢ الوسيلة sage media
- ٠٣ المستقبل reciver ٠٥ التأثير effects

الانتخابية من أهم المراحل التي تمر بها العملية الانتخابية فمن خلال الدعاية الانتخابية يستطيع كل مرشح التعبير عن افكاره وبرنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يستطيع الحصول على تأييد الناخبين وهي في الوقت نفسه تعدُّ حقا قانونيا لكل المرشحين والحملة الانتخابية هي نوع من انواع الحملات الاعلامية السياسية لأنّ لها أهدافا محددة تسعى إلى تحقيقها ولها مدى زمني محدد ودائما ما يكون قصيرا وهي مركزة وتتسم بكثافة التغطية وتخضع للتقييم لمعرفة مدى فاعليتها.^(١١)

ثانيا : الاعلام وأهميته في التأثير بالرأي العام

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث وإن كان اصطلاح الرأي العام استعمل لأول مرة في القرن الثامن عشر أبان الثورة الفرنسية وقد عرفت الحضارات الموغلة بالقدم ومنذ أكثر من سبعة الاف سنة مثل حضارة وادي الرافدين ووادي النيل اشكالا متقدمة من الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تركت آثارها شاخصة على مر العصور وهذه الحضارات لم تكن خالية من المفاهيم المتصلة بظاهرة الرأي العام.^(١٢)

وإذا أراد أي باحث دراسة الموضوعات

٦٠ رد الفعل feedback

وبقدر حدوث نسبة التوافق بين أركان العملية الاتصالية بقدر حدوث التأثير بقدر حدوث الاستجابة او ردة الفعل وهنا نجد ان الرأي العام يؤدي دوراً فعالاً في حدوث هذا التوافق فمعرفة الرأي العام السائد ازاء اي قضية من القضايا يؤدي الى تحديد المضمون الاعلامي الذي يصدره المرسل على وفق ذلك وإلى تحديد الوسيلة الملائمة أو المناسبة للرسالة ويؤدي إلى معرفة الجمهور ورأيه الايجابي والسلبي والثائر أو الساخط.^(١٥)

وتختلف الرسالة الاعلامية باختلاف المواقف المستخدمة فيها فحينما تتحدث في مؤتمر صحفي تكون الرسالة الاعلامية هي الكلمات والبيانات والاجابة على الاسئلة وللرأي العام دور في تحديد ذلك وحينما تأخذ الرسالة الاعلامية شكل الاتصال عن طريق الرسائل المطبوعة فإنّ لها اشكالاّ تنشر بها في الصحف والمجلات تنوع من الخبر إلى الحديث إلى التحقيق الصحفي إلى التقرير إلى الشرح والتفسير إلى المقال وغيره من فنون التحرير الصحفي المكتوب والمصور وللرأي العام دور في تحديد ذلك^(١٦) ولا بد للعاملين في مجالات الاعلام أن يدركوا من خلال هذه العلاقة أن الرأي العام موقف غير اجباري يتخذه المرء ازاء

قضية مثيرة للجدل ويكون ظاهرا (علانية بسلوك) فشرط الرأي العام هو التعبير عنه ويتصف بالديناميكية والحركة اي أنه استجابة لمعطيات الحياة المتنوعة وادوات التأثير ومنها تأثير وسائل الاعلام وقادة الرأي فهو بذلك يختلف عن العقائد التي تتصف بالثبات والاستقرار.^(١٧)

ومن المهم القول أنّ الاعلام يؤدي دوراً مؤثراً في مستويات العملية الانتخابية كلها وتقاس حرفية وسائل الاعلام ورسالتها في هذه المرحلة المهمة من السلوك السياسي بمدى توازن التغطية وتنوعها ووقوفها على نقطة واحدة من الاطراف السياسية جميعها وان دور الاعلام في الانتخابات محكوم في العادة بمبدأين اساسين الاول مبدأ الانتخابات الحرة والمشاركة السياسية والآخر حرية التعبير وقد شكل هذان المبدآن ركيزة أساسية في الوثائق والاتفاقات الدولية كافة^(١٨)

ثالثا : التغطية الاعلامية للعملية الانتخابية
هناك افتراض أساسي قائم بين المؤسسات والهيئات الاعلامية حول العالم مفاده انه لو امتلك الصحفيون مهارات عامة في نقل الاخبار عند ذاك فان التغطية الاعلامية لأية عملية انتخابية ستكون يسيرة لأنها مشابهة لأي نوع آخر من التغطيات

الناخبين وعلى الرغم من أن الحكومة الديمقراطية ليست حكومة مثالية لكن بالنسبة لمعظم الناس الذين يعيشون تحت ظلها فان الحكومة الديمقراطية تبدو افضل من البدائل الاخرى لأن خلال العملية الانتخابية يستطيع الناس اختيار أي من السياسيين أو الأحزاب السياسية التي يثقون بها للتحدث باسمهم.^(٢١)

وتلعب وسائل الاتصال وبضمنها القنوات الفضائية دورا مهما في خلق التصورات بين اوساط الجمهور من خلال اساليب محددة تعتمد عليها في تناول الشؤون العامة وفي ظل هذا التعدد والتنوع الواسع للقنوات التلفزيونية الفضائية الواصل بثها الى كل بيت تبقى المقدرة على التحكم في الرؤية السياسية للجمهور من حصة القنوات الاقوى والاوسع انتشارا وهي بالتأكيد لا تتجاوز في عددها اصابع اليد الواحدة ومن خلال التكثيف الاعلامي والتركيز يمكن للقنوات التلفزيونية المؤثرة الكبرى ان تصبح المصدر الاول للجمهور في مجال الحصول على المعلومات والاطلاع على الآراء ومن ثم بناء المواقف والاتجاهات بحكم القوالب الفكرية التي تقدمها بما ينسجم مع أجندتها وأهدافها العامة^(٢٢) وفي السنوات الاخيرة اجتهد المعنيون بالإعلام في توظيف القدرات الاعلامية

الاعلامية والانتخابات تمثل لحظة حرجية في حياة المجتمعات لأن في هذه اللحظة التاريخية تكون العلاقات بين المراسلين والصحفيين والحكومات والناشطين في مجال المجتمع المدني قد وصلت إلى بؤرة أو نقطة حادة تتضمن كثيراً من النزاعات أو الخلافات وهناك أدوات ومعلومات محددة تمكن المراسلين والهيئات التي تدير الانتخابات من توفير افضل المعلومات الممكنة للمواطنين كي يتخذوا قرارات في مراكز الاقتراع مبنية على معلومات وافية.^(١٩)

وقد أدت الضغوط التي تعرضت لها الموضوعية والتطور التكنولوجي الهائل الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية بجانب منافسة الوسائل الاتصالية الالكترونية من شبكات اخبارية ومحطات الاذاعة والتلفزيون والمجلات مما اصبح في متناول الجمهور الحصول على الاخبار من مصادر مختلفة تمكنه من ان يوازن ويفاضل ويختار وإلى تغيير عاداته^(٢٠) ان الانتخابات تشكل تحديا عظيما لوسائل الاعلام وعلى الصحفيين معرفة قواعد وقوانين الانتخابات على الصحفيين ايضا ان ينقلوا الاخبار والمعلومات عن كل المرشحين وعن كل الاحزاب والقضايا بنزاهة وتجرد ويجب ان تكون وسائل الاعلام صوت

لتحقيق تغطية شاملة بالانتخابات وتحدد معالم العلاقة بين الانتخابات والاعلام بشكل عام ومن ثم برز الاهتمام بشكل ادق من خلال التعمق في الحديث عن الحملات الاعلامية قبل الانتخابات في أثنائها وبعدها وظهر لدينا الاعلام البرلماني الذي يشكل اليوم محورا رئيسيا من محاور الحياة المعاصرة من خلال دوره في التعبير عن الرأي العام بشأن مجريات العمل البرلماني وآفاق تطوير العمل البرلماني ومجالاته المختلفة أو من حيث مسؤولياته في نقل نشاطات البرلمان إلى الرأي العام وتحليلها وإبداء التعليق النقدي عليها ويات الاعلام البرلماني عنصرا رئيسا من عناصر الحياة الديمقراطية. (٢٣)

ومن هنا وفي ظل الحكم الديمقراطي يلعب الاعلام دور الرقيب على السلطة أو يتحول الى قوة من قوة السلطة ذاتها ويكون الرأي العام حقيقا حيث يمكنه من أن يعبر عن نفسه من خلال وسائل الاعلام الحرة غير التابعة للسلطة وفي ظل الحكم الديمقراطي النيابي يجب أن تتمتع الصحافة والاعلام بأجواء رائعة ومناخات متميزة حيث يقدم النظام الديمقراطي النيابي الدعم والمؤازرة للإعلام من منطلق أن السلطة مشروعة وسياستها معبرة عن المصلحة العامة ومنسجمة في اتجاهات الرأي العام وفي

رابعا: الحملات الانتخابية - الوسائل والتأثير

تعد الحملات الانتخابية نواة التصويت وإحدى الاستراتيجيات الاساسية لأي حزب في الفوز بأصوات الناس الذين دعموا الحزب أو المرشح في الماضي هذا الدعم التقليدي يطلق عليه اسم القاعدة السياسية للحزب أو نواة التصويت وينظر الاعلاميون من خلال الحملة الانتخابية إلى مدى نجاح الحزب في اجتذاب قاعدته السياسية المساندة، هل الحزب منظم بشكل جيد ؟ هل يشجع المساندين له للتسجيل في قوائم الناخبين ؟ هل يقضي رئيس الحزب وقتا طويلا في التحدث فقط الى قاعدته السياسية المساندة ؟ ماذا يقول الناخبون في هذه القاعدة السياسية المساندة عن هذه الامور ؟ وفي العديد من الانتخابات لا يتمكن الحزب من الفوز اعتمادا على اصوات قاعدته السياسية او نواته التصويتية فقط وعلى الحزب ايضا ان يجتذب اصوات الناس الذين لم يقرروا

كما إن الانتخابات بحاجة إلى حملات الحملة الناجحة (هي تلك التي تستغل في كل الاحوال الوقت لاستهداف الناخب وتقوم بتطوير رسالة مقنعة وتتابع العمل على وفق خطة معقولة للوصول الى ذلك الناخب).^(٢٨)

والدعاية الانتخابية تؤثر في معتقدات الجماهير وآرائهم حتى تتخذ اتجاهها معينا نحو الموضوعات السياسية.^(٢٩)

وفي المبادئ الاساسية للحملة الدعائية لابد من وجود مكتب جاهز للحملة وبإمكان مرشحين عدة المشاركة فيه وهذا المكتب يجب أن يكون مجهزا بالمستلزمات الاساسية وبالإمكان الحضور إليه للحصول على المواد والمعلومات ذات الصلة بالمرشح والبرامج والحزب^(٣٠) ومن المهم الاشارة الى أن أي مرشح يخوض غمار حملة انتخابية بحاجة الى المال لتسيير شؤونه وقد أصبحت الحملات الانتخابية في الوقت الراهن تتطلب ميزانيات ضخمة لذا يجب تحديد النفقات المالية وتنظيم مصادر تمويلها والاعداد الجيد لها، وتمويل الحملة الانتخابية يجب أن يقوم المرشحون وحزبهم أو مناصروهم بجمع الاموال من الناس والمنظمات والمؤسسات التي تدعم رؤيتهم وأهدافهم وبرامجهم وهذه المنظمات والمؤسسات قد تكون مؤسسات

بعد المشاركة في الانتخابات او لم يتخذوا قرارا وقد يكونوا شبابا يصوتون لأول مرة في حياتهم وهؤلاء يمكن أن يشكلوا مجموعة كبيرة من الناس وهؤلاء الناخبون غير المقررين يمكن أن يضموا أناسا غير راضين عن حزبهم أو فقدوا ولائهم له ويرغبون في التغيير.^(٣٥)

وفي بعض الديمقراطيات ترسل الاحزاب المتطوعين في الحملات الانتخابية إلى كل بيت لتطلب المساندة من الناخبين الذين لم يتخذوا قرارهم بعد كما ترسل الأحزاب رسائل ومواد مطبوعة الى الناخبين الذين لم يقرروا بعد وتنشر الاعلانات في وسائل الاعلام لاجتذابهم وفي النهاية فان التقارير والاعلانات التي تنشرها وتبثها وسائل الاعلام من خلال الصحافة والاذاعة والتلفزيون والمواقع الالكترونية اصبحت ضرورية جدا لإنجاح الحملات الانتخابية^(٣٦) إن العملية الديمقراطية لا تقوم بدون الانتخابات فهي الوسيلة السلمية والتي عن طريقها يتم تداول السلطة في المجتمع لذا لا يمكن لأية انتخابات ان تتم بدون وجود دعاية انتخابية للأحزاب والمرشحين وعلى هذا أصبحت علماً قائماً بذاته أخذ يفيد من العلوم الأخرى كالاقتصاد والقانون وعلم النفس وغيرها.^(٣٧)

أعمال ، اتحادات ونقابات ، جماعة نسائية ، وأعضاء وأفراد داعمين محليين. (٣١) ويمكن حصر ثلاثة مصادر لتمويل الحملات الانتخابية هي :

١- تمويل عمومي من طرف الدولة .

٢- تمويل خاص من مؤسسات خاصة أو اشخاص ميسورين أو شركات او من اشتراكات الاعضاء او هيئات من بعض المواطنين.

٣- تمويل آخر من الدول والمؤسسات الاجنبية أو تجار المخدرات أو عصابات المافيا أو عصابات الارهاب والجريمة المنظمة .

ومن الطرق التي يمكن عن طريقها مخاطبة

جمهور الناخبين هي الاعلان السياسي المدفوع الثمن والذي يعد احد الطرق التي تمكن الاحزاب والمرشحين الوصول المباشر الى جمهور الناخبين. (٣٥)

كما تؤدي المصنقات الجدارية دوراً فاعلاً في اقناع المتلقي عن طريق تجسيد الأفكار بلغة معاصرة لذا يؤخذ عند تصميم المصنقات الأفكار والاتجاهات والمفاهيم بحسب نوع الهدف أو الغرض المصمم من أجله فضلاً عن استخدام الكلمة أو الرسم أو الرمز أو الصورة التي تم توظيفها لإخراج فكرة المصنق. (٣٦)

والملاحظ أنّ هناك من المرشحين من ينفق مبالغ طائلة على حملته الانتخابية لذا دائماً ما يحذر من الدور السلبي للمال في الحملة الانتخابية اذا ما تجاوز الضوابط والقواعد التي تنظم الانفاق المالي للحملة وهناك ظواهر سلبية تنتج من تزايد دور المال ليس هنا مجال بحثها^(٣٢) ويمكن اجمال مضامين الحملات الانتخابية من خلال التعرف على أهم ما تتضمنه هذه الحملات التي يضطلع بها المرشحون حيث أنها تتضمن خطب عديدة وتجمعات حزبية وجماعية حاشدة ومؤتمرات صحفية وفي جميع هذه الاحداث يتطلب الامر وجود صحفيون

خامساً: التوظيف الاعلامي للاستحقاق الانتخابي في العراق

في وضع نصوص هذا الدستور اسمه «بغدادلي محمد امين» وقد عين عضواً في مجلس الشورى سنة ١٨٦٧ وتوفي سنة ١٨٩١ وصدر الدستور ونشر في ٢٣ كانون الأول ١٨٧٦ وجرى انتخاب اعضاء مجلس النواب «مجلس المبعوثان» في أقاليم الدولة العثمانية^(٣٨) وفي عام ١٩١٢ وبالرجوع الى اولى بديات اهتمام الاعلام العراقي بموضوعة الانتخابات فيمكن القول ان بغداد شهدت نشر المناشير والنشرات التي كانت تأتي من البصرة والأستانة وتهاجم فيها الحكومة التركية ثم الصقت الإعلانات على جدران بغداد التي تناشد العرب النهوض في وجه الغاصبين والمطالبة بالحكم الذاتي واللامركزية ورفض الاصلاحات المعلنة لكونها لا تفي بالمرام وتجرات جريداً «بين النهرين» و«المصباح» وطالبتا بإصلاحات أخرى ومقياس أوسع من اللامركزية.^(٣٩)

وواجه البريطانيون عند احتلالهم للعراق ١٩١٤ - ١٩١٨ مهمة صعبة تلخص في اعادة تنظيم الادارة في العراق الذي كان قبل ذلك ثلاث ولايات هي بغداد والموصل والبصرة وكانت الحركة الوطنية والصحافة في عمومها تسمي «المجلس التأسيسي» «المؤتمر الوطني» حيث كان انشاء هذا المجلس أول المطالب للمندوبين

في العراق نشأت أقدم الشرائع، وإذا كانت شريعة حمورابي معروفة ومشهورة على نطاق العالم وحمورابي بدأ حكمه في حدود ١٧٥٠ ق.م «فقد كشف الآثاريون في عام ١٩٤٧ عن شريعة سبقت شريعة حمورابي في الزمن بنيف ومائة وخمسين عاماً، هي قوانين اصدرها الملك «لبث - عشتار» وفي عام ١٩٤٨ أعلن السيد طه باقر أمين المتحف العراقي خبر اكتشاف لوحين مدونين بشريعة حمورابي باللغة البابلية هذه الشريعة هي شريعة «اشنونا» نسبة إلى المملكة التي كان موقع تل حرمل يقع ضمنها»^(٣٧) وفي كتاب «الواح سومر» نجد تحت عنوان «أول برلمان ذي مجلسين» ما يلي بفضل فرقة «الرفش والمعول» والمقصود بها فرقة التنقيب عن الآثار أصبح في وسعنا ان نقرأ سجل مجلس سياسي انعقد قبل نحو خمسة آلاف عام - في الشرق الأدنى قبل أي مكان آخر، اجل ان أول «برلمان» سياسي معروف في تاريخ الإنسان المدون قد التأم في جلسة خطيرة في حدود ٣٠٠٠ ق.م ولقد كان مثل برلماننا مؤلفاً من مجلسين من مجلس الأعيان وفي تاريخ العراق الحضاري فان سنة ١٨٧٦ شهدت وضع أول دستور للدولة العثمانية وقد اشترك احد العراقيين

الخمس عشرة عشر، عندما قابلوا الحاكم الملكي العام بالوكالة في ٢ حزيران ١٩٢٠ «تأليف مؤتمر وطني يمثل الأمة وينتخب اعضاؤه من كافة اهالي البلاد العراقية»^(٤٠) وكانت الصحف العراقية في عمومها تعبر عن هذا الطلب ومن ذلك مقال جريدة الاستقلال الافتتاحي بعنوان «الرأي العام تجاه الحكومة المؤقتة» قالت فيه «إن المؤتمر العام الذي يمثل جميع العراق تمثيلاً حقيقياً هو الذي يبت بمصير البلاد ويعين شكل الحكومة وينتخب الملك وغير ذلك من الضروريات»^(٤١) وفي مقال افتتاحي آخر تحت عنوان «قانون الانتخاب، وكيف يستهان بحقوق الشعب» قالت «الاستقلال»: «كانت الأمة قد طلبت بلسان مندوبيها الخمسة عشر جمع مؤتمر عام يمثل جميع طبقات الشعب العراقي تمثيلاً حقيقياً قانونياً لكي يؤسس الحكومة الشرعية الدائمة ويسن القانون الأساسي ويصدق على الملك»^(٤٢) لقد وردت أول اشارة مبكرة إلى الانتخابات في ١٢ تموز ١٩٢٢ في مذكرة بعث بها رجال الدين إلى الملك عبروا فيها عن رفضهم لكل ما يمس استقلال وكرامة الحكومة العربية العراقية واعتبار كل قرار أو معاهدة أو قانون انتخاب بدون قبول الأمة منافياً لمبدأ استقلالها لا ينفذ عليها^(٤٣) اما فكرة

تأسيس الأحزاب السياسية في العراق فقد ظهرت بعد عودة المنفيين الذين ساهموا في الثورة العراقية لسنة ١٩٢٠، إذ نشرت جريدة الاستقلال النجفية بعد أن رحبت بمقدمهم بسبع مواد طالبت بتنفيذها كان الطلب الثاني منها «إطلاق حرية الاجتماعات وتشكيل اندية سياسية رسمية، ونشأ نشاط واضح لدى بعض العراقيين للدعوة لإنشاء الأحزاب السياسية والمطالبة بتكوينها للتعبير عن إرادة الأمة وكان ذلك قبل تتويج الملك فيصل «٢٣ اب ١٩٢١» ولكن طلبهم هذا كان يلاقي المhapلة من جانب الحكومة بدعوى عدم وجود قانون خاص في هذا الشأن، مع ان القوانين العثمانية المطبقة في العراق تنظم هذه الأمور على وجه يكفل للناس ممارسة حقوقهم العامة»^(٤٤) وبالرجوع إلى الصحف البغدادية نجد فيها الكثير من الكلام في الدعوة إلى الحياة الدستورية والمفاهيم الديمقراطية والمطالبة بحقوق الشعب واقامة المؤسسات المنبثقة من إرادة الأمة ومنها ما كانوا يسمونه حينذاك «المؤتمر الوطني» ويقصدون به «الجمعية التأسيسية لسن دستور للبلاد ثم اقامة مجلس النواب» حتى تكاد تكون هذه المواضيع ومستقبل نظام الحكم في العراق الموضوع الرئيسي في تلك الصحف. (٤٥)

وبعد مرور عام على تتويج فيصل ملكاً وبعد ان رأى العاملون في الحركة الوطنية في الفرات الاوسط ان الاجراءات لانتخاب المجلس التأسيسي لم تتخذ نظموها ميثاقاً وطنياً بلغوه إلى رئيس الوزراء وجهات رسمية اخرى ونشروه في الصحف (٤٦) وفي يوم ٢٠ آب ١٩٢٢ نشر الحزب الوطني مذكرة في الصحف البغدادية جاء فيها «ان الحكومة المقرر شكلها في نص البيعة، هي حكومة دستورية نيابية ديمقراطية، وكان المنتظر بعد التتويج انتخاب المجلس التأسيسي لسن الدستور وتأليف المجلس التشريعي لتكون الوزارة مسؤولة أمامه حسب القواعد الجارية في الحكومات الدستورية» (٤٧) لقد كانت الاحزاب تعقد اجتماعاتها وندواتها في المقاهي العامة أو الجوامع او في منازل المشتغلين بالسياسة، ولم تكن لهم مراكز خاصة مما أثار ذلك الحكومة التي أرادت ان تضع حداً لتلك الاجتماعات السياسية (٤٨) وشعرت الحكومة العراقية بضرورة وضع قانون للجمعيات فأصدرت في ٢ تموز ١٩٢٢م (قانون الجمعيات) ونشط الوطنيون على ضوء هذا القانون في الحصول على اجازة لتأسيس الأحزاب الوطنية ففي ٢٨ تموز ١٩٢٢ قدم طلب تأسيس الحزب الوطني العراقي إلى وزارة

الداخلية (٤٩) ونشر الدستور في الجريدة الرسمية في عيد الربيع «٢١ آذار» سنة ١٩٢٥ وبدأ نفاذه من هذا اليوم، وقبل نشره بدأ الاعداد لإجراء أول انتخاب لأول مجلس نيابي للعراق، وتم انتخاب النواب في ٨ حزيران ١٩٢٥ وعين الملك اعضاء مجلس الاعيان، وعين مجلس الأمة إلى الاجتماع في ١٦ تموز سنة ١٩٢٥، وبهذا بدأ عهد جديد في تاريخ العراق. (٥٠)

ومنذ تحول العراق من النظام الملكي الى النظام الجمهوري لم يشهد العراق انتخابات برلمانية حقيقية يمكن وصفها لأنها انتخابات ديمقراطية حيث اقدمت الانظمة الجمهورية الخمسة على احداث تغيرات في التشريعات والقوانين وحلت محل السلطة التشريعية مجالس مختلفة منها مجلس الوزراء في خلال فترة الزعيم عبد الكريم قاسم ١٩٥٨ - ١٩٦٣ ومجلس الامة في عهد الرئيس عبد السلام عارف ١٩٦٣ - ١٩٦٧ ولم يتغير شيء في عهد الرئيس عبد الرحمن عارف ١٩٦٦ - ١٩٦٧ وفي عهد الرئيس احمد حسن البكر ١٩٦٨ - ١٩٧٩ صدر الدستور المؤقت ١٩٦٨ واوكل الى مجلس قيادة الثورة مهمة اصدار القوانين والتشريعات فيما تضمن الدستور وعدا بتنظيم دستور دائم وتنظيم قانون المجلس الوطني ولم

يحصل ذلك وحينما تولى صدام حسين

الحكم ١٩٧٩ - ٢٠٠٣ هيمن حزب البعث على مقاليد السلطة ولم تكن هناك انتخابات ديمقراطية حقيقية بل تم تنظيم انتخابات صورية مزيفة ومنذ حصول التغيير في العراق ٢٠٠٣ ولد نظام سياسي جديد حيث شهد العراق انتخابات الجمعية الوطنية ثم مارس العراقيون تجربة انتخاب مجلس النواب عام ٢٠٠٦ وكرروا ذلك عام ٢٠١٠ ومن ثم عام ٢٠١٤ واشرفت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على كل الممارسات الانتخابية التي حدثت بعد التغيير بعد تأسيسها في نيسان ٢٠٠٧ وقد اعتمدت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على مجموعة من الاعمال الدعائية والاعلانية في تسويق خططها الانتخابية بهدف رفع المشاركة للمواطنين في الانتخابات واقناع الجمهور المستهدف ويمكن ذكر بعض الأساليب التي اعتمدها المفوضية في تنفيذ حملتها :

١- أسلوب التبسيط وهو لجوء القائم بالعملية الاتصالية في الحملة الدعائية او الاعلامية بتجزئتها (الاهداف والبرامج).
٢- أسلوب التكرار بما يؤثر على سلوك الناخبين عن طريق اقناعهم بما تحتويه الرسالة الاعلامية .

٣- تعدد الصورة أحد الأشكال التعبيرية المتميزة في العملية الاتصالية لأنها تفرض

نفسها بفاعلية .

٤- أسلوب الشعارات ويعد من الأساليب المهمة التي تؤدي الى رفع المعنويات والاستعداد لدى المواطن ومن ثم ضمان أكثر نسبة من المشاركة.

أسلوب البرامج الحية التلفزيونية وهذا يساعد في اجتذاب المتلقي ووسائل الاعلام معا اذ يمكن ان تعتبر مصدرا للمعلومات.

(٥١)

ولأجل النهوض بدور المفوضية والوسائل الاعلامية لابد من وضع برامج تستوعب العملية بأكملها سواء في الاعداد أم الاشراف على الحملات التوعوية التي تسهم في رفع ثقافة الممارسة الديمقراطية واعداد وتدريب العناصر التي لها علاقة بالانتخابات مع وضع دليل اعلامي يوضح مسؤولية وسائل الاعلام ومدى اهمية الالتزام بالقوانين التي شرعتها مفوضية الانتخابات وكذلك التنسيق مع منظمات دولية واقليمية وشخصيات سياسية فضلا على التركيز على البرامج التثقيفية قبل الشروع في العملية الانتخابية لتهيئة المواطنين للمساهمة الفاعلة لإنجاح الانتخابات ولا بد من التأكيد على حرية التعبير لوسائل الاعلام في هذا المجال.
(٥٢) ولا بد من الاخذ بنظر الاعتبار الابعاد

المكانية والزمانية للحملات التي تقوم بها مفوضية الانتخابات ومراعاة المستويات

أو معطيات الحملة الاعلامية وضعف استخدام القنوات الشخصية في الاتصال بالمجتمع لتكوين رأي عام ايجابي وغياب الملاحظة العلمية مما يعطي دلالة واضحة على تسطيح العملية الاعلامية الانتخابية (٥٦)

الثقافية للمواطنين والمرونة في التغلب على الحالات الطارئة (٥٣) ومن اهم ما يجب رصده في الحملات الانتخابية التي تتولاها احزاب وكيانات سياسية للترويج لمرشحها هو موضوع التمويل الاعلامي حيث ان هذه الظاهرة تحمل مخاطر على مستقبل الاعلام العراقي واستقلالته خاصة اذا كان هذا التمويل خارجيا هدفه تحقيق اهداف سياسية ضد مصلحة الوطن ولا غرابة ان بعض الصحف والفضائيات تم دعمها من قبل الاحتلال او من دول مجاورة للعراق بحيث اصبح التمويل امتيازاً لبقاء البعض على حساب وسائل اعلام وطنية وقومية (٥٤) وما يلاحظ على المشهد الاعلامي أنه غير منعزل عن ما يجري في الحياة السياسية العراقية من محاصصة طائفية وعرقية ودينية في مجال الادارة الحكومية لذا فان خطاب الاعلام يأتي خطاباً تحريضياً وصراعاً يستند الى فلسفة المحاصصة المذهبية والعرقية والدينية والاقصا السياسي على الرغم من تنوع رسائله ووسائله الاعلامية. (٥٥)

ومن أهم المعطيات التي رصدها الباحثون والمتخصصون في مجال الاعلام للمشهد الانتخابي في العراق أن الاداء الاعلامي اقتصر على نجومية بعض المتكلمين من المرشحين ولم يتم تنظيم هذا الاداء بقانون

الخاتمة

توصل الباحث في ختام هذه الدراسة لمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات يمكن إجمالها بالنقاط الآتية أولاً: هناك ارتباط وثيق بين مفاصل العملية الاتصالية بعناوينها العامة وبين الرأي العام بكل أنواعه من ناحية التأثير والتأثير وان دراسة هذا الارتباط والتعمق فيه هو السبيل الأنجع لمعرفة توجهات الجمهور.

ثانياً: أسهمت التطورات التكنولوجية في وسائل الاعلام في ابتكار اساليب جديدة لمخاطبة الجمهور وبالتالي فان الاحاطة بكل اشكال الاعلام المرئي والمسموع والمكتوب أمر ضروري وحيوي للباحثين في مجالات الحملات الانتخابية وتوظيف وسائل الاعلام فيها .

ثالثاً: أصبحت الحملات الانتخابية في ظل التطورات التي يشهدها الاعلام فناً خاصاً يتطلب مهارة اعلامية وخبرة متراكمة ولا بد لأي مهتم بها سواء كان من المرشحين للانتخابات أو من العاملين في مجال الاعلام الانتخابي اجادته ومعرفة تفاصيله الدقيقة .

رابعاً : اثبت التجارب الانتخابية في العراق ما بعد ٢٠٠٣ ان اكتمال العملية الديمقراطية لا يقتصر على الممارسة الانتخابية فقط ولا بد من دعمها في مجال

الاعلام وتطوير البات محلية بالاستناد إلى تجارب علمية في مجال الحملات الانتخابية. خامساً : لا يمكن لأي دولة تنهج التعددية والديمقراطية ان تنجح في تنفيذ الاستحقاقات الديمقراطية التي يكفلها الدستور ما لم تهيأ قاعدة ثقافية يشيع فيها الوعي الانتخابي ويتعرف من خلالها الجمهور على تفاصيل العملية الانتخابية بما فيها الحملات الانتخابية.

سادساً: من خلال الدراسة البحثية في مجال الحملات الانتخابية تتأكد الحاجة الى الدراسات الميدانية واجراء استطلاعات الرأي والرصد لتوجهات ورغبات الجمهور لاستكمال النتائج وضمان اجراء حملة انتخابية ناجحة يستفيد منها الناخب والمرشح على حد سواء ومن المهم التعرف على تجارب العمليات الانتخابية في دول اخرى للحصول على المزيد من المعلومات عن توظيف وسائل الاعلام في الحملات الانتخابية.

سابعاً : إنّ موضوعة الحملات الانتخابية لا يمكن فصلها عن موضوعة الحريات العامة فالعلاقة هنا متكاملة ومترابطة ولا يمكن القبول بجزء منها واهمال جزء اخر وحتى تنجح العملية الانتخابية لابد من وجود مساحات من حرية التعبير وحرية النشر وحرية تأسيس الاحزاب

الهوامش:

- ١- سناء الجبور : الاعلام الاجتماعي ، دار اسامة عمان ، الاردن ، ط١ ٢٠٠٩ ، ص٨
- ٢- بسام عبد الرحمن المشاقبة : الاعلام البرلماني والسياسي ، دار اسامة ، عمان ، ط١ ، ٢٠١١ ، ص ١٥٤
- ٣- كامل خورشيد مراد : مدخل الى الراي العام ، دار المسيرة ، عمان ، ط١ ، ٢٠١١ ، ص٥٩
- ٤- سناء الجبور : الاعلام الاجتماعي ، ط١ ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٠ ص٩
- ٥- فيصل ابو عيشة : الاعلام الالكتروني ، ط١ ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٠ ص٢٢
- ٦- الباحث الاعلامي ، مجلة ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، العدد التاسع ، حزيران ، ٢٠١٠ ، ص١٢
- ٧- خليل صالح ابو اصبع : الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، عمان ، دار ارام للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥
- ٨- الباحث الاعلامي . مجلة ، العدد التاسع ، المصدر السابق ، ص١٣
- (1) ٩- جوزيال جوال ، وسيلفي كوداري ، تقنيات الاتصال الحديث ، ترجمة صالح العلي ، اليونسكو ، تونس ، ١٩٩٣ ، ص٤٥
- ١٠- عادل عبد الغفار ، ابعاد المسؤولية الاجتماعية في البث الفضائي ، ج٣ ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص٧٥٣
- (1) ١١- النظم الانتخابية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، ط١ ،

ولا بد ايضاً من ضمن حق الحصول على المعلومات ووصولها الى الناخبين ثامناً: من أجل ديمومة التسويق الانتخابي للمرشحين في العراق لابد من التفكير بمنافذ اخرى تأخذ صداها الاعلامي مثل استخدام المطبوعات وفقاً للمستوى العلمي واستثمار الاماكن العامة والحدائق والمتنزهات لإقامة مهرجانات شعبية وانشاء مواقع انترنت خاصة بالحدث الانتخابي.

- بيروت، ٢٠٠٥ ص ٦٧
- ٢٤- بسام عبد الرحمن المشاقبة: المصدر السابق ، ص ٨٦
- ٢٥- روس هوارد: المصدر السابق، ص ١٩
- ٢٦- المصدر نفسه، ص ٢١
- ٢٧- داود الباز: حق المشاركة في الحياة السياسية ، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٢، ص ١١١
- ٢٨- ناتالي سليبان: دليل تدريبي للأحزاب السياسية الانتخابية (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ٢٠٠٧، ص ٥٦
- ٢٩- احمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الاعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ١٩٨٥، ص ١٣
- ٣٠- اودري ماك لاغلن وجنيفر فارو، اعداد خطط حملة، (لبنان، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون لدولية، ٢٠٠٥، ط ٣، ص ١٩
- ٣١- اودري ماك لاغلن وجنيفر فارو: المصدر السابق، ص ١٩
- ٣٢- نبيل جاسم محمد: المصدر السابق، ص ٨٠
- ٣٣- روس هوارد: المصدر السابق، ص ٢٢
- ٣٤- موقع جمعية الاصلاح الانتخابي البرلمانية على الانترنت www.electoral-reform-ori
- ٣٥- محمود يوسف: دراسات في العلاقات العامة المعاصرة، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢، ص ٨٤
- ٣٦- همام طلعت، مئة سؤال عن العلاقات العامة المعاصرة، عمان، دار الفرقان، ١٩٨٦، ص ٦٩
- ٣٧- عبد الحسين شعبان: جذور التيار الديمقراطي في العراق، ط ١، بيسان، بيروت، لبنان، ٢٠٠٧، ص ١٥٨.
- ٣٨- عباس العزاوي: تاريخ العراق بين احتلالين،
- ١٢- كامل خورشيد مراد: مدخل الى الراي العام ، عمان، الاردن، ط ١، ٢٠١١، ص ٢٥
- ١٣- كامل حسون القيم، عادل خليل مهدي: دور الاعلام في تشكيل راي عام ايجابي نحو المشاركة الانتخابية في العراق، الباحث الاعلامي، مجلة، العدد التاسع، ٢٠١٠، ص ١٧
- ١٤- المصدر نفسه، ص ١٨
- ١٥- كامل خورشيد مراد، المصدر السابق، ص ١٦٣
- ١٦- المصدر نفسه ص ١٦٦
- ١٧- كامل حسون القيم، عادل خليل مهدي: المصدر السابق ص ١٨
- ١٨- نبيل جاسم محمد: تغطية الصحف العراقية للحملة الانتخابية اثناء الانتخابات التشريعية ٢٠١٠، الباحث الاعلامي، مجلة، كلية الاعلام، العدد التاسع، جامعة بغداد، ص ٧٣
- ١٩- روس هوارد: الاعلام والانتخابات، ترجمة المنبر المدني، بغداد، ص ٦
- ٢٠- فارس جميل ابو خليل، وسائط الاعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط ١، ٢٠١١، ص ١٠٨
- ٢١- روس هوارد: المصدر السابق ص ٨
- ٢٢- وسام راضي فاضل: دور القنوات الفضائية الاخبارية في تشكيل الصورة الاعلامية والسياسية عن العراق، الباحث الاعلامي، مجلة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد ٥، اذار ٢٠٠٩
- ٢٣- بسام عبد الرحمن المشاقبة: الاعلام البرلماني والسياسي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط ١، ٢٠١١، ص ٩

- ج٢، شركة التجارة والطباعة المحدودة، بغداد، ١٩٥٤، ص١٥٨.
- ٣٩- اصدرهما في بغداد محمد كامل في ٩ كانون الأول ١٩٠٩، وعبد الحسين الارزي في آيار ١٩١١.
- ٤٠- حسين جميل: العراق شهادة سياسية ١٩٠٨ - ١٩٣٠، دار اللام، لندن، ١٩٨٧، ص٦٥.
- ٤١- الاستقلال، جريدة، بغداد، العدد ٤، ٢٧ تشرين الأول ١٩٢٠.
- ٤٢- المصدر نفسه، العدد ٨، ٣١ تشرين الأول ١٩٢٠.
- ٤٣- عبد الرزاق الحسني: تاريخ العراق السياسي الحديث، ج١، العرفان، لبنان، ١٩٤٨ ص٨٥.
- ٤٤- الاستقلال: المصدر السابق، جريدة، بغداد، العدد ٥٧، ٩ شباط ١٩٢١.
- ٤٥- عبد الحسين شعبان، ص١٧٥.
- ٤٦- الحسني: - تاريخ الوزارات، المصدر السابق، ج١، ص٩٣.
- ٤٧- العراق، جريدة، بغداد، العدد ٢٥٨، ٢٧ اذار ١٩٢٢، جريدة الاستقلال، بغداد، العدد ٣٧٥، ١٢ اذار ١٩٢٢.
- ٤٨- جواد كاظم البيضاوي: تشريعات الاحزاب والجمعيات السياسية في العراق (العهد الملكي) ١٩٢٢ - ١٩٥٨. <http://www.wikipedia.org>.
- ٤٩- عبد الرزاق الدراجي: جعفر ابو التمن ودوره في الحركة الوطنية في العراق ١٩٠٨-١٩٤٥، بغداد، ١٩٧٨، ص١٨٦.
- ٥٠- مصطفى كامل: شرح القانون الدستوري، ط٢، دار الكتاب العربي بمصر، القاهرة، ١٩٥٢، ص٣٣.
- ٥١- رشيد حسين عكلة: دور وسائل الاعلام في توعية الناخب العراقي، الباحث الاعلامي، المصدر السابق العدد ١٤ ص ١١٨.
- ٥٢- رشيد حسين عكلة: المصدر السابق، ص١١٩.
- ٥٣- رشيد حسين عكلة: المصدر نفسه، ص١١٩.
- ٥٤- هاشم حسن وآخرون: الاعلام العراقي حرية التعبير والوصول الى المعلومة، هيئة الاعلام والاتصالات، بغداد، ٢٠١٠ ص ١٧.
- ٥٥- المصدر نفسه ص١٨.
- ٥٦- عادل خليل - كامل القيم، المصدر السابق ص٢٣.

المراجع والمصادر

اولا : الكتب

- ١- الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة: خليل صالح ابو اصبع، عمان ، دار ارام للنشر والتوزيع ، ١٩٩٥.
- ٢- الاعلام البرلماني والسياسي :بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار اسامة ، عمان ، ط١ ، ٢٠١١.
- ٣- الاعلام الاجتماعي : سناء الجبور، دار اسامة ، عمان ، الاردن ، ط١ ٢٠٠٩ .
- ٤- الاعلام العراقي حرية التعبير والوصول الى المعلومة : مجموعة مؤلفين ، هيئة الاعلام والاتصالات ، بغداد ، ٢٠١٠
- ٥- الاعلام والانتخابات : روس هوارد، ترجمة المنبر المدني ، بغداد، ٢٠٠٧.
- ٦- ابعاد المسؤولية الاجتماعية في البث الفضائي: عادل عبد الغفار، ج٣، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ٧- اعداد مخطط حملة :اودري ماك لاغلن وجنيفر فارو، (لبنان ، المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون لدولية) . ٢٠٠٥.
- ٨- تاريخ العراق بين احتلالين: عباس العزاوي ، ج٢، شركة التجارة والطباعة المحدودة، بغداد، ١٩٥٤
- ٩- تقنيات الاتصال الحديث : جوزيال جوال ، وسيلفي كوداري ترجمة صالح العلي ، اليونسكو ، تونس ، ١٩٩٣
- ١٠- دراسات في العلاقات العامة المعاصرة :محمود يوسف، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ٢٠٠٢.
- ١١- دليل تدريبي للاحزاب السياسية الانتخابية (لبنان :المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية : ناتالي سليمان. ٢٠٠٧.
- ١٢- تاريخ العراق السياسي الحديث، عبد الرزاق الحسيني ج١، العرفان، لبنان،
- ١٣- جذور التيار الديمقراطي في العراق: عبد الحسين شعبان ط١، بيسان، بيروت، لبنان، ٢٠٠٧
- ١٤- جعفر ابو التمن ودوره في الحركة الوطنية في العراق ١٩٠٨- ١٩٤٥ ، عبد الرزاق الدراجي، بغداد
- ١٥- حق المشاركة في الحياة السياسية : داود الباز القاهرة ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٢.
- ١٦- شرح القانون الدستوري: مصطفى كامل ط٢، دار الكتاب العربي بمصر، القاهرة، ١٩٥٢
- ١٧- العراق شهادة سياسية ١٩٠٨- ١٩٣٠:حسين جميل ، دار اللام، لندن، ١٩٨٧
- ١٨- النظم الانتخابية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، ط١، بيروت ٢٠٠٥.
- ١٩- مئة سؤال عن العلاقات العامة المعاصرة همام طلعت: عمان ، دار الفرقان . ١٩٨٦.
- ٢٠- مدخل الى الراي العام : كامل خورشيد مراد، دار المسيرة، عمان ، ط١، ٢٠١١.
- ٢١- معجم مصطلحات الاعلام :احمد زكي بدوي، القاهرة، دار الكتاب المصري ، ١٩٨٥
- ٢٢- وسائط الاعلام بين الكبت وحرية التعبير :فارس جميل ابو خليل دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ط١، ٢٠١١
- ثانيا :المجلات
- ١٠ الباحث الاعلامي ، مجلة ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة بغداد، كلية الاعلام ، العدد التاسع ، حزيران ، ٢٠١٠.

ثالثا : الصحف :

١ - موقع جمعية الاصلاح الانتخابي البرلمانية على

الانترنت www.electoral.reform.orj

٢- <http://www.wikipedia.org>

٠١ جريدة العراق ، بغداد، العدد ٢٥٨ ، ٢٧ اذار

١٩٢٢

٠٢ جريدة الاستقلال ، ، بغداد، العدد ٤، العدد ٨،

العدد ٥٧ ، ٢٧ تشرين الأول ١٩٢٠ ، ١٩٢١

رابعا : المواقع الالكترونية