سوسيولوجيا الشعارات الانتخابية العراقية

(دراسة تحليلية للشعارات الانتخابية: مجالس المحافظات ٢٠١٣، ومجلس النواب٢٠١٤).

الاستاذ الدكتورة بلقيس محمد جواد(*)

المقدمة:

إن أشارة الدستور العراقي لعام ٢٠٠٥، الى حق العراقيين بالتمتع بالحريات كافة. نصت المادة"٣٨ أولاً" من الفصل الثاني والمتعلقة بالحريات العامة على جملة من الحريات العامة، حق التعبير والإجتماع والتظاهر السلمي، والنشر والأعلام والصحافة، وكذلك حرية تأسيس الجمعيات والأحزاب السياسية والإنضمام اليها وغيرها من الحقوق.

لقد نظمت هذه الحقوق بقوانين، ومنها ما يتعلق بالعملية الأنتخابية (قانون الانتخابات لمجالس المحافظات المعدل رقم ٣٦ لسنة ٢٠٠٨، وقانون انتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٣). لقد مارس العراقيون حقهم الأنتخابي منذ ٢٠٠٣، أنتخاب الجمعية النيابية ومن ثم الاستفتاء على دستور ٢٠٠٥، وبعدها مارس الشعب ثلاث عمليات أنتخابية لمجلس النواب، وثلاثة أنتخابات لمجالس المحافظات. لقد تنافست الكيانات السياسية العراقية ومنذ ٢٠٠٥، من خلال دعايتها الانتخابية، للفوز والوصول الى السلطة. لذا كانت الدعاية الانتخابية ومنها الشعارات والبرامج، الوسيلة والاداة للتعرف على الكيان السياسي، والتأثير على الناخبين بالمشاركة ومنح أصواتهم لتلك الكيانات المتنافسة.

تتناول هذه الدراسة تحليل مضامين الشعارات الانتخابية التي رفعت من قبل الكيانات السياسية في انتخابات مجالس المحافظات في ٢٠١٣، وكذلك انتخابات مجلس النواب في ٢٠١٤. أن هذه الدراسة تكاد تكون حديثة في ألاروقة البحثية للاكاديمية العراقية، لأن الديمقراطية، كنظام حكم وتطبيق، ظاهرة جديدة على الشعب والنظام السياسي العراقي، ومن ثم التنافس الديمقراطي بين الكيانات السياسية من خلال شعاراتها المتنوعة المختلفة، وما تنطوي عليه من معاني واهداف وبرامج، تستحق الغور في مضامينها للكشف عن حقيقة توجهات ومواقف الكيانات السياسية العراقية، لأن الشعار ما هو إلا خريطة طريق، وبرنامج

(*) كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد.

مختصر للكيان الذي يسعى الى تطبيقه عند الفوز والوصول الى الحكم. وأخيراً لو أخذنا معدل مشاركة الناخبين العراقيين، خلال العشر سنوات من الحكم الديمقراطي، أربعة أنتخابات نيابية، وثلاثة انتخابات مجالس محافظات، واستفتاء على الدستور، بالمحصلة النهائية كانت المشاركة بمعدل ٦٥%. تدل هذه النسبة على مشاركة كبيرة وواسعة. هنا يطرح السؤال نفسه:

هل يؤثر الشعار الانتخابي على المشاركة الانتخابية؟ ثم ما هي طبيعة هذه الشعارات؟ وهل توجد مقاييس لنجاح او فشل للشعارات؟ هذا اذا ما علمنا بان ثلثي اعضاء البرلمان تقريبا قد أستبدلوا، في انتخابات مجلس النواب الحالي ٢٠١٤، حيث بلغ عدد النواب الجدد الذين فازوا بالانتخابات (٢١١) نائباً من أصل (٣٢٨) نائب، وكما اعلنتها المفوضية العليا المستقلة للإنتخابات، وكذلك فازت (٢٢) نائبة بدون كوتا من أصل (٨٣) نائبة. وهذا ايضاً ما حدث في انتخابات مجالس المحافظات. هل هذه المؤشرات تدعم اهمية، دور وتاثير الشعار الانتخابي؟

نفترض ان الكيانات السياسية ترفع الشعارات الانتخابية نظراً لأهميتها في التأثير على الناخبين لصالحها. إلا ان الاشكالية في هذه الشعارات انها كثيرة جداً، ثم انها مختلفة ومتنافرة من حيث الأهداف والوظيفة المراد منها،. لذا واجهتنا صعوبة في جمعها وتصنيفها، حتى أستَّعنا بمنهجية الاستطلاع الميداني في تصوير الشعارات المكتوبة في الافتات (اليافطات) والملصقات المنتشرة في شوارع بغداد والمحافظات العراقية، وما وزعته الاحزاب والكيانات السياسية المشاركة من كتيبات لشعاراتها وبرامجها، وما حصلنا عليه من بطاقات الجيب من قبل المرشحين، وذلك بدراسة وتحليل مضمون هذه الشعارات وقدرتها في التأثير وفق نظرية النفوذ.

لقد اعتمدنا في مصادرنا، من حيث الارقام والإحصائيات وتحديد المصطلحات والقرارات والنظم والقوانين الصادرة من المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، باعتبارها الهيئة الرسمية والمنظمة للعملية الانتخابية في العراق منذ عام ٢٠٠٣.

المبحث الأول: الشعارات والأسس النظرية.

تقوم الدراسات العلمية على أسس نظرية تحلل الظواهر السياسية، ومنها ظاهرة الشعارات الانتخابية. قبل البدء نعرج على دور المفوضية العليا المستقلة للانتخابات باعتبارها

هيئة منظمة للعملية الانتخابية ومنها ضوابط الدعاية الانتخابية، فيما يتعلق بانتخابات مجالس المحافظات لسنة٢٠١٣ وكذلك بانتخابات مجلس النواب لسنة ٢٠١٤.

المطلب الأول: المفوضية العليا للانتخابات والارقام المعلنة.

لقد نظمت المفوضية العليا الانتخابات في العراق. وحددت الطرق الخاصة بالعملية الانتخابية، ووضحت التعديلات التي أجريت على قانون الانتخابات رقم ٣٨ لسنة ٢٠٠٨ لإنتخابات مجالس المحافظات، والتعديل في النظام الانتخابي للإنتخاب مجلس النواب ٢٠١٤ لذا أن جميع الارقام والتعليمات الصادرة من قبلها هي رسمية، ويعتمد عليها.

أولاً: انتخابات مجالس المحافظات ٢٠١٣:

لقد جرت أنتخابات مجالس المحافظات يوم السبت المصادف ٢٠١٣/٤/٢٠ ، لـ"١٢" محافظة عراقية من أصل "١٥" محافظة. مع إستثناء محافظات أقليم كوردستان، أي ثلاث محافظات أجلت أنتخابات فيها، ومحافظة كركوك التي لها وضعها الخاص. وعلى الرغم من ذلك طالبت المفوضية العليا للانتخابات في قرارها رقم"١" من المحضر الاستثنائي في ٢٠١٢/٩/٣٠، من مجلس النواب البت في تقرير وضع محافظة كركوك، إلا أنه لم يحرك ساكناً. أما محافظتي الأنبار ونينوى، فقد تقرر تأجيل الانتخابات فيهما لمدة لا تتجاوز الستة أشهر، بناءاً على القرار"١٣" المتخذ في الجلسة العاشرة لمجلس الوزراء في ٢٠١٣/٣/١٩ والذي قضى بتأجيل الأنتخابات لـ(٦) أشهر، حتى يستتب وضعها الأمني[١].

أما عدد المرشحين في المحافظات الـ"١٤" فهو "٨١٣١" مرشحا ومرشحة، وعدد الكيانات والائتلافات "١٣٩"ائتلافاً، ثم أن عدد المقاعد المخصصة لمجالس المحافظات "٤٤٧" مقعداً. أما عدد الناخبين فهو "١٦,٢٠٠" مليون ومئتين الف ناخباً، وبعد تأجيل أنتخابات محافظتي الأنبار ونينوى، فضلاً عن كركوك، أصبح عدد الناخبين الذين يحق لهم المشاركة في العملية الأنتخابية في ٢٠١٣/٤/٢٠ في المحافظات، الـ"١٢" محافظة فهو"١٤,٢٠٠" ناخبا[٢].

جدول (١) يوضح عدد المرشحين لكل محافظة وعدد الكيانات والائتلافات.

المحافظة	عدد المرشحين	عدد الكيانات والائتلافات
نينوى	٦٣٦	٢٨
ديالى	٣٧٣	١٧
الأنبار	٥٦٧	١٦
بغداد	١٦٧٩	٤٣
بابل	٦١٩	١٧
كربلاء	٦٠٨	١٦
واسط	٤٢٥	١٥
صلاح الدين	٥٨٤	١٩
النجف	٤٦١	١٣
الديوانية	٤٧١	١٤
المثنى	٣٣١	١٠
ميسان	٢٨٩	٩
ذي قار	٤٠٣	١٠
البصرة	٦٥٣	٢٥

الجدول رقم (١) من عمل الباحثة

سؤال يفرض نفسه: ما هي الطريقة التي حدد بموجبها عدد المقاعد لكل محافظة؟ كيف؟ ولماذا؟

أن الجواب يقودنا الى توضيح التعديلات الأربعة التي أجريت على قانون الانتخابات المرقم ٣٦ لعام ٢٠٠٨[٣]، من قبل المفوضية وهي:

١. التعديل الأول: أُلغيت المادة "١٠" من القانون والتي كانت تنص على أنه: (يجب أن لا يزيد عدد المرشحين في القائمة عن عدد المقاعد المخصصة للدائرة الأنتخابية)، وحلت محلها المادة "٢" المعدلة والتي تنص على أن(لا يزيد عدد المرشحين في القائمة على ضعف عدد المقاعد المخصصة للدائرة الأنتخابية).
٢. التعديل الثاني: أُلغيت الفقرة" أولاً من المادة ١٧"، والتي كانت تنص على (تعتمد المفوضية في وضع سجل الناخبين، وتحدد المقاعد الإنتخابية على أحدث إحصائية لقاعدة بيانات وزارة التجارة بالبطاقة التموينية لحين إجراء الإحصاء السكاني العام). وحلت محلها المادة"٣" المعدلة والتي تنص على أن(تعتمد المفوضية العليا في

سجل الناخبين وتحديد المقاعد الانتخابية على احدث بيانات الجهاز المركزي للإحصاء).

٣. التعديل الثالث: ألغيت المادة "٥٠" والتي كانت تنص على أن: (تمنح الأقليات القومية والدينية المسيحية المنصوص عليها في الدستور مقاعد في مجالس المحافظات وكما يأتي:

أ. بغداد، ٣ مقاعد للمسيحين فقط.

ب. نينوى، ٣ مقاعد، مقعد واحد لكل من الأيزيدين، الشبك، والمسيحيين.

ج. كركوك: ٢ مقعد للمسيحيين.

د. دهوك: ٢ مقعد للمسيحيين.

هـ. أربيل ٢ مقعد للمسيحيين.

و. و. البصرة: مقعد واحد للمسيحيين.

وحلت محلها المادة "٥٢" المعدلة والتي جاء فيها:

أولاً- تخصص المقاعد الآتية للمكونات المبنية إزاءها ضمن مقاعد مجالس المحافظات.

أ. بغداد: أربعة مقاعد، مقعد واحد لكل من المسيحين، الصابئة المندائية،التركمان، الأكراد الفيليين.

ب. نينوى: ثلاثة مقاعد، مقعد واحد لكل من المسيحيين، الأيزيدين، الشبك.

ج. البصرة: مقعد للمسيحيين.

د. واسط: مقعد واحد للكرد الفيليين.

ثانياً: تخصص المقاعد الآتية للمكونات المبيَّنة إزاؤها ضمن مقاعد مجالس الأقضية.

أ. مقعد واحد للصابئة المندائية في كل من البصرة، العمارة، بغداد/ الرصافة.

ب. الموصل: مقعدان، مقعد واحد لكل من الأيزيدين، الشبك.

ج. مقعد واحد للمسيحيين في البصرة، الموصل، العمارة، بغداد/ الكرخ/ الرصافة.

ثالثاً. يخصص المقعد للقائمة التي تحصل على أعلى الأصوات، ويخصص به المرشح الذي يحصل على أعلى الأصوات في القائمة.

٤. التعديل الرابع: أُلغيت الفقرة " خامساً من المادة ١٣"، والتي كانت تنص على أن: (منح المقاعد الشاغرة عند وجودها للقوائم المفتوحة الفائزة التي حصلت على أعلى عدد من الأصوات). وحلت محلها المادة"١٣" المعدلة والتي تنص على ما يأتي:

أ. تقسم الأصوات لكل قائمة على الأرقام الفردية (١، ٣، ٥، ٧، ٩، ١١) على عدد المقاعد للدائرة الأنتخابية، ثم يجري البحث عن أعلى رقم من نتائج القسمة، ليعطي مقعداً، وتكرر الحالة حتى يتم أستفاد جميع المقاعد للدائرة الأنتخابية.

ب. تحذف عبارة القاسم الأنتخابي أينما وردت في قانون أنتخابات مجالس المحافظات والأقضية.

لقد أستخدمت المفوضية نظام (سانت ليغو)، لأجل تقليل العيوب الناجمة عن عدم التماثل بين عدد الأصوات المعبرة عنها وعدد المقاعد المتحصل عليها. هذا العيب الذي تستفيد منه الأحزاب الكبيرة على حساب الأحزاب الصغيرة منها".

يوضح الجدول التالي، الطريقة التي أستخدمت في تحديد عدد المقاعد الأنتخابية لكل كيان. لقد نصت المادة "٢٤" من قانون أنتخابات مجالس المحافظات رقم ٣٦ لسنة ٢٠٠٨ المعدل على ما يأتي: (يتكون مجلس المحافظة من "٢٥" خمسة وعشرين مقعداً، يضاف اليه مقعد واحد لكل "٢٠٠,٠٠" مائتي ألف نسمة، لما زاد عن "٥٠٠,٠٠٠ " خمسمائة ألف نسمة).

جدول رقم (٢)

المحافظة	عدد سكانها	ناقص ٥٠٠,٠٠٠	المتبقي	مقعد لكل ٢٠٠,٠٠٠	العدد	مقاعد ثابتة	مجموع المقاعد	مقاعد للمكونات
نينوى	٣,٣٥٣,٨٧٥	=	٢,٨٥٣,٨٧٥	=	١٤	٢٥	٣٩	٣
ديالى	١,٤٧٧,٦٨٤	=	٩٧٧,٦٨٤	=	٤	٢٥	٢٩	
الأنبار	١,٥٩٨,٨٢٢	=	١,٠٩٨,٢٢	=	٥	٢٥	٣٠	
بغداد	٧,٢٥٥,٢٧٨	=	٦,٧٥٥,٢٧٨	=	٣٣	٢٥	٥٨	٤
بابل	١,٨٦٤,١٢٤	=	١،٣٦٤,١٢٤	=	٦	٢٥	٣١	
كربلاء	١,٠٩٤,٢٨١	=	٥٩٤,٢٨١	=	٢	٢٥	٢٧	
واسط	١,٢٤٠,٩٣٥	=	٧٤٠,٩٣٥	=	٣	٢٥	٢٨	١
صلاح الدين	١,٤٤١,٢٦٦	=	٩٤١,٢٦٦	=	٤	٢٥	٢٩	
النجف	١,٣١٩,٧٨٠	=	٨١٩,٦٠٨	=	٤	٢٥	٢٩	
الديوانية	١,١٦٢,٤٨٥	=	٦٦٢,٤٨٥	=	٣	٢٥	٢٨	
المثنى	٧٣٥,٩٠٥	=	٢٣٥,٩٠٥	=	١	٢٥	٢٦	
ذي قار	١,٨٨٣,١٦٠	=	١,٣٨٣,١٦٠	=	٦	٢٥	٣١	
ميسان	٩٩٧,٤١٠	=	٤٩٧,٤١٠	=	٢	٢٥	٢٧	
البصرة	٢,٦٠١,٧٩٠	=	٢,١٠١,٧٩٠	=	١٠	٢٥	٣٥	١
المجموع	٣٤,٢٠٧,٢٤						٤٤٧	

المصدر: موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات

سؤال يفرض نفسه: هل تسري الكوتا ٢٥% للمرشحات، وفق نظام الأنتخابات الجديد سانت ليغو؟.

جدول رقم (٣)

يوضح عدد مقاعد النساء لكل محافظة، ويوضح كذلك عدد مقاعد كل المحافظة.

المحافظة	عدد مقاعدها	عدد المرشحات	عدد مقاعد النساء
نينوى	٣٩	١٧٩	١٠
ديالى	٢٩	١١٨	٨
الأنبار	٣٠	١٤٦	٨
بغداد	٥٨	٤٥٨	١٥
بابل	٣١	١٦٦	٨
كربلاء	٢٧	١٦٤	٧
واسط	٢٨	١١٢	٧
صلاح الدين	٢٩	١٦٢	٨
النجف	٢٩	١٢٣	٨
الديوانية	٢٨	١٢٦	٧
المثنى	٢٦	٨٨	٧
ذي قار	٣١	١٠٣	٨
ميسان	٢٧	٧٨	٧
البصرة	٣٥	١٧٨	٩
المجموع	٤٤٧	٢٢٠١	١١٧

الجدول من عمل الباحثة

ثانياً: انتخابات مجلس النواب لسنة ٢٠١٤:

أما ما يتعلق بانتخابات مجلس النواب لسنة ٢٠١٤ ، فقد اعتمدت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات نظام (سانت ليغو المعدل)، للانتخابات البرلمانية لعام٢٠١٤ ، بدل نظام التمثيل النسبي، الذي اعتمد في انتخابات مجلس النواب ٢٠١٠ . وفق حسابات سياسية للكيانات الكبيرة/ القوية، الراغبة في فرض هيمنتها على العملية السياسية.

وفيما يخص عدد المرشحين المتنافسين للانتخابات النيابية في عموم العراق كان (٩٠٣٢) مرشحاً، وبواقع (٦٤٢٥) رجلاً، و(٢٦٠٧) إمرأة. يتنافسون على (٣٢٨) مقعد نيابي، الا أنه خصصت (٨) مقاعد للمكونات الآتية، المكون المسيحي خصص له (٥) مقاعد، والمكون الشبكي مقعد واحد، والمكون الايزيدي مقعد واحد والمكون الصابيئ مقعد واحد.

لقد أتبع نظام الدوائر المتعددة وبعدد المحافظات، (١٨) محافظة تقابلها (١٨) دائرة انتخابية، الا انه أستثنى المكون المسيحي في ان يكون العراق بالنسبة اليهم دائرة انتخابية واحدة.

راجع الجدول ادناه، موضح عدد المقاعد المخصصة لكل محافظة، وعدد المرشحين من الرجال والنساء، فضلا عن المقاعد المخصصة للمكونات الاجتماعية.

الجدول رقم (٤)

المحافظة	عدد المقاعد	مقاعد المكون	مقاعد النساء	عدد المرشحين	عدد الرجال	عدد النساء
أربيل	١٦	مقعد للمسيحيين	٤	١٣٩	٩٨	٤١
الأنبار	١٥	٠	٤	٢٧٢	١٩٠	٨٢
البصرة	٢٥	٠	٦	٧٧٧	٥٦٠	٢١٧
السليمانية	١٨	٠	٥	١٥٥	١١٠	٤٥
القادسية	١١	٠	٣	٣٩٤	٢٨٢	١١٢
المثنى	٧	٠	٢	١٥٨	١١٤	٤٤
النجف	١٢	٠	٣	٣٠١	٢٢٠	٨١
بابل	١٧	٠	٤	٥٧٣	٤١٣	١٦٠
بغداد	٧١	١ للمسيحيين+١ للصابئة	١٧	٣٣٠٥	٢٣١٦	٩٨٨
دهوك	١٢	١ للمسيحيين	٣	٨٩	٦٢	٢٧
ديالى	١٤	٠	٤	٢٩٦	٢٠٩	٨٧
ذي قار	١٩	٠	٥	٦٥١	٤٧١	١٨٠
صلاح الدين	١٢	٠	٣	٢٧٧	١٦٣	٦٤
كربلاء	١١	٠	٣	٣٠٦	٢٢١	٨٥
كركوك	١٣	١ للمسيحيين	٣	٣١٤	٢٢٦	٨٨
ميسان	١٠	٠	٣	٢٠٤	١٥٠	٥٤
نينوى	٣٤	١ للمسيحيين+ ١ للشبك+١ للايزيدين	٨	٤٥٧	٣٢٢	١٣٥
واسط	١١	٠	٣	٤١٤	٢٩٧	١١٧
١٨ محافظة	٣٢٨ مقعد البرلمان العراقي	٨ مقاعد للمكونات	٨٣	٩٠٣٢	٦٤٢٥	٢٦٠٧

المصدر: من موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات

لقد صنفت المفوضية العليا للانتخابات الناخبين العراقيين الى مجموعتين، وفق معاير محددة منها الموقع الجغرافي لوجود الناخبين من جانب، والظرف الخاص لهم من جانب آخر، وعليه توزعت بالشكل الآتي:

١. معيار الموقع الجغرافي: الناخبون العراقيون في الخارج، والناخبون العراقيون في الداخل.

أ. لقد جرت العملية الانتخابية لعراقيي الخارج في (٢٠) دولة، يومي ٢٧ـ٢٠١٤/٤/٢٨ . وقد بلغ عدد الناخبين المصوتين منهم (٥٣٢،١٦٥) ولقد وضحت المفوضية بأن عدد وكلاء الكيانات السياسية هو(١٤٣٢) وكيلاً وعدد المراقبين المعتمدين من قبلها (٣٧٤) مراقباً وعدد الاعلاميين المعتمدين (٣٩٤) إعلامياً.

ب. أما عرقيو الداخل، فقد جرت الانتخابات يوم ٢٠١٤/٤/٣٠، من الساعة السابعة صباحا وحتى السادسة عصراً، وأن تحديد الوقت كان مبرمجاً وفق التكنلوجيا الحديثة عبر البطاقة الالكترونية وجهاز التحقق الالكتروني والبصمة، والتي برمجت ساعات عملها. مما اعطى الاسبقية للإنتخابات العراقية في منطقة الشرق الاوسط، بأستخدامها التكنلوجيا في العملية الانتخابية النيابية لعام ٢٠١٤.

كان عدد الناخبين في الداخل، والذين يحق لهم التصويت في عموم العراق (٢٠,٧١٢,٤٣٧) مليون ناخب عراقي. وفيما يتعلق بعدد مراكز الاقتراع العام فكان (٨٠٧٥) مركزاً، بواقع (٤٨٨٥٢) محطة انتخابية.

اما عدد المراقبين الدوليين فكان (٢١٠٠) مراقب، والمراقبيين المحليين كان(١٧٠ الف) مراقب، أما عدد الوكلاء التابعين للكيانات السياسية والذين اعتمدتهم المفوضية بشكل رسمي فكان (٦٢٦ ألف) وكيل، وعدد الاعلاميين الدوليين (٢٧٨) اعلاميا، وكذلك عدد الجهات الاعلامية الدولية كانت(٩٦)، وعدد الاعلاميين المحليين (٤٨٠٠) اعلامياً.

٢. معيار الظرف الذاتي للناخبين: حيث اعتمدت المفوضية معيار آخراً هو التصويت العام (والذي تطرقنا اليه أعلاه عراقيو الداخل)، والتصويت الخاص هو لمن يحق لهم

التصويت، إلا أن ظرفهم لا يسمح لهم بالتصويت مع الآخرين لا من حيث المكان ولا من حيث الزمان، والبالغ عددهم (١,٠٢٣,٨٢٩) ناخباً، وهم كل من:

أبناء المؤسسة العسكرية، والمهجرين في الداخل، والمرضى الراقدون في المستشفيات، ونزلاء السجون. لقد حدد لهم يوم للتصويت في ٢٠١٤/٤/٢٨. كما خصص (٥٤٢) مركزاً انتخابياً للمؤسسة العسكرية. وخصص (٣٦) مركز و(٨٤) محطة انتخابية للمرضى الراقدين في المستشفيات في جميع انحاء العراق، وكذلك خصص (٢٤) مركزاً انتخابي و(٦٠) محطة انتخابية لنزلاء السجون. أما المهجرون المسجلون والذين يحق لهم التصويت فبلغ عددهم (٢٦,٣٥٣) مُهجَراً. كانت نسبة المشاركة في التصويت الخاص عالية جداً، حيث بلغت(٩١,٤%) وفق إعلان المفوضية العليا، وهذه اعلى نسبة سجلت مقارنة بالتصويت العام، وكذلك التصويت في الخارج.

المطلب الثاني: الدعاية والشعار الانتخابي/ دراسة نظرية:

من بديهيات العملية الانتخابية وجود الحملات الدعاية الانتخابية للمرشحين، باعتبارها الوسيلة الابرز للوصول الى الناخبين، وذلك بتعريف انفسهم وبرامجهم الانتخابية والتي تتضمن آرائهم وافكارهم. لذا تنوعت الحملات الدعائية وتعددت اساليبها لتجذب اكبر عدد من الافراد، باعتبارها تعبئة انتخابية.

فالحملة الأنتخابية، وكما عرفتها المفوضية العليا المستقلة للأنتخابات، هي حملة ألاعلام والأقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح لإقناع الناخبين للأدلاء بأصواتهم لصالحه[٤].

يفهم من هذا التعريف بأن الحملة الانتخابية ما هي إلا نشاط انتخابي قائم على استراتجية معقدة في سياق التغيير الاجتماعي/ السياسي، ضمن جهود مخططة وعملية يقوم بها المرشح من خلال اعدادات مسبقة ومدروسة بدقة وحكمة، كاعداد الميزانية والاعلام للحملة، لكسب قاعدة جماهيرية من خلال التخطيط السليم[٥]. لذا يتوجب على المرشحين اعداد البرامج والشعارات الموجهة للناخبين بهدف التاثير المباشر لأجل كسبهم والحصول على اصواتهم.

أن عملية التأثير من قبل المرشح على الناخب تندرج تحت نظرية النفوذ، والذي يقوم على مبدأ إجراء التأثير على آراء ومواقف الآخرين بعمل متعمد وهدف مقصود، وقد يكون في هذا التأثير تغيير آراء الآخرين أو الحيلولة دون حدوث تغيير فيها. أي أنها وسيلة في الأقناع[٦]. بعبارة أخرى، أن النفوذ يقوم بمهمتين في آن واحد، هما العمل على:

الاقناع + تغير السلوك الانتخابي = الطريقة الأولى.

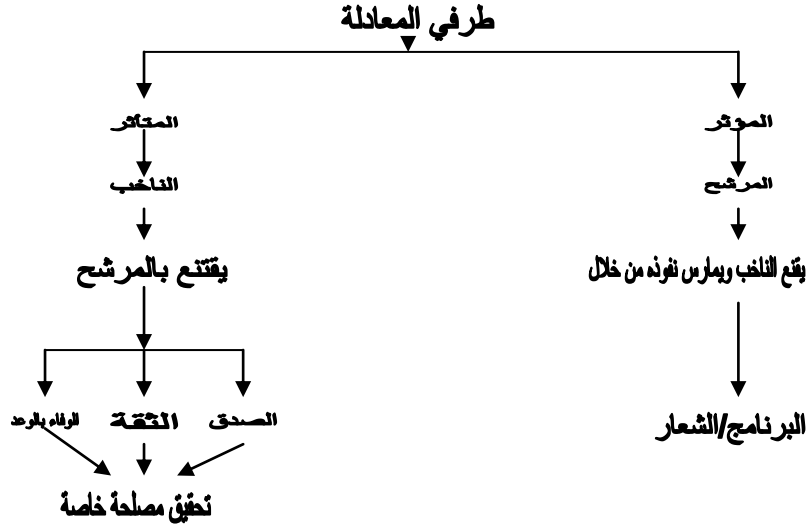
أو

الاقناع + ثبات السلوك الانتخابي = الطريقة الثانية.

وحتى يسري تأثير النفوذ على الناخب بشكل عام، ينبغي توفر بعض الشروط التي تتطلبها عملية التأثير منها أن يكون أولاً، لدى الناخب أستعداد نفسي لتقبل نفوذ المرشح وتأثيره، وهذا الأستعداد تُفعَله عدَّة عوامل منها أن يكون عند الناخب الثقة والصدق بشخصية المرشح/ الكيان. وان يشعر الناخب بوجود مصلحة مشتركة مادية كانت أم معنوية أم جميعها[٧].

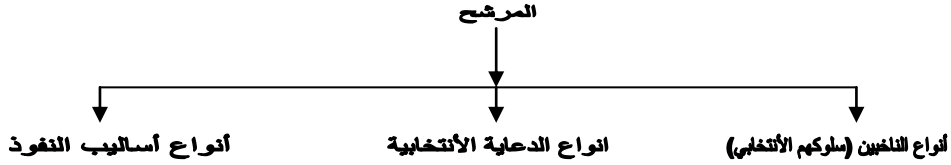
وكذلك على المرشح أن اراد الفوز ان لا يلوح بالهدايا والعطايا وتقديم الاموال للناخبين، وأن لا يلوح بالتهديد والتخويف والعقوبات، لأن مبدأ التأثير يقوم على أساس النوايا المعقودة على الموضوع الذي ينصب عليه الأقناع.

وعليه ستكون المعادلة، برأينا، بالشكل الآتي:.



أن تحقيق هذه المعادلة، والتي يكون المرشح نقطة الأرتكاز عليها، تتطلب تحقيق مبدأ التوازن بين:

تعددية أمزجة الناخبين والذي ينعكس على سلوكهم السياسي/ الانتخابي أولاً، وثانياً تنوع الدعاية الأنتخابية، وأخيراً تنوع أساليب النفوذ المراد تطبيقها على الناخبين.



وعلية نتناول دراسة هذه الأنواع الثلاثة وكما يأتي:

أ. أ. أنواع الناخبين "سلوكهم ألسياسي الانتخابي"[٨]:

تنوعت سلوكيات الناخبين الانتخابية بتنوع نفسية وشخصية وعقلية الفرد الناخب، وهي:

١. الناخب ذو السلوك المتردد: هو الناخب الذي لا يعرف هل يذهب للمشاركة في التصويت أم لا ؟ ولا يعرف لمنْ يصوت؟ وإذا قرر المشاركة، يبدأ أولاً التعرف على شخصيات وقادة الكيان السياسي، ومن ثم يطلع على برامجهم وشعاراتهم وأيديولجيتهم السياسية، ثانياً.

٢. الناخب المصمم: يتميز هذا الناخب بسلوكية العازم على التصويت، على الرغم من الثقافة السياسية المحدودة، هذا النموذج من الناخبين، بالرغم من قلة ثقافته السياسية، وقلة معرفته بالكيانات السياسية وشخصياتهم ، مصمم على المشاركة في العملية الأنتخابية، بدافع وجود هوية مشتركة، كأن تكون هوية عشائرية، مذهبية، قومية، دينية، مناطقية أو الهوية الوطنية.

٣. الناخب العقلاني/ الأستراتيجي السلوكية السياسية المصلحية، هذا الصنف يتميز بإدراك عالي لأهمية المشاركة الأنتخابية، وفق منظوره المصلحي. أنه يتمتع بسلوكية أنتخابية تناسب طريقة تفكيره ونظرته للعملية الانتخابية، المصلحة قد تكون مادية/اقتصادية لبعض الناخبين، أو مصلحة معنوية للبعض لآخر.

فالصنف الأول من الناخبين الماديين، هؤلاء، يتفحصون بشكل دقيق برامج الكيانات وشعاراتهم واهدافهم ومنْ هي الشخصيات القوية فيها، وكذلك يرى مدى قوة ذلك الكيان في المسرح السياسي، وعدد مرشحيه وحظوظ فوزه. ان هذا الصنف يفكر ويسلك سلوك التاجر الذي يبيع كي يربح، فهو يبيع صوته مقابل أمتيازات مادية من وظيفة او زيادة في المورد المالي.

أما الصنف الثاني من الناخبين ذوي المصلحة المعنوية، يتركز مفهوم المصلحة المعنوية لديهم بوضعهم السايكولوجي، أي انها تحقق اشباعاً ورغبة سايكولوجية لذواتهم. ويشارك هؤلاء في العملية الانتخابية لإيمانه بأن هذه المشاركة تتعلق بقضية وطنية يسعون الدفاع عنها، مثل تحقيق الأمن الوطني، أو تأثرهم بشخصية كارزمية، أو طاعة لسلطان سياسي. وهذا ما يسمى في علم النفس السياسي بظاهرة " تسليم الذات". تكثر هذه السلوكية عند الملتزمين عقائدياً، بشكل عام ان هذا الصنف من الناخبين ذو خلفيات حضرية ذات تعليم متوسط/ متقدم، ذات تشكيلة ثقافية حديثة.

٤. الناخب الرافض/ المحتج: السلوك السلبي. هذا النوذج من الناخبين يكون محتجاً أو رافضاً للعملية الأنتخابية برمتها، لآنه لا يؤمن بجدواها.
٥. الناخب المتشرنق (المتكيس): هذا النوذج من الناخبين مبرمج على نوع وذوق واحد من ايديولوجية/ الفكر، وغير قابل للتغيير أو التجديد(*).
٦. الناخب الغير مبالي: هو ذاك الناخب الذي لا تهمه العملية الانتخابية، ولا الحياة السياسية برمتها، وكذلك يرى الحملة الانتخابية باعتبارها مسرحية متفق عليها، والشعارات الانتخابية مجرد كلمات ليس لها مساس بالواقع.

أن تنوع السلوكيات الانتخابية للناخبين، يقابلها تنوع في حملات الدعاية الأنتخابية. بعبارة أخرى لقد صممت الدعاية الأنتخابية على مزاج وسلوكيات الناخبين المتنوعة، ومنها:

ب. أنواع الدعاية الأنتخابية[٩].

١. دعاية الأنتشار، وهي أسلوب سلس قادر على التوغل في نفوس الناخبين وأقناعهم بأفكار المرشح.

٢. دعاية الأستقطاب، أسلوب يستخدم آليات جاذبة ومحببة تُرغب بها الناخب لإعطاء صوته لمرشحيها.
٣. دعاية الأحتجاج، أسلوب دعائي يستغل الظروف الأستثنائية والأزمات التي يمر بها المجتمع/ الدولة، فيوظفها للعملية الأنتخابية.
٤. دعاية أندماجية، تتوجه هذه الدعاية الى شخصيات مؤثرة وفاعلة في تشكيل رأي عام موحد ومؤيد لأفكار وبرامج المرشح وكيانه السياسي.

ويلاحظ، برأينا، أن مضمون دعاية الأنتشار والأستقطاب، قائم على أساس إيضاح أيديولوجية وبرنامج وأفكار المرشح/ الكيان/ الائتلاف، لغرض التأثير على الناخبين المترددين وأقناعهم بالتصويت لصالحهم. يتطلب من المرشح أن تكون برامجه وشعاراته مفهوم وواضحة من حيث الطرح والأسلوب، حتى يمتص تردد هذا الصنف من الناخبين.

أما أسلوب دعاية الأندماج، برأينا، فيقوم على أساس التأثير في آراء وأفكار بعض الشخصيات المهمة في المجتمع وأقناعهم ببرنامج الكيان/ المرشح وشعاراتهم ، لغرض التأثير على الناخبين وخاصة ذوي الثقافة المحدودة. وأخيراً، نعتقد، أن الدعاية الأحتجاجية المستغِلة للأحداث الطارئة تناسب الناخبين المحتجين والرافضين والمقاطعين للعملية الأنتخابية.

أنطلاقاً من التنوع في المزاج السياسي للناخبين، تعددت مناهج الدعاية فمنها ذات أتصال مباشر شفوي، كالاجتماعات، المؤتمرات، الزيارات الشخصية، الولائم والعزائم. أو ذات أتصال غير مباشر يكون أما شفوياً أو كتابياً عبر وسائل الأعلام والأتصال، كالأنترنيت، الموبايل، التلفزيون، الراديو، وكذلك عبر الملصقات والمطبوعات وبطاقات الجيب واللافتات (اليافطات).

ج. أنواع المرشحين(*):

وأمام هذا التعدد من الأمزجة لدى الناخبين، وأمام الرغبة الملحة بالفوز لدى المرشحين، رصدنا من خلال استطلاعنا الميداني، تعدداً في سلوكيات المرشحين التي أنعكست في شعاراتهم الخاصة، والتي هي انعكاس لأفكارهم ونفسياتهم/ شخصياتهم، لأن هدف المرشح في حملاته الانتخابية هو النجاح السياسي، لذا يسعى الى التاثير على الناخبين

في الحصول على تأييدهم، من خلال ترك انطباعات ايجابية لشخصيته في المجال العام، عبر التركيز على ذاته ودوره في الحياة الاجتماعية. وهم:

١. المرشح الواثق: هو الذي يتسم شعاره بالدقة والمعبر عن اهدافه المراد والواثق من تحقيقها.
٢. المرشح التقليدي: هو الذي يمتلك خبرة عملية في العمل السياسي والحملة الانتخابية، حيث يرفع شعار مكمل لشعار سبق أن رفعه.
٣. المرشح الجديد: هو الذي يرفع شعار براق، لامع، لجذب ناخبيه، كي يضمن أصواتهم.
٤. المرشح الطارئ: هو الذي يرفع شعارا غريباً او مضحكاً غير جدي، هذا الصنف لا يسعى للفوز بل يهدف الى الظهور على الساحة السياسية او ينوي التشويش على المرشحين الآخرين بهدف مقصود.
٥. المرشح المسيطر: وهو المرشح الذي يجسد المال في شعاره الانتخابي، وهم رجال الأعمال الذين يؤكدون على اهمية القوة الاقتصادية في العمل السياسي.

د. أنواع النفوذ:

طالما الرغبة الملحة بالفوز لدى المرشحين، وبعد أن تيقنوا من تنوع الامزجة للناخبين، لذا ينبغي التعرف على أساليب النفوذ المراد اتباعها للتأثير وتحقيق الفوز. لقد تعددت هذه اساليب التي أرتئينا تؤمتها مع نظرية عالم الاجتماع الفرنسي" بيير بورديو[١٠]" وتطبيقها على الحملات الانتخابية في العراق وهي:

١. النفوذ الذي يمارس من قبل رأس المال الأقتصادي. وهو القدرة المالية لدى المرشح على الأنفاق والبذخ للدعاية الأنتخابية.
٢. النفوذ الذي يمارس من قبل رأس المال الاجتماعي، وهي قوة العلاقات الاجتماعية، التي يحظي بها المرشح من العلاقات العائلية، العشائرية، الدينية، الأصدقاء والمعارف.
٣. النفوذ الذي يمارس من قبل رأس المال الثقافي، صلابة ومتانة الايديولوجية، الأفكار، المعتقدات، التي يؤمن بها المرشح، والقادر على أقناع الناخبين بها، والعمل بموجبها.

٤. النفوذ الذي يمارس من قبل رأس المال الرمزي، وهو السمعة الطيبة والمكانة والمركز الاجتماعي الذي يتمتع به المرشح في مجتمعه، والتي تمنح الثقة للناخبين وتؤثر على سلوكهم الأنتخابي لصالحه.

جدول رقم (٥)

نوع الناخب	نوع الدعاية المناسبة	وسائل النفوذ المناسبة
المتردد	الأنتشار	رأس المال الأقتصادي
محدود الثقافة السياسية	الأستقطاب	رأس المال الاجتماعي
العقلاني/ الاستراتجي	الأندماج	رأس المال الرمزي
الرافض المحتج	الأحتجاج	رأس المال الثقافي

المصدر: الجدول من عمل الباحثة

المطلب الثالث ـ الشعار الانتخابي ومدارسه :

يُعرف الشعار الانتخابي بأعتباره مجموعة من الكلمات المختصرة المركزة البسيطة القصيرة القابلة للفهم والأستيعاب، تُعبر عن فكر ورأي وهدف الكيان السياسي وجوهر قضيته.

وكذلك بأنه " أسلوب فني يستخدم للتأثير على الافعال الانسانية عبر بعض الآليات بغية تنفيذها مع ضرورة ارتباط الشعارات باستخدام الاقناع لكسب اكبر عدد ممكن من المؤيدين وإقناعهم بوجهة نظر معينة شريطة ان تتمتع تلك الشعارات بالبساطة وعدم التناقض وارتباطها بواقع الناخبين"[١١].

يفهم من هذين التعريفين، بأن الشعار هو عبارة عن كلمة أو عدة كلمات تشكل جمل قصيرة بليغة مختصرة سهلة الحفظ لأجل الاستحواذ على تأيد الناخبين وحصد اكبر نسبة من الاصوات الممكنة.

وكذلك يفهم بأن الشعار ليس فقط بضع كلمات بل يشمل كل ما يحيط بتلك الكلمات من أدوات تعريفية تتعلق بشخصية صاحب الشعار والشكليات المحيطة بها من اخراج يتعلق بالخط والألوان المستخدمة التي تميز ذلك الشخص أو الحزب عن غيره. هذا ما نجده في تعريفه اللغوي سواء بقاموس اللغة العربية أو تعريفه بقاموس اللغة الانكليزية.

أن الجذر اللغوي لمصطلح الشعار في القاموس المنجد هو "شعر" ومن الشعر تولد معاني كثيرة جدا ومنها على سبيل الذكر، بمعنى "العلم، ومنها يقال: ليت شعري أي ليتني علمت بالامر". و"أشعر القوم أي جعلوا لأنفسهم شعارا، علامة". وايضا "ما يشعر به الإنسان نفسه في الحرب أي يعلم"[١٢].

نستنتج، أن معنى الشعار باللغة العربية هو اعلام بأمر ما، وكذلك أداة تميزية لقوم ما.

أما الشعار في القاموس الانكليزي فله معاني عديدة ومنها المعنى السياسي، أخترنا هذا التعريف والذي يهمنا، حيث عرفها بانها،" عبارة بليغة يستعملها حزب سياسي أو مجموعة لإظهار خط الحزب في موضوع معين"، وايضا تعني" صيحة حرب"[١٣].

تمتاز الشعارات بكونها متنوعة في مضامينها وأهدافها. فمن تجارب المجتمعات الديمقراطية وخبراتها الدعائية لوحظ وجود أنواع من المضامين والتي تختلف الواحدة عن الآخرى بأختلاف البيئة الأجتماعية، وبأختلاف ايديولوجية النظم السياسية، والثقافة السياسية لتلك المجتمعات، وايضا اختلاف درجة الوعي السياسي/ الأنتخابي للشعوب. لذا تنوعت واختلفت الشعارات بأختلاف مدارسها وهي[١٤]:

١. مضامين الشعارات الأوربية.
٢. مضامين الشعارات الأمريكية.
٣. مضامين شعارات دول العالم النامي.

أن مضامين شعارات المدرسة الأوربية تحاكي عقل وفكر الناخب، بينما مضامين شعارات المدرسة الأمريكية تمجد وتعظم المرشح لذاته.

بعبارة أخرى أن المدرسة الأوربية تمجد القيم وألاخلاقيات الاجتماعية وتعمق من ثقافة السياسية للناخبين، بأعتبارها مسارات منطقية لتحقيق مصالحهم، وتنأى بنفسها عن الأساليب التجارية الا وهي السوق السياسي التجاري القائم على أساس العرض والطلب، والزبائنية. أن العقل الأوربي يرى بأن الشعار المرفوع ما هو الا خريطة طريق للمرشح، لصانع القرار مستقبلاً وتراعي خصوصية الناخبين.

بينما مضامين الشعارات في الأنتخابات الأمريكية يصب جل اهتمامها في تمجيد قوة وعزم المرشح القادر على تحقيق الحلم الأمريكي. أنه صناعة صورة للمرشح بهدف صناعة مؤثرات سايكولوجية على الناخبيين. أن هذه الشعارات تعكس العقلية والسلوكية التجارية، بأعتبار أن العملية السياسية هي تجارة تجنى ثمارها، انها الفكر البرجماتي الأمريكي.

أما شعارات دول ومجتمعات العالم النامي هي خليط من النموذجين السابقين مع إضافة نكهة محلية، لأنها مجتمعات جديدة على الممارسة الديمقراطية والعملية الأنتخابية، حيث أنهم يفتقرون لخبرة ومعرفة علوم الدعاية الانتخابية، لذا يلاحظ التركيز على الأسلوب التقليدي والخصوصيات المحلية/ الشخصية المعبرة عن الشارع السياسي الشعبي، وهذا ما لاحظناه في الاستطلاع الميداني خلال الحملات الدعائية لانتخابات مجالس المحافظات وانتخابات مجلس النواب.

وتبغي الإشارة هنا الى أن نوع وطبيعة الشعارات تختلف بأختلاف نوع وطبيعة الأنتخابات وأهدافها. فإذا كانت أنتخابات رئاسية تتعلق بأنتخاب رئيس الجمهورية كما في الولايات المتحدة الأمريكية، وفرنسا مثلاً، او انتخابات برلمانية يتمخض عنها رئيس لمجلس وزراء كما في العراق، يختلف الشعار في مضمونه وأهدافه عن الشعارات الانتخابية لمجالس المحافظات والبلديات، حيث تتميز شعارات الأولى بكونها سياسية بأمتياز، لأنها تعبر عن البرامج السياسية الداخلية والخارجية للدولة. بينما الشعارات المرفوعة في أنتخابات المحافظات والأقضية والبلديات، تمتاز بكونها ذات طابع خدمي أكثر مما هو سياسي بحت، أي أنها شعارات محلية/ محافظاتية/ بلدية /خدمية/ رقابية بأمتياز.

فالدقة في التعبير ورشاقة الأسلوب له أصوله وقواعده، لأنه يعكس شخصية المجتمع وثقافته، وظروفه وحاجاته اليومية الملحة والتي بحكم الضرورة تختلف من مجتمع الى آخر، أن بعض المجتمعات الغربية، مثلاً ترفع شعارات أنتخابية تدافع عن حقوق المثليين (الشواذ)، والأمهات العازبات، ومشكلة البطالة، وتبني الأطفال، مشكلة الضرائب، بينما في بلدنا العراق مثلاً، ترفع شعارات تنسجم مع ظروفه الموضوعية والذاتية ، كالدفاع عن حقوق ضحايا الأرهاب، الدفاع عن حقوق المرأة والطفولة، الحرب على الفساد والمفسدين، القضاء

على الطائفية السياسية، الأمن والأستقرار.. مع العلم أن للظرف الاقليمي دور في التاثير على الشعار الانتخابي.

وعلية ينبغي القول بأن كل شعار يفترض أن يتضمن الشروط الآتية[١٥]:

١. الشرط المادي: يجب أن يعبر شعار المرشح، وبشكل صريح، عن أحتياجات الناخب المادية الأقتصادية التي يعاني من نقصها. الناخب العراقي يحتاج توفير حاجاته الأقتصادية والتي لها دور مهم في حياته اليومية، نظرا لطول معاناته وصراعه مع الفقر والعوز والتمييز الطبقي.
٢. الشرط الفكري: يجب أن يعبر الشعار عن حاجيات الناخب الفكرية، العقائدية، بكونه يعكس أيديولوجية الحزب/ الكيان/ الأئتلاف السياسي، والذي يسعى الى تحقيق ذلك بعد الفوز بالأنتخابات.
٣. الشرط الاجتماعي: يجب أن يعبر عن قيم وأخلاقيات وثقافة المجتمع الشعبية.
٤. الشرط السايكولوجي: يجب أن يعبر عن حاجيات الناخب النفسية ومشاعره وعواطفه الأنسانية من الأمل والحب والشجاعة والخوف والبطولة والحماسة.

ونظراً لأهمية الشعار في الدعاية الأنتخابية، أولت المؤسسات المعنية بالدعاية الأنتخابية للتركيز على دراسة كل الظروف المحيطة بالناخب لمعرفة الشعار الأكثر ملائمة له وتأثيراً عليه، خشية الفشل، لأن قوة الشعار المؤثر يعكس قوة الفوز، والعكس صحيح. مثال تجربة رئيس جمهورية فرنسا الأسبق السيد" جاك شيراك" في حملاته الأنتخابية الثلاث وتجربته مع أختيار الشعار الملائم والذي يحقق الفوز، وكما يوضحه الدكتور كمال محمد محمد الأسطل حين وضح قائلاً: (أن حملة الرئاسات للمرشح الفرنسي جاك شيراك جرى إقصاه من المرحلة الثالثة للحملة الأنتخابية الفرنسية سنة ١٩٨٨ بسبب عدم نجاح شعاراته، أن شعاره الاول كان "حماسة، شجاعة، الإدراك"، أما في الدورة الثانية أظهر نفسه الداعية الى السلوك الفعلي من خلال شعار " أنه يسمع، أنه يبني، أنه ينظم"، وأما في الدورة الثالثة، وإدراكا منه وتأثيره في ذهنية المستمع فقد رفع شعار "معاً سنذهب بعيداً" في إشارة منه الى تضافر الجهود التي تؤدي الى توفير أكثر خدمة للفرنسيين)[١٦].

وعليه، يتوقف ايضاً نجاح أو فشل الشعار على بعض الاعتبارات الشكلية والموضوعية، على الرغم عدم وجود استراتجية واحدة للشعارات، لكن ينبغي مراعاة بعض النقاط ومنها، الناحية الشكلية للشعار، اي البعد الفني والجمالي والرمزي للشعار، اما الناحية الموضوعية ان يكون المضمون مرتبط بالواقع والاحداث الجارية، وهذا يتأتى من خلال استراتجية اعلامية للفريق الواحد، وهذا ما سنلاحظه في تحليل المضمون.

المبحث الثاني

الشعار الانتخابي بين أدواته التعريفية ومضامينه

ينبغي على المرشح ان يعطي في شعاره الانتخابي انطباعاً ايجابياً للناخبين، من خلال ادواته التعريفية من جانب، والمضامين التي ينطوي عليها من جانب آخر. بعبارة اخرى أن لكل شعار شكل ومضمون.

المطلب الأول: شكل الشعار الانتخابي وأدواته التعريفية:

تعتبر الادوات التعريفية من أهم الوسائل يقدم بها المرشح نفسه الى الناخبين. بأعتبارها أولاً،هوية تعريفية له وللحزب السياسي الذي ينتمي اليه. ثم ثانياً، تجسد الصورة الذهنية الأولى، والانطباع الأول، الذي يكونه الناخبون عنه، والتي هي من أهم عناصر القبول والتجاوب، أو العكس تخلق حالة من الإزدراء والاشمئزاز.

يقصد بشكل الشعار، أي الأدوات التعريفية، هو كل من الكلمات المستخدمة، نوع الخط، الالوان المستخدمة، إسم المرشح، صورته، ورمزه الذي يحدد هويته السياسية/ الحزبية.

الا انه ينبغي الاشارة الى بروز ظاهرة جديدة، وهي سابقة في الانتخابات العراقية لهذا العام، هو استخدام الاغاني التي تمجد الكيان السياسي وأمينها العام، هذا ما أتضح لنا في دراستنا الميدانية في شوارع بغداد(*).

لقد انقسم تصميم شكل الشعارات والادوات التعريفية لدى المرشحين العراقيين الى نوعين:

النوع الأول: التصميم المركزي والتي تكون العناصر الرئيسية فيها موحدة من قبل الكيان السياسي ويفرض على المرشحين للألتزام بها، والذي يتعلق بالشعار واللون والرمز.

النوع الثاني: وهو اللامركزي والذي يترك للمرشح حرية التصميم واختيار الشعار والرمز واللون.

من خلال دراستنا الاستطلاعية، لاحظنا بعض من القوائم الكبيرة/ القوية والمسيطرة على الساحة السياسية العراقية، التزمت الى حد ما بمركزية التصميم.

أولاً: الادوات التعريفية في انتخابات مجالس المحافظات لسنة ٢٠١٣.

تضمنت اللافتات والملصقات وبطاقات الجيب أدوات التعريف بالمرشح وهي: أسم المرشح، شهرته، رمزه الانتخابي، إنتماه الحزبي، شعاره، صورته. ولوحظ على الملصقات واللافتات في هذه الحملات الانتخابية وجود نوع من الالفة المحلية والنكهة العراقية، والتي تعبر عن البيئة الاجتماعية والنفسية للشخصية العراقية المتنوعة ومنها أستعمال الكنية بجانب أسم المرشح وهذا شائع في التقليد الشعبي العراقي مثال:

"أنتخبوا علي حسين عبيد الشمري (أبو أحمد) حزب الدعوة الإسلامية تنظيم الداخل"، وكذلك " أنتخبوا مرشحكم باسم عامر مسير (أبو أحمد، أبو القاعة) قائمة اللواء". وأخيراً شعار "أنتخبوا الحاجة أم رامي"، عن أئتلاف دولة القانون.

أما ما يتعلق بـ(أزياء) المرشحين كأداة تعريفية، فأن معظم المرشحين" الرجال" في زيهم المعتاد الأنيق من البنطلون والجاكت، إلا أن البعض من المرشحين أرتدى العقال واليشماغ أو الغترة، تعبيرا ورمزاًعن أنتماءه العشائري، المناطقي.

ثم بعض من المرشحين كانوا أصحاب لحى خفيفة، تعبيراً عن ألتزامهم الديني، ولوحظ أيضا بعض المرشحين أرتدى العمامة البيضاء، والتي تمثل الزي الديني الآسلامي.

أما المرشحات فمعظمهنَ أرتدى الحجاب تعبيراًعن أنتماءهنَ وألتزامهنَ الديني/ الاجتماعي، البعض من هنَ وضعنَ الغطاء على الرأس فقط مع وجود الزينة والملابس العادية، وهذا يمثل زياً أجتماعياً تقليدياً أكثر مما هو زي الحجاب الديني، والبعض منهنَ وضعنَ الحجاب مع الملابس العادية، بشكل يعطي الأنطباع بالالتزام الديني اكثر مما هو اجتماعي.

والأخريات وضعن الحجاب مع الجبَة، واخريات أرتدينَ الحجاب ومعه العباءة العراقية السوداء، التي تمثل زياً تقليدياً اجتماعياً شعبياً" فولكلور" للمرأة العراقية، والبعض منهنَ فضلاً عن الحجاب والعباء كنَ محنكات، والقليل جداً وفي المدن الدينية المقدسة كانت أحدى المرشحات ترتدي النقاب الكامل (البوشي، باللهجة العراقية)، لأن معظمهنَ من الأحزاب الدينية. بينما القليل جداً من المرشحات لم يرتدين الحجاب، وهنَ يمثلن التيار المدني الديمقراطي.

كما لوحظ أن بعض المرشحين رمَّز لافتته برموز كأداة تعريفية تمثلت بصورة رئيس الكيان السياسي الذي ينتمي اليه المرشح بجانب صورته ومنها مرشحو دولة القانون وضعوا صورة السيد نوري المالكي، وكذلك مرشحو القائمة العراقية الوطنية الموحدة صورة الدكتور اياد علاوي، ومرشحو القائمة العراقية العربية بزعامة الدكتور صالح مطلك، ومرشحوا تيار الإصلاح بزعامة الدكتور ابراهيم الجعفري.

لقد كانت أحدى اللافتات الملفتة للنظر، ولأول مرة تُرمَز أحدى المرشحات" السيدة المحامية صباح سلمان جاسم العامري" لافتتها بصورة عضو البرلمان العراقي النائبة " عالية نصيف جاسم" بجانب صورتها وهنُ عن قائمة أئتلاف العراقية الحر،وكذلك شقيقة النائبة عالية نصيف جاسم، المرشحة سندس نصيف جاسم، التي وضعت صورتها بجانب صورة أختها النائبة.

وهذه سابقة جديدة في الدعاية الأنتخابية العراقية وللمرأة ايضا. ثم ظهر ما يعزز وجود المرأة ويقدر مكانتها، في هذه الأنتخابات ما قام به المرشح "كريم خلف محمد حسين" عن القائمة العراقية العربية، بتعريف وتقديم نفسه للناخب من خلال وضع صورته بجانب صورة زوجته عضو البرلمان العراقي النائبة الدكتورة"عتاب الدوري"، كرمز وكأداة تعريفية لحملته الدعائية.

وفيما يتعلق بالمرشحات فهناك سابقة جديدة وإيجابية بحق المرأة العراقية حيث لم تُرمز إلا لذاتها حين ظهرت ملصقة لكيان المستشارة القانونية "سناء الأسدي"، التي نزلت بقائمة لوحدها في البصرة وهذا يدل على قوة الشخصية والثقة بالنفس. وكذلك في بغداد برز

كيان سياسي أشترك فيه ثلاث سيدات عراقيات لوحدهنَ، ألا وهو كتلة فرسان أنصار القانون وهذه سابقة ايجابية للمرأة، تُرمَز فيها ذاتها بذاتها.

صورة للمرشح" الحقوقي التربوي السيد مهدي الشيخ جعفر"، ظهر لوحده، إلا أنه عرف نفسه بأعتباره زوج عضوة البرلمان العراقي النائبة "هدى سجاد محمود"، من إئتلاف الديوانية المستقل. وهذا عكس صورة تماماً المرشح كريم خلف مع زوجته النائبة الدكتورة عتاب الدوري.

ألا أن هناك بعض الملصقات واللافتات ما يلفت النظر كونها غريبة وغير متعارف عليها، وغير مقبولة لأنها تخرج عن إطار التعريف الشخصي المباشر للمرشح، لأنها أستخدمت أدوات تعريفية وترميزية بصيغة جديدة، وهي أيضا سابقة في العراق.

وهذا ما يطرح السؤال على المفوضية العليا: ألم يكن لها دور في فرض سياقات محددة لتلك الملصقات التعريفية للمرشحين؟ سنوضح البعض منها على سبيل الذكر:

رصدنا لأحدى الملصقات للمرشحة " شذى رزاق السلطاني (أم سجاد)" التي لم تظهر لها صورة الا انها عرفت نفسها من خلال زوجها السيد" أحمد الشيخ جاسم الكناني، شقيق الشيخ مالك الكناني"، الذي وضع صورته بدلها؟ انها كانت مرشحة من قبل كيان النزاهة والبناء.؟

أيضاً مرشحة لم تضع صورتها، بل وضعت صورة زوجها "المرحوم الشيخ سلام كردي علي الخكري الجنابي" بدل منها كأداة تعريفية لها، وهي المفتشة التربوية "سوسن عبد العظيم أحمد"، من إئتلاف العراقية الوطني الموحد.؟

وكذلك المرشحة " نها صادق تقي الأعرجي" من أئتلاف دولة القانون، التي لم تضع صورة لها بل وضعت صورة لرئيس الأئتلاف السيد نوري المالكي؟

المرشحة " زينب راضي اللامي"، من تجمع عشائر الحضارة المدني، كانت أداتها التعريفية هي " تهنئة من عشائر بني لام الى أبنتهم البارة زينب راضي اللامي"، انها رسالة عشائرية بحتة موجهة الى ناخبي بني لام لأنتخابها. على الرغم من وجود صورة المرشحة.؟

والغريب بالامر هو ان أسم الكيان بحد ذاته شاذ، كيف تجمع الصفة العشائرية مع الصفة المدنية؟

ثم هناك مرشحة لم تظهروجهها لأنها موشحة بالنقاب الكامل على وجهها؟ ومرشحة أخرى لم تطبع صورتها بل عرفت نفسها بأم فلان؟

ثم لافتة لأئتلاف نخوة نينوى، تظهر فيها صورة لثلاثة أشخاص من جهة اليمين (الشيخ محمد نوري العبد ربه، المرحوم الشيخ محمد طاهر عبد ربه، علي خضر أحمد "ابو حذيفة")، ولا نعرف منْ هو المرشح من بين هؤلاء؟

ثم صورة كبيرة الحجم للدكتور ظافر العاني ومعه النائب الدكتور سليمان الجميلي لقائمة متحدون؟

سؤال يطرح نفسه: لمن هذه اللافتة؟ لم يكونا من مرشحي مجالس المحافظات؟ وليس هما من رؤساء الكيانات السياسية؟ مثلما لوحظ وجود صور لرؤساء الكيانات أو لرموز بعض الكيانات، مثل صور للسيد مقتدى الصدر، أو صور للسيد أسامة النجيفي، والسيد أحمد أبو ريشة. ما القصد من وراء ذلك؟

ورصد أيضا أداة تعريفية للمرشحين هي الشهادات الحاصلون عليها والمهن التي يمتهنوها، ومنها شهادة المرشح" الدكتور حسين علي شلال العكيلي، الذي سطر على ملصقته ما يأتي:"كلية الآداب اللغة الانكليزية، إدارة والتطوير الزراعي، تحليلات مجهرية، علوم حاسبات". هذه الكثرة من الشهادات هي وسيلة لأقناع الناخب بأن صوته بيد مثقفين من التكنوقراط ، وهذه أحدى السمات البارزة في الظرف العراقي بعد العام٢٠٠٣ ،هي التأكيد على اهمية الشهادة العلمية والتباهي بها بأعتبارها رأسمال ثقافي للمرشح، وأنها ردة فعل على حال الظرف السياسي العراقي ونظامه السابق الذي لم تعد الشهادة في عهده ذات أهمية.

وكذلك المرشح عن قائمة دولة القانون المرشح" الدكتوراه جليل هاشم علوان المالكي"، الذي لم يكتب شعار قائمته دولة القانون "عزم وبناء" بل وضع العلم العراقي فقط؟

والبعض الآخرمن المرشحين رمزَّ لافتته برموز مهنتهُ مثل: مرشح قائمة الفجر الجديد، المرشح الأعلامي حيدر السعدي، الذي عَرف نفسهُ مقدم" برنامج الباقيات الصالحات"، لقناة المسار.

ومن المرشحين الذين أستخدموا المهنة أيضاً، كأداة تعريفية المرشح "حسين علي ناصر العبودي" "أبو قنوت" مدير عام تربية الرصافة الثالثة، من قائمة أئتلاف دولة القانون.

كما أن بعض المرشحين أستخدم لقبه كتورية لأحدى الآيات القرانية، مثل المرشح من كتلة "مجلس شيوخ العراق المستقل" وهو المهندس" أوس الشيخ علي البرهان".

(يا أيها الناس قد جاءكم البرهان من ربكم وأنزلنا اليكم نوراً مبيناً)؟؟

ولم تخلو شعارات هذه الحملة الأنتخابية من روح النكتة والفكاهة لدى بعض المرشحين، ومنهم المرشح " عامر العلي" من قائمة " من أجل عراق موحد"، من محافظة ديالى، الذي أستخدم آلته الموسيقية العود، كأداة تعريفية له، متحدثا الى الناخبين باللهجة العراقية، واضعاً صورته وهو يعزف على العود، ورقم موبايله ايضاً.

لقدغلب اللون الأحمر والأبيض على الملصقات واللافتات التي أختلفت من حيث حجمها، بشكل عام إذ كانت الأحجام المتوسطة هي السائدة، إلا أن أكبر لافتة كانت في محافظة ديالى لأحد مرشحي دولة القانون (أحمد طالب العنبكي)، كان حجمها (٢٥م طولاً ٥ م عرضاً) ووضع صورته وصورة السيد نوري المالكي، كلف إعدادها من الوقت أسبوعين. ولكن لم نعرف كم كانت كلفتها مادياً؟

ثانياً: الأدوات التعريفية لإنتخابات مجلس النواب لسنة ٢٠١٤.

لقد كانت شعارات انتخابات ٢٠١٤، أكثر نضجا من الشعارات التي رفعت في الانتخابات السابقة وخاصة أنتخابات مجالس المحافظات ٢٠١٣، مما يعني أن التجربة الانتخابية التي مر بها العراقيون خلال عشر سنوات قد أمدتهم بالخبرة والمعرفة، لقد قلت السخرية وزدات الجدية والاهتمام، ولهذه الظاهرة أسبابها ومسبباتها، وهي ليست صلب موضوعنا.

من خلال دراستنا الاستطلاعية الميدانية لشعارات انتخابات مجلس النواب لسنة ٢٠١٤، لاحظنا القوائم الكبيرة/ القوية والمسيطرة على الساحة السياسية العراقية، التزمت الى حد ما بمركزية التصميم، نظراً للخبرة العملية، والقدرة المالية والمكانة الاجتماعية/ السياسية التي يتمتع بها قادتها وأمنائها. اما القوائم الصغيرة أو الجديدة على الساحة الأنتخابية، كانت تمتلك حرية الحركة في تصميم ملصقاتها ولافتاتها.

١. فيما يتعلق بألوان اللافتات، نعرف بأن للالوان، بشكل عام، دور مؤثر في الحياة العامة وعلى نفسية ومزاج الإنسان بشكل خاص، فتأثيرها يمكن أن تفرح أو تكدر وتغيير

مزاجه. لذا تعددت الدراسات حول تأثير الألوان على نفسية الأنسان، حتى انها دخلت في مجال الطب وأضحت كأحد العلاجات لأمراض الإنسان. لذا أصبح لكل لون معنى ودرجة في التأثير، وعليه نفترض ان هذا يؤثر بدوره على مزاج الشخص سياسياً .

لذا تعد عملية اختيار ألوان الملصقات الانتخابية/ الدعائية، من قبل الاحزاب السياسية خطوة مهمة للحزب، لكونه يخلق انطباعات شخصية للحزب أولا، ومن وثم له مهمة اخرى الا وهي ايصال رسالة الى الناخبين ثانيا. يلاحظ ان الكيانات الكبيرة قد اختارت لونها الخاص، ومنها كل من:

- قائمة (إئتلاف مواطن)، والذي شعاره الرسمي (المواطن ينتصر)، رئيس كيانها السيد عمار الحكيم، كانت تمثل النموذج المركزي المثالي والمسيطر بلونه على الساحة الاعلامية، لقد ألزم مرشحيه بالتصميم المركزي الموحد من حيث اللون والرمز. لقد كان اللون الأصفر على أرض الملصقات واللافتات وكارتات الجيب هي العلامة المميزة لهذا الكيان، ليس في هذه الانتخابات فقط، بل في كل الانتخابات التي خاضها. أن اللون الأصفر يعني البهجة والتفاؤل، أنه الشمس.

فيما يتعلق بالرمز، والذي هو عبارة عن تشكيلات وحركات ورسوم، والذي له دلالته التميزية، بأعتباره يمثل الرمز الحضاري للوطن والقيم المعرفية للمجتمع والهوية الفكرية للحزب/ الكيان.

يلاحظ على قائمة (المواطن)، أيضا مركزية الرمز في جميع ملصقاتهم ألا وهو النخلة. لقد صمم رسم موحد، وضعت النخلة في الأعلى وتحتها كتب اسم الكيان" ائتلاف المواطن" وتحتها وضع رقم القائمة (٢٧٣) بخط أحمر وكبير. أن اختيار النخلة وهي الصيغة التعبيرية التي تجسد عمق حضارة العراق وتراثه من سومر والى الآن. انها تمثل العراق كوطن، وشعب.

- أما قائمة (أئتلاف دولة القانون)، رئيس الكيان السيد نوري المالكي، هو الآخر أخذ بالتصميم المركزي. كان اللون الأخضر علامة مميزة له. لقد ألتزم مرشحي هذه القائمة باللون الاخضر بدرجاته، والذي يمثل ويعبر

عن الخير والأمل والمستقبل، أنه الطبيعة. وأما الرمز فكان الميزان وكان يتوسط كفتي الميزان أسم ائتلاف دولة القانون وتحتها رقم القائمة ٢٧٧، يمثل حكم العدل والقانون بين المواطنين.

- قائمة (متحدون للاصلاح.. من أجلكم)، رئيس الكيان السيد أسامة النجيفي، كان اللون الأزرق الغامق هو اللون المركزي للقائمة، التزم مرشحو القائمة باللون الأزرق بدرجاته، وهو التعبير عن الصفاء والهدوء والسكينة، وهو الماء. اما الرمز فكان رسم لغيمة زرقاء تمطر قطرات الماء. أنه الرزق والخير الذي يمطر على العراقيين دون تمييز.
- أما قائمة تحالف (الأصلاح الوطني/ الجعفري) والذي كان رقمها ٢٠٥، رئيس الكيان الدكتور ابراهيم الاشيقر الجعفري، كان اللون ألازرق هو الغالب، وهو الصفاء والهدوء. وأما الرمز الذي أستخدمه عبارة عن رسم لسفينة في بحر وعليها العلم العراقي كتب عليه كلمة الأصلاح. انها سفينة النجاة لتنقذ العراق وأهله.
- وأما قائمة (ائتلاف الوطنية)، رئيس الكيان الدكتور أياد علاوي والتي كان رقمها٢٣٩، لم تميز نفسها بلون معين، بل منحت الحرية لمرشحيها أختيار اللون، وأما الرمز فكان مركزيا وهو النخلة يتدلى من جانبيها التمر ويحيطها على شكل هلال العلم العراقي، النخلة رمز العراق قديما وحاضرا ومستقبلاً.
- أما كيانات التيار الصدري والتي هي مرتبطة بما يسمى (الهيئة السياسية للتيار الصدري)[١٧]، فهم:

١. تيار(الاحرار): رئيسه الوزير محمد صاحب الدراجي.
٢. تيار(الشراكة الوطنية): رئيسه النائب بهاء الاعرجي.
٣. تيار (النخب) رئيسه السيد ضياء الأسدي، والذي يرتبط به تنظيمياً ممثلي التيار في مجلس النواب ومجالس المحافظات.

والذين نزلو بعدة قوائم، لم نلاحظ وجود مركزية في تصميم ملصقاتهم ولافتاتهم، الالوان مختلفة، والرموز ايضا. مثلا تجمع الشراكة الوطنية رقمها ٢٦٩ كاد اللون البرتقالي يغلب على ملصقاتهم، ورمزهم يدان متصافحتان ومحاطة بالعلم العراقي وفوقهما خريطة العراق. انها أيدي التكاتف والتعاون لكل أطياف المجتمع العراقي.

وأما قائمة الأحرار والتي حملت رقم٢١٤ فكان اللون الاخضر الغامق، اما رمزها فهي عصا خشبية يلتف عليها حبل، ويدان مرفوعتان يحيط بهما العلم العراقي، تعبيرا على تمجيد العلم العراقي وحمايته من قبلهم ورفض غيره.

- أئتلاف (الفضيلة والنخب المستقلة) رئيس الكيان الوزير السابق هاشم الهاشمي، رقمها ٢١٩ ، كان اللون الأزرق والأصفر هو اللون المركزي لهذا الائتلاف، أما الرمز كان عبارة عن دائرة في داخلها أوراق سعف وفي داخله خريطة العراق تشع منها أشعة الشمس، وتخرج من خريطة العراق يدان متشابكتان تعني الاتحاد قوة في السراء والضراء.
- وأما قائمة (التحالف المدني الديمقراطي) ورئيس كيانها الدكتور علي الرفيعي، رقمها ٢٣٢، كان لونها المركزي الأزرق الفاتح ممزوجا باللون البرتقالي والذي يعبر عن الطاقة والقوة والحيوية، كان رمزهم دائرة ملونة باللون البرتقالي تستقر في داخلها حمامة بيضاء جناحيها مصبوغين باللونين الاسود والاخضر.
- قائمة (إئتلاف العراق) ورئيسها الدكتور محمود حسن العبيدي، رقم ٢٦٢، كان رمزها زهرة سباعية الأوراق، ولون كل ورقة هو أحد أطياف الشمس السبعة، في كناية عن الوان أطياف المجتمع العراقي.

يلاحظ على بقية الملصقات للكيانات الاخري، وجود قواسم مشتركة في رموزها كخريطة العراق، والعلم العراقي، أو قبضة يد في وسط الخريطة، وغيرها. الا ان الجديد والمختلف في الرموز التي أتخذتها بعض الكيانات السياسية، والخارج عن ما هو معهود لكل الملصقات ما لاحظناه في الكتلة البيضاء الرقم (٢٨٨) كان الرمز عبارة عن دائرة رسم في داخلها خريطة العراق وفي وسط الخريطة وردة بيضاء. أن الوردة بحد ذاتها تشير الى القيم الجمالية والروح السامية والنفوس المهذبة، أن هذا الرمز غريب عن ثقافتنا السياسية العراقية.

وفضلاً عن التعريفات الأساسية للمرشحين أعلاه، لوحظ، على بعض الملصقات واللافتات، وجود نوع من الألفة المحلية والنكهة العراقية الشعبية، التي تجسد الثقافية الاجتماعية العراقية، وتعكس الشخصية المحلية للمرشح، كأستعمل الكنية المتعارف عليها عند العراقيين منها، أبو فلان، أو أم فلان، بجانب الأسم ومع اللقب، وهذا شائع في التقليد العراقي، حتى أن الكثيرين لا يعرف أسم الشخص بالكامل بل يعرف كنيته أبو فلان،والتي يكثر استعمالها في المناطق الشعبية.

مثال: كتب مرشح تجمع الشراكة الوطنية" الحاج علي وحيوح حسين الماجدي (أبو يونس). وكذلك المرشحة لتجمع الكفاءات والجماهير (عباسة الربيعي–أم زيد)، ايضا احد مرشحي محافظة صلاح الدين، (أحمد عبد الله الجبوري) وكنيته (أبو مازن).

وللعلم أن اللقب أبو فلان، أستخدم في الماضي كأسم حركي، مثال: أبو إسراء المالكي، أبو حسن العامري، أبو أحمد الجعفري. وفي الانتخابات وضع المرشح الفائز عن إئتلاف دولة القانون/ منظمة بدر (عبد الحسين معلاك مجهول) أسمه الحقيقي (عبد الحسين معلاك الإيزرجاوي) الى جانب أسمه الحركي (أبو علي الهاشمي).

٢. فيما ما يتعلق بأزياء المرشحين كأداة تعريفية، فأن معظم المرشحين" الرجال" في زيهم المعتاد الأنيق من البنطلون والجاكت، إلا أن البعض من المرشحين أرتدى العقال واليشماغ أو الغترة تعبيرا ورمزاً عن أنتماءه العشائري، المناطقي. ثم أن بعض من المرشحين كانوا أصحاب لحى خفيفة، تعبيراً عن ألتزامهم الديني، ولوحظ أيضا أن بعض المرشحين أرتدى العمامة البيضاء، التي غدت تمثل الزي الديني الآسلامي. ولقد لوحظ على بعض المرشحين عنده اكثر من صور لدعايته الانتخابية وكل واحدة وضعت في منطقة جغرافية بحيث تنسجم مع ذات العقلية والشخصية لتلك المنطقة.

مثال: المرشح طلال حسين الزوبعي عن قائمة ائتلاف العربية، له صورة يرتدي البدلة الاوربية (البنطلون والجاكيت)، قرب جامعة بغداد، وصورة يرتدي الغترة والعقال في مناطق اخرى.

أما المرشحات فمعظمهنَ أرتدى الحجاب تعبيراً عن أنتماءهن وألتزامهنَ الديني أو الاجتماعي، البعض من هنَ وضعنَ الإشارب على الرأس مع وجود الزينة والملابس العادية،

وهذا يمثل زياً أجتماعياً تقليدياً، ومنهنُ مرشحات عن التيار المدني الديمقراطي، وهو جناح ليبرالي/ يساري، والبعض منهنَ وضعنَ الحجاب على الرأس مع الملابس العادية، بما يعطي الأنطباع بالالتزام الديني اكثر مما هو اجتماعي. والأخريات وضعن الحجاب مع الجبَة يمثلنَ التيارات الدينية، الا ان البعض الآخر أرتدينَ الحجاب ومعه العباءة العراقية السوداء، والبعض منهنَ فضلاً عن الحجاب والعباءة كنَ محنكات، والقليل جداً وفي المدن الدينية المقدسة كانت أحدى المرشحات ترتدي النقاب الكامل (البوشي، باللهجة العراقية) معظمهنَ من الأحزاب الدينية. بينما القليل جداً من المرشحات لم يرتدين الحجاب، وهنَ لا يمثلن الكتل الدينية/ الاسلامية، والأغلب يمثلنَ التيار المدني الديمقراطي، والمرشحات الكورديات، والمرشحات المسحيات والبعض منهنَ من قائمة الدكتور أياد علاوي.

٣. كما لوحظ أن بعض المرشحين رمَز لافتته برموز كأداة تعريفية تمثلت بصورة قائد الكيان بجانب صورته، وكما رأينا مرشحوا دولة القانون وضعوا صورة السيد نوري المالكي، ومرشحوا القائمة العراقية الوطني الموحد صورة الدكتور أياد علاوي، وكذلك مرشحو القائمة العراقية العربية بزعامة الدكتور صالح المطلق، ومرشحو تيار الإصلاح بزعامة الدكتور أبراهيم الجعفري، ومرشحو تجمع الكفاءات والجماهير بزعامة هيثم الجبوري.

٤. أن بعض الملصقات واللافتات ما يلفت النظر وكونها غريبة وغير متعارف عليه، وغير مقبولة لأنها تخرج عن إطار التعريف الشخصي المباشر للمرشح، لقد أستخدمت أدوات تعريفية وترميزية بصيغة جديدة، وهي سابقة في العراق. وهذا ما يطرح السؤال على المفوضية العليا:

ألم يكن لها دور في فرض سياقات محددة لتلك الملصقات التعريفية للمرشحين؟ هذه نفس الملاحظة كانت في انتخابات المحافظات ٢٠١٣ ، سنوضح البعض منها على سبيل الذكر:

أئتلاف دولة القانون رقم (٢٧٧) التسلسل (٨)، المرشحة (خولة منفي جودة . أم علي)، عرفت نفسها شقيقة الحاج (أحمد منفي جودة . أبو زينب)، ولم تضع صورة لها بل وضعت صورة لشقيقها ؟

وكذلك مرشحة ائتلاف دولة القانون رقم (٢٧٧) التسلسل (١٢)، المرشحة (هناء أم زين العابدين) لم تضع صورة لها ؟

من ائتلاف الفضيلة والنخب المستقلة، المرشحة (سحر نوري هامل صابر السراجي . أم جعفر) صورة وهي منقبة؟ اذا كانت المرشحة لا تفصح عن شخصيتها، كيف يتعرف عليها المرشح؟ وكيف يعطي صوته لمرشح لم يرِ صورته ولم يتعرف على شخصيته؟

لوحظ على بعض الملصقات، أن أحدى المرشحات وضعت صورتها بجانب صورة زوجها، كأداة تعريفية وهي المرشحة (شذى الكاظمي مع زوجها معن الكاظمي)، بأعتبار زوجها عضو في محافظة بغداد.

كما ان احد المرشحين وضع صورته الى جانب صورة عمه، وهو المرشح الفائز (رقم ١)، في (تيار الدولة العادلة) محافظة بابل وهو (علي صبحي المالكي)، وكتب عليها أبن أخ رئيس الوزراء نوري المالكي. ومرشح آخر فائز، وضع صورته الى جانب صورة صهره (والد زوجته)، وهو مرشح دولة القانون تسلسل (٨) في محافظة كربلاء المقدسة (ياسر عبد صخيل/ ياسر المالكي)، وهو يقف كتفا الى كتف جانبيا مع والد زوجته (نوري المالكي)، في لوحة عملاقة تقصف فيها الطائرات على مدى ناظريها وتصول فيها الدبابات عند مستوى قدميهما في صورة لمعركة ضروس تشير الى دور أمني وعسكري مستقبلي له في العراق.

وايضا المرشح لتجمع الشراكة الوطنية (التيار الصدري .٢٦٩/ تسلسل ٩٠) الدكتور"صباح شاكر" عرف نفسه شقيق الكابتن" حكيم شاكر، حيث وضعت صورته وصورة شقيقه مع رياضيين؟

٥. ورصدنا أيضا، أداة تعريفية للمرشحين هي وضع الشهادات العلمية الحاصلين عليها، والمهن التي يمتهنوها، بكافة أنواعها، المهندسة الزراعية" سلوى نون"، البروفسور الدكتور حارث ابرهيم" المحامية" أمل حسين" الناشطة الاعلامية" شيرين طاهر"، والبعض عرف ذاته بالشيخ ومثال ذلك المرشح" الشيخ رحيم أبو جري الساعدي"، وقسم ميزَ نفسه من خلال كونه مستشار أو كونها مستشارة. هذه التأكيد على الشهادات هي وسيلة لأقناع الناخب بأن صوته بيد المثقفين والتكنوقراط.

من الشعارات الملفتة للنظر ما رفعه المرشح الشيخ اياد الاشوري، لقد وصف نفسه بانه " معتنق الاسلام على ولاية محمد وآل محمد، حفيد وهب وجون" رقم التسلسل ١٠١، قائمة ائتلاف العراق، رقم القائمة ٢٦٢، وذلك في بعض مناطق بغداد التي قد تتأثر بهذا الشعار، حيث أسلم وهو من القومية الاشورية.

ومن الشعارات التي كانت ملفتة للنظر أيضا مرشح " حركة الفقراء والعاطلين عن العمل" حركة شمس رقم ٢٢٥ ، المرشح (احمد جاسم كطافة) ، موضحا صورته وهو واقف ومادا ساعديه وعلى كتفه الايمن عبارة "جبل من الفقراء، وكتب على كتفه الايسر عبارة " جبل من العاطلين".

بشكل عام كانت الأحجام المتوسطة للافتات هي السائدة، ألا أن أكبر لأفتة كانت في محافظة بغداد كانت لمرشح دولة القانون (الشيخ أحمد غانم جواري الطائي)، كان حجمها (٣٠ طولاً ٥ م عرضاً) ووضع صورته وصورة السيد نوري المالكي، ومرسوم فيها صور للجيش العراقي. ووضعت على طريق مطار بغداد الدولي، ولم نعرف كم كلفت مادياً؟

المبحث الثالث: تحليل مضمون الشعارات الانتخابية.

سبق وان وضحنا بأن تحليل مضامين الشعارات الانتخابية وفق مبادئ محددة تعتمد على نوع الحملة الانتخابية، هل هي انتخابات رئاسية؟ أم برلمانية، أم محافظاتية. هذا ما سنوضحه تباعاً.

المطلب الأول: مضامين شعارات انتخابات مجالس المحافظات.

أن الشعار المستخدم في الحملة الدعائية لمجالس المحافظات عبارة عن كلمات مركزة معبرة واضحة لا تزيد عن خمس مفردات"كلمة"، ويتضمن شروط محددة يجب ان تتوافر وتتناسب معه، هي[١٨]:

أ. مضمون نفسي، يؤثر على نفسية ومزاج الناخب.

ب. هدف خدمي/ رقابي(*)/ تشريعي،

ج. بُعد محلي. يسعى الى تحقيق خدمات محلية مرضية يحتاجها الناخب في سكناه.

د. أنجاز قصير المدى. أن تكون مشاريع خدمية ذات خطة خمسية تحقق اهدافها وتنجز بفترة زمنية قصيرة.

من خلال الأستطلاع الميداني ومتابعتنا للشعارات التي كتبت على الملصقات واللافتات في مدينة بغداد نموذجاً، توصلنا الى أن الشعارات، التي رُفعت في أنتخابات مجالس المحافظات، تقسم الى ثلاث اقسام وهي:

١. شعارات ناجحة لكونها مطابقة مع الشروط الأربعة أعلاه.
٢. شعارات ناجحة جزئياً. بمعنى توفر شرطان أو ثلاثة فيها.
٣. شعارات غير ناجحة، حيث فشلت في نفوذها وتأثيرها عند مطابقتها مع المعاير الآنفة الذكر. سنتناول توضح ذلك.

أولاً: شعارات غير ناجحة.

١. شعارات تُحاكي الفكر والعقل.

مثال: (عزم وبناء)،

(عمل وبناء)،

(وحدة، كرامة، بناء).

أن الشعار الأول والثاني يطابق المعيار " ب"، أما الشعار الثالث ضعيف لأن الوحدة والكرامة، ذات مضمون سياسي/ وطني أكثر مما هو محلي/ خدمي.

٢. شعارات تُمجد شخصية المرشح

(قف. وفكر. وأنتخب الأمين)،

(أوصيكم بالعراق)،

(ولدي ثقتك هي التي دعتني الى الترشيح)،

(لا أعدكم بأنني سأعمل كل شئ، ولكن أعدكم بكل شئ أستطيع عمله).

هذا يحاكي النموذج الأمريكي الذي يركز على تمجيد المرشح وقدرته على تحقيق كل ما يطمح اليه الناخب، حيث يعطي الأنطباع بالشخصية الملهمة. أنها شعارات شخصية أكثر مما هي مؤثرة في أقناع الناخب لتقديم الخدمة له. أنها ذات نمط يحاكي العقلية التجارية التسويقية.

٣. شعارات تُعبر عن حاجات الناخب، إلا أنها مطلقة.

(أحمل الخير لكل الناس).

(همنا القضاء على الفقر والجهل والمرض)،

(أمن البلاد خدمة العباد محاربة الفساد)،

(إزاحة مفسد ووضع مصلح واجب وطني مقدس)

(الطريق لمكافحة الفساد)،

(القضاء على الفقر وتوسيع الخدمات).

أرادت هذه النماذج من الشعارات أن تشارك الناخب بهمومه التي يعاني منها، في حياته اليومية، حيث خاطبته بقدرة الشخص القادر والمسؤول في تلبية حاجات الناخب، ألا أنها شعارات فضاضة، تحتاج الى خطط متوسطة المدى وبعيدة المدى وبمشاركة مؤسسات الدولة معها، والناخب يريد نتائج سريعة ومباشرة تحسن من خدماته ولا يريد الأنتظار، لأنه مل من كثرة الوعود والأنتظار.

٤. شعارات توضح عدم معرفة المرشح بالمهنة التي ستناط اليه.

(لا ضرائب في القطاع الخاص)،

(لبيك ياوطني لبيك يا شعبي)،

(الشباب فرسان التغيير)،

(سعادتنا من سعادتكم)،

(أذا الشعب يوماُ أرادة الحياة فلا بد أن يستجيب القدر)،

(عروبة العراق ووحدة أراضيه وشعبه)،

(أيدينا بيضاء قائمتنا بيضاء فأنتخب الوطنية البيضاء)،

والملاحظ أن الشعار الأول هو الاكثر فشلاً، إذ كيف لقطاع أقتصادي مهم يتشكل في العراق المستقبل، والقائم على الأقتصاد الرأسمالي الحر ان يكون خالي من الضرائب؟ هل أن النظرية الأقتصادية للنظام الحر تقوم على أساس ألغاء الضرائب؟ على المرشح أن يتأكد من مضامين شعاره؟

أما بقية الشعارات فهي سياسية وليست خدمية محافظاتية، بل انها ذات بعد وطني/قومي.

٥. شعارات تنبهية/ رقابية.

(سنحاسبهم من أجلكم)

(أغرقوا بغداد بفسادهم، بصوتك نحاكمهم).

أنها شعارات رقابية، محاكماتية، منطلقة من الأعلى الى الأسفل، من السلطة التشريعة أي مجلس المحافظة.

٦. شعارات عائلية/ ظرفية.

(أنتخبوا شقيق الشهيد فلان)

(أنتخبوا زوجة الشهيد فلان)

(أنتخبوا زوج النائبة فلانة)،

(أنتخبوا المرشحة فلان زوجة الشيخ فلان).

هذه الشعارات ذات شحنات عاطفية، تنطلق من ظرف المجتمع العراقي الذي يعاني من الأرهاب السياسي وما أنطوى عليه من الأغتيالات السياسية/ الطائفية، نتيجته الضحايا من العراقيين. أنها شعارات لا علاقة لها نهائياً، لا بطبيعة ونوعية ولا وظيفة مجالس المحافظات.

٧. شعارات أستشهادية.

(كن للظالم خصماً وللمظلوم عوناً)

(لا أتقدم على المرجعية ولا أتأخر)

(يا أيها الناس قد جاءكم البرهان من ربكم وأنزلنا اليكم نوراً مبيناً).

أنها شعارات ذات نكهة دينية تسعى للتأثيرعلى الوجدان، كونها تستشهد بالمرجعية أو بالآيات القرانية، حتى تبعث الثقة لدى الناخب بكونها ملتزمة أمام الله جل وعلا، وكذلك أمام المرجعيات، تستشيرها وتخضع لها في أمورها الدنيوية.

٨. شعارات ذات طروحات طائفية.

(أنتخب مذهبك)

(أنصر مذهبك).

إذا كان هدف المرشح أن يؤجج مشاعر الناخب العاطفية منطلقا من تنشئته المذهبية، مستغلاً ظروف الأزمة السياسية بين السياسين المتخندقين، أن هذا لا ينجح على

المدى الطويل. أنها شعارات تكتلية، ذات أبعاد تقسيمية، تنم عن ثقافة سياسية/ أنتخابية ضيقة للمرشح أكثر من الناخب، ثم أنها بعيدة عن المعايير الوطنية والأخلاقية.

٩. شعارات فكاهية.

(خلي ننتخب فنان ونعشك أحساسه، شحصلنة غير الشيب من السياسة).

شعار ذو روح أنتقادية بناءة للظرف والوضع الذي صنعه الساسة العراقيون بأنفسهم وحملوا المجتمع العراقي وزره.

١٠. شعارات متنافرة.

أن بعض الائتلافات والكيانات السياسية كان لها شعار مركزي، إلا أن بعض مرشحيهم أضافوا على شعار الكيان شعار آخر. مثال:

كان شعار أئتلاف دولة القانون (عزم وبناء)، ولكن بعض من مرشحي الائتلاف أضافوا شعارات خاصة بهم بجانب شعار الأئتلاف منها (عزم وبناء... أنتخبوا مرشحتكم وفاءاً لدماء الشهداء)، مرشح آخر (عزم وبناء.... لم نكل أو نمل من العمل الدؤوب لتحقيق أحلامكم).

كلما كان الشعار مركزياً كان أفضل لمرشحي الأئتلاف، لأن كثرتها يؤدي الى تزاحم في الأفكار وضياع الهدف المركزي للشعار.

١١. شعارات عشائرية:

(أبن عمك لا تنخاه" أشوفك").

تنطلق من صميم العقلية والثقافة العشائرية، التي لا يمكن أن تنسجم نهائياً مع منطق الأنتخابات الديمقراطية شتان بين الأثنين. ثم أنها لا تنسجم أيضاً مع أهداف مجالس المحافظات ووظيفتها المؤسسة على مبدأ تحقيق الصالح العام وليس لصالح عشيرة محددة.

شعار غير واضح الهدف.

(سنبقى أوفياء حتى تبتسم السماء).

ماذا يقصد حين تبتسم السماء؟ وتبتسم لمنْ؟ وكيف تبتسم ...بفوزهم؟

ثانياً. الشعارات الناجحة/ المستوفية.

من خلال رصدنا لشعارات الحملة الأنتخابية، لاحظنا بعض الشعارات موفقة في مضمونها، ومؤثرة بأهدافها ومطابقة للمعايير. منها على سبيل الذكر.

أ . محافظتي أولاً... نبنيها سوه.

تميز هذا الشعار بكونه:

١. المتكلم أنا، والمخاطب نحن ... نبنيها سوه. وهذا عكس الشعارات الأخرى المتكلم هو، هو الذي يعمل ويبني، وهو يتخذ القرار، وهو الذي يخدم. أنه االقائد الذي يمسك بزمام أمورنا.

٢. بينما الشعار يخاطب المجموع، نحن نبني ونعمر، نحن نتخذ القرار، نحن نمسك بزمام أمورنا، ونحن نتحمل مسؤولية محافظتنا.

٣. الشعار دغدغة وحرك غريزة التملك عند الناخب، أنها محافظتي، أنها مًلكي، حيث هيج الدلالات السايكولوجية للفرد، بحالة التملك والأعتزاز بالملكية.

٤. أنه شعار خلق وعياً مناطقياً أن صح التعبير، والأعتزاز بالأنتماء الى جغرافية المنطقة، وهذا يعزز روح المنافسة بين أبناء المحافظة الواحدة، ومن ثم يخلق تنافساً بين سكان المحافظات، وفق معيار الخدمة الأفضل والأحسن لأبناء المحافظة.

٥. أنه شعار يمنح حرية أتخاذ القرار وأستقلاله على النطاق الخدمي/ الأداري، ويقلل من المركزية، بأعتبار أن سكان المحافظة أدرى بحاجيات أهلها.

٦. وشحت اللوحة التي تكتب عليها الشعار باللون الأصفر، إن اللون لغة رمزية للتعبير عن الأفكار المجردة والمحسوسة، وهو اللون الخدمي أن صح التعبير، أي اللون الذي يستخدم كأشارة للقيام بالخدمات، مثل سيارات الأجرة، وأرصفة الشوارع الخدمية تصبغ باللون الأصفر،ثم أشارة التنبيه في المرور صفراء، العوارض والأشرطة التي توضع في مقدمة البناء والتعمير وتبليط وتنظيف الشوارع كلها ذات لون أصفر. وكذلك أنه لون الشروق لون الطبيعة، وبدأ العمل.

٧. ثم زينت اللوحة برمز هو النخلة، وهي رمز العراق، أنها الوطن.

٨. أما الكتابة فكان باللون الأخضر، والذي يوحي بالبهجة الزرع، الحدائق.

٩. شعار هادئ، لا تزاحم بالأفكار، ولا الألوان، وصور المرشحين وضعت جانباً، عدا ملصقة المهندس(محمد الربيعي)، الذي كانت صورته وحركاته أكبر وأعلى من شعار الكيان ذاته، مرة واقف ويحيِّي بيده ، والأخرى يضع قبعة في لقطة جانبية، صورته ملئت الملصقة، أعطي أنطباع آخر يغلب على الشعار.

ب . أما الشعار الذي الذي وفق في تعبيره وتطابقه الى حد ما(نجاح جزئي) هو:

(التغيير بأيدكم. أمن راسخ، خدمات أفضل، فرص عمل أكثر).

١. لقد أستخدم هذا الشعار مبدأ السلوك الفعلي الداعي الى تضافر الجهود والتي تؤدي الى خدمة أكثر، حين حمَل الناخبين مسؤولية وضعهم الحالي، وما هم عليه، وليس من حقهم التذمر، وعليه حان وقت التغيير والعمل سوية، من خلال المفتاح الذي وشح شعار به.

٢. خاطب الشعار الناخبين مباشرةً بأنكم صانعوا القرار السياسي.

٣. طرح الشعار ثلاثة مبادئ: أمن راسخ، خدمات أفضل، فرص عمل. أن مبدأ تحقيق الأمن ليس من صلاحيات مجلس المحافظة بكل مستوياتها، أذ أن الأمن من المهام الرئيسية للحكومة الأتحادية، وهي منْ يخطط ستراتجيات بعيدة المدى، وأن تنفيذها يتطلب مشاركة مجالس المحافظات كافة.

٤. أما المبدأن الآخران، الخدمات الأفضل هو صحيح بأمتياز، وأن تحقيقه سيؤدي الى فرض عمل أكثر، وأنهما ضمن الخطط القصيرة المدى، وهذا ما يسعد الناخب لأنه تحقيقه سيكون سريعاً.

٥. أنه شعار خدمي بجزئين، سياسي وخدمي. لذا فانه لا يعبر إلا بصورة جزئية.

من الشعارات الناجحة أيضا جزئياً هي:

- من أجل بغداد الحضارة.
- نبني ونعمر بغداد لتبقى درة الزمان.
- الديوانية أولاً.
- جئنا من أجل واسط.
- بابل حبيبتي.

☜ نعمر بغداد الحبيبة.

المطلب الثاني: تحليل مضمون شعارات انتخاب مجلس النواب.

وكما وضحنا سابقا، تتوقف عملية تحليل مضامين الشعارات المكتوبة في الملصقات الدعاية الانتخابية، على نوع الحملة الانتخابية أولاً، انتخابات برلمانية، رئاسية، أم محافظات، وكذلك ينبغي ثانياً ان تتلائم تلك الشعارات مع المعايير، التي نستنبطها من المضامين الوظيفة والاهداف الشعارات ذاتها.

لذا فأن الشعار المكرس للانتخابات البرلمانية والذي يتكون من بضع كلمات معبرة واضحة لا تزيد عن خمس مفردات، ينطوي على المعايير الأربعة الآتية:

أ. مضمون نفسي: بمعني أن يؤثر على الناخب سايكولوجيا، من خلال رسم تصور ذهني/عقلي ايجابي لذلك المرشح/الكيان.

ب. شمولي الهدف الوطني: بمعنى ان ينطوي على تحقيق المصلحة العامة، ولا يستثني اي شريحة أو طبقة اجتماعية سواء كانت قومية ام دينية ام مذهبية، أو محافظاتية، حتى يشعر الناخب بأن ذلك المرشح/ الكيان يمثل الاتجاه الوطني، ويحقق مآربه الوطنية.

ج. البُعد الوظيفي: بمعنى أن تحقيق هدف الشعار يتم من خلال الوظيفة البرلمانية، الا وهي تشريعية، رقابية، اقرار الميزانية.

د. أنجاز متوسط/ طويل/ استراتيجي المدى: بمعنى ان خطة انجاز أهداف الشعار ليست آنية او مؤقتة، بل خطة بناء بنى تحتية معمرة منتجة، يستفاد منها المجتمع لآجيال[١٩].

وعليه، تتنافس هذه الشعارات الدعائية الانتخابية وفق هذا المقياس ذو المعايير الأربعة، الذي هو دالتنا في معرفة مدى نجاح أو فشل الشعارات المرفوعة في الانتخابات البرلمانية العراقية الأخيرة. فمن خلال استطلاعنا الميداني توصلنا الى عملية فرز مضامين الشعارات، لاحظنا البعض منها كان مطابق للمقياس وهو شعارناجح، والبعض الآخر كان فاشل بأمتياز، الا ان قسم من الشعارات، تحتوي على معيار واحد أو معيارين وليس المعاير

الأربعة توضع في خانة النجاح الجزئي. لقد كان القاسم المشترك بين الشعارات البرلمانية هو الدعوة للتغيير والذي اتخذ مسارات عديدة بتعدد الطروحات.

أولا: هذه بعض من نماذج شعارات الكيانات السياسية والتي قسمناها وفق مضامينها كالآتي:

١. شعارات تحاكي العقل والفكر: وهي الشعارات التي تماثل النموذج الاوربي، الذي يناشد الفكر ويستخدم العقل لتحقيق أماني الناخب، وما يحلم الحصول عليه.

* " للحرية والحياة المثالية"، (حزب الداعي).
* " عهد وبناء"، (تجمع الاستقلال الوطني.)
* " الوحدة، التنمية، النزاهة"، (ائتلاف الأمل).
* " دولة مدنية، أنصاف الحق، حرية"، (تجمع باقون على العهد).
* " بناء دولة المؤسسات، ضمان حق المواطن العراقي"، (تجمع النهضة الشاملة).
* " أمن، إعمار، إزدهار" (إئتلاف الوفاء العراقي.)
* " امن العباد، بناءالبلاد، محاربة الفساد، (حزب الدعوة الإسلامية تنظيم الداخل).
* " معاً نبني العراق"، (إئتلاف دولة القانون).
* " دولة مدنية، مصالحة وطنية، تنمية حقيقية"، (إئتلاف الوطنية).

٢. شعارات تمجد العراق/ الوطن: شعارات تدغدد المشاعر الوطنية في حب العراق، والسعي لتحقيق التقدم له، والدفاع عنه. هذه الشعارات لا تنسجم مع المعايير، لانها لم تصغ خطة أو برنامج، أو فكرة عملية يستفاد منها، مجموعة كلمات مشحونة بالعواطف في حب الوطن والتغني به.

* " نحن عراق مصغر، نعمل معا لبناء العراق الاكبر"، (تجمع النهضة الشامل).
* " ارواحنا فداء للعراق"، (تجمع الشراكة الوطنية).
* " نحو مستقبل العراق"، (تجمع أكفاء).
* "كرامة العراق فوق كل شئ"، (كتلة مستقلون).
* " بأصواتكم يزدهر العراق"، (كتلة المجد المستقلة).

٣. شعارات أصطفافية/ تعبوية: شعارات تكرس حالة الدفاع بهدف تجيش وتعبئة الجماهير لتحقيق الاهداف الخاصة، انها موجهة لذوات محددة، لذا لم تكن شعارات موفقة نظراً لأنعدام شمولية الهدف الوطني/ القومي، ويضعف الوظيفة البرلمانية في تحقيق اهدافها الأسمى الا وهي المصلحة العامة.

* " متحدون لنحمي هويتنا".(متحدون)
* " سوف نبقى هنا"، (متحدون).
* " صوت لا يهادن، موقف لا يقاوم"، (متحدون).
* " لن نسكت عن حقنا، ولن نساوم على كرامتنا"،(إئتلاف الوطنية).
* " لنغادر الضعف ونبدأ بقوة"، (إئتلاف الوطنية).
* " نحقق التغيير ونحافظ على هويتنا"، (متحدون).

٤. شعارات متعصبة: شعارات تنطوي على العصبية، لأنها تسقط مبدأ الأممية للدين الاسلامي وتحصره فقط على القومية العربية، انه غير موفق لانعدام شمولية الهدف الوطني القومي، ويشكل عقبة في سلاسة العمل الوظيفي للبرلمان، بخندقة النواب في اتجاه محدد، انه بعيد عن ديمقرطية التعايش.

* "إذا ذل العرب ذل الإسلام"، (إئتلاف العربية)، أمينها العام الدكتور (صالح مطلك).

٥. شعارات تخص الشباب: شعارات تخص فئة عمرية محددة، ويلغي الفئات العمرية الاخرى في المجتمع. على الرغم من تأكيده على الفئة العمرية المنتجة والمعول عليها في البناء، الا انه لا يتصف بالشمولية المجتمعية.

* " الشباب قادمون"، (إئتلاف الاحرار).
* " ما أحمله لشباب بغداد، مدينة بسمة للشباب"، (دولة القانون).
* " نحو قطاع خاص فعال، أستثمار طاقات الشباب"، (دولة القانون).
* " الشباب قادة المستقبل"، (تجمع شباب الغد).

٦. شعارات تخص الدفاع عن نساء العراق: وهي سابقة في الشعارات الانتخابية في العراق، للتأكيد على حقوق المرأة، الا انها تخص نصف المجتمع من النساء، والنصف الآخر ما هو الموقف إزاءه، انها فقدان لمبدأ الشمولية المجتمعية.

* " معا نحمي المرأة ونضمن حقوقها"، (إئتلاف دولة القانون).
* " المرأة الوطن الأصغر"، (إئتلاف الوطنية).

٧. شعارات للسلام المجتمعي: شعارات تتصف بشمولية المبدأ في الدعوة للسلام والتآخي لأطياف الشعب العراقي المتنوع في قوميته، دينه، مذاهبه، وتقسيماته الاجتماعية المحلية، يتصف بالعمومية.

* " طوبا لفاعلي السلام لأنهم أبناء السلام"، (قائمة البابليون)، وهي تمثل المكون العراقي المسيحي، الذين ينشدون السلام لأرض وشعب العراق.
* " بالتآخي وتآلف أبناء العراق نساهم في بناء العراق، كما بنينا كوردستان، ونقضي على الارهاب"، الائتلاف الكوردي الموحد في بغداد).

٨. شعارات ثورية: شعارات اتسمت بشحنة عالية من العاطفة وبالايحاء النفسي بأهمية الشعب، وكما في الشعار الاول، حتى يضحى المرشح خادم لهم كيف؟ ومتى؟

ومنح الثقة العالية للمواطن بدعوى انتصاره دون إيضاح كيف؟ وبماذا أنتصر المواطن؟ وعلى منْ أنتصر؟ انه شعار ذو فلسفة عالية، دون إيضاح المعنى المكنون فيه.

* " للشعب خدام"، (تيار الأحرار).
* " المواطن ينتصر"، (قائمة المواطن).

٩. شعارات تمجد شخصية المرشح/ الكيان: انها شعارات تمجد الكيان السياسي أو المرشح أو شخصية أمينها العام، وهذا هو النمط الأمريكي، لقد كان هذا النمط هو السمة الطاغية في الشعارات.

* " الأصلاح هدفنا"، (تحالف الإصلاح الوطني/ الجعفري). أن هذا الكيان لم يكن شعارهم يمجد الكيان، بل أن أسم الكيان أضيف اليه لقب أمين االعام الكيان، الدكتور إبراهيم الاشيقر الجعفري!
* "نحن البديل" (قائمة التحالف المدني الديمقراطي). وكذلك رفع شعار للقائمة نفسها والذي يمجد شخصية الكيان وهو "مبادئنا ثابتة قبل وبعد ٢٠٠٣".

* " أسألوا الفقراء عني"، (إئتلاف الوطنية)، ينطوي هذا الشعار على فقدان الثقة بالنفس أولاً، ثم أنه يشهر بسمعة الفقراء والمتعففين ثانياً، واخيراً أن الافعال تسبق الاقوال والشهادات.

* " فمن لم يستطيع حمل الامانة فليعد لأهلها الأمانات" (ائتلاف العراق).

* " حماة بناة"، (الصادقون).

* " أمنحونا ثقتكم لنحقق التغيير نحو الأفضل"، (إئتلاف الرفاه والإسلام الشيرازية).

* " أمنحونا ثقتكم وأصواتكم تكسبو ثمرة جهودنا في خدمتكم"، (إئتلاف العراق).

* " ثابتون لأجلكم"، (التجمع الشعبي المستقل).

* " لن نخذلكم لعراق شامخ موحد"، (إئتلاف الوطنية).

* " لن نساوم على حقوقكم"، (قائمة الرافدين).

* " نفعل مانقول"، (إئتلاف العراق).

* " عهد الله أن اكون قريبا منكم"، (حزب الدعوة تنظيم الداخل).

١٠. شعارات مناطقية/ محافظاتية: هذا النمط من الشعارات يصلح لانتخابات ألمحافظات وليس لانتخابات ألبرلمانية لإنه يفتقد للبعد الشمولي/ الوطني.

* "سأبقى وفياً ومدافعاً عن أبناء محافظتي الكرام". (المرشح عثمان الجيحشي).

* " يدي بيدك من أجل بغداد"، المرشح (نعيم عبعوب).

* " لنعمل معاً من اجل بغداد واهلها الاحسن في العالم"، (إئتلاف أوفياء للوطن).

* " ديالى هويتنا"، قائمة الدكتور(سليم الجبوري).

١١. شعارات تقاسم المسؤولية:

نمط من الشعارات تطلب من الناخب المشاركة مع المرشح في تقاسم مسؤولية الوظيفية، وتحملها معاً.

* " أيدي بيدك.. اختار صح"، (إئتلاف الوطنية).

* " يداً بيد"، (تجمع الكفاءات والجماهير).

* "يدك بأيدي من أجل التغيير"، (إئتلاف المواطن).

* " وياكم نسويلها جارة"، المرشح أستخدم اللهجة العراقية، (المواطن ينتصر).

* " نتشارك لنبني"، (إئتلاف الفضيلة والنخب المستقلة).
* " بكم أنتصر من أجل حياة أفضل"، (إئتلاف الفضيلة والنخب المستقلة).
* " ومنكم واليكم"، (كتلة الوفاء العراقي).

١٢. شعارات تحمل المسؤولية على الناخب:

* " المواطن مفتاح التغيير"، (إئتلاف الوطنية).
* " فكر، غيِّر، أنت لها مدبر"، (قائمة المواطن).

" بصوتك يمكن أن نغير"، مشروع دولة الإنسان، (الكتلة البيضاء).

" أنتخب نفسك"، (متحدون).

١٣. شعارات مبهمة: شعارات تنم على عدم معرفة المرشح بأهمية الشعار، ووظيفته،

" بنت العراق"، (متحدون للاصلاح). ماذا بها ؟

* " الكرامة"، (كيان الكرامة). ثم ماذا؟
* " ومضة الأمل باقية في عيون العراقيين"، (إئتلاف الوطن). ماذا يعني؟
* " دمائنا ليست رخيصة"، (تجمع ديالى). منْ قال انها رخيصة؟ وعلى منْ يوجه الأتهام؟ وهل الناخب يتحمل الذنب؟

١٤. شعارات تحث على التغيير[٢٠]: أجتاحت الشعارات رغبة عارمة بالتغيير، ان الرغبة بالتغيير مؤشر على وعي انتخابي، ورغبة بالمشاركة وتعزيز للانتخابات. هذا المبدأ ضروري ومهم اذا رفع من قبل المرشحين الجدد على الممارسة البرلمانية، لكن لا يحق على الكيانات والمرشحين المشاركين في العملية السياسية برفع شعار التغيير، وهم الوجوه نفسها والشعارات نفسها، أي تغيير سيحصل؟ كان الأجدر بهم رفع شعارات الأصلاح وزيادة التنمية!

* " التغيير بيد المواطن"، (إئتلاف البديل العراقي).
* " على التغيير مصممون"، (كتلة الوارثون).
* " معاً للتغيير"، (إئتلاف التغيير الجديد).
* " بالتغيير نحو الأفضل"، الشعار الوحيد الذي أختص به الدكتور (همام حمودي) في قائمة (المواطن ينتصر).

* " تريد التغيير؟ صوتك يصنع التغيير"، (إئتلاف الوطنية).
* " بصوتك التغيير قادم"، (التيار المدني الديمقراطي).
* " للتغيير حتماً"، (إئتلاف أوفياء للوطن).
* " أحرار العراق مفاتيح التغيير"، (التيار الصدري/ الاحرار).
* " صوتك وإرادتنا نحقق التغيير"، (إئتلاف العراق).
* " التغيير مهمة الشجعان"، (متحدون).
* " إرادة التغيير"، (تيار الدولة العادلة).

١٥. شعارات دينية: يلاحظ ان العزف على الوتر الديني في شعارات الانتخابات البرلمانية لهذه الدورة، قد قل بشكل كبير قياسا الى شعارات الانتخابات السابقة.

الا ان اغرب شعار انتخابي، رفعه المحامي (موفق طه محمد سعيد العبيدي، من "قائمة إئتلاف العربية")، بأنه رأى رؤيا أن الرسول محمد"ص" أمره بالترشيح!

* " أقسم بالله العظيم رشحت نفسي للبرلمان بأمر من رسول الله" ؟

١٦. شعارات طائفية: ؟؟

" من أجل ان نصلي آمنين في مساجدنا، وننام مطمئنين في بيوتنا، خيار الاقليم السني وخيار الحريصين على وحدة العراق"، المهندس بهاء الدين النقشبندي، رقم التسلسل ٣٣ (قائمة متحدون).

١٧. شعارات صحية: شعار يركز على نظام واحد من منظومة كبيرة تحتاج الى كل الجهود.

* " من أجل نظام صحي في العراق"، (كتلة الوارثون).

١٨. شعارات اقتصادية: هذه الشعارات تعكس الرغبة لدى المرشحين بإيجاد حلول لمشاكل الناخبين والتي هي ذات بعد اقتصادي بالدرجة الاولى.

* "لي حصة في ثروات البلد"، (إئتلاف العراق).
* " لأجلكم نحمي ثروتنا الوطنية"، (إئتلاف الوطنية).
* " معاً نحمي ثروات العراق"، (دولة القانون).
* " الفرد العراقي أساس التنمية وغايتها"، (متحدون).

١٩. شعارات عشائرية: انها بعيدة عن بناء الدولة المدنية

* " بالأهل ننتخي وبالعراق ننتمي"، (متحدون من أجلكم).

* " سناعيس نخوتنه والغيرة شيمتنة"، الكتلة البيضاء.

٢٠. شعارات أنتقادية/ هجومية:

" لا تقاعد، لا أمتيازات للنواب، قوتنا بالقانون"، (كتلة الأنفتاح).

* " سارقوا الكرادة لا يمثلون في البرلمان . صوت بغدادي"، المرشح حسن العلوي (إئتلاف الاحرار).

* " معاً نُصلح ما أفسده الآخرون"، (التيار المدني الديمقراطي).

ثانياً. الشعارات الناجحة:

من خلال اطلاعنا على مضامين الشعارات يتضح وجود بعض الشعارات الناجحة ضمن المقياس المحدد من حيث البعد الشمولي الوطني، والمؤثر النفسي، وكذلك البعد الاستراتجي، وأخيراً التطابق الوظيفي للبرلمان، كانت بشكل عام شعارات ذات النمط الاوربي، التي تحاكي العقل والفكر، الا ان الاكثر أنسجاماً وتطابقاً مع المعاير الأربعة هو:

☜ دولة القانون (معاً نبني العراق): لأن الإيحاء النفسي والمعنوي بالمشاركة (معاً) للناخب والمرشح في صياغة القرار السياسي/ الاقتصادي، ومن ثم المشاركة في العملية التشريعية في إصدار ذلك القرار، ومن ثم المشاركة (معاً) في تنفيذ القرار أي المشاركة في السلطة التنفيذية وتطبيقه على ارض الواقع لتحقيق الحاجات الضرورية للناخب، ولم ينتهِ الأمر بل المشاركة(معا) في تحمل وتقاسم مسؤولية المراقبة حتى يحصد الناخب ثمار تلك المشاركة. أن (معاً) هي زج الناخب بشكل فعلي/ عملي ليس فقط في التصويت بل أوسع من ذلك.

ثم أن المشاركة في صناعة القرار ليس فقط إيحاء نفسي، بل المشاركة الفعلية لبناء الوطن، الدولة، المجتمع. أن مصطلح البناء ذو إشارة مادية وايضا، ذو مضمون معنوي. بناء البنية التحتية للبلد، وكذلك لبناء الانسان، المواطن، وهذا هو الاهم. كان هذا الشعار اكثر نضوجاً للانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤.

الخاتمة

وتأسيساً على ما تقدم، يطرح السؤال الآتي نفسه: هل فشلت شعارات الحملة الأنتخابية؟

أن معظم الشعارات التي رفعتها الكيانات السياسية العراقية في انتخابات مجالس المحافظات ٢٠١٣، وانتخابات مجلس النواب ٢٠١٤، تعتبر غير ناجحة، لكونها، أولاً تقليدية الممارسات التي أرتبطت بعملية الدعاية الأنتخابية، وثم ثانياً، أبتعادها عن ممارسات قيم الحداثة من حرية وشفافية، وقبول الآخر والتعددية، وثم ثالثاً، غلبت عليها العواطف والمشاعر الجياشة بهدف تحريك مشاعر ووجدان الناخبين، ورابعاً لم تستطع ان تميز بنوعية ولم تفرق بين الانتخابات البرلمانية والمحافظاتية، لأن لكل لون شعاراته المميزة، وخامساً، الكثير من المرشحين كانوا يرفعون شعارات عدة وبأدوات تعريفية وشعارات مختلفة، برأيهم هذا ذكاء سياسي ، حتى ينسجم مع ألاذواق المتعددة لأطياف المجتمع العراقي. لكن برأينا قد يبعث على فقدان الثقة والمصداقية، خاصة في بلد ومجتمع ونظام سياسي فيه الاختلاف والخلاف أكثر أنتشاراً من الانسجام والتوافق.

نحتاج الى خبرات عديدة وتجارب ديمقراطية كثيرة، حتى يدرك المرشح ويتعلم الثقافة الأنتخابية، ومضمون الشعار وأهدافة والغاية من أختياره، وهذا يتطلب معرفة نظرية النفوذ وكيفية أستخدامها في علم الاجتماع الجماهيري، وعلم النفس الجماهيري، أي الجمع ما بين علم النفس السياسي وعلم الاجتماع السياسي.

لكن لا يمكن عزل مؤثرات اخرى كان لها الدور المؤثر في فشل ونجاح الشعارات الانتخابية والعملية الانتخابية برمتها، ومنها الظرف الداخلي، والظرف الخارجي.

أن الخلافات والاختلافات بين الساسة العراقيين وصانعوا القرار السياسي، كان كبيراً اتضح ذلك بشكل جلي في مسألة إقرار الموازنة، حتى اعطى الانطباع بأن الخلافات اضحت شخصية اكثر منها سياسية، ثم أن الانقسامات وصلت داخل الكيانات السياسية ذاتها مما ادى الى اختلاط الوضع على الناخبين، فمنْ هم يشكلون الحكومة ومنْ هم المعارضة، ومنْ هم الشركاء؟

ثم أن خلافاتهم ليست على السياسة الداخلية فحسب، بل تمتد الى السياسة الخارجية، والمواقف السياسية اتجاه ما يحدث في المحيط الاقليمي، وبالأخص الأزمة السورية. مما أتاح تدخلاً خارجياً في الشؤون العراقية، مما يعطي انطباع بأن العراق أصبح ساحة صراع وتصفيات بين الدول الاقليمية، ونقطة ارتكاز لمصالح هذه الدول.

لذا كان الناخب متوجهاً الى صناديق الانتخابات وهو معبئ حزبياً، مناطقياً، عشائرياً، طائفياً دينياً، أكثر مما هو ديمقراطياً.

---

[١] الأنترنيت، موقع مجلس الوزارء. ولقد حدد مجلس الوزراء، في جلسته يوم ٢٠١٣/٤/٢٤ ، يوم ٤/ ٢٠١٣/٧ أجراء الأنتخابات لمجالس محافظات نينوى والأنبار.

[٢] المؤتمر الصحفي لرئيس مجلس المفوضية العليا المستقلة للأنتخابات، السيد مقداد الشريفي في يوم ٢٠١٣/٤/١١ . ولقد أعلن أيضا بأن عدد المراقبين الدوليين" ٢٧١"، بينما عدد كان المراقبين المحلين" ٤٨٢٩٢". وأن عدد الصحفين الأجانب" ١٧٤"، بينما كان عدد الصحفين المحلين" ١٩٥٤". وشارك " ١٤,٠٠٠" ألف سجين، و" ٥٥,٠٠٠" مريض راقد في المستشفيات. وكذلك " ٥٣,٠٠٠" ألف مُهجر.

[٣] للأطلاع على قانون الأنتخابات المرقم ٣٦، لسنة ٢٠٠٨ ، راجع الموقع الألكتروني للمفوضية العليا المستقلة للأنتخابات

[٤] الموقع الالكتروني للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

[5] www.sia-sy.net

[٦] صادق الاسود: علم الاجتماع السياسي، أسسهُ وأبعادهُ، التعليم العالي والبحث العلمي/جامعة بغداد/كلية العلوم السياسية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩٠، ص ١٥٧

[٧] المصدر نفسه. ١٥٨

[٨] فليب برو: علم الاجتماع السياسي، ترجمة محمد صاصيلا، (المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت،١٩٩٨)، ص ٢٢٣.

[*] التسمية من قبلنا، حيث رصدنا السلوك السياسي للناخب العراقي منذ ٢٠٠٣، حين بدأت الممارسة الديمقراطية في العراق.

[9] www.k.astal.com

[*]أن هذا التقسيم من قبلنا من خلال الرصد ولقائاتنا مع بعض المرشحين في بغداد قُبيل الانتخابات.

[١٠] احمد موسى بدوي: نظرية الممارسة لدى بيير بورديو، مجلة إضافات، العدد الثامن، خريف ٢٠٠٩،بيروت، ص ١٦.

[١١] فواز العتيبي: الشعار الانتخابي بين الغرابة والطرافة وتأثيره على آراء الناخبين وقناعتهم، وكالة الانباء الكويتية، ٢٠/ ٧/ ٢٠١٣.

[١٢] المنجد في اللغة العربية: تونيس معارف، مطبعة الغدير، بلا، ١٩٩٦، ص ٣١٩.

[١٣] معجم العلوم الإنسانية: بإشراف جان فرنسوا دورتيه، ترجمة جورج كتورة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، ٢٠١١.

[14] www.bakerbubaker.info.

[١٥] ورقة عمل قدمت الى ورشة تدريب (تمكين المرأة العراقية في الانتخابات)، نظمها مركز القدس للدراسات السياسية في عمان ٥ ٢٠٠٤/١٠/٧.

[16] مصدر سبق ذكره.www.bakerbubaker.info

[*]أن من أبرز الأناشيد والأغاني كانت:

+ أنشودة رئيس كيان (الشراكة الوطنية) للمرشح الفائز النائب يهاء الاعرجي، التي كانت تمجد رئيس الكيان ومطلعها(هللُه هللُه بالعراق يريد حامي وناصر.... هذا بهاء الاعرجي بكل شدة حاضر/ الشراكة الوطنية .. هيُة تجمعنة سوية).

+ أما أنشودة مرشح إئتلاف العراق في محافظة صلاح الدين، علي الصجري، فكان نصها(كصهة ولا تخلي أثر ألهة.. شجرة الما تفيد علة اهلهة).

+ أنشودة محافظ صلاح الدين، أحمد عبد الجبوري/ أبو مازن، نصها(أبو مازن ترة نريدة رافع راية عراقية .. طبع المرجلة طبعة).

+ أما إئتلاف المواطن، فهو أكثر الكيانات استخداما للاناشيد المتلفزة في حملته الانتخابية. كان طابعها وطنياً. ومع كل زيارة يقوم بها السيد عمار الحكيم لأية محافظة، كانت ترافقها أنشودة معدة تتغنى بتاريخ تلك المحافظة ومدنها وسكانها وتقاليدها بشكل مدروس.

+ أما الأنشودة المتلفزة القائمة العربية كانت (مرحباً يا معارك المصير)، وهي أنشودة كانت تطلقها الإذاعة العراقية أبان حرب ٦/ أكتوبر/١٩٧٣، بين العرب واسرائيل، لأن الدكتور صالح المطلك يرى بأن الانتخابات هي معركة مصير وهو الشعار التلفازي للقائمة.

[١٧] يعتبر السيد مقتدى رمزاً لهذا التيار منذ نشأته ٢٠٠٣، ولا يشغل أي موقع رسمي وفق البيان منه، وأن الهيئة السياسية للتيار الصدري، لا تدعي أنها تمثل السيد الصدر، بل تدعي انها تدين له بالطاعة.

[18] **Gaston Bouthoul: Sociologi de la politique, Presses Univercity de france" QUE SAIS-JE" N1189, 1969 pp 70**

(*)يقصد بالمفهوم الرقابي، هو أن وظيفة مجالس المحافظات، مراقبة المؤسسات التنفيذية في المحافظة ذاتها، مثل:

١. المحافظ والذي هو رأس السلطة التنفيذية في المحافظة، والذي من حقه ان يطلب إقالة مدير هذه المؤسسات، ويطالب الوزارات المعنية بتعين ثلاثة مرشحين من قبل مجلس المحافظة.

٢. البلدية في كل محافظة، اما في يغداد تسمى" أمانة بغداد"

٣. مديرية التربية، الصحة، الكهرباء، الزراعة.

[19] **Gaston Bouthoul: sociologi de la politique, ibd, p 75.**

[٢٠] لقد أستل شعار التغيير من الحملة الانتخابية للرئيس الامريكي الديمقراطي " باراك أوباما" في حملته الانتخابية عام ٢٠٠٨ ، وقد أستعارها لأول مرة الكيان المؤسس حديثاً آن ذاك والذي أطلق عليه أسم " إئتلاف دولة قانون" في انتخابات مجالس المحافظات الثانية ٢٠٠٩، . وقبيل انتخابات مجلس النواب عام ٢٠١٠ أطلقت حركة المعارضة في اقليم كوردستان العراق أسم " التغيير/ كوران" على نفسها، ثم غدا شعاراً متدولا في الانتخابات العلاقية بعد ذلك.

من الشعارات التلفازية التي أستخدمها المرشحون منها على سبيل الذكر،:

المرشح عن قائمة الوطنية : الدكتور محمود المشهداني" (من أجل أن نُغير ولا نتغير).

أما الشعار التلفازي لرئيس القائمة العربية المرشح الفائز" الدكتور صالح مطلك" هي(صالح مطلك لا يحمل الجنسية الاجنبية) معززاً ذلك بصورة لوثائقه منذ الطفولة، (صالح مطلك لا يرضى بأن تتحكم ايران في السياسة العراقية).