



الحملة الانتخابية في العراق بين الأسلوب التقليدي والتحول الرقمي

الباحث : رضا الساعدي



عن المركز

مركز المنبر للدراسات والتنمية المستدامة، مركز مستقل، مقره الرئيس في بغداد. رؤيته الرئيسة تقديم وجهة نظر ذات مصداقية حول قضايا السياسات العامة والخارجية التي تخص العراق بنحو خاص ومنطقة الشرق الأوسط بنحو عام – فضلاً عن قضايا أخرى – ويسعى المركز إلى إجراء تحليل مستقل، وإيجاد حلول عملية جلية لقضايا تهتم الشأن السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، والثقافي.

لا تعبر الآراء الواردة في المقال بالضرورة عن اتجاهات يتبناها المركز وإنما تعبر عن رأي كاتبها

حقوق النشر محفوظة لمركز المنبر للدراسات والتنمية المستدامة

<https://www.almanbar.org>

info@almanbar.org



<https://t.me/manbarcenter>



[07816776709](tel:07816776709)

الحملات الانتخابية في العراق بين الأسلوب التقليدي والتحول الرقمي

الباحث : رضا الساعدي

المقدمة :

في ظل ما يشهده العالم من تغييرات كبيرة في السنوات الأخيرة، والنتيجة عن التطور التكنولوجي المتسارع، بات التحول الرقمي ضرورة لا غنى عنها ومؤشراً أساسياً لقياس مستوى التقدم والنجاح لأي بلد في المستويات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

هذا التحول لم يعد خياراً، بل أصبح واقعاً مفروضاً يعكس مدى التداخل العميق بين هذه المستويات، إذ لم تعد التكنولوجيا مجرد أدوات تقنية، بل أصبحت قوة فاعلة في إعادة تشكيل السياسات العامة وصنع القرار.

في هذا السياق، تبرز تكنولوجيا المعلومات كعامل محوري في إحداث التغيير الاجتماعي، فهي لا تمنح المجتمعات حريتها بشكل مباشر، بل تسهم كأداة فاعلة في دعم الممارسة الديمقراطية وتعزيزها، ولم تعد هذه التكنولوجيا مقتصرة على تسهيل عملية التصويت الإلكتروني فحسب، بل امتد تأثيرها ليشمل كافة جوانب العمليات الانتخابية، من تنظيم الحملات الانتخابية والتثقيف السياسي، إلى تسريع عمليات التدقيق وضمان الشفافية في نتائج الانتخابات⁽¹⁾.

و مما تقدم يتضح أن التحول الرقمي ليس مجرد تطوير تقني، بل هو إعادة صياغة للأنظمة السياسية والاجتماعية، ووسيلة لتحقيق المشاركة المجتمعية الفاعلة،

(1) مصطفى صلاح، الديمقراطية الرقمية: مجالات العمل وحدود التأثير والانعكاسات المحتملة، مركز شمس للاستشارات والبحوث

الاستراتيجية ، <https://shamscenter.com> / الديمقراطية-الرقمية-مجالات-العمل-وحد

وتعزيز مبادئ الديمقراطية والشفافية في العصر الحديث. لكن الواقع في العراق يكشف عن صورة مغايرة، حيث تشير طبيعة الحملات الانتخابية التي تنتهجها الأحزاب السياسية إلى ضعف في الاهتمام بالتحول الرقمي، أو ربما إلى غياب الإيمان بفاعليته كأداة مستقلة في إدارة العمليات الانتخابية والتواصل السياسي. ولفهم طبيعة الحملات الانتخابية في العراق وبيان السلبيات والإيجابيات، سنتناول الآتي :

١. الأسلوب التقليدي في الحملات الانتخابية العراقية

تتسم الحملات الانتخابية في العراق بغلبة الطابع التقليدي، إذ يتركز الاهتمام على الجوانب الشكلية والإعلانية أكثر من التركيز على المضمون البرامجي والفكري، فغالباً ما تنحصر الدعاية الانتخابية في التعريف بالمرشح والترويج لشعارات عامة تتحدث عن الإصلاح والخدمة العامة دون تقديم خطط واقعية أو آليات واضحة لتنفيذها، ويعتمد هذا الأسلوب على استخدام مكثف لوسائل الإعلام التقليدية ، أكثر من كونه وسيلة لعرض برامج تنموية أو مشاريع استراتيجية ، إن هذا النمط التقليدي من الحملات يعكس استمرار ثقافة انتخابية تُفضّل الرموز والشعارات على النقاشات الفكرية والمشاريع العملية، الأمر الذي يحد من تطور العملية الديمقراطية ويؤخر الانتقال نحو حملات انتخابية تقوم على البرامج والتخطيط⁽²⁾ .

أبرز وسائل هذا النمط من الحملات هي كالآتي:

- **المهرجانات الانتخابية:** مع بدء الحملات الانتخابية، قدم كل حزب برنامجه وحدد المدن التي سيزورها زعيمه لإقامة المهرجانات الخطابية، وفقاً للفئة الناجبة التي

(2) جاسم حسين الخالدي ، الحملات الانتخابية بين الصورة والبرنامج ، موقع جريدة الصباح ، <https://alsabaah.iq/122202-.html>

يستهدفها، ومع أن هذه المهرجانات تعد تقليداً انتخابياً للتواصل مع الجمهور، فإنها تحولت إلى ساحة للتباهي وإظهار الشعبية، حيث تنافست الأحزاب في عرض أعداد الحضور لإثبات تفوّقها على منافسيها بدلاً عن التركيز على مضمون البرامج الانتخابية⁽³⁾، وبرز سلبيات هذا النمط من المهرجانات الانتخابية :

- ضعف التأثير، إذ تستهدف هذه المهرجانات فئة محددة دون غيرها.
- لا يُعد حضور الجماهير دليلاً على تصويتهم الفعلي لصالح الحزب المنظم للمهرجان.
- تُستخدم هذه الفعاليات كوسيلة لإظهار مدى شعبية الحزب والإيمان بأفكاره، إلا أن جزءاً من الحضور قد يكون مدفوعاً بعوامل مادية أو منافع شخصية.

• **الزيارات الميدانية:** هي أحد الأساليب التقليدية في الحملات الانتخابية، يقوم خلالها المرشح أو ممثله بجولات ميدانية في المدن والأحياء للقاء المواطنين والتواصل المباشر معهم، تهدف هذه الزيارات إلى التعريف بالمرشح وبرنامجه الانتخابي، والاستماع إلى مشكلات الناس واحتياجاتهم، وبناء علاقة شخصية معهم تعزز الثقة وتزيد من فرص كسب أصواتهم .

• **توظيف موارد الدولة في الحملات الانتخابية :** يعد توظيف موارد الدولة في الحملات الانتخابية من أبرز مظاهر الخلل في الممارسات الديمقراطية، إذ يتمثل في استخدام المؤسسات والممتلكات العامة والإمكانات الحكومية لخدمة أهداف حزبية أو شخصية تخص المرشحين أو الأحزاب المشاركة في الانتخابات ، ويؤدي هذا السلوك إلى الإخلال بمبدأ تكافؤ الفرص بين المتنافسين، ويقوّض

(3) أيوب الريمي، المهرجانات الخطابية للأحزاب.. رسائل سياسية و"استعراض عضلات" ، <https://2u.pw/NPGB9E>

نزاهة العملية الانتخابية، كما يُضعف ثقة المواطن بالجهات الرسمية ، حيث يعمل بعض المرشحين على استغلال نفوذ حزبه في السلطة و تولي البعض منهم مناصب رفيعة يوظفها في حملته الانتخابية ، كالتعيينات وتوزيع قطع الأراضي والتعويضات والرعاية الاجتماعية، لتعزيز نفوذهم وضمان فوزهم في الانتخابات (4).

• **مراقبو الكيانات:** يشهد ملف مراقبي الكيانات السياسية في الانتخابات العراقية جدلاً متزايداً بسبب مخاوف من استغلال هذا الحق القانوني بطرق من شأنها أن تثير الشكوك لدى الجمهور بنزاهة العملية الانتخابية، فعلى الرغم من تحديد المفوضية العليا المستقلة للانتخابات مراقباً واحداً لكل كيان في كل محطة، ظهرت حالات تجاوز، مثل مطالبة بعض المرشحين بأعداد كبيرة من المراقبين، كما برزت منافسات بين المرشحين للحصول على حصص أكبر اعتماداً على النفوذ أو المال، في حين تشير تقديرات إلى دفع مبالغ تقدر ب ١٠٠ _ ١٥٠ ألف دينار للمراقبين، مما يجعل هذا الملف منفذاً محتملاً للإنفاق الانتخابي غير المشروع ولشراء الولاءات السياسية (5).

• **الأعلام الخارجي (الطريقي):** يُعد الإعلام الطريقي أحد أساليب الإعلان والدعاية الميدانية التي تعتمد على استثمار الفضاءات العامة والطرق لنشر الرسائل الموجهة إلى الجمهور، ويتمثل في الإعلانات والملصقات واللافتات التي تُعلق

(4) سيف العبيدي ، العراق.. كيف تستغل موارد ومقدرات الدولة في الدعاية الانتخابية؟ ، شبكة الساعة ، <https://2u.pw/iIVQtW>

(5) مراقبو الكيانات يشعلون الأجواء.. بين حماية الصناديق وصناعة سوق انتخابية خفية ، observeriraq ، <https://2u.pw/wjWglw>

في الشوارع والساحات وعلى المباني والجسور، بهدف جذب انتباه المارة والسائقين والتأثير فيهم بصورة مباشرة وسريعة.

منذ انطلاق الحملات الانتخابية في الثالث من تشرين الأول عام ٢٠٢٥، شهدت العاصمة بغداد العديد من الخروقات في استخدام الشوارع والجسور والطرق للإعلانات الانتخابية، في تجاوز واضح للضوابط التي حددتها أمانة بغداد لتنظيم الدعاية^(٦)، وقد أوضح المركز الاستراتيجي لحقوق الإنسان في العراق أن عدد صور المرشحين في عموم المحافظات تجاوز المليون صورة خلال اليومين الأولين من بدء الحملة الدعائية، ما يعكس الانتشار المفرط للإعلام الطرقي وضعف الالتزام بالضوابط التنظيمية التي تهدف إلى الحفاظ على المظهر العام والنظام الحضري للمدن^(٧).

ومثل هكذا نوع من الدعاية الانتخابية فيه اضرار سلبية تتمثل على النحو التالي:

- تأثيرها محدود .
- تسبب تشوهاً بصرياً وتخفي المظاهر الجمالية في الشوارع والساحات العامة.
- مرتفعة الكلفة وتتطلب عدداً كبيراً من العاملين لتركيبها.
- الإفراط في استخدامها وحجمها، إذ تُعلق بوسترات ضخمة تؤثر سلباً على السائقين والمارة، كما يضع بعض المرشحين عشرات الصور المتقاربة في شارع واحد دون حاجة، مما يعكس نمطاً غير مدروس من التوزيع الدعائي.
- إلحاق الضرر بالملكات العامة، حيث تسببت بعض الإعلانات في أضرار لشبكات المياه والإنترنت الموجودة تحت الأرض.

^(٦) موقع شفق نيوز ، بغداد.. الشوارع تدفع ثمن فوضى الحملات الإعلانية للمرشحين (صور) ، <https://2u.pw/YgmQci>

^(٧) صحيفة الشرق الأوسط ، مليون صورة» وأحزاب تفتح الخزائن لانتخابات العراق ، <https://2u.pw/V7XsDx>

- خطر على المارة، إذ سقطت بعض اللوحات الكبيرة غير المثبتة جيداً مما تسبب في حدوث إصابات وخسائر .
- مخالفة لتوجيهات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، وذلك على ضوء ضوابط الحملة الانتخابية التي أصدرتها، وهي كالآتي⁽⁸⁾ :
- يُمنع استخدام المواد اللاصقة أو الكتابة على الجدران، كما يُحظر وضع الإعلانات على بعد أقل من 100 متر من مراكز الاقتراع أو الأبنية الرسمية.
- يُمنع استخدام مقرات الوزارات أو مؤسسات الدولة أو أماكن العبادة للدعاية الانتخابية، ويُحظر استغلال شعار الدولة أو مواردها وأجهزتها لأي أغراض انتخابية.

ولعل الحل الأمثل لهكذا نوع من الدعاية يكمن في ما يلي:

- الاعتماد على المباني والأسطح الخاصة مقابل مبلغ مادي، حيث يقوم المرشحون أو الأحزاب باستئجار مساحات للإصاق للإعلانات الانتخابية عليها.
- الاعتماد على لوحات الإعلانات المخصصة في أماكن معينة، والتي غالباً ما تكون مملوكة لشركات الإعلان والتسويق المتخصصة.
- الاعتماد على الشاشات الرقمية، التي تتميز بالقدرة على عرض عشرات المنشورات والإعلانات في أوقات مختلفة ومتغيرة، ما يتيح وصول الرسائل الانتخابية بشكل متكرر ومرن.
- تخصيص أماكن محددة للإعلانات من قبل البلديات، كما هو معمول به في اليابان، حيث تخصص البلديات مساحات محددة في الشوارع والساحات العامة لتثبيت لوحات إعلانات انتخابية تعرف باسم "Senkyo Keijiba" ، وتعد المساحة الوحيدة المسموح فيها بتعليق الإعلانات الانتخابية. وتختلف سعة هذه اللوحات

⁽⁸⁾ وكالة الأنباء العراقية ، المفوضية تحدد شروط وضوابط نظام الحملات الانتخابية ، <https://ina.iq/ar/political/128407--.html>

حسب المنطقة، ففي طوكيو، على سبيل المثال، تحتوي بعض اللوحات على ما يصل إلى 70 فتحة لاستيعاب عدد كبير من المرشحين في الانتخابات المحلية⁽⁹⁾.

٢. الحملات الانتخابية في ظل التحول الرقمي

ان التطور التكنولوجي ونتائجه، المتمثلة بالتحول الرقمي و الذكاء الاصطناعي فتح آفاق جديدة في عالم السياسة، وأصبح كل نشاط يتسم بالطابع السياسي لا يمكنه تجاهل " نتائج الثورة الصناعية الرابعة " ، وإسهاماتها الكبيرة في الميدان التقني سيما الفضاء الافتراضي. وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العراق وفقاً لإحصائيات عام 2024 ، بلغ **36.22 مليون مُستخدم**، بنسبة انتشار وصلت إلى **78.7%** من إجمالي السكّان. كما بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العراق خلال شهر كانون الثاني/ يناير 2024 نحو **31.95 مليون مُستخدم**، أي ما يعادل **69.4%** من مجموع السكّان⁽¹⁰⁾. ويتوزع مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي في العراق على النحو الآتي⁽¹¹⁾:

- **TikTok** : 34.3 مليون مستخدم
- **YouTube** : 22.3 مليون مستخدم
- **Facebook** : 20.1 مليون مستخدم
- **Instagram** : 19 مليون مستخدم
- **Snapchat** : 18.5 مليون مستخدم

و على الرغم من الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي في العراق، فإن توظيفها في الحملات الانتخابية لا يزال محدوداً، إذ يقتصر غالباً على الترويج

⁽⁹⁾ Tokyo installs extra-large campaign boards ahead of metropolitan assembly vote , <https://2u.pw/EHllrP>

⁽¹⁰⁾ The state of digital in Iraq in 2024 , DataReportal , <https://2u.pw/88hlzF>

⁽¹¹⁾ نمو قياسي في استخدام الإنترنت بالعراق: TikTok يتصدر وفيسبوك في المرتبة الثالثة ، <https://2u.pw/jGk9xN>

الدعائي السريع دون اعتماد استراتيجيات رقمية مدروسة تستند إلى تحليل البيانات واستهداف الفئات الناجبة بدقة، ما يجعل الاستثمار الرقمي في الانتخابات قائماً لكنه غير ناضج بعد ، ويحتاج إلى تطوير لتحقيق تأثير أكبر في توجهات الناخبين.

وفضلاً عما تقدم ، توجد مؤشرات تدل على أن الفضاء الرقمي أصبح اليوم ساحة مركزية للحملات الانتخابية في العراق، لكن استثماره من قبل المرشحين ما يزال محدوداً من حيث العمق والتأثير، إذ يتركز الاستخدام على الجوانب الشكلية مثل "الترند" والصور الجذابة والتفاعل السطحي، بدلاً من بناء حملات مدروسة تقوم على تحليل البيانات أو طرح برامج انتخابية واقعية ، كما يلجأ بعض المرشحين إلى شراء المتابعين أو دعم المؤثرين لخلق صورة رقمية وهمية عن الشعبية، ما يعكس ضعف النضج في توظيف الفضاء الرقمي سياسياً رغم اتساع نطاق استخدامه في المجتمع العراقي⁽¹²⁾، إذ يوجد في العراق 34.3 مليون انسان يستخدمونه بشكل يومي⁽¹³⁾.

ومما تقدم، يتيح الفضاء الرقمي مجالاً واسعاً ومرناً للحملات الانتخابية، لما يتميز به من قدرة عالية على الوصول والتفاعل. ويمكن تلخيص أبرز إيجابياته بما يأتي:

- اتساع نطاق التأثير، إذ يُمكن المرشح أو الحزب من الوصول إلى شرائح جماهيرية واسعة داخل البلاد دون قيود مكانية أو زمنية.
- إمكانية الوصول إلى البرامج الانتخابية في أي وقت، مما يعزز وعي الناخبين ويتيح لهم الاطلاع على تفاصيل المرشحين بسهولة.

⁽¹²⁾ الفضاء الرقمي ومرشحو الانتخابات: سخرية واستغلال الترند للوصول إلى قبة البرلمان ، مؤسسة انسم للحقوق الرقمية ،

<https://insm-iq.org/?p=1635>

⁽¹³⁾ نمو قياسي في استخدام الإنترنت بالعراق: TikTok يتصدر وفيسبوك في المرتبة الثالثة ، مصدر سبق ذكره

- انخفاض التكاليف مقارنة بالأساليب التقليدية كالإعلانات الطرقيه والمهرجانات الجماهيرية، مما يجعله وسيلة فعالة خاصة للمرشحين المستقلين أو أصحاب الموارد المحدودة.
- قلة الحاجة إلى الأيدي العاملة، إذ يمكن إدارة الحملات الرقمية بعدد محدود من المتخصصين في التسويق والإعلام الإلكتروني.
- الحفاظ على الممتلكات العامة لكونه لا يتسبب في تشوّه بصري أو أضرار مادية كما هو الحال في الإعلام الطرقي.
- إمكانية الدمج مع الأساليب التقليدية مثل اللقاءات الميدانية أو الندوات الجماهيرية لتعزيز الحضور الواقعي والرقمي معاً.
- تعزيز التفاعل المباشر مع الجمهور من خلال التعليقات، والبت المباشر، واستطلاعات الرأي، مما يسمح بقياس توجهات الناخبين بشكل لحظي.
- الاستفادة من أدوات التحليل الرقمي لتحديد الفئات المُستهدفة بدقة، وتصميم محتوى يتناسب مع اهتماماتها وسلوكها الانتخابي.
- السرعة في نشر المعلومات والتصحيح، حيث يمكن للمرشح الرد على الشائعات أو المعلومات فوراً، مما يزيد من الشفافية والمصداقية.

الخلاصة :

تُعتبر الحملات الانتخابية أحد الركائز الأساسية للديمقراطية، لما توفره من وسيلة لتثقيف الناخبين حول الأحزاب وبرامجها ومرشحيها، وتعزيز مشاركتهم في العملية السياسية. ومع التطوّر الرقمي وظهور الفضاء الافتراضي الواسع، يُثار اليوم التساؤل حول مدى الحاجة إلى الاعتماد على الأساليب التقليدية في الحملات

الانتخابية، خاصةً في ظل الأضرار التي قد تنتج عنها، مثل التلوث البصري في المدن الكبرى والإضرار بالممتلكات العامة.

ويشير الواقع السياسي في العراق إلى وجود قصور واضح في تبني الأحزاب للحملات الرقمية، إذ تركّز العديد منها على الشعارات الرمزية في الميدان الانتخابي، مع ضعف منجزاتها وتراجع مستوى الدعم الجماهيري لها نتيجة التجارب المتكررة من إخفاقات العملية السياسية، كما تلعب ثقافة الناخب دوراً محورياً، إذ يميل غالباً إلى الأحزاب التي تقدم وعوداً بمنافع شخصية مباشرة، مثل المساعدات والرعاية الاجتماعية، بدلاً من التركيز على البرامج والخطط الواقعية التي تسعى إلى تحسين الوضع الاقتصادي وتعزيز التنمية المستدامة في البلاد.

ومن ثم، فإن تحقيق تحوّل فعال نحو الحملات الانتخابية الرقمية يتطلب إرادة سياسية حقيقية من قبل الأحزاب والناخبين على حدٍ سواء، إلى جانب دور فاعل للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات وأجهزة تنفيذ القانون، التي ينبغي أن تضمن الالتزام بالضوابط القانونية وتطبيقها بصرامة. كما يستلزم ذلك وضع أطر تشريعية وتنظيمية واضحة تدعم استخدام الوسائل الرقمية في الحملات الانتخابية، بما يضمن النزاهة والشفافية ويعزز المشاركة المجتمعية في العملية الديمقراطية.
