

الدعاية الانتخابية وتأثيرها في خيارات الناخب العراقي

دراسة في الحملات الانتخابية للمدة (٢٠٠٥ - ٢٠١٤)

*Electoral Propaganda and its Impact
on Iraqi Voters' Choices*

(A Study on Electoral Campaigns for the Period of 2005-2014)

الكلمة المفتاحية : الدعاية الانتخابية، تأثير، الناخب العراقي.

Keywords: Electoral Propaganda, Impact, Iraqi Voters.

م. د. أحمد مريح الركابي

كلية الإمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة / بابل

Lecturer Dr. Ahmed Mureh Al-Rikabi

College of Imam Al-Kadhim (a.s.) of Islamic Sciences University / Babylon

E-mail: ahmedmureh@yahoo.com

ملخص البحث

تعد الانتخابات في العصر الحديث من أهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الأفراد والأحزاب السياسية للوصول للسلطة، وهي تحتاج إلى تنظيم قانوني يتمثل في التشريع الدستوري وتشريعات القوانين المتعلقة بالانتخابات والأنظمة والتعليمات التي تنظم العملية الانتخابية ومنها الدعاية الانتخابية، وبعد التغيير الذي حصل في العراق بعد عام ٢٠٠٣ وصدور الدستور العراقي ٢٠٠٥ والإعلان عن فتح الترشح وبدأ الانتخابات، شرعت الأحزاب السياسية والهيئات والشخصيات السياسية المستقلة بإعداد حملاتها الانتخابية، فمن خلال الدعاية الانتخابية يستطيع كل مرشح التعبير عن أفكاره وبرنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يستطيع الحصول على تأييد الناخبين، وتعد حقاً قانونياً لكل المرشحين. في هذا البحث سوف يتم التركيز على نماذج من الدعايات الانتخابية لمرشحي المجلس النيابي في انتخابات الأعوام ٢٠٠٥ و ٢٠١٠ و ٢٠١٤ وعلى نوع البرامج والوعود التي يقدمها المرشحين ومدى تأثيرها في خيارات الناخب العراقي. والخروج بنتائج جيدة وفق دراسة تحليلية. تم الاعتماد على مصادر عدة متنوعة في كتابة البحث، في مقدمتها الوثائق العراقية المنشورة، والمنشورات الحكومية وقانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥، ونظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠، فضلاً عن الرسائل والأطاريح الجامعية، والبحوث العلمية المنشورة والكتب المختصة بتاريخ تلك المدة فضلاً عن مواقع الانترنت.

***Electoral Propaganda and its Impact
on Iraqi Voters' Choices***

(A Study on Electoral Campaigns for the Period of 2005-2014)

Lecturer Dr. Ahmed Mureh Al-Rikabi

College of Imam Kadhim (p) of Islamic Sciences University / Babylon

Abstract

Elections through the modern era are one of the most important legal means used by individuals and political parties to gain power. They need legal regulation, namely, constitutional legislation, legislation relating to elections, regulations and instructions governing the electoral process, including election propaganda. After the change that took place in Iraq after 2003, Iraqi Constitution of 2005 and the announcement of the opening of the candidacy and the beginning of the elections, political parties and independent political bodies and personalities began to prepare their campaigns, through election's campaign each candidate can express his ideas in order to get the support of voters, which is really legal for all candidates. In this research, emphasis will be placed upon models of electoral propaganda for the candidates of the House of Representatives in the elections of 2005, 2010 and 2014 and on the type of programs and promises made by the candidates and their impact on the choices of the Iraqi voter. As a results of a good campaign according to an analytical study. It relied on several different sources in the writing of the research, in particular the published Iraqi documents, the government publications, the Iraqi Election Law No. 16 of 2005 and the electoral campaign system for the elections of the Iraqi Council of Representatives No. 19 of 2010, And the published scientific researches and the relevant books of that period, as well as the websites.