

## الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية

الارشادات الاستراتيجية لفعاليات الاتصال الجماهيري



المفوضية العليا المستقلة للإنتخابات في العراق  
كۆميسونى باآى سه ربه خوى هه ئيزارد نه كان  
له عئراق

The Independent High Electoral Commission of Iraq (IHEC)

UNOPS



United Nations Office for Project Services

تم اعداد الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية من قبل مشروع حملة التوعية الانتخابية الذي ينفذه مكتب الامم المتحدة لخدمات المشاريع (يونوبس) و بتمويل من قبل مجموعة التنمية في الامم المتحدة، صندوق ائتمان العراق.

## خلاصة تنفيذية

ستشكل الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية إطاراً استراتيجياً لإجراء وتنفيذ مشروع حملة التوعية الانتخابية، بواسطة منظمات المجتمع المدني. حيث يسعى المشروع لزيادة الوعي العام ومناقشة جميع نواحي العمليات الانتخابية عن طريق التثقيف الجماهيري بواسطة المجتمع المدني العراقي. الذي سيقود الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية، لذا تم استحداث منتدى التوعية الانتخابية، ليكون هيئة تنسيق تزيد من الوعي الانتخابي إضافة إلى كونه حلقة وصل بين المفوضية العليا للانتخابات وبين المواطن . .

إن السياق الاجتماعي والسياسي للدورة الانتخابية القادمة سوف يؤثر على حملة التوعية الانتخابية هذه. فقد مرت على العراق سنوات عسيرة فقد فيها الأمن والاستقرار وأصبح التهجير الطائفي يقطع اجزاء المناطق بحسب المذاهب . والنتيجة كانت تهجير أكثر من 2.4 مليون شخص داخليا وتعرض النسيج الاجتماعي للتمزيق على طول الخطوط الطائفية. لقد أسهم انعدام الخدمات العامة أيضا بثقة شعبية محدودة في المؤسسات الديمقراطية. وما زال المجتمع المدني الذي يعد العنصر الأساسي لثقافة ديمقراطية مستدامة وشاملة ضعيفا. من ناحية أخرى فإن من الطبيعي ان يشعر قسم كبير من أبناء الشعب العراقي الذين لم تتح لهم الفرصة في المشاركة في الانتخابات الأخيرة بالنفور من العملية السياسية. ولكن هنالك بوادر ايجابية من اطراف لم يشتركوا بالانتخابات السابقة لعدم الوصول الى القناعة الكافية في السابق، اما اليوم فهي مشجعة بأن تزيد من مساهمة الناشطين السياسيين الراغبين بالمشاركة في المنافسات القادمة والدخول الى الساحة . أخيرا فإن الدروس المستفادة من انتخابات 2005 أشارت إلى الحاجة لإشراك الشعب عبر نشاطات و اتصالات مباشرة ذات طبيعة تشاركية وديمقراطية، وإلى أهمية ذوي النفوذ الأساسيين في المجتمع.

سوف يتم تنفيذ الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية في مشهد انتخابي جديد حافل بالتحديات. وقد تم تأسيس سلطة انتخابية جديدة منذ 2007: وهي المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وستكون تحت إشراف مجلس النواب، يكون عملها الإعلان، والتنظيم، والتنفيذ والإشراف على الفعاليات الانتخابية، وكل ما يتضمن الدورة الانتخابية القادمة من اعمال، بما فيها، تسجيل الناخبين، و انتخابات مجالس المحافظات والاستفتاءات.

تتألف المفوضية العليا المستقلة للانتخابات من مجلس المفوضين والإدارة الانتخابية. وتتكون إدارة المفوضية من 19 مكتبا في المحافظات (اثان في بغداد) (قسم للكرخ و اخر للرصافة )، مكتب اقليمي في كردستان ومقر وطني في بغداد.

إلا أن إقرار قانون المحافظات غير المنتظمة بأقليم في شباط 2008 أفسح المجال للمداولات بشأن مسودة القانون الانتخابي لانتخابات مجالس المحافظات و الاقاليم. وفي حال التصويت على هذا القانون، فإن من المتوقع أن تبدأ انتخابات المحافظات مع نهاية العام. كما ستحدث مناسبات انتخابية وطنية أخرى في 2009/2008، مثل الاستفتاء على تعديل الدستور والجولة الجديدة من الانتخابات التشريعية المزمع اجراؤها في كانون الاول 2009. كما ويجري تنفيذ تحديث ضروري لقائمة تسجيل الناخبين خلال تموز 2008. و سيتم تحديد المتطلبات القانونية والإجراءات والتواريخ للمراحل التالية (تسمية المرشحين، الحملات، الاقتراع والعد) في مرحلة لاحقة.

أسس مشروع حملة التوعية الانتخابية هيئات تخطيط وتنسيق مشتركة بين المفوضية العليا والمجتمع المدني على المستويات المركزية والمحلية ولجان التوعية الانتخابية هي احدى مستويات التنسيق على المستوى المحلي

إن منتدى التوعية الانتخابية يساعد في توفير التوجيه و الارشادات و النصائح الاستراتيجية والفنية للمنظمات غير الحكومية (منظمات المجتمع المدني) التي تنفذ التوعية الانتخابية. ويمثل المنتدى احدى حلقات الربط و التنسيق ضمن الاستراتيجية الاوسع للمفوضية في خطتها الكبرى للاتصال الجماهيري و التي تركز بشكل اساسي على استخدام الاعلام كاتصال غير مباشر للوصول الى الجمهور

تقدم الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية التوجيه للمنظمات غير الحكومية التي تنفذ نشاطات التوعية الانتخابية عبر توضيح الأهداف العامة، الجماهير المستهدفة، المواضيع والرسائل الأساسية، طرق وأدوات الاتصال ومبادئ التنفيذ. فمن أجل الاستخدام الأمثل لهذه الجهات، يتعين على المنظمات غير الحكومية إعادة تقييم نشاطاتها وتخطيطها لحملاتها والتحقق إن كانت منسجمة مع الإشارات التي

وضحها المنتدى. إن نشاطات حملة التوعية الانتخابية سوف تكون مزيجا من توعية الناخب، معلومات الناخب والأساسيات المتصلة بالتوعية المدنية.

إن الهدف الاستراتيجي لمشروع حملة التوعية الانتخابية هو زيادة مستوى الوعي المعرفي الانتخابي و دعم النظام الديمقراطي والمشاركة في العمليات الانتخابية القادمة بين المواطنين العراقيين. من حيث المبدأ، فإن هذا المشروع يستهدف المواطن العراقي لزيادة الثقافة الانتخابية لديه ، و من اولويات الخطة استهداف : الشباب والناخبين لأول مرة، المهجرين داخليا، والناخبون الذين لم يشاركوا في الانتخابات الماضية و المرأة. من المهم أيضا تقسيم الجماهير وتهيئة النشاطات، حسب الفروق الإثنية، الثقافية، الجغرافية ومستوى المعرفة.

يشدد المنتدى على أهمية تصنيف الجماهير، مع استكشاف مواقفهم إزاء الانتخابات وكيف تتشكل. والخذ بنظر الاعتبار الانطباع العام لتلك الجماهير اتجاه الحكومة ومؤسساتها التي يغلب عليها ضعف المفاصل ؛ولايزال هذا الانطباع متجذر في ذهن تلك الجماهير بسبب التباينات الإقليمية القوية في تصورات الوضع العام وتأثير الانتخابات الأخيرة؛

لكن الجاذبية الحسية والدعم العام للمؤسسات التي تعتبر في أفضل وضع لتقديم الخدمة؛ بقيادة رجال الدين والكفاءات العلمية والاكاديمية ، الأكثر اكتسابا لثقة المجتمع. فمن البديهي ان ينصح المنتدى تلك الكفاءات غير الحكومية بذل المزيد من الجهود و استغلال الفرص للاتصال باكبر عدد ممكن من المواطنين .

عندئذ يتوجب على المنظمات غير الحكومية تحديد الأساليب الأكثر ملاءمة. حيث قدم المنتدى الاقتراحات العامة التالية لكل مجموعة مستهدفة: التلفاز ووسائل الإعلام الحديثة للشباب الحضري واتصال مشترك عبر الترفيه والرياضة، خاصة للشباب الريفي؛ وسائل الإعلام الجماهيرية واجتماعات اتصال مباشرة للمهجرين داخليا؛ برامج إذاعية نهائية واجتماعات خاصة للنساء؛ جلسات اتصال مباشر مهيأة ووسائل إعلام للأمينين؛ اتصال مباشر واديو لمواطني الأرياف؛ اتصال مع رسائل موجهة لذوي الاحتياجات الخاصة والأقليات التي هي الجزء المكمل للنسيج الاجتماعي العراقي. و يشدد المنتدى ايضا على أهمية توعية قادة الرأي والمجتمع والحصول على دعمهم في كافة المجالات الاخرى التي تدعم التوعية الانتخابية .

ان المنتدى قد حدد خمس مواضيع رئيسية تركز عليها الحملة الوطنية للتوعية الانتخابية وهي : أساسيات التوعية المدنية، الإطار الانتخابي والمفوضية العليا للانتخابات، تحديث سجل الناخبين، العملية الانتخابية وأهمية مشاركة المواطنين والتركيز على إدراج ومشاركة النساء، المهجرين داخليا والشباب. كما أولى المنتدى المواضيع الأخرى المراد معالجتها أثناء الحملة: أساسيات التوعية المدنية (الديمقراطية، حكم القانون والدستور؛ أدوار ومهام الحكومة، بما في ذلك الحكم المحلي؛ دور الشعب في الحكومة)؛ إطار العمل والفاعلين في الانتخابات العراقية؛ العملية الانتخابية (التركيز على الانتخابات القادمة لمجالس المحافظات). سوف يتحتم على المنظمات تهيئة المحتوى وترتيبه حسب الأولوية، و حسب المرحلة الانتخابية، و تفاعل المواطن وحجم المشاركة ، و فترة وتكرار نشاطاتها، باتباع إرشادات المنتدى. ومن أجل إعداد الرسائل والنشاطات، سوف يحصلون على إمكانية الوصول إلى المصادر التالية: دليل التوعية الانتخابية، المواد المطبوعة من المفوضية العليا؛ او زيارة الموقع الإلكتروني للمفوضية العليا والموقع الإلكتروني للمنتدى.

ومن أجل تنفيذ ناجح، يناشد المنتدى المنظمات غير الحكومية المنفذة لاحترام المراحل الرئيسية لتقويم العملية الانتخابية، كما هو موضح في الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية، والتنسيق مع باقي المنظمات والمؤسسات ذات الصلة ، خاصة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات ، ومن خلال لجان التوعية الانتخابية في المحافظات، لضمان توحيد الهدف المشترك للوصول الى توعية اكبر قدر ممكن من المشاركين في الانتخابات . كما يوصي المنتدى أخيرا بأن تقوم المنظمات غير الحكومية بالتقييم والمراجعة المستمرة لنشاطاتها، والتفاعل على كافة المستويات بالشكل الذي يسمح بالتداول و المشاركة في المعلومات . .

إن الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية، وثيقة منفتحة ومرنة، وسيتم تحديثها من قبل المنتدى لتعكس التغيرات في الإطار الانتخابي وأفضل الممارسات الديمقراطية، وبالتالي زيادة تأثير حملة التوعية الانتخابية.

# المحتويات

مقدمة .....	ص ٨
1 عرض موجز.....	ص ١٠
1.1 البيئة الاجتماعية.. ..	ص ١٠
1.1.1 انعدام الأمن، التهجير، التفكيت .....	ص ١٠
1.1.2 غياب الخدمات الأساسية ومحدودية الثقة بالمؤسسات الديمقراطي .....	ص ١٠
1.1.3 تحديات المجتمع المدني .....	ص ١٠
1.2 البيئة السياسية .....	ص ١١
1.3 بعض الدروس المستفادة حول الوصول الانتخابي انتخابات 2005: .....	ص ١٢
2 الدورة الانتخابية 2008-2009 .....	ص ١٣
2.1 الدورة الانتخابية السابقة .....	ص ١٣
2.2 المفوضية العليا المستقلة للانتخابات مؤسسة انتخابية جديدة: .....	ص ١٣
2.2.1 المهام القانونية للمفوضية العليا .....	ص ١٣
2.2.2 بنية للمفوضية العليا .....	ص ١٤
2.2.3 دائرة الاتصال الجماهيري في المفوضية العليا .....	ص ١٤
2.3 الإطار القانوني .....	ص ١٥
2.4 التسلسل الانتخابي .....	ص ١٥
2.4.1 العمليات الانتخابية القادمة .....	ص ١٥
2.4.2 المراحل الانتخابية لانتخابات مجالس المحافظات .....	ص ١٦
2.5 التحديات المستقبلية .....	ص ١٧

- 3 مشروع حملة التوعية الانتخابية ..... ص ١٨
- 3.1 الهدف ..... ص ١٨
- 3.2 إطار العمل ..... ص ١٨
- 3.3 مشروع حملة التوعية الانتخابية: الأولوية لعامة الناس ..... ص ١٩
- 3.4 حملة متكاملة ومنسقة ..... ص ١٩
- 3.4.1 نظرة شاملة على استراتيجية الاتصال الجماهيري في المفوضية العليا ..... ص ١٩
- 3.4.2 استراتيجية متكاملة ..... ص ٢٠
- 3.4.3 تطبيق منسق ..... ص ٢٠
4. الخطوط الإرشادية الاستراتيجية ..... ص ٢١
- 4.1 النشاطات التثقيفية الداعمة للانتخابات والديمقراطية ..... ص ٢١
- 4.2 الأهداف الاستراتيجية ..... ص ٢٢
- 4.3 الجماهير المستهدفة ..... ص ٢٣
- 4.3.1 الجماهير المستهدفة ذات الأولوية ..... ص ٢٣
- 4.3.2 تقسيم وتحديد الأولويات للجماهير المستهدفة ..... ص ٢٣
- 4.4 إجراء المسح على الجمهور: استكشاف المواقف، تحديد المؤثرات ..... ص ٢٤
- 4.4.1 العناصر الأساسية ..... ص ٢٤
- 4.4.2 استحداث مسح أساسي للجمهور ..... ص ٢٥
- 4.5. الطرق – التكتيكات والأدوات ..... ص ٢٦
- 4.5.1 طرق عامة ..... ص ٢٦
- 4.5.2 تعريف التحديات والفرص ..... ص ٢٨
- 4.5.3 تحديد الطرق لكل مجموعة مستهدفة ..... ص ٢٩

4.5.4	التهينة، جعل الطريقة محلية	ص ٣١
4.6	إعداد المحتوى أفكار ورسائل أساسية	ص ٣١
4.6.1	مناطق التركيز	ص ٣١
4.6.2	الأفكار الرئيسية وشبه الرئيسية	ص ٣٢
4.6.3	تطوير الرسالة	ص ٣٥
4.6.3.1	إطار العمل	ص ٣٥
4.6.3.2	التهينة، جعل الرسالة محلية	ص ٣٥
4.6.3.3	الإبداع في إعداد المحتوى	ص ٣٥
4.7	المصادر	ص ٣٦
4.8	التطبيق	ص ٣٦
4.8.1	احترام المراحل الانتخابية	ص ٣٦
4.8.2	فوائد التنسيق	ص 37
4.9	التقييم والمراجعة	ص ٣٨
	خاتمة – الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية كوثيقة مفتوحة وحية	ص ٣٨
	ملحق – قواعد السلوك	ص ٣٩

## المقدمة

إن نجاح عملية الانتخابات القادمة و المزمع إقامتها في 2008 و 2009 تعتمد إلى حد كبير على مستوى دعم و مشاركة الشعب العراقي. لذا، فإن من المهم جدا البدء ثانية بمناقشة أهمية الانتخابات كونها عملية تهدف لتحقيق الديمقراطية و توعية الشعب بشأن العمليات الانتخابية المقبلة. و باعتبارها هيئة شكلت حديثا فان المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تحتاج إلى دعم المجتمع المدني لتحقيق جهود التوعية للوصول إلى الشعب العراقي. و سيساعد مشروع حملة التوعية الانتخابية في إنشاء حيز و آليات للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات و للمجتمع المدني العراقي للعمل عن كثب لتحسين الوعي، و الفهم و مساندة الشعب العراقي للعمليات الانتخابية.

ستشكل الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية إطارا استراتيجيا لإجراء و تنفيذ مشروع حملة التوعية الانتخابية بواسطة منظمات المجتمع المدني. وقد تم وضعها من خلال منتدى التوعية الانتخابية، الذي يمثل هيئة تنسيقية لمتابعة الحملة و تنفيذها عبر التشاور مع المنظمات غير الحكومية، وبالشراكة مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، مما يكفل دمجها ضمن المسعى الكلي للوصول الانتخابي بقيادة السلطة الانتخابية. فيما سيوفر المنتدى النصح للحملة، مقيما تأثيرها و منقحا الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية

تقدم الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية التوجيه للمنظمات غير الحكومية التي تنفذ نشاطات التوعية الانتخابية عبر توضيح الأهداف العامة، و الجماهير التي ستشمل ببرنامج التوعية، إضافة إلى المواضيع و الرسائل الأساسية، و الطرق و الأدوات للوصول، و التوجيه و التطبيق.

إن متلقي المنح ضمن صندوق منح التوعية الانتخابية ملتزمون باتباع الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية و يرحبون بالمنظمات غير الحكومية الأخرى أيضا لاتباع الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية. و تعد الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية أساسية لضمان نشر معلومات دقيقة و منسقة للشعب.

إن أهداف الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية هي:

- تعمل كمصدر معلومات لرفد جهود التوعية الانتخابية في العراق؛
- دعم المساهمين المشاركين في التوعية الانتخابية بالتوجيه الاستراتيجي؛
- تجسيد التعاون و الإجماع بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات و المجتمع المدني حول التوعية الانتخابية؛
- وفي نهاية المطاف، تشجيع الناخبين العراقيين على الاشتراك في العمليات الانتخابية.

و تتضمن الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية أيضا تعهد التوعية الانتخابية الذي يضع خطوطا أساسية لسلوك المساهمين و المشاركين في التوعية الانتخابية (راجع الملحق). إن كافة المنظمات التي تسهم في مشروع حملة التوعية الانتخابية ضمن صندوق منح التوعية الانتخابية ملتزمة بأطاعة هذا التعهد. هنالك دعوة لأي منظمة تجري نشاطات تخص التوعية الانتخابية لاحترام نفس المبادئ.

إن الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية منظمة كما يلي:

الجزء الأول : يوضح العناصر الأساسية لعملية التوعية الانتخابية من الناحية، الاجتماعية و السياسية، إضافة لدروس مستفادة من الدورة الانتخابية السابقة، التي وجهت تصميم الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية.

يعرض الجزء الثاني الإطار الانتخابي للدورة الانتخابية القادمة 2008-2009. المؤسسة الانتخابية، الإطار القانوني، التقويم الانتخابي و المراحل الأساسية كما هو متوقع حاليا.

ويُفصل الجزء الثالث مشروع حملة التوعية الانتخابية و يعرض الجزء الرابع الخطوط الإرشادية الاستراتيجية المتفق عليها للتنفيذ بواسطة المنتدى: الهدف الاستراتيجي، الجماهير المستهدفة، المواقف الحالية إزاء الانتخابات السابقة، الرسائل، الطرق و الأدوات الأساسية، العناصر الأساسية للتنفيذ، التقييم و المراجعة.

مشروع التوعية الانتخابية هذا ، الذي أعده المنتدى، هو "وثيقة تكميلية" للخطة الوطنية للتوعية الانتخابية: يوفر الخلاصة الأساسية لرسالة التوعية الانتخابية، إضافة إلى الإرشادات الأخرى حول تخطيط وتصميم نشاطات الوصول المباشر الى الجمهور ، وأساسيات المشاركة في الانتخابات .

## 1. عرض موجز

يقدم العرض الموجز مراجعة موجزة للعناصر الأساسية للبيئة والتاريخ الحديث الذي يحتاج إلى دراسة عند تصميم وتنفيذ مشروع حملة التوعية الانتخابية.

### 1.1. البيئة الاجتماعية

#### 1.1.1. انعدام الأمن، التهجير، التفكيت

خلال السنوات الخمس الماضية، شهد المجتمع العراقي تغييرا عظيما. كان النظام الدكتاتوري لصدام حسين عبارة عن بنية مركزية تماما تتحكم بالشعب من خلال القمع بواسطة الاجهزة الامنية. ولكن بعد احداث 2003 انتشرت الفوضى و انعدام الأمن في البلاد , عقب إسقاط النظام ظهرت الانقسامات بين ابناء الشعب العراقي حيث بحثت كل فئة منهم عن الحماية من داخل جماعاتهم أو من مليشيات متعددة.

أدى هذا الوضع المضطرب أيضا إلى تهجير قسم كبير من الشعب داخليا وخارجيا . حيث يقدر مكتب تنسيق الشؤون الإنسانية التابع للأمم المتحدة , أنه تم تهجير 4.2 مليون عراقي، منهم 2.4 مليون داخل العراق. من بينهم هناك 1.3 مليون هجروا داخليا منذ انتخابات ديسمبر 2005. لذا فإن من المهم جدا اشراكهم في الانتخابات القادمة. خاصة لمن انتقلوا الى محافظات اخر , لكن الوصول إليهم سيكون أصعب.

إن التحسن الأخير في الوضع الأمني قد يتيح تحركا اوسع لمنظمات المجتمع المدني او حتى ابناء الشعب ، مما ينعكس ايجابا على مشاركتهم بشكل اوسع في العمليات الانتخابية القادمة .

#### 1.1.2. غياب الخدمات الأساسية ومحدودية الثقة بالمؤسسات الديمقراطية

إن المصاعب الاقتصادية التي نتجت عن الصراعات و التي استفحلت أكثر بسبب انقطاع الكهرباء ,والخدمات الاساسية أسهم بخلق شعور لدى المواطن أن الحكومة المركزية الجديدة لم تكن قادرة على تلبية الحاجات الأساسية للشعب العراقي. ورغم أن العديد من المؤشرات الاقتصادية للعراق قد ارتفعت منذ 2003، فيما ازدادت معدلات الفقر والبطالة خلال هذه الفترة، وما زال سكان المدن الرئيسية مثل بغداد، البصرة والموصل يعانون من نقص حاد بالكهرباء معظم ساعات اليوم. إن غياب التقديم الفعال للخدمات (من الأمن والصحة والتعليم والطاقة) والفساد كلها عوامل قد رسخت التشكيك وعدم الثقة بين الكثير من المواطنين. نتيجة لذلك، تبقى ثقة الجمهور في الحكومة العراقية والمؤسسات الديمقراطية ضعيفة. مما شجع العديد من العراقيين على التصويت وفق الانقسامات الاثنية والطائفية و ذلك قد يثنيهم الآن عن المشاركة في المناسبات الانتخابية القادمة.

#### 1.1.3. تحديات المجتمع المدني

في ظل هذه الظروف، يبقى المجتمع المدني العراقي ضعيفا في قدرته على تأييد العمل الحكومي والإسهام في حشد المواطنة النشطة. إن العديد من المنظمات غير الحكومية عبارة عن منظمات صغيرة تكافح لبناء البنية المالية والتنظيمية لها .

مع توقع حدوث انتخابات مجالس المحافظات في الربع الأخير من عام 2008، فإن من المهم توفير طرق فعالة وسهلة الإدارة لخلق تعاون وثيق الصلة بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات من جهة ومنظمات المجتمع المدني العراقية من جهة أخرى بما يسمح لها بتمثيل بديل ديمقراطي للتوعية الانتخابية تتجاوز النزاعات الطائفية.

ويعتبر نظام التوعية، على المدى الطويل، محركاً أساسياً دائماً لجهود التوعية المدنية التي تساعد في بناء مواطنين ذوي دراية ونشاط وثقافة انتخابية. ولا نغفل دور منظمات المجتمع المدني. و الدور الأساسي الذي تلعبه، ليس فقط كناشطين في الميدان المدني، بل كمتقنين، على المدى الأقصر حيث ما يزال نظام التوعية قيد الإنشاء. لذا فإن منظمات المجتمع المدني بحاجة للتطوير والتعزيز للمساعدة في بناء مفهوم المواطنة الذي يجعل العراقيين، بغض النظر عن الانتماءات الطائفية أو القومية أو العرقية، يؤمنون بإمكانية مشاركتهم وامتلاكهم لدولة ديمقراطية موحدة.

## 1.2. البيئة السياسية

في 30 كانون ثاني من عام 2005، أجرى العراق انتخاباته الوطنية الأولى للجمعية الوطنية الانتقالية. بدأ اليوم بالخوف من العنف على يد مسلحين والإرهابيين الذي حاولوا وقف العملية الديمقراطية. مع انتصاف اليوم عندما رأى المواطنون العراقيون أن العنف لم يكن بالحدة المتوقعة، توجهت العديد من العائلات إلى صناديق الاقتراع للإدلاء بأول أصوات لهم على الإطلاق من أجل حكومة تمثيل وطنية. أظهرت النتائج تحالفات كردية قوية إضافة للائتلاف العراقي الموحد، لكنها أظهرت أداء ضعيفا في محافظتي الأنبار ونيوى. فمن بين 111 حزبا أو تحالفا تنافست في انتخابات الجمعية الانتقالية الوطنية، فاز 12 حزبا أو تحالفا فقط في المقاعد: من بين آخرين، حصل الائتلاف العراقي الموحد على 150 مقعدا، بينما حصل التحالف الكردستاني على 75 مقعدا، وحصلت القائمة العراقية على 40 مقعدا، بينما حصلت قائمة العراقيين على خمسة مقاعد.

بعد صيف ساخن سياسيا من نفس العام تمثل بصياغة دستور تمثيلي، وافق المواطنون العراقيون بشكل مكثف على المسودة في 15 تشرين اول من عام 2005. تظهر النتائج الرسمية أن 9,852,291 عراقياً، أو 63% من الناخبين المسجلين، شاركوا في استفتاء خلى من أي أحداث عنف أو تزوير بارز. وبقيت النتائج منقسمة بحدّة على طول الخطوط الطائفية والعرقية مع رفض للميثاق من قبل ثلاث محافظات، هي الأنبار، صلاح الدين ونيوى، وبغالبية الثلثين في اثنتين منهما. تحت القانون الإداري الانتقالي للعراق، إذا صوت ثلثي الناخبين في ثلاث من المحافظات ضد الدستور، فإنه يسقط.

وفي 15 كانون اول من عام 2005، شارك نحو 70% من الناخبين المؤهلين في الانتخابات العراقية الثالثة لنفس العام. تجاوز معدل مشاركة الناخبين معدل الانتخابات السابقة بـ 10.9 من 15.5 مليون ناخب مسجل، مقارنة مع 58% في الانتخابات البرلمانية التي جرت في 30 كانون الثاني و63% في استفتاء تشرين الاول الدستوري. كان سبب الزيادة مشاركة محافظات المنطقة الوسطى في العملية السياسية والأسهم المرتفعة لجمعية دائمة من أربع سنوات. وقعت أحداث أمنية أقل عبر البلاد، خاصة في الأنبار حيث أبعثت العمليات العسكرية وحملات ترويع السكان من قبل المسلحين عن صناديق الاقتراع.

هذا وقد شهدت انتخابات كانون اول من عام 2005 لجمعية دائمة معدل مشاركة ملحوظ وبيئة سياسية متزايدة التنوع. وعلى عكس انتخابات كانون ثاني 2005، شاركت الأحزاب المرتبطة بسكان محافظات المنطقة الوسطى في العملية أيضاً. بينما صوت معظم الشعب وفق خطوط طائفية، أصبح المشهد السياسي متزايد الحراك بشكل ملحوظ، بوجود 6655 مرشحا من 307 كيان سياسي و 19 تحالف يمثلون كل تكتلات الشعب العراقي (كل الطوائف، الأديان والقوميات). ورغم أن أكبر الفائزين كان الائتلاف العراقي الموحد، إلا أنه أخفق في تحقيق أغلبية مطلقة (138 من 275 مقعد). حصل التحالفات الكردستاني على 53 مقعد، بينما حصلت جبهة التوافق العراقية على 55 مقعد. وحافظت القائمة العراقية على حضور برلماني بـ 25 مقعد.

لقد أدت نتائج هذه الانتخابات الأولى، بمشاركة محدودة من بعض القوى السياسية، إلى مسائل التمثيل، خاصة في بعض مجالس المحافظات التي انتخبت في كانون الثاني 2005. وهكذا فإن مشاركة مجموعات الناخبين هذه في الانتخابات المحلية القادمة أمر حيوي.

فسوف يكون للمواطنين الدور البارز والاساسي في تحديد مصير ونتائج هذه الانتخابات , في بيئة انتخابية مشجعة، تمتاز بوجود الكثير من الشخصيات السياسية التي قاطعت في السابق الانتخابات الأولى والآن تعد العدة للمشاركة في المنافسات الانتخابية القادمة بشكل مباشر أو غير مباشر.

### 1.3. انتخابات 2005 : بعض الدروس المستفادة حول الوصول الانتخابي

لم تقدر العديد من فعاليات الوصول الجماهيري عام 2005 مقدار التأثير الذي يمتلكه رجال الدين و شيوخ العشائر و قادة الرأي الآخرين. فيما أشار استطلاع بواسطة منظمة IRI، وفق تقرير للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (التقرير النهائي لمراجعة مساندة العملية السياسية، كانون الاول 2005) إلى أن "عددا أقل من المواطنين قد تأثروا بتوعية الناخبين مما كان متوقعا. و اتضح هذا التأثير أكثر في المحافظات الجنوبية وفي مناطق المقاطعة السنية في كانون الثاني. عندما كانت مشاركة الناخبين مرتفعة، كانت متأثرة في غالب الأمر بفعل رجال الدين أكثر من تأثرهم بفهم القيم الديمقراطية والمسائل السياسية المحيطة بالعملية الانتخابية، الانتخابات والدستور".

إن تأثير توزيع كميات هائلة من مواد توعية الناخبين 'في تحفيز النقاش والبحث لدى العامة' كانت محدودة ولم تتفوق على تأثير رجال الدين و شيوخ العشائر و قادة الرأي الآخرين.

وقد أشار نفس المسح إلى أن الوصول العام فيما يخص تشكيلات التصويت لم يكن ناجحا. بالمقابل، أشارت بعثة مراقبة دولية إلى أن تركيز البعثة الانتخابية حول مسائل بسيطة وفي نفس الوقت عملية، مثل رسم صندوق الاقتراع وأين يجب التصويت كان الطريقة الصائبة.

في غياب مراجعة شاملة للدروس المستفادة، تشير هذه العناصر القليلة إلى التحديات التالية الواجب بحثها فيما يتعلق بمساعي الوصول الانتخابي القادمة:

- يجب إشراك الجمهور عبر نشاطات وصول مباشرة ذات طبيعة مشاركة، كذلك يجب أن تنطلق إلى القيم الديمقراطية والمفاهيم الأساسية للمشاركة المدنية؛

- يجب ان يكون هناك دور للمؤثرين السياسيين من المستويات الوطنية بواعز الاشراف الانتخابي:و غالبا ما يحمل صوتهم وزنا أكبر في مجتمعاتهم المحلية، خاصة بين الدوائر الانتخابية حيث لوحظت المشاركة المتدنية للاسباب الانفة الذكر عام 2005؛

- يجب منح الأولوية للرسائل البسيطة العملية عند التواصل مع الجمهور العام من الناخبين في سياق الحدث الانتخابي. وهذا ينطبق كثيرا في الظروف التي يمنح فيها وقت محدود بين التأسيس الكامل للإطار القانوني للانتخابات والانتخابات نفسها ( كما قد يحدث ثانية في 2008).

## 2. الدورة الانتخابية 2008-2009

### 2.1. الدورة الانتخابية السابقة

في عام 2005، أجرى العراق ثلاث ممارسات انتخابية وطنية و واحدة أقليمية هي انتخابات برلمان كردستان هامة نظمتها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات التي فوضت عام 2004 لإجراء النشاطات الانتخابية للفترة الانتقالية. في 30 كانون ثاني 2005، أثناء الانتخابات التشريعية، اختار الشعب العراقي نوابا انتقاليين للجمعية الوطنية العراقية التي شكلت في عام 2005 من 275 عضوا. كان دور هذه الجمعية صياغة دستور جديد ودائم للعراق وممارسة المهام التشريعية حتى تم تطبيق الدستور الجديد. وقد انتخب أيضا 18 مجلس محافظة و 111 عضو مجلس وطني في إقليم كردستان.

في 15 تشرين الاول، تم إجراء استفتاء للدستور أقر الدستور الحالي للعراق. وبموجب تسوية تم التوسط فيها قبل الاستفتاء، اتفق على أن يؤسس البرلمان الأول الذي كان من المزمع انتخابه في ظل الدستور الجديد لجنة تعديلات دستورية للبحث في ضرورة تعديل الدستور. كان يتعين المصادقة على أية تعديلات متفق عليها بواسطة استفتاء مماثل لذاك الذي أقرها أصلا.

وبعد المصادقة على الدستور، أجريت انتخابات عامة في 15 كانون الاول 2005 لانتخاب مجلس دائم للنواب مكون من 275 عضوا. كان النظام الانتخابي قائمة مغلقة، حيث اختير الناخبون من القائمة من الأحزاب والتحالفات وخصصت المقاعد في كل محافظة للقوائم عبر نظام تمثيل نسبي وتم اختيار 45 مقعدا على المستوى الوطني.

### 2.2. مؤسسة انتخابية جديدة: المفوضية العليا المستقلة للانتخابات

في 23 كانون اول من عام 2007، أقر مجلس النواب قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات حيث أصبحت من خلاله المفوضية العليا المستقلة للانتخابات كيانا دائما. وبموجبه أصبحت المفوضية كيانا مستقلا عهد إليه بإجراء النشاطات الانتخابية في العراق بحسب القانون رقم (11) لعام 2007.

#### 2.2.1. المهام القانونية للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات

تعتبر المفوضية العليا المستقلة للانتخابات العاملة تحت إشراف مجلس النواب، الهيئة الوحيدة التي تمتلك سلطة إعلان، تنظيم، تنفيذ والإشراف على الفعاليات الانتخابية، بما يتضمن الدورة الانتخابية القادمة، تسجيل الناخبين، انتخابات مجالس المحافظات والاستفتاءات.

وعلى وجه الخصوص، تمتلك المفوضية سلطة تولي الوظائف التالية:

- الإشراف على إدارة كافة الانتخابات الفدرالية والإقليمية، والاستفتاءات في المحافظات غير المنتظمة بأقليم. يتضمن هذا عد الأصوات، تسجيل والمصادقة على النتائج النهائية باستثناء نتائج مجلس النواب التي تصادق عليها المحكمة الفدرالية العليا.
- التنسيق والتعاون مع الهيئات الانتخابية الإقليمية، لإدارة الانتخابات الإقليمية والمحلية والاستفتاءات في المحافظات التي تقع ضمن الأقاليم.

- جمع و حفظ ونشر سجلات الناخبين للانتخابات أو الاستفتاءات بالتعاون مع المكاتب الانتخابية الإقليمية ومكاتب المفوضية المنتشرة في المحافظات.
- تنظيم التسجيل والمصادقة على المرشحين والكيانات السياسية بهدف المنافسة في الانتخابات.
- تنظيم واعتماد مراقبي الانتخابات، وكلاء الأحزاب وممثلي وسائل الإعلام.
- تنظيم و النظر في و الحكم على الشكاوى والالتماسات الانتخابية.

## 2.2.2. بنية المفوضية العليا المستقلة للانتخابات:

تتألف المفوضية من مجلس المفوضين والإدارة الانتخابية. يتضمن مجلس المفوضية العليا المستقلة للانتخابات ثماني مفوضي انتخابات دائمين ورئيس للإدارة الانتخابية، تم اختيارهم بواسطة مجلس النواب. كان اختيار المفوضين مبنيًا على خبرتهم الانتخابية وأن يعرف عنهم كفاءتهم، نزاهتهم واستقلاليتهم. اثنان من المفوضين من النساء. وينص قانون المفوضية على أن يكون اثنان من المفوضين من القضاة. يتولى رئيس الدائرة الانتخابية إدارة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وهو عضو غير مصوت في مجلس المفوضين.

تتألف إدارة المفوضية من 19 مكتبًا في المحافظات (اثنان في بغداد) في الكرخ والرصافة، مكتبًا إقليميًا في كردستان ومكتب وطني في بغداد. يتأسس مكاتب المحافظات مدراء المكاتب الانتخابية الذين يتم اختيارهم بواسطة مجلس النواب وتعيينهم من قبل مجلس المفوضين. إن مكاتب انتخابات المحافظات مسؤولة عن تنفيذ النشاطات الانتخابية عبر البلاد، الأمر الذي يتضمن إجراء تسجيل الناخبين، الاقتراع والعد.

## 2.2.3. دائرة الاتصال الجماهيري في المفوضية العليا المستقلة للانتخابات

إن دائرة الاتصال الجماهيري مسؤولة عن تطوير وتنسيق كافة النشاطات الخاصة بالوصول إلى الناخبين مثل توعية الناخبين والمعلومات العامة التي تهدف إلى توفير المعلومات للعراقيين عن العملية الانتخابية وتشجيع مشاركة الناخبين.

وبالمثل، تتعامل وحداتها مع ثلاث أنماط من الجماهير الرئيسيين:

- وحدة الكيانات السياسية: المرشحين، الأحزاب السياسية.
- وحدة العلاقات الخارجية: المراقبون، هيئات ودوائر الحكومة، المؤسسات الإعلامية والدينية
- وحدة التوعية الانتخابية: منظمات المجتمع المدني والناخبين.

تشكل دائرة الاتصال الجماهيري مصدر المعلومات الانتخابية الرسمية ومحور أساسي لضمان تنسيق حملة التوعية الانتخابية مع مساعيهم الأكبر في الاتصال الجماهيري.

## 2.3. الإطار القانوني

إن التقويم الدقيق للفترة الانتخابية القادمة ما زال غير مقرر تماما، نظرا لأن الإطار القانوني للانتخابات أو الاستفتاءات لم يكتمل بعد.

إلا أن إقرار قانون المحافظات غير المنتظمة بأقليم في شباط 2008 أفسح المجال للمداولات بشأن مسودة القانون الانتخابي للانتخابات مجالس المحافظات، الاقضية و النواحي. وفي حال إقرار هذا القانون الانتخابي، الذي ما يزال قيد البحث داخل قبة البرلمان منذ نهاية كانون الثاني، وفي حال تم تمرير هذا القانون يمكن أن تبدأ انتخابات المحافظات.

يحدد الإطار القانوني للانتخابات قواعد التنافس الانتخابي. بالنسبة لهذه الانتخابات، وهناك ثلاث منهجيات انتخابية أساسية يجب الاتفاق عليها:

- النظام الانتخابي: المعادلة الانتخابية (أغلبية أو نسبية)، أساس التمثيل (الدائرة الانتخابية، المحافظة أو الأقليم؟) وبنية الاقتراع (قائمة مغلقة أم مفتوحة)؛
- أهلية الناخبين والمتنافسين، بما في ذلك متطلبات الإقامة ومسألة المهجرين داخليا؛
- آليات ضمان تمثيل المرأة والأقليات: المقاعد المحجوزة، الخ.

وفي حال تحديد ما ذكر قانونيا، سوف تكتمل العناصر الأساسية لأي جهد قد يبذل من قبل المفوضية او من يساعدها في اداء المشهد الانتخابي الجديد للوصول الى انتخابات حرة وديمقراطية . وبذلك يمكن الاستفادة من الدروس والعبر المستقاة من الانتخابات السابقة

## 2.4. التسلسل الانتخابي

### 2.4.1. العمليات الانتخابية القادمة

- انتخابات مجالس المحافظات

وهي المناسبة الانتخابية الأكثر ترجيحا، وبانتظار التصويت على القانون الانتخابي. والتي من المؤمل اجراءها قبل نهاية عام 2008

- استفتاء التعديل الدستوري

كان من المفترض انجاز عملية التعديلات الدستورية هذا العام ، رغم احتمالية التمديد. تبعا لذلك، يجب عرض النتائج المتأتية من لجنة التعديلات الدستورية على مجلس النواب. و يمكن إجراء استفتاء دستوري فقط في حالة قرر مجلس النواب ذلك.

- استفتاء على الأراضي المتنازع عليها

تم تمديد الموعد النهائي لإجراء استفتاء على الأراضي المتنازع عليها، كما نص عليه الدستور، حتى حزيران 2008. ومن المحتمل تمديده ثانية مع استمرار المفاوضات بشأن اقراره.

- الاستفتاء الإقليمي

تم تقرير تعليق الاستفتاءات الإقليمية حتى نيسان 2008. رغم ذلك، لم يتم بعد وضع تصور عن مثل هذا الاستفتاء.

- تحديث سجل الناخبين

قبل إمكانية إجراء أية انتخابات أو استفتاءات، هنالك متطلبات لتحديث سجل الناخبين. وسوف تستخدم المفوضية العليا المستقلة للانتخابات معلومات من قاعدة بيانات وزارة التجارة و الخاصة بالبطاقة التموينية و وزارة الهجرة والمهجرين بخصوص المهجرين داخليا لإنشاء قائمة ناخبين مؤقتة يرجح أن تشتمل على أكثر من 90% من العراقيين. بعد ذلك، سيتم إجراء تحديث لتسجيل الناخبين لتعديل وتصحيح القائمة. و سوف تكون قائمة الناخبين النهائية جاهزة بعد فترة من العرض والتحديثات النهائية ، وسوف تستخدم هذه القائمة يوم الاقتراع.

تم تنظيم الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية وفق التقويم الانتخابي الممكن و كما تم تفصيله في اعلاه

#### 2.4.2. المراحل الانتخابية لانتخابات مجالس المحافظات

بالأسفل توضيح للمراحل الحرجة للفرات الانتخابية القادمة، مع التركيز الأساسي ذي الصلة لمسعى الوصول الى الجمهور .

##### • تحديث سجل الناخبين

سوف تتولى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تحديث سجل الناخبين من 15 تموز 2008 إلى 15 آب 2008. إن تحديث سجل الناخبين هي عملية ستوفر من خلالها قائمة الناخبين المؤقتة للأفراد والعائلات ، للتأكد من أن معلوماتهم قد أدخلت بشكل صحيح على قوائم الناخبين حيث سيصوتون. حتى يتسنى تحديث تسجيل الناخبين، وستفتح المفوضية العليا المستقلة للانتخابات 549 مركز تسجيل في جميع أرجاء العراق. كما ستعين المفوضية مسؤولي تسجيل لإجراء العملية.

كما سيتم تشجيع كافة المواطنين على التحقق من تسجيلهم بشكل صحيح. من الضروري بالنسبة لمن رحلوا أن يفعلوا ذلك في المنطقة التي يقطنون فيها الآن. لذلك سوف يكون المهجرون داخليا هدفا رئيسيا من اهداف المفوضية عن طريق تلك المراكز ، في تقديم المعلومات حول تحديث سجل الناخبين و كذلك الامر بالنسبة للناخبين لأول مره.

##### • فترة تسمية المرشحين

إن تسمية المرشحين هو الإجراء الرسمي الذي بموجبه تقدم الأحزاب السياسية و/أو الأفراد مرشحين للانتخابات، وقبول التفويض الانتخابي لتلك التسمية. لقد تم تحديد معايير أساسية للمرشحين في الانتخابات المحلية بواسطة قانون المحافظات غير المنتظمة في إقليم، إلا أنه سيتم تحديد شروط وإجراءات أخرى بواسطة القانون الانتخابي وتشريعات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات المبنية على ذلك القانون .

وبالرغم من أن المعلومات في هذه المرحلة تستهدف المرشحين المحتملين أساسا، وبالتالي الكيانات السياسية ومجموعات المجتمع المدني وقادة الرأي، يجب أن تصل لكافة المواطنين الذين قد يبدون اهتماما. كما يجب إطلاع المواطنين عموما على الإجراءات المتبعة في الاعتراض على تسميات المرشحين.

##### • فترة الحملات والاقتراع

من المرجح أن يقوم قانون الانتخاب و أنظمة و تعليمات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات المستندة على ذلك القانون بتحديد فترة معينة أثناءها يمكن للمرشحين أن يطلقوا حملات الأصوات بشكل رسمي. عندما ستطبق قواعد خاصة للأحزاب، المرشحين ووسائل الإعلام. وهذا سيكون واضحا في الإعداد ليوم الاقتراع الحاسم.

يجب أن تصل معلومات معينة للجماهير أعلاه، والتي تخص أولا القواعد المرتبطة بفترة الحملات. إلا أنه ومن وجهة نظر مرتبطة بالوصول، ستمنح الأولوية لمعلومات عامة عن الناخبين تتعلق بأهمية الانتخابات والأساليب العملية للتصويت.

## • عملية العد والنتائج

إن عد الأصوات من المراحل الأكثر أهمية في عملية الانتخابات. والإخفاق في استكمال العد وبت النتائج بصورة سريعة و شفافة ودقيقة يمكن أن يلحق الأذى بثقة الجمهور في الانتخابات وسوف يؤثر بشكل مباشر على احتمالية قبول المرشحين والأحزاب السياسية للنتائج النهائية.

يجب أن تكون قواعد العد واضحة، معروفة سلفاً، ومفهومة من قبل جميع المشاركين في الانتخابات، بمن فيهم عامة الناس. لذا فإن فترة العد تتطلب جهود تتعلق بالوصول لعامة الناس واستدامته بتغطية شفافة للعملية والرسائل المتعلقة بالأساليب التقنية والضمانات، إضافة للقبول الديمقراطي الضروري للنتائج.

## 2.5. التحديات المستقبلية

تواجه المفوضية العليا المستقلة للانتخابات عدة تحديات في تنظيم الانتخابات كونها هيئة انتخابية جديدة، ومن هذه التحديات:

- تتطلب الحصة الأكبر من المهجرين داخليا (1.3 مهجرين جدد منذ الانتخابات الأخيرة 2005) تبني إجراءات تصويت محددة لهم.
- الحدود المتنازع عليها: إن الخلافات المتعلقة بحدود الاقضية وأحيانا المحافظات قد تؤثر على القرارات الخاصة بالنظام الانتخابي.
- ربما تفرض عمليات التأجيل في تبني القانون الانتخابي فترات زمنية ضيقة للتنفيذ العملي للانتخابات.
- إن المداولات بشأن النظام الانتخابي لتحويله من نظام القائمة المغلقة إلى القائمة المفتوحة، وكذلك النزاعات ذات الصلة بالأساليب الانتخابية قد لا يتم حلها بشكل يرضي كل الأحزاب المتنافسة.

سوف يتعين التطرق إلى هذه التحديات الأساسية عبر رسائل يتم نشرها أثناء حملة التوعية الانتخابية.

### 3. مشروع حملة التوعية الانتخابية

#### 3.1. الهدف

يسعى مشروع الحملة الوطنية للتوعية الانتخابية لزيادة الوعي العام ومناقشة جميع نواحي العملية الانتخابية من خلال دعم المبادرات المعدة من قبل منظمات المجتمع المدني العراقي، بالتعاون مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات بحيث يصبح الناخبون العراقيون أفضل إعداداً ووعياً للمشاركة بفاعلية أكبر في الأحداث الانتخابية القادمة.

وكما أثبت عالمياً، فإن إشراك منظمات المجتمع المدني في برامج التثقيف المدني الداعمة للعمليات الانتخابية من خلال التنسيق المشترك مع السلطات الحكومية الرسمية المسؤولة عن إدارة الانتخابات يعد أمراً حيوياً لنجاح تلك البرامج الخاصة بالوصول الجماهيري والتثقيف.

#### 3.2. إطار العمل

لضمان انسجام النشاطات والمناسبات التي تنفذ ضمن مشروع حملة التوعية الانتخابية مع الاستراتيجية الكلية للمفوضية العليا، انخرطت المفوضية في كافة مستويات المشروع. مثلاً أسس المشروع وهيئات تخطيط وتنسيق مشتركة بين المفوضية والمجتمع المدني على المستويات المركزية والمحلية:

- **منتدى التوعية الانتخابية (المنتدى)**، الذي يتألف من 23 عضو 4 أعضاء من المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، و19 عضواً من منظمات المجتمع المدني، وسائل الإعلام، إضافة إلى الوسط الأكاديمي والنقابات.
- المنتدى انتخب خمسة أشخاص لعضوية اللجنة التنسيقية والتي هي لجنة تنفيذية لمنتدى التوعية الانتخابية. تقع على المنتدى مسؤولية التوجيه الاستراتيجي والفني لمنظمات المجتمع المدني التي تنفذ فعاليات التوعية الانتخابية هذه، انسجاماً مع القوانين، والأنظمة، والإجراءات الانتخابية التي تصدرها المفوضية لتسهيل التنسيق والعمل المشترك بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات والمجتمع المدني فيما يخص التوعية الانتخابية والوصول الجماهيري.
- تم تأسيس **لجان التوعية الانتخابية في المحافظات** بعضوية مشتركة ممثلةً بمدير مكتب المفوضية ومنظمات المجتمع المدني و ممثل مستقل من الاعلاميين الفاعلين في المحافظة، للتنسيق على ارض الواقع و بذلك يتم زيادة الوعي العام بالمبادئ والعمليات الانتخابية من خلال تنفيذ حملة التوعية الانتخابية
- **السكرتارية**: تدعم المنتدى ولجان المحافظات في تنظيم الاجتماعات والتقارير والتدريب والترويج للمنتدى والخطة الوطنية للتوعية الانتخابية. السكرتارية تقدم الدعم الفني لمنظمات المجتمع المدني الممنوحة من مشروع حملة التوعية الانتخابية.
- ولتنفيذ الحملة وبالتعاون مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، تم منح 75 منظمة من منظمات المجتمع المدني من مكتب الامم المتحدة لخدمات المشاريع خلال عملية تنافسية. منظمات المجتمع المدني الاخرى الممنوحة من ممولين اخرين ايضاً مرحب بهم على المستوى المحلي للاتحاق بالتحضيرات للحملة الانتخابية.
- إن الأداة الرئيسية التي طورها المنتدى لتوفير هذا الدعم الاستراتيجي هي **الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية**، التي تفصل المواضيع والرسائل الأساسية التي تهم حملة التوعية الانتخابية وتحديد الجماهير المستهدفة من ابناء الشعب والأساليب التثقيفية والوسائل الواجب توجيهها الى الجمهور المستهدف.

تشكل الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية الإطار الاستراتيجي لحملة التوعية الانتخابية. سيوفر المنتدى التوجيهات و النصائح خلال سير الحملة من اجل الوصول الى كل الناخبين و رفع مستوى التثقيف الانتخابي بشكل فعال . و ذلك من خلال التقييم و التنقيح المستمر للخطة وفقا لتعليمات المفوضية و الاطار التشريعي الانتخابي و المعلومات الوافدة من الميدان .

### 3.3 مشروع حملة التوعية الانتخابية: الأولوية لعامة الناس

تنفذ حملة التوعية الانتخابية على الأرض من خلال:

- **مشاريع التوعية المدنية** على مستوى القاعدة الجماهيرية سوف تنفذ منظمات المجتمع المدني العراقية، المؤسسة على مستوى المحافظات، تشكيلة من مشاريع نشر التوعية المدنية انسجاما مع الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية. و سيتم تمويل هذه المشاريع في كل من المحافظات الانتخابية التسعة عشر عبر صندوق منح تنافسي مفتوح. وقد منحت الأولوية لنشاطات الوصول المباشرة التي تشرك المواطنين و الناخبين المؤهلين في الاجتماعات و أنشطة المشاركة.
- **جلسات قادة الرأي** لزيادة الوعي من خلال قادة رأي المؤثرين في كل محافظة. ان هذه النشاطات تستهدف قادة الرأي اصحاب التأثير المباشر امثال رجال دين و شيوخ العشائر , نساء/ قيادات شبابية , قادة سياسيين خبراء مؤسسات يتم إجراء هذه الجلسات من خلال لجان التوعية الانتخابية في المحافظات و التركيز على المبادئ و الإجراءات المقترحة للمناسبات الانتخابية المستقبلية بحيث يتمكن هؤلاء القادة من نشر معلومات صحيحة لدوائرهم الانتخابية و مجتمعاتهم المحلية.

### 3.4 حملة متكاملة و منسقة

ان مشروع حملة التوعية الانتخابية يسهم و يشكل جزء اساسي من استراتيجية الاتصال الجماهيري و خطة عمل المفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

#### 3.4.1 نظرة شاملة على استراتيجية الاتصال الجماهيري للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات

تستخدم دائرة الاتصال الجماهيري التابعة للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات أربع أدوات لنشر معلومات الاتصال الجماهيري.

#### • وسائل الإعلام الجماهيرية

تمول دائرة الاتصال الجماهيري و تبث إعلانات الخدمات العامة الإذاعية و التلفزيونية، المقطعات و البرامج، إضافة لنشر إعلانات و مقالات في المطابع.

#### • مركز الاتصال/الموقع الإلكتروني

يقوم مركز الاتصالات بتزويد العراقيين بأرقام مجانية (تغطي النفقات بواسطة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات)، تم تأسيسه مع أربع شركات هاتف نقال شريكة. سوف يجيب موظفو المفوضية المدربون على أسئلة المتصلين بشأن تحديث سجل الناخبين و العملية الانتخابية.

#### • تنسيق المساهمين

تنسق دائرة الاتصال الجماهيري مع منظمات المجتمع المدني، و تعمل مع الوزارات لتسهيل تنفيذ حملة التوعية الانتخابية. كما توفر دائرة الاتصال الجماهيري حزما للوزارات و تدريبا لموظفيهم متى أمكن. و تعقد اجتماعات و ورش نقاشية و دوائر مستديرة لتبادل المعلومات مع المنظمات الإعلامية و الوطنية و الدولية – لتشجيعها على المشاركة في حملة توعية الناخبين.

## • مساعي عامة الناس

يأتى الاتصال المباشر عبر النشاطات حشد المجتمع المحلي بأشراك الأعضاء المؤثرين في المجتمع، مثل زعماء المجتمع (الوجهاء، شيوخ العشائر)، (انظر اعلاه) والنشاطات والفعاليات المباشرة، التي تستهدف عموم الناس وتتصل بالتوزيع الشامل للمواد (الملصقات الإعلانية، المنشورات، النشرات، الكتيبات والرايات).

### 3.4.2. استراتيجيه متكاملة

الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية هي مكون أساسي لعامة الناس فيما يخص المسعى الكلي للوصول الانتخابي. وبينما ستركز دائرة الاتصال الجماهيري التابعة للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات على المعلومات وتوعية الناخبين المتصلة بشكل مباشر بالعملية الانتخابية الحالية، قد تبسط منظمات المجتمع المدني نشاطاتها وفعاليتها لتوعية مدنية أوسع (راجع الموجهات الاستراتيجية 4.4.2). إلا أنه يتحتم عليها ضمان أن تكون اهدافها متوحدة و متسقة مع حملة الوصول الأكبر عن طريق المفوضية العليا. وعلى وجه الخصوص، يجب أن تعتبر مواد دائرة الاتصال الجماهيري التابعة للمفوضية العليا المصدر الرسمي للمعلومات القانونية والتقنية الدقيقة في العملية الانتخابية. لهذا السبب، سوف توفر المفوضية العليا معلومات جوهرية لدعم نشاطات توعية الناخبين (صحف وكتيبات، ومنشورات توعية انتخابية) إضافة الى المواد المطبوعة للتوزيع.

### 3.4.3. تنفيذ منسق

إن تنفيذ الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية يتم بأشراف وإشراك المفوضية العليا ومكاتبها في المحافظات. وتعد لجان التوعية الانتخابية في المحافظات، الذراع المنفذ للحملة على مستوى القواعد الجماهيرية من خلال تسهيل وتنسيق تنفيذ حملة التوعية الانتخابية.

هنالك 19 لجنة مماثلة، واحدة لكل من مكاتب المفوضية العليا لانتخابات المحافظات (بغداد مقسمة إلى مكتبين) كرخ ورسافة. كل لجنة محافظة برئاسة مدراء مكاتب المحافظات الانتخابية (للمفوضية)، ومنظمات المجتمع المدني التي اختيرت لتنفيذ مشاريع التوعية المدنية في المحافظة، وعناصر أخرى ذات صلة يمكن أن تسهم في حملة وصول أكثر فاعلية.

وفي هذه اللجان أيضا ستكون جميع الفعاليات الانتخابية منسقة وماخوذا بنظر الاعتبار التقويم والرقعة الجغرافية والمكان لضمان اوسع تغطية مثلى ومجدولة للحملة. بينما يتبادل اعضاء لجان التوعية الانتخابية في المحافظات المشاركة و يتقاسمون المعلومات والاسئلة المتكررة خلال النشاطات المتمثلة بالتوعية الانتخابية والاحتكاك المباشر بالمواطن لتوثيق التطور الذي سوف يحدث جراء تلك التجربة.

وهنا يأتي دور السكرتارية التي تدعم لجان التوعية الانتخابية في المحافظات عمليا وفنيا، والتي سوف تكون السباقة بالتواجد في جميع المحافظات إضافة الى دور المكتب الرئيسي في بغداد. والسكرتارية أيضا تضمن الاتصالات بين لجان التوعية الانتخابية في المحافظات والمنتدى.

## 4. الارشادات الاستراتيجية للمنظمات التي تعد فعاليات ونشاطات التوعية الانتخابية

يقصد بالارشادات أن تكون عامة، كما استحدث المنتدى، لمساعدة منظمات المجتمع المدني و وضع استراتيجيات لنشاطاتها الخاصة بالتوعية الانتخابية، والتركيز على مجموعات مستهدفة رئيسية وعلى الرسائل التي توجهها وأفضل الطرق التي حددها مشروع حملة التوعية الانتخابية.

إن المنظمات غير المشاركة في هذا المشروع الخاص بالتوعية الانتخابية مدعوة أيضا لاستخدام هذه الارشادات الاستراتيجية، حيث فرضت قيود عليها من قبل المفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

تعكس البنية أيضا ما يجب أن تكون عليه الخطوات الرئيسية في تصميم وتنفيذ حملة التوعية الانتخابية، من تعريف الأهداف الاستراتيجية وتحديد الجماهير المستهدفة عبر تنفيذ وتقييم النشاطات.

وقد لا تنطبق بعض المنهجيات على جميع المنظمات المشاركة : على سبيل المثال، لن تقوم عدة منظمات غير حكومية بإجراء نشاطات إعلامية، ولن تصل جميع المنظمات غير الحكومية لكافة المجموعات المستهدفة.

فمن أجل الاستخدام الأمثل لهذه الارشادات، كمنظمة مجتمع مدني تقوم بنشاطات حول التوعية الانتخابية، قم بإعادة تقييم تخطيطك للحملة والنشاطات الأخرى خطوة خطوة. ربما ترغب حتى بإنتاج خطتك الاستراتيجية الخاصة على طول هذه الخطوات، المصممة لحملك. و تأكد في كل خطوة إن كانت منظمتك منسجمة مع الإشارات الموضحة بواسطة المنتدى وقم بتفصيل كل جزء يخص نشاطاتك، باستخدام الاقتراحات.

تذكر أن عليك الالتزام بالعناصر الرئيسية للتركيز كما حدد المنتدى، وأن عليك تهيئتها حسب ظروفك، واستخدم إبداعك ونقاط القوة المحددة لضمان أعلى تأثير لنشاطاتك.

### 4.1. النشاطات التثقيفية الداعمة للانتخابات والديمقراطية

يجب التفريق بين ثلاث أنماط من النشاطات: التوعية المدنية، و التوعية الانتخابية او تثقيف الناخبين، ومعلومات الناخبين.

#### • التوعية المدنية

هي عملية واسعة مستمرة وطويلة الأمد وغالبا ما تدمج في مناهج التعليم المدرسي والبرامج الأخرى. وتتعامل التوعية المدنية (التي يشار إليها غالبا بتوعية المواطنين أو التوعية المدنية) مع المفاهيم الأوسع الداعمة للمجتمع الديمقراطي مثل أدوار ومسؤوليات المواطنين، والحكومة و المصالح السياسية والخاصة، وسائل الإعلام، والقطاعات التجارية وغير الربحية، إضافة إلى مغزى الانتخابات الدورية والتنافسية. كما إنها لا تشدد فقط على وعي المواطنين بل أيضا على مشاركتهم في جميع نواحي المجتمع الديمقراطي. تشتمل توعية المواطنين والتوعية المدنية على ثلاث عناصر أساسية: المعرفة المدنية، القيم المدنية والمهارات المدنية – أي تمكين المواطنين من اكتساب معرفة ومهارات أساسية للمواطنة الواعية الفعالة. تعد التوعية المدنية عملية متواصلة، غير مقيدة بالروزنامة الانتخابية.

#### • التوعية الانتخابية أو توعية الناخبين

وهي تغطي نواحي الانتخابات ( لماذا تصوت كيف تصوت، متى تصوت الخ). تتطرق برامج التوعية الانتخابية بالعادة إلى حافز الناخبين واستعدادهم للمشاركة في الانتخابات بشكل كامل. إنها تهدف لمعالجة أنماط أكثر تعقيدا من المعلومات عن طريق التصويت والعملية الانتخابية، وتهتم أيضا بالمفاهيم مثل الصلة بين حقوق الإنسان الأساسية وحقوق التصويت؛ وأدوار ومسؤوليات وحقوق الناخبين؛ والعلاقة بين الانتخابات والديمقراطية والظروف الضرورية للانتخابات الديمقراطية؛ وسرية الاقتراع؛ واهمية كل صوت وتأثيره على السياسة العامة؛ وكيف تترجم الأصوات إلى مقاعد. بالإضافة الى شمول هذه المفاهيم على التفسير والاستكشاف من قبل المتعلمين، وليس بيان حقائق فقط.

#### • تثقيف الناخب

تحدث قبيل الحدث الانتخابي وتهدف إلى توفير معلومات أساسية تمكن المواطنين المؤهلين من التصويت، بما في ذلك تاريخ، وزمن ومكان التصويت؛ ونوع الانتخابات؛ والتعريف الضروري لتحديد أهلية الناخبين؛ ومتطلبات التسجيل؛ وآليات التصويت.

إن حملة التوعية الانتخابية، كما يوحي اسمها، تركز على توعية الناخب أو التوعية الانتخابية. إلا أنه وبغرض المشروع، فإن المواضيع الواجب التطرق إليها في نشاطاتك – كما هو محدد بواسطة المنتدى (انظر 4.5 بالأسفل) - تتضمن أيضا معلومات الناخب، وعناصر أساسية للتوعية المدنية، وثيقة الصلة بالدورة الانتخابية الحالية.

إن نشاطات التوعية الانتخابية التي ستجريها منظمك سوف تكون لذلك مزيجا من التوعية الانتخابية، وتثقيف الناخب والأساسيات المتصلة بالتوعية المدنية. وسوف يتعين عليك تهيئة هذا "المزيج": على سبيل المثال، لجمهورك، (قد يحتاج الناخبون الجدد مزيدا من التأكيد على التوعية المدنية الأوسع)، أو لمرحل العملية الانتخابية (مع اقتراب يوم الاقتراع، قد تصبح تثقيف الناخب في المنهجيات العملية للتصويت رسالة مهيمنة إلى جانب توعية محددة للناخب حول الهيئات المنتخبة)، الخ.

تذكر أن لديك مهمة تعميق النقاش المدني، بطريقة تم تهيئتها لجمهورك، لذا فإن التوعية المدنية يجب أن تكون جزء من اخلاقياتك دائما مع الأخذ بنظر الاعتبار الحيادية المهنية بالتثقيف، وليس الاتحياز الى طرف دون الآخر.

#### 4.2. الهدف الاستراتيجي

قام منتدى التوعية الانتخابية بتحديد الهدف الاستراتيجي لحملة التوعية الانتخابية و كما يلي: **لزيادة مستوى الوعي والمعرفة و دعم النظام الديمقراطي والمشاركة في العمليات الانتخابية القادمة من قبل المواطنين العراقيين.** ومن بين المواطنين، ستمنح الأولوية للمجموعات المعروفة على أنها شاركت بمستويات أقل أو لم تشارك في الدورة الانتخابية الأخيرة.

تم تحديد أهداف معينة للحملة في اطار مساعيها لزيادة مستوى المعرفة والدعم لكل من التالي:

- النظام الديمقراطي العراقي والمشاركة النشطة الضرورية للمواطنين، خاصة عبر ممارسة التصويت للممثلين؛
- الانتخابات القادمة وما هو موضع الخطر، خاصة دور المؤسسات المزمع انتخابها؛
- العملية الانتخابية، مؤدوها، مبادئها وأنظمتها؛
- المنهجيات لمواطن سيشارك في التصويت بفاعلية: مثل الأساليب العملية للتصويت، مسؤولية متابعة القضايا، دراسة المرشحين وتكوين رأيه الخاص؛
- المؤسسة الانتخابية (المفوضية العليا) والضمانات الموفرة للانتخابات الديمقراطية.

إن من المهم بالنسبة لمنظمك أن تحول هذه الأهداف العامة إلى أهداف عملية محددة تخدم الحملة المزمع عملها. سوف تكون قادرا على تحديدها، حال تعريفك لجمهورك المستهدف بدقة أكبر (انظر 4.3 بالأسفل) وتحليلك لهذا الجمهور، خاصة احتياجاته (راجع 4.4).

### 4.3 الجماهير المستهدفة

بالعودة إلى التصنيف المؤسس في 4.1 أعلاه، والمهياً لسياق الديمقراطية الناشئة في العراق، يجب أن تستهدف التوعية المدنية جميع المواطنين

لكن من ناحية عملية تحتاج لتعريف أكثر دقة لجمهورك المستهدف. وقد حدد المنتدى فئات تكون لها الأولوية (انظر 4.3.2 بالأعلى)، قد يكونوا ذكروا في تخطيطك سلفاً. كونك منظمة مجتمع مدني تنفذ برنامج توعية انتخابية، فإنك بحاجة أيضاً للتركيز على تحسين مصادرك وتأثير نشاطاتك، وبالتالي تعريف وتحليل حجم ومدى فائدة المستهدفين بعناية.

#### 4.3.1 الجماهير المستهدفة ذات الأولوية

حدد المنتدى الجماعات المستهدفة التالية كأولويات:

- الشباب والناخبون لأول مرة: لم تشارك هذه المجموعة في الانتخابات الأخيرة ويقدر عددهم بنحو 2 – 3 مليون، سواء المثقفين منهم وغير المثقفين. يجب إيلاء اهتمام خاص للشباب غير المتعلم والشباب الريفي.
- المهجرون داخلياً: يقدر عددهم بـ حوالي 1.3 منذ 2005 وبالمجموع الكلي 2.4 مليون شخص (مع الأخذ بالحسبان المرحلين داخلياً منذ فترة بعيدة في إقليم كردستان)
- الذين لم يشاركوا في الانتخابات السابقة، خاصة في المحافظات الوسطى. الانبار والموصل وصلاح الدين واجزاء من ديالى
- النساء: 50% من الشعب.

حدد المنتدى أيضاً المجموعات المستهدفة التالية كشرائح تتطلب اهتماماً خاصاً، عند تطوير رسائل أو طرق الوصول المتبعة.

- الأميون: تقريباً 30% من الشعب.
- سكان الأرياف: بمن فيهم سكان الأهوار، القرى، الجبال والصحراء و سكان المجتمعات المحافظة.
- ذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين): إن لهذا صلة خاصة في العراق، حيث يقدر البعض أن ما يقرب من 10% من العراقيين يعيشون بإعاقة، إثر الحروب المتعاقبة التي شهدتها العراق.
- المجموعات القومية/الثقافية/الدينية الرئيسية، في الأجزاء الوسطى، الشمالية والجنوبية من البلاد.
- الأقليات (قوميات، دينية و/أو اللغوية).

بالتقاطع مع الفئات المحددة اعلاه، من المهم وضع برنامج خاص لكل من التالي:

- قادة الرأي والمجتمع: ومنهم شيوخ العشائر، رجال الدين، ووجهاء المناطق من اصحاب المال والتجار والملاك، والمثقفين المؤثرين وممثلي وسائل الإعلام وغيرهم.

#### 4.3.2 تقسيم وتحديد الأولوية بشأن الجماهير المستهدفة

إن من الضروري تقسيم وتحديد الأولوية بشأن الجماهير المستهدفة:

← قم بتقسيمهم إلى شرائح لأن المجموعات المستهدفة انفة الذكر ستملك مستويات مختلفة من المعرفة، والاهتمام، الخ فيما يتعلق بالانتخابات وسوف تقتضي طرقا مختلفة للوصول إليها؛

← رتبها حسب الأولوية، من أجل الاستخدام الأمثل للموارد المحدودة (المالية و البشرية و الزمنية) من الضروري ان تقوم بتعريف الجماعات الأكثر حاجة للتوعية الانتخابية: خاصة المجموعات التي تعد مشاركتها (نظرا لأنها كانت متدنية في الماضي) أكثر حيوية لضمان تمثيل ديمقراطي كامل في المؤسسات، هناك جماعات تتطلب قدرا أكبر من الإقناع للمشاركة، إضافة للجماعات وأنماط الأفراد الذين يمكن أن يمتلكوا "تأثيرا مضاعفا" من خلال الأثر الذي يفرضونه.

لقد قمت سلفا بتحديد جماهيرك المستهدفة في المقترحات المسلمة لمكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع. ربما يكون من المفيد تقسيمهم وترتيبهم حسب الأولوية عبر الخطوات التالية:

- تقييم للتركيبة الاجتماعية الديمغرافية لمحافظةك ولأهمية المحلية النسبية للمجموعات ذات الأولوية التي عرفها المنتدى؛
- تحليل محلي لما يلي:

- الجماهير المستهدفة الأقل احتمالية للمشاركة، وفئات الناخبين المؤهلين الذين تعد مشاركتهم حيوية تماما لضمان عملية ديمقراطية تمثيلية؛
- المجموعات التي سوف تتطلب رسائل محددة و/أو طرق معينة؛
- المجموعات أو الأنواع التي قد تشمل على التأثير الأعظم فيما يخص التأثير (الشباب مثلا، نظرا لأن العادات المدنية ترسخ في سن مبكرة)، الخ.

- تقييم لنقاط قوة منظمتك وفرصها في الوصول إلى الجماهير المستهدفة المحددة في المجتمع.

عند تقسيم جماهيرك المستهدفة، لا تفكر فقط بالمجموعات ذات السمات الديمغرافية المتجانسة بل فكر أيضا بالمجتمعات المهمة، والمجتمعات حيث يتشارك مختلف الناس فيها بمصلحة مشتركة يمكن من خلالها الوصول إليهم (مثلا: مشجعي كرة القدم، المجتمعين في المقاهي، مستخدمي مقاهي الإنترنت. الخ ..).

#### 4.4. إجراء المسح على الجمهور: استكشاف المواقف وتحديد المؤثرين

مع تحديد الجماهير المستهدفة، من المفيد تعميق التحليل الاجتماعي والنفسي للمواطن ، خاصة لاستكشاف المواقف وتحليل مستوى المعرفة الثقافية ، و الاهتمامات التي تستقطب اكبر قدر ممكن من المواطنين ، الخ. المتعلقة بالانتخابات والنظام الديمقراطي، وتعريف المؤثرين الأساسيين في جمهور معين (من أين أو ممن يحصلون على معلوماتهم؟ من أو ما الذي يؤثر على آرائهم؟). هذا مهم لأنه يساعد في تحديد الوسائل والنشاطات التي يمكن ان تؤثر وتكون الأكثر ملاءمة لكل جمهور.

##### 4.4.1. العناصر الأساسية

حدد المنتدى العناصر التالية التي تتطلب اهتماما خاصا، واستكشافا إضافيا على مستوى المحافظات والمستوى المحلي:

- تبقى الثقة العامة بالحكومة والمؤسسات الديمقراطية ضعيفة ككل.

- هنالك تحرر عام من الوهم في العملية الانتخابية منذ انتخابات 2005.
  - تباينات إقليمية قوية حول تصور الموقف الكلي والتأثير الإيجابي للانتخابات الأخيرة: إيجابية جدا في المناطق الكردية، مختلطة في الجنوب، سلبية في بغداد والمناطق السنية<sup>1</sup>
  - ضمن كل الجماعات الرئيسية، الشك والانتقاد للمسؤولين المنتخبين (وهو عنصر شائع للسياسة الديمقراطية)<sup>2</sup>.
  - المواطنون العراقيون عادة يشجعون المفهوم القائل بأن المجالس الإقليمية مهيأة لتقديم الخدمة على المستوى المحلي أكثر من الحكومة الوطنية.
  - يضع الناس ثقة أكبر في رجال الدين والائمة والخطباء والأساتذة/المعلمين ( 4 من 5 يتقنون بهم)، ثم في المنظمات الخيرية (2 من 3)، شيوخ العشائر ووسائل الإعلام (أكثر من النصف)، ثم النقابات والاتحادات المهنية (2 من 5) والأحزاب السياسية (1 من 3)<sup>4</sup>.
- تعتبر هذه عناصر دلالية فقط، تم قياسها في أعمال مسح عامي 2006 و2007. وربما تغيرت هذه التصورات إلى حد بعيد.
- سوف تستفيد حملتك المحلية الخاصة إن استطعت إنتاج تحليل أساسي للجمهوريك او بمنظمتك.

#### 4.4.2. استحداث مسح أساسي للجمهور

- ربما تفتقر منظمتك للوقت والموارد لإجراء تحليل شامل للجمهور. لكن من الممكن إنتاج مسح أساسي للجمهور سيمنحك معظم المعلومات الدقيقة التي تحتاجها منظمتك لتهيئة الرسائل والطرق للوصول للجمهور بفاعلية أعلى.
- إنك بحاجة لاستكشاف مستوى الوعي، و الاهتمام، و المعرفة الثقافية ، والإدراك (سلبى/إيجابى)، والمشاركة المتوقعة فيما يتعلق بالمناسبات الانتخابية القادمة (والمؤسسات المراد انتخابها). من شأن هذا أن يساعدك في تحديد المواضيع التي تحتاج لطرقها مع هذا الجمهور الخاص، والرسائل التي تؤثر وتكون الأكثر ملائمة له.
- إنك بحاجة أيضا لدراسة جمهورك وفهم العناصر الأساسية التالية: من أين يحصلون على معلوماتهم؟ من؟ أو ما الذي يؤثر على قراراتهم؟ بمن يتقنون؟ أو من ينظرون له كنموذج للأدوار؟ ما هي مشاغلهم واهتماماتهم؟ ما هو الوقت الأفضل للوصول لهم؟ و المكان الأمثل؟

في معظم الحالات، يمكنك الإجابة على هذه الأسئلة اعتمادا على معرفة منظمتك والخبرة المسبقة لموظفيك مع المجموعة المستهدفة. إننا ننصح باستكمال ذلك والتحقق منه باستبيان سهل أو مناقشة من خلال مجموعة تركيز مع عينة صغيرة من الجمهور المحتمل عن طريق عمل استبيان بسيط .

#### \* طريقة الاستبيان :

1 مسح اجراه مركز اليقين حزيران 2007  
 2 مجموعات مركزه اجراها المعهد الديمقراطي الوطني للرجال و النساء، شهري تشرين الاول و تشرين الثاني 2006  
 3 مجموعات مركزه اجراها المعهد الديمقراطي الوطني للرجال و النساء، شهري تشرين الاول و تشرين الثاني 2006  
 4 مسح اجراه مركز اليقين حزيران 2007

تخيل أنك تخطط برنامج توعية انتخابية لطلاب الجامعات. قم بتحضير استبيان يتناول الأسئلة أدناه، هيئها لمجموعة تمثيلية من 20 تلميذاً. أو قم بإعداد "مجموعة تركيز" تناقش نفس المسائل بمجموعة تمثيلية من 10-15 تلميذاً، بوجود موظف واحد ينشط النقاش حسب الاستبيان، وموظف آخر يدون ملاحظات. وهذا بدوره سيمنحك معظم ما تحتاج إليه من المعلومات.

استند من المعرفة المحلية وحل بيئة جمهورك، على المستوى المحلي ومستوى المجتمع، والشخصيات أو ذوي التأثير الذين قد يشكلون نقاط عبور لك نحو المجتمع، فيسهلون وصولك ويزيدون من تأثيرك. يمكن أن يكون هؤلاء وجهاء عاديون بسطاء في قرية، وقد يكونون من أصحاب مقاهي الإنترنت الشعبية، إن أردت الوصول للشباب. في الجامعة ستحتاج إلى دعم من الإدارة والعمداء، لكن قد يمتلك أستاذ محبوب تأثير أكبر عندما يتعلق الأمر بخلق الاهتمام بين التلاميذ.

#### 4.5. الطرق – التكتيكات والأدوات

مع تعريف الجماهير وتحليلهم، يتعين تحديد أفضل الطرق لكل منهم: أي النشاطات، و الطرق، وسائل الإعلام والأدوات سيكون لها أعظم الأثر في الوصول إلى الجمهور على النطاق المحلي

##### 4.5.1 طرق عامة

حدد المنتدى الطرق والأساليب العامة التالية للتواصل:

#### • وسائل الإعلام المعروضة والمطبوعة

##### ○ لوحات الإعلانات

- اللوحات الجدارية: فرص ابتكار التفاعلية في المجتمع، إشراك الشباب في الابتكار أو الإنتاج الفعلي (مثلاً: رسم لوحة جدارية بواسطة فنان مع أطفال/تلاميذ على جدار أمني)
- نشر الإعلانات في الصحف والمجلات (الرسوم الكرتونية، المقالات...)\*
- المنشورات الدورية (مثلاً: نشرة المنتدى)\*
- مواد العرض: الملصقات، الملصقات الإعلانية\*، المستخدمة غالباً في معلومات الناخبين التحفيزية البسيطة.
- النشرات، الكتيبات وصحف الحقائق والاحصاءات\*: تستخدم غالباً كمصادر لمعلومات أكثر تعقيداً.

#### • وسائل الإعلام المباشرة والسمعية والمرئية

- التلفاز والراديو: \*المقططات الإعلانية، \*إعلانات الخدمات العامة، و البرامج الحوارية، و برامج الضيوف، و المسلسلات القصيرة، و البرامج الوثائقية التي تحاكي العملية الانتخابية.
- إن لوسائل الإعلام السمعية والمرئية التأثير الأكبر من حيث الأعداد التي يتم الوصول إليها. لكن معظم الصيغ غير تشاركية. أي لا يمكن أن يكون هنالك تفاعلاً حقيقياً بين المواطن والجهة التي تتقف للانتخابات. إن استخدام التلفاز والراديو يميل للنجاح أكثر عند دمج النشاطات والفعاليات في برامج شعبية منتظمة (من الترفيه إلى المناقشات). إن إحصار مستضيف شعبي للبرامج الحوارية لدعوة ممثلين عن منظماتك وعن المفوضية العليا لمناقشة الانتخابات بانتظام سيكون أكثر فاعلية (ودون كلفة) من إنتاج برنامج معين. يجب إبداء اهتمام خاص لكي تضمن أن القنوات المختارة للبيث هي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور المستهدف، والأكثر فاعلية من حيث التكلفة.

○ الأفلام: التي تبث على التلفاز، عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية، كبرامج إضافية للبرامج المعتادة. امتزاج الترفيه مع المحتوى التثقيفي.

○ الأغاني ومقاطع الفيديو الموسيقية

○ المسرحيات: النسخة الحية من الترفيه التثقيفي. عادة يتم تدعيمها بفعاليات وجه لوجه وايضا معززة للاتصال المباشر ( انظر الى الاسفل)

○ السينما والمسرح المتنقلين: توزيع نفس "المنتجات" أعلاه لكن تتجول عبر نظام "فرق متنقلة" للوصول إلى المناطق غير الحضرية التي تفتقر للبنية التحتية. يمكن لهذا أن يجتذب الجماهير في بيئات تفتقر للترفيه، وعادة يتبعه جلسات اتصال مباشرة مع أفراد من الحشود المتجمعة.

○ الفنون التشكيلية: يمكن استخدامها في صيغة منافسات تثقيفية.

#### • الاتصال المباشر

○ نشاط مباشر: الاجتماعات والندوات والتجمعات "المرتجلة" في بيئة عامة. من الممكن القيام بها مثلا من خلال التجول في الاسواق المحلية ونشر المعلومات الانتخابية مباشرة للجماهير التي يمكن ان تلاقها في تلك الامكنة.

○ الجلسات والاجتماعات **وجها لوجه** (مجموعات من 10 إلى 30): غالبا ما تستخدم كصيغة وصول مباشر أكثر فاعلية ومشاركة، قابلة للتهيئة لمعظم الجماهير والأماكن المحتملة.

○ الاتصال بالمجاميع المركزة إشراك جمهور معرف على أنه مجتمع مهم (مثلا: الوصول إلى مشجعي كرة القدم في مباراة...)

○ الاتصال بالنظر: الوصول إلى جمهور عبر نظراء يمكنهم الارتباط بهم (مثلا: التلاميذ مع التلاميذ....)

○ ورش العمل، المؤتمرات، الندوات وحلقات النقاش: أكثر ملاءمة مع الجماهير الأفضل تثقيفا. بعض الصيغ قد تفتقر للفرص والمشاركة.

○ الاتصال المتجول عبر الزيارات الميدانية والفرق المتنقلة (بمكبرات الصوت، الخ) ومن خلال الزيارات المنزلية الخ

○ خيم الانتخابات: يتم إعداد مساحة عامة مؤقتة حيث تعرض مقتطفات الفيديو ويتفاعل مسؤولو التسهيل مع المواطنين في الوصول المباشر.

#### • وسائل الإعلام الحديثة

○ توزيع الاسطوانات المدمجة CD أو فلاشات الذاكرة التي تحتوي على مادة تخص التوعية الانتخابية

○ مركز الاتصال: مركز اتصال مجاني للإجابة على الأسئلة المتعلقة بالانتخابات \*

○ الرسائل الجماعية للهواتف المتنقلة: فعالة التكلفة فيما يخص معلومات الناخب ذات النمط التذكيري (كل صوت مهم – صوت اليوم لانتخابات مجالس المحافظات – إن كان لديك استفسارات اتصل بمركز المفوضية العليا للانتخابات على هذا الرقم)

○ البريد الجماعي: يتطلب بناء أو شراء قاعدة بيانات بريدية.

- المواقع الإلكترونية للمنتدى والمفوضية العليا \*
- المواقع الإلكترونية للمدونات والمشاركة

#### • طرق أخرى

- المنتجات الترويجية: الأجنات، المطويات، الأقلام، القمصان، الخ، التي تعرض الشعارات والرسائل الانتخابية.

#### 4.5.2. تعريف التحديات والفرص

من المفترض أنه قد تم تبسيط تعريف أفضل الطرق لجمهورك في سياقك الخاص بواسطة تحليل الجمهور الموضح أعلاه في 4.4. إجراء المسح على الجمهور: استكشاف المواقف وتحديد المؤثرين.

يجب بحث التحديات وفرص النشاطات المحتملة للتوعية الانتخابية لتحقيق أهدافك. كمثال لإجراء تقييمك، انظر القائمة الدلالية التالية من إنتاج المنتدى:

#### • الوصول إلى المهجرين داخليا

##### التحدي

إن معظم المهجرين داخليا والذين عادوا إلى التهجير الداخلي ليسوا في مخيمات. وهذا يزيد من صعوبة تحديدهم والوصول إليهم. وقد يكونوا قد سكنوا عند اقارب لهم . او نزحوا الى المناطق التي جاء منها ابائهم او اجدادهم . وعادة ما تكون تلك المناطق خارج مراكز المدن وبالاخص الرئيسية منها . و قد يواجه المهجرون داخليا مشاكل اقتصادية واجتماعية أكثر خطورة فيكونوا أقل رغبة في المشاركة في النشاطات.

##### الفرصة

. بما أن المهجرين داخليا قد استقروا مؤخرا في مناطقهم الجديدة، و من المحتمل ان يتمكن قادة المجتمع المحلي من المساعدة في تحديد الأحياء التي تقطن فيها العائلات المهجرة. إن الاتصال ببعض هذه العائلات وتحليل بينها (راجع 4.4 إجراء المسح على الجمهور: استكشاف المواقف، تحديد المؤثرين) سيساعد في تحديد نقاط الدخول والطرق. اما في المنطقة الكردية فهناك توزيع خاص تم اعداده للمهجرين داخليا، بينما المحافظات الجنوبية من الممكن ان تساعد في مفاتحة المكاتب المحلية لوزارة الهجرة لفهم الموضوع . قد تتمكن بعض المنظمات الغير الحكومية من المساعدة في هذا الموضوع .

#### • الوصول للمرأة

##### التحدي

الوصول للنساء و خاصة في المناطق الريفية المحافظة، حيث الوصول المحدود لوسائل الإعلام ومن المرجح أن يكن معظمهن من الأميات.

## الفرصة

يمكن تحديد مكان وزمان، النشاط الاجتماعي حيث يمكن الوصول إليهن: في الاسواق او التجمعات النسائية او حفلات الزواج، الخ ..

هل لديك عدد كاف من النساء المتطوعات والعاملات في حملتك للوصول مباشرة للنساء؟

## • الوصول للشباب

### التحدي

إن الشباب الذين يذهبون للمدارس والجامعات يمكن ان تصل اليهم المعلومات الانتخابية بشكل اسهل من الشباب الذين لا ينتمون الى تلك المؤسسات التعليمية. بينما يواجه الشباب في المناطق الريفية تحديات أكبر في تلقي تلك المعلومات، نظرا لأنهم يعانون من وصول محدود لوسائل الإعلام والمعلومات الإلكترونية.

## الفرصة

أين يتجمع الشباب غير المتعلم؟ يمكن الوصول للذكور في ملاعب كرة القدم، مقاهي الانترنت وندية الشباب الخ

## • البيئة التي يعارض فيها المؤثرون الأساسيون اجراء الانتخابات

### التحدي

قادة الرأي والمجتمع والشخصيات العامة في بعض المناطق تعارض الانتخابات (ربما يعتقدون أن الانتخابات لا طائل منها او من غير فائدة ، غير عادلة أو حتى محرمة دينيا). وقد يمنعون الناس من المشاركة والانخراط في نشاطات التوعية الانتخابية.

## الفرصة

إذا كان لديهم نفوذ حقيقي، فلن تتمكن من تحقيق الكثير بدونهم، لذا اعتبرهم جمهورك الأول وحاول الاقتراب منهم بدعم من أشخاص ذوي خلفيات ونظريات مماثلة (رجال الدين، شيوخ عشائر ، رجال السياسية، الخ)، واقنعهم أن التحول إلى قادة لمجتمعهم يتطلب ضمان أن يقوم مجتمعهم بإسماع صوته في العملية السياسية.

أخيرا ابحث في الوسائل المتوفرة لديك ضمن محافظتك (أي وسائل الإعلام مثلا) ونقاط القوة وقدرات منظمتك (هل قمت بهذا النوع من النشاطات سابقا، إن لم يكن كذلك، عرف الأشخاص الملائمين الذين يشكلون مصادر معلوماتك).

## 4.5.3. تحديد الطرق لكل مجموعة مستهدفة

حدد المنتدى أفضل الطرق المقترحة التالية للوصول إلى الجمهور المستهدف:

## • الشباب والناخبون لأول مرة

التلفاز، المواد المطبوعة ووسائل الإعلام الحديثة، خاصة عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية التي تزار بكثرة. الهواتف المتنقلة لأن غالبية الشباب يستخدمونها. بالنسبة للشباب في المناطق الريفية الذي يعانون من وصول محدود لوسائل الإعلام والتكنولوجيا، الأساليب غير التقليدية مثل وصول المشاركة من خلال الرياضة (بزيارة الملاعب واستخدام لاعبي كرة القدم الذين باستطاعتهم جذب مجموعة أكبر من الشباب)، المباريات، والسينما/المسرح المتنقل يمكن أن تكون فعالة جدا في جذب مجموعات كبيرة من الشباب. يمكن نشر المعلومات الانتخابية والمواد المطبوعة/منتجات العلاقات العامة في هذه الاجتماعات.

### . المهجرين داخليا

إن معظم المهجرين داخليا والذين عادوا إلى التهجير الداخلي لم يسكنوا في مخيمات، أي ليسوا في مواقع مجمعة. إن أفضل الطرق للوصول إلى المهجرين داخليا هي وسائل الإعلام (التلفاز والراديو)، وفق مسح للمهجرين داخليا أجري عام 2006. طلب من المهجرين داخليا تحديد أهم مصادرهم للمعلومات. حيث قال 47% أن العائلة والأصدقاء أكثر أهمية، صنف 47% التلفاز والراديو كمصدرهم الرئيسي للمعلومات. إن رجال الدين، السياسة والمجتمع أهم مصدر لـ 4%، بينما صنف 2% فقط الصحف كأهم مصدر<sup>5</sup>. لهذا السبب، يجب إنتاج وبث مقتطفات راديو/تلفاز خاصة تتضمن توعية ناخبين للمهجرين داخليا. يجب كذلك استخدام الوصول المباشر من خلال الاجتماعات المعدة مع المشاركين من المهجرين داخليا من أجل شرح العمليات الانتخابية القادمة بشكل صحيح وخاصة كيف يمكنهم التسجيل أثناء تحديث سجل الناخبين والتصويت في انتخابات المحافظات. يجب إنتاج مواد مطبوعة خاصة تركز على توعية الناخبين المهجرين داخليا لدعم الاجتماعات. هذه المواد يمكن ان تخزن لتوزع للمهجرين داخليا عندما يحضروا لاستلام الطعام او المساعدات<sup>2</sup>.

### . النساء

عادة ما يكون الراديو وسيلة فعالة للوصول للمرأة، خاصة في المناطق الريفية، التي قد تكون محافظة، وذلك من خلال برامج الراديو التي تبث أثناء النهار. إن أمكن ذلك، قم بتنظيم اجتماعات مباشرة مع النساء في سياقات مقبولة اجتماعيا (خاصة للأميات) لشرح السياق والعمليات الانتخابية وإيصال المعلومات الضرورية للناخبين (مثل أين، متى، كيف يجب التسجيل والتصويت).

### . الأميون

يعتبر الوصول المباشر الوسيلة الأفضل لشرح العمليات والإجراءات الانتخابية وإيصال معلومات الناخبين الضرورية. إن الراديو/التلفاز مفيد لتعزيز رسائل أساسية وخلق وعي عام. لكن هذا النمط من وسائل الإعلام محدود في الشرح للناس فعليا.

### . قادة الرأي والمجتمع

يجب أن يبدأ الوصول مع قادة الرأي دائما باجتماعات مباشرة. فهذا سيساعد أيضا في تسهيل الوصول إلى مجتمعاتهم المحلية. كما يمكن لقادة الرأي أن يساعدوا في نشر الرسائل بفاعلية في مجتمعاتهم المحلية. يجب أن تتضمن الاجتماعات مع قادة الرأي توزيع المواد المطبوعة والترويجية التي ستضمن نقل معلومات دقيقة لمجتمعاتهم.

### . سكان الأرياف

تعتبر الاجتماعات المباشرة والراديو أفضل الطرق للوصول لسكان الأرياف، الذين قد يعانون من وصول محدود لوسائل الإعلام الإلكترونية، والصحف والتغطية التلفزيونية.

### . نوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)

5: من تعقيبات المفوضية العليا للاجئين في الامم المتحدة على الوثيقة التي اصدرتها بعثة الامم المتحدة لمساعدة العراق حول تسجيل المرشحين داخليا

يتعين إنتاج مواد خاصة تستهدف ذوي الاحتياجات الخاصة. ويجب أن تتضمن هذه المواد معلومات ذات صلة، مثل من يمكنه المساعدة، مثلاً الكفيفين عند الإدلاء بأصواتهم. كما يجب إنتاج رسائل تحفيزية خاصة لتشجيع ذوي الاحتياجات الخاصة على المشاركة. إضافة إلى ذلك، يجب عقد اجتماعات مع المنظمات والاتحادات التي تعمل مع ذوي الاحتياجات الخاصة. وعلى مقاطع الراديو/التلفزيون أن تتضمن رسائل لذوي الاحتياجات الخاصة. وأثناء جميع الاجتماعات، يجب توزيع معلومات لذوي الاحتياجات الخاصة. لأنه المشاركون قد يتطلبون احتياجات خاصة، أو قد يكون لديهم أفراد عائلة أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة. في حالة تحضيرك لتنفيذ نشاط أو فعالية لذوي الاحتياجات الخاصة يجب ان تتأكد ان القاعة او الموقع سهل الاستخدام لهم ونوع النشاط المختار متوافق مع احتياجاتهم الخاصة.

## . الأليات

يجب على المنظمات غير الحكومية التي تعمل مع الأليات إنتاج مواد التوعية الانتخابية بلغات الأليات. وبالمثل، يجب عقد الاجتماعات مع الأليات بلغتهم الخاصة.

### 4.5.4. تهيئة الطرق وإضفاء الصفة المحلية عليها

إن عليك اختيار وتهيئة أفضل الطرق الملائمة المقترحة في 4.5.1 الطرق العامة لملتك وسياقك المحلي. راجع تحليلك الخاص بجمهورك، حدد التحديات والفرص. راجع اقتراحات المنتدى ثم قم بتخطيط مزيجك الخاص من الأساليب والأدوات.

تذكر أنك سوف تتمكن من الاعتماد على الأدوات المنتجة بواسطة شركاء آخرين في التوعية الانتخابية، المفوضية العليا من أول الأطراف، الذين سينتجون مواد مطبوعة يمكن توزيعها أثناء نشاطاتك.

لمزيد من الاقتراحات المفصلة حول نشاطات الوصول المباشر، والتركيز المعين على الأساليب التشاركية، راجع دليل التوعية الانتخابية.

### 4.6. أفكار ورسائل أساسية: تطوير المحتوى

حدد المنتدى خمس مجالات للتركيز والقائمة التالية بالمواضيع الرئيسية والمواضيع الفرعية الواجب طرحها أثناء الحملة. وقد تم تحديدها بناء على احتياجات مستوعبة بين الشعب وبنيت وفق التقويم العملياتي الانتخابي.

يجب التطرق لكل موضوع في نشاطات الوصول الانتخابي الخاصة بك، لكن قد يتعين عليك ترتيب المواضيع الرئيسية والمواضيع الفرعية حسب الأولوية، حسب المرحلة الانتخابية، جمهورك، فترة وتكرار نشاطك. من المرجح أن لا تعالج كافة المواضيع الفرعية.

#### 4.6.1 مجالات التركيز

- أساسيات التوعية المدنية: الديمقراطية، حكم القانون، الحكومة والحكم المحلي.

- الإطار الانتخابي والمفوضية العليا

- تحديث سجل الناخبين

- العملية الانتخابية

حدد المؤتمر كذلك موضوعاً آخر ألا وهو مشاركة المواطنين، مع التركيز على إدراج ومشاركة المرأة، و المهجرين داخليا والشباب.

#### 4.6.2. المواضيع الرئيسية والمواضيع الفرعية

تم الإسهاب بشأن المواضيع في دليل التوعية الانتخابية، وهو الوثيقة المصاحبة للخطة الوطنية للتوعية الانتخابية. تعتبر المواضيع الفرعية دلالية. وسوف يتم تفصيلها في إصدارات المنتدى القادمة

##### • أساسيات التوعية المدنية:

- الديمقراطية، حكم القانون والدستور
- أدوار ومهام الحكومة، ومنها الحكومات المحلية (مجالس المحافظات والاقليم)
- دور الشعب في الحكومة، بما يتضمن أهمية الانتخابات
  - مفهوم المواطنة وأهميتها في عملية صنع القرار
  - حقوق وواجبات المواطنين للمشاركة في العملية السياسية
  - أهمية إشراك النساء، والشباب والمهجرين داخليا (حقوقهم في المشاركة في العملية السياسية، وأهميتهم في صنع القرار، و المساواة بين الجنسين والتوازن الاجتماعي)
  - أهمية الانتخابات
  - مفهوم الانتخابات الحرة والنزيهة
  - أهمية المشاركة والتصويت
  - التقويم الانتخابي في العراق (انتخابات المحافظات و الاستفتاءات من أجل الدستور والأراضي المتنازع عليها و انتخابات مجلس النواب 2009)

##### • الانتخابات: إطار العمل والناشطون

- الإطار الانتخابي: المبادئ، الإطار في العراق.
  - الدستور العراقي
  - قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، قانون المحافظات غير المنتظمة في اقليم وقوانين أخرى تؤثر على الانتخابات
  - مسودة القانون الانتخابي / قانون الاستفتاء على التعديلات الدستورية
  - أنظمة وتعليمات أخرى بواسطة المفوضية العليا ومؤسسات قانونية أخرى تؤثر على إجراء الانتخابات 6
  - النظام والعمليات الانتخابية
    - نظام القائمة المفتوحة/المغلقة
    - كيف تترجم الأصوات إلى مقاعد
    - نظام الحصص للمرأة

## ○ الناشطون الانتخابيون

- المبدأ: المرشحون والناخبون
- سلطة الانتخابات: المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق
  - المهمة، الأدوار، الوظائف وبنية المفوضية على المستوى الوطني والمحافظات
  - استقلالية المفوضية العليا المستقلة للانتخابات
  - إجراءات، أنظمة وقواعد السلوك الخاصة بالمفوضية العليا المستقلة للانتخابات
  - كيفية الاتصال بالمفوضية
- الحقوق، الأدوار والمسؤوليات في انتخابات المرشحين والكيانات السياسية
  - دور ومسؤوليات المرشحين والكيانات السياسية
  - حقوق المرشحين والكيانات السياسية
  - قواعد السلوك للأحزاب السياسية
- حقوق و أدوار ومسؤوليات الناشطين الآخرين في الانتخابات: وسائل الإعلام، المراقبين، النظام القضائي
- دورك كمواطن

6 متوفر على الموقع الإلكتروني للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات: <http://www.ihec.iq/laws&of-Ihec&iraq/laws,ihec/A3.htm>

## ● الانتخابات: العملية (التركيز على الانتخابات القادمة لمجالس المحافظات)

### ○ تحديث سجل الناخبين

- كيف أنشئ سجل الناخبين المؤقت و قسائم توزيع الطعام (البطاقة التموينية).
- التحديث، ماهيته وسببه و التحقق، الإضافات، التصحيحات، وتحديد الأشخاص الذين لا تشملهم العمليات الانتخابية .
- أهمية التأكد من أنك مسجل
- المنهجيات العملية: أين، متى، كيف، الوثائق المطلوبة

- تركيز خاص على المهجرين داخليا، و المرأة، و الشباب، اضافة الى ذوي الاحتياجات الخاصة – متى وكيف
- المخالفات والعقوبات للتسجيل المزور
- عملية تقديم الشكاوى والالتماسات، متى، أين، كيف، القرارات النهائية بواسطة من ؟
- الحقوق، الأدوار والمسؤوليات الملقاة على المراقبين ووكلاء الأحزاب السياسية في مراكز تحديث سجل الناخبين.

#### ○ تسمية المرشحين

- التشكيل، و التسجيل واعتماد الكيانات السياسية، و التحالفات والمرشحين
- تسمية واعتماد المرشحين – من يمكن أن يكون مرشحا/كيف
- الشكاوى/الالتماسات – التحديات والاعتراضات – متى، أين، كيف، الفترة، القرارات النهائية
- عضويات الكيانات السياسية، و بياناتها السياسية
- دور الكيانات السياسية أثناء كل مرحلة من العملية الانتخابية (التسجيل، فترة الحملة، الانتخابات، ما بعد الانتخابات)

#### ○ الاقتراع

- أين، متى، كيف، الوثائق المطلوبة
- أهمية التصويت
- كيف تضع علامة على بطاقة اقتراع
- سرية التصويت
- المخالفات والعقوبات، الشكاوى والالتماسات
- أهمية الانتخابات الخالية من العنف
- دور المراقبين ووكلاء الأحزاب السياسية

#### ○ العد

- الأصوات غير الصالحة والمرفوضة
- عمليات العد والحساب على مختلف المستويات (مركز الاقتراع، الاقليم، مكتب المحافظة الانتخابي ومركز الحساب الوطني)
- إعلان النتائج والفائزين
- قبول النتائج

### 4.6.3. تطوير الرسالة

تم تطوير المحتوى ووالنشاطات الأساسية من أجل التوجيه والدعم و التطوير المفصل للنشاطات والفعاليات التي ستستخدمها المنظمات غير الحكومية في زيادة وعي الناخبين . ويمكن العثور على هذه الرسائل في دليل التوعية الانتخابية. وسوف تتم مراجعتها وتحديثها بواسطة المنتدى.

إن تطوير الرسائل مرتبط بشكل وثيق بنمط الأساليب والنشاطات التي ستنفذها المنظمات غير الحكومية. يتعين أن تحدها (أنظر 4.5 أعلاه الطرق) قبل أن تتمكن من تطوير نشاطاتك وفعالياتك الخاصة.

#### 4.6.3.1 إطار العمل

عند إعداد رسائلك التي ستستخدم في أنشطتك للتوعية الانتخابية، من المهم أن تبدأ من المواضيع الرئيسية والمواضيع الفرعية المفصلة في هذه الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية ودليل التوعية الانتخابية. يفصل الدليل رسائل/معلومات أساسية لكل من هذه المواضيع والمواضيع الفرعية.

بالنسبة للمعلومات القانونية والتقنية، من المهم أن تحترم المعلومات الرسمية التي أقرتها المفوضية العليا.

#### 4.6.3.2 تهيئة الرسائل وإضفاء الصفة المحلية عليها

يجب أن تختار/ وان تحدد الأولوية للنشاطات الرئيسية الموضحة في الدليل، حسب جمهورك. كما يتوجب عليك أيضا تهيئة صياغة وعرض هذه النشاطات – المقدمة في الدليل في صيغة واقعية وإرشادية - لجمهورك. وقد تكون بحاجة لتبسيط المفاهيم، واستخدام التشبيهات الملائمة لموضوعك.

إن تحليل الجمهور، الذي أجري في مرحلة مبكرة (انظر 4.4 أعلاه، إجراء المسح على الجمهور: استكشاف المواقف وتحديد المؤثرين)، يقدم لك إشارات تحتاجها لتهيئة الرسالة لجمهورك.

لا يتعين عليك استحداث محتوى جديد تماما لكل جمهور. ربما تتباين نشاطاتك بشكل طفيف فقط من جمهور إلى آخر: فسوف تركز على بعض النقاط الرئيسية، ستقوم بالتبسيط أو التفصيل، ستستخدم عدة تشبيهات لجذب انتباههم.

#### 4.6.3.3 الإبداعية في تطوير المحتوى

إن الديمقراطية، الانتخابات والمسؤولية المدنية جميعها مفاهيم معقدة وقضايا جديّة. لا يجوز أن تكون توعيتك الانتخابية مملة. ويتعين عليك إشراك جمهورك، وتحويل المفاهيم، القوانين والواجبات إلى أفكار ووقائع ذات مغزى يمكنهم الارتباط بها، ويشعرون أن لها تأثيرا على حياتهم اليومية.

لا تتردد أن تكون إبداعيا عندما تطور منتجاتك الخاصة بالنشاطات والفعاليات للتواصل مع الجمهور . وللمساعدة في تقوية إبداعك وتأثير نشاطاتك ، قم بتنظيم جلسة عصف ذهني مع من يساعدك بالعمل . اجمع الشخص المسؤول عن تطوير النشاط، و الطريقة التي يمكن البدء بها في التوعية " إذا كان هذا الشخص الأول (المسؤول عن تطوير نشاط التوعية ) معلم اعتيادي ، وشخص يتمتع بمعرفة مسبقة بالجمهور. فيجب ان تتأكد من أن لديهم فهم بالمحتوى والأفكار الواجب تطويرها وجمهورك، عبر دراسة دليل التوعية

الانتخابية وتحليل جمهورك. ثم اطلق لهم حرية التعبير لعرض الأفكار الجديدة. كقاعدة لذلك، قم بالنشاطات القصيرة والسهلة والمكررة.

قد ترغب في اختبار نشاطاتك وفعاليتك في مجموعة تركيز (راجع 4.4.2 استحداث مسح أساسي للجمهور). إن لم يكن لديك الوقت والمصادر، قم بتقييم فعالية وتأثير رسائلك بعد النشاطات الأولى: ما هي ردود الأفعال على برنامجك الإذاعي؟ ماذا كان رأي المشاركين بجلسة أو ندوة اللقاء وجها لوجه؟

#### 4.7. المصادر

إنك تتمتع بإمكانية الوصول لعدة مصادر، فيما يتعدى هذه الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية، لإعداد نشاطات التوعية الانتخابية خاصتك:

- سوف يوفر دليل التوعية الانتخابية، الذي طوره المنتدى، خلاصة للمحتوى الأساسي للتوعية الانتخابية، إضافة إلى موجات حول تخطيط وتصميم نشاطات الوصول المباشر الخاصة بك، وأساسيات منهجية المشاركة.
- المواد للمفوضية العليا: صحف حقائق، وخلفيات، وأسئلة متكررة؛
- الملصقات الإعلانية، النشرات، المنشورات، الموجات والأدلة، التي قد تشكل وثائق مصدرية في مشاركتك، وذلك لاستخدامها أثناء نشاطاتك، أو للتوزيع؛
- الموقع الإلكتروني للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات ([www.ihec.iq](http://www.ihec.iq))، حيث تنشر كافة المواد والوثائق القانونية والتنظيمية وأحدث المعلومات حول العملية الانتخابية؛
- الموقع الإلكتروني للمنتدى ([www.eefiraq.org](http://www.eefiraq.org))، حيث تعرض المعلومات والوثائق الخاصة بحملة التوعية الانتخابية.

#### 4.8. التطبيق

أثناء مرحلة التنفيذ لنشاطات التوعية الانتخابية خاصتك، تأكد دائما من تهيئة نشاطاتك للمرحلة الانتخابية والتنسيق مع الشركاء الآخرين.

##### 4.8.1. احترام المراحل الانتخابية

يجب التأكد من أن تسلسل الزمني للتنفيذ متماشيا مع المراحل الرئيسية لتقويم العملية الانتخابية، وأن تقوم بتهيئة رسائلك وفقا لذلك، للتعبير عن أولويات المعلومات الخاصة بتلك المرحلة.

توضح دائرة الاتصال الجماهيري التابعة للمفوضية أربع مراحل انتخابية بارزة في استراتيجيتها. تحت كل مرحلة، سيتم تحديد نشاطات رئيسية وإطار زمني وكافة منتجات الوصول للمفوضية العليا الخاصة بالبحث الإعلامي والنشر. و سوف يستخدم التسلسل الزمني لنشر النشاطات والفعاليات لضمان الانسجام والانساق.

إن مراحل الحملة هي: فترة تحديث سجل الناخبين و فترة تسمية المرشحين و فترة الحملة و يوم الاقتراع و عملية العد و اخيرا إعلان النتائج.

لضمان انسجامك مع المراحل الانتخابية، يمكنك استخدام الارشادات العملية التالية، التي تشير إلى دليل التوعية الانتخابية (انظر أيضا 4.6.2 المواضيع الرئيسية والمواضيع الفرعية)، للتقرير بشأن نشاطات التوعية الانتخابية الخاصة بك. حيث بنيت على الافتراضات التالية: نشاطات الوصول المباشرة المنفذة وجها لوجه والتي تصل لنفس المجموعة مرة أو مرتين فقط خلال سير هذه العملية الانتخابية.

#### قبل وأثناء فترة تحديث سجل الناخبين

- أساسيات التوعية المدنية (بما في ذلك نظام الحكم المحلي، أي المؤسسات المزمع انتخابها)
- الانتخابات، إطار العمل والناشطون (المبادئ) + المفوضية العليا فقط، إلى حين نشر القانون الانتخابي، وتحديث الدليل)
- تحديث سجل الناخبين

#### بعد فترة تحديث سجل الناخبين

- أساسيات التوعية المدنية (بما في ذلك نظام الحكم المحلي، أي المؤسسات المزمع انتخابها)
- الانتخابات، إطار العمل والناشطون (المبادئ) + المفوضية العليا فقط، إلى حين نشر القانون الانتخابي، وتحديث الدليل)
- الانتخابات – العملية (مع التأكيد على الاقتراع)

#### قبل وأثناء فترة تسمية الناخبين

- أساسيات التوعية المدنية (بما في ذلك نظام الحكم المحلي، أي المؤسسات المزمع انتخابها)
- الانتخابات، إطار العمل والناشطون (المبادئ) + المفوضية العليا فقط، إلى حين نشر القانون الانتخابي، وتحديث الدليل)
- الانتخابات – العملية (مع ذكر تسمية الناخبين)

#### بعد فترة تسمية الناخبين إلى حين الاقتراع

- أساسيات التوعية المدنية (بما في ذلك نظام الحكم المحلي، أي المؤسسات المزمع انتخابها)
- الانتخابات، إطار العمل والناشطون (المبادئ) + المفوضية العليا فقط، إلى حين نشر القانون الانتخابي، وتحديث الدليل)
- الانتخابات – العملية (الاقتراع والعد مع التأكيد على الاقتراع)

#### العد

التركيز على العد وقبول النتائج

#### 4.8.2. فوائد التنسيق

إن تنفيذ نشاطاتك، والتنسيق واستغلال المدخلات وقوة الشركاء كلها عوامل ستساعدك. كما يجب عليك استغلال لجان التوعية الانتخابية في المحافظات بشكل كامل، كآلية تنسيق في محافظتك مع منتدى حملة التوعية الانتخابية، و منظمات المجتمع المدني التي تتلقى المنح ومكتب المفوضية الانتخابية للمحافظات.

## إن عليك التنسيق معهم:

- ← بشأن رسائلك (نشاطاتك وفعالياتك) - للحصول على أحدث المعلومات، وضمان الدقة والتماسك والتناغم الكلي لرسائل التوعية الانتخابية التي تصل للشعب؛
- ← من أجل المواد - لكي تضيفي على المواد صفة قياسية والتي تستخدم من قبل كافة المنظمات غير الحكومية الشريكة وللحصول على مواد المفوضية العليا المطبوعة والمسموعة والمرئية للتوزيع والاستخدام؛
- ← بشأن خطط التنفيذ الخاصة بك - لتجنب تشابك الأهداف، أو تركيز النشاطات في مناطق معينة، أو الارتباط مع شركاء جدد وبالتالي تعظيم الوصول إلى نشاطات التوعية الانتخابية؛
- ← بشأن أفضل الممارسات الخاصة بك والدروس المستفادة - للتأكد من استفادتك جميعاً من خبرات بعضكم البعض لتحسين برامجكم.
- ← للتواصل بشأن نتائج الحضور لفعالياتك ومناسباتك وتساهم في تحديث التقدم في تنفيذ الحملة الوطنية.

## 4.9. التقييم والمراجعة

إن من المهم عند تنفيذ نشاطاتك، أن تقيم تأثيرها بنزاهة، وكذلك تقيّم ما يمكن تحسينه وتنقح أسلوبك في العمل وفقاً لذلك.

ننصح سؤال الحاضرين للفعاليات بتقييمها. يمكنك سؤالهم بعد نشاط معين لقياس مستوى اهتمامهم ورضاهم، وما نجح وما لم ينجح. أو يمكنك استخدام طريقة أخرى مثل وضع لوح (سبورة) للتقييم في القاعة/ الموقع لفعالياتك وأسأل المشاركين متابعة التقييم عليه. وفي النهاية سيوفر النقاش غير الرسمي تغذية راجعة قيمة.

## الخاتمة

أخيراً تعتبر الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية وثيقة مفتوحة وحية ومرنة. وسوف يتم تحديثها بواسطة المنتدى لدمج البيانات والأفكار الجديدة، والمعلومات الحديثة عن القواعد والإجراءات الانتخابية حال توفرها، وما هو أكثر أهمية التعليقات والتقييم (التغذية الراجعة) وأفضل الممارسات التي يدلي بها كادر المكاتب الانتخابية في المحافظات ومنظمات المجتمع المدني الشريكة التي تنفذ مشروع حملة التوعية الانتخابية في جميع أرجاء العراق.

## تعهد التوعية الانتخابية

نحن ..... (اسم المنظمة)، نعمل في التوعية الانتخابية، و نلتزم بالتمسك بتعهد التوعية الانتخابية.

### المقدمة

تلتزم المنظمات غير الحكومية في العراق بارتقاء الشعب، بما في ذلك تحسين مستوى حياته وتعزيز العدالة الاجتماعية خاصة بالنسبة للمحرومين والمهمشين.

يظهر تعهد التوعية الانتخابية التزام المنظمات غير الحكومية التي تعمل في التوعية الانتخابية بالقيام بنشاطاتها مع التمسك بأسمى القيم والمبادئ. وأعلى مستويات الجودة، وضمان التعاون والتشارك الأكثر فعالية مع الحكومة والمفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق والجمهور والشركاء الآخرين.

يتكون تعهد التوعية الانتخابية للمنظمات غير الحكومية التي تقوم بنشاطات التوعية الانتخابية في العراق، أو التعهد كما يشار إليه فيما بعد، من جزأين هما، **ميادىء السلوك الأساسية والمواد**. ميادىء السلوك الأساسية هي القواعد والمبادئ التي يجب التقيد بها بينما تبين المواد الالتزامات المحددة المتعلقة بحملة التوعية الانتخابية

### التعريفات

1- التعهد: مجموعة من القواعد والمبادئ والقيم لتوحيد مسالك المنظمات غير الحكومية و عملها وتصرفاتها، وتعتبر المنظمة غير الحكومية منظمة أو جمعية غير ربحية، ولا تسعى إلى مصلحة ذاتية، ، وغير حزبية ومستقلة

2- حملة التوعية الانتخابية: إشارة إلى تنفيذ نشاطات التوعية الانتخابية.

3- منظمات المجتمع المدني: إشارة إلى مجموعة متنوعة من المؤسسات والجماعات والجمعيات التي يؤسسها المواطنون للاهتمام بالمسائل الاجتماعية والسياسية والبيئية. كما تشمل أيضا منظمات المجتمع المدني , المنظمات غير الحكومية والجمعيات والمنظمات النقابية والأحزاب السياسية والتجمعات العشائرية والمؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث والجهات التي تمثل مجموعة من الناس من خلال الشبكات.

4- منتدى التوعية الانتخابية: أسس كجزء من مشروع حملة التوعية الانتخابية ويتكون من 4 أعضاء من المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق و 19 عضوا من المجتمع المدني.

5- الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية: يطورها المنتدى وتوجز أفكار حملة التوعية الانتخابية والفئات المستهدفة وأساليب التنفيذ ورسائله.

6- غير حزبية ومستقلة: إشارة إلى أن المنظمة غير الحكومية يسيطر عليها ويديرها مؤسسوها بما يتفق مع تفويضها باحترام قيم المجتمع وواجباته ومسؤولياتها.

7- الموقعون: هم المنظمات غير الحكومية التي قام ممثلوها المعتمدون بتوقيع هذا التعهد والموافقة عليه.

8- "نحن": إشارة إلى جميع المنظمات غير الحكومية الموقعة على التعهد.

### الغاية من التعهد

التعهد سوف:

- يضمن الشفافية والمساءلة في عمل المنظمات غير الحكومية التي تنفذ نشاطات التوعية الانتخابية؛

- تحسن نوعية الخدمات التي تقدمها المنظمات غير الحكومية بمساعدة هذه المنظمات على تبني معايير سلوك رفيعة المستوى؛
- تحسين الاتصال بين المنظمات غير الحكومية والأطراف المعنية المختلفة؛
- تحسين أداء المنظمات غير الحكومية بتشجيع تبادل الخبرات بين أعضائها والتعلم من أفضل الممارسات الراسخة.

سيتم توفير تعهد التوعية الانتخابية للمنظمات غير الحكومية والهيئات الحكومية والمانحين والمجتمعات المستهدفة والجمهور بشكل عام لاستخدامه كمرجع ودليل.

## مبادئ السلوك الأساسية:

### 1- التركيز على المواطن العراقي

1-1 نعتبر جهودنا وسيلة لضمان التمثيل الحقيقي لروح الإرادة الحرة للشعب العراقي.

2-1 سيتم تخطيط برامجنا وتنفيذها بممارسة المساواة ومشاركة جميع الأطراف المعنية.

3-1 سنحترم ونلتزم بحقوق الإنسان ومبادئ الديمقراطية المعترف بها والتي تتضمن حرية المشاركة السياسية وحرية التعبير عن الرأي

4-1 نلتزم بدعم العملية الانتخابية كواحد من أهم مؤشرات الديمقراطية وشرعية الحكومة ومساهمة هامة في الانتقال السلمي للحكم والسلطة.

5-1 نقر بان مشاركة الجماهير العريضة الفعالة في الانتخابات هي المؤشر الرئيسي على نجاح العملية الانتخابية والعامل الأهم لتقدم الديمقراطية وضمان شرعية العملية الانتخابية.

### 2- الاعتراف بالإطار القانوني العراقي

1-2 سنعمل وفق الدستور والقوانين وقواعد الحكومة العراقية وإجراءاتها.

2-2 نقر، انطلاقاً من الدستور، بان المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق هي المؤسسة الوطنية الوحيدة المفوضة بتنظيم الانتخابات وبأهميتها في العملية الديمقراطية.

3-2 سنحترم الدور الدستوري للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، وأنظمتها وتعليماتها وإجراءاتها وقراراتها.

4-2 نقر بحق المجتمع المدني العراقي الدستوري في المشاركة في العملية السياسية. تدعم هذا الحق قيم الأمم المتحدة التي تدعو إلى مشاركة المجتمع المدني العراقي الفعالة والواسعة.

5-2 نقر بأهمية الشراكة في العملية الانتخابية بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق والمجتمع المدني ووسائل الإعلام والمؤسسات التشريعية، ونلتزم بإنجاح هذه الشراكات

### 3- العدل والحياد والإنصاف

1-3 سنستخدم أساليب غير منحازة وحيادية وغير عنيفة في الاضطلاع بجميع مسؤوليات التوعية الانتخابية التي نقوم بها ضمن إطار القانون وأنظمة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق.

3-2 لن نستخدم نشاطات التوعية الانتخابية التي نقوم بها للترويج لأي أجندة سياسية أو حزبية تتعلق بالأحزاب أو الكيانات السياسية سواء كانت مشاركة في الانتخابات أم لم تكن مشاركة. يتضمن هذا عدم استخدام مواردها ورموزها ومقراتها ومنابرها وأي شيء آخر يتعلق بها في عملية التوعية الانتخابية.

3-3 سنمارس ونشجع العدل والنزاهة والإنصاف في جميع نشاطاتنا وفي تعاملنا مع الأطراف المعنية والشركاء الاجتماعيين والجمهور. لن نميز ضد أي فئة من المواطنين العراقيين وسندعم جميع التوعية الانتخابية التي نقوم بها بعدل لجميع فئات مجتمعنا المختلفة

3-4 رسائنا يجب أن لا تتضمن أي تلميحات (إشارات) طائفية أو حزبية أو عرقية. كما يجب أن لا تروج لأي أيديولوجية أو تستخدم أي رمز عرقي أو طائفي أو حزبي في المواد المستخدمة في حملة التوعية الانتخابية.

3-5 ستكون رسائنا ونشاطاتنا المستخدمة في حملة التوعية الانتخابية سلمية وغير عنيفة. لن نقوم بأي مظهر مسلح أو نستخدم كلمات تشجع العنف. بل أن رسائنا يجب أن تشجع المشاركة الفعالة والسلمية في العملية الانتخابية وتمنع استخدام الأساليب والرسائل والموارد العنيفة.

#### 4- الالتزام الأخلاقي

4-1 نلتزم بدعم القيم الأخلاقية السامية خلال تنفيذ نشاطات التوعية الانتخابية.

4-2 سنكون صادقين في جميع نشاطاتنا ونحجم عن الممارسات التي يمكن تقوض كمال أخلاقيات منظماتنا.

#### 5- الشفافية والمساءلة

5-1 سنكون شفافين وعرضة للمساءلة في تعاملنا مع الحكومة والمفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق والجمهور والمانحين والجهات المعنية الأخرى.

5-2 سندير حساباتنا بأمانة وحسب أفضل الممارسات المالية التي تضمن استخدام الموارد بما يتفق مع الغايات المقصودة.

5-3 سنلتزم بمبدأ توزيع الموارد بكفاءة وفعالية داخل منظماتنا والمجتمعات التي تستهدفها.

5-4 ستخلو جميع تعاملاتنا المؤسسية من تضارب المصالح الشخصية والمهنية.

#### 6- الشراكة والتعاون

6-1 سنعزيز جو التعاون والمشاركة في شراكتنا وعلاقتنا الداعمة لتحقيق أقصى منفعة لمنظماتنا والجمهور المستهدف. سنشجع التآلف والتعاون وروح الفريق داخل القطاع وخارجه.

6-2 سندعم تفاعل الناس الايجابي مع مواضيع تتعلق بالتوعية الانتخابية وإشراك المواطنين باستخدام القدرات والخبرات المحلية في المجتمعات المحلية المستهدفة فيما يتعلق بالتوعية الانتخابية.

6-3 سننتشرك في المعلومات والخبرات والموارد المتعلقة برسالتنا بهدف تعزيز وتعليم وإيجاد فهم مشترك له داخل القطاع وخارجه..

6-4 نلتزم بالتأسيس لعمل وطني موحد بالتوعية الانتخابية بالتنسيق مع نشاطات مشابهة.

6-5 سنبدل أقصى جهدنا ونتابع بنشاط فعالية حملة التوعية الانتخابية على الفئات المستهدفة من خلال التعاون بين المنتدى والمفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق ولجان التوعية الانتخابية في المحافظات.

## 7- النوع الاجتماعي وضحايا العنف وذوو الاحتياجات الخاصة

7-1 سنسعى إلى زيادة التوازن والعدالة بين الجنسين لضمان المساواة في مشاركة المرأة , في تنفيذ جميع النشاطات. ونلتزم بزيادة الوعي حول ضرورة مشاركة المرأة الفعالة والواسعة في العملية الانتخابية.

7-2 سنوجه نشاطات التوعية الانتخابية المحايدة لجميع ضحايا العنف والإرهاب (بما فيهم المهجرون واسر الشهداء والمتأثرون بالهجمات الإرهابية نفسياً وجسدياً)، للتأكد من عدم استخدام معاناتهم والمهم لترويج رسائل وإشراكهم بصورة ايجابية تحسن حصولهم على التوعية الانتخابية

7-3 سنؤكد من توفر الموارد اللازمة للتوعية الانتخابية لذوي الاحتياجات الخاصة. يتضمن هذا أن تؤخذ في الاعتبار اختلاف مستويات المعرفة بين الفئات المستهدفة وتصميم أساليب ورسائل خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة.

### المواد

#### المادة الأولى: العلاقة مع منتدى التوعية الانتخابية

1-1 نقر بان منتدى التوعية الانتخابية (المنتدى) جزء هام من عملية التوعية الانتخابية بتوفير توجيه استراتيجي ومعايير نشاطات وفعاليات لحملة التوعية الانتخابية بما يتفق مع الأجندة الانتخابية.

1-2 نلتزم بالتعاون المتواصل مع المنتدى خلال تنفيذ نشاطات التوعية الانتخابية التي نقوم بها. وهذا يشمل تقديم تقارير وآراء حول تنفيذ حملة التوعية الانتخابية كما هو مطلوب وإشراك أعضاء المنتدى في اجتماعاتنا ونشاطاتنا.

#### المادة الثانية: الالتزام بالخطة الوطنية للتوعية الانتخابية

2-1 نقر بان الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية، التي اقرها المنتدى كخطط تفصيلي لتنظيم تنفيذ نشاطاتنا ضمن حملة التوعية الانتخابية ونقر بضرورتها.

2-2 نلتزم بتطوير رسائلنا وتنظيم نشاطاتنا بما يتفق مع مضمون الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية ومضمونها. يشمل هذا خطته حول المواضيع الرئيسية والفرعية، والفئات المستهدفة، والأساليب والرسائل.

2-3 نعتبر الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية مرجعا لعملائنا في التوعية الانتخابية.

2-4 ندرك أن الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية "وثيقة مرنة" ستتم مراجعتها وتحديثها دوريا من قبل المنتدى، ونلتزم بتنفيذ نشاطاتنا بما ينسجم مع التغييرات والتحديثات التي تطرأ على الخطة الوطنية للتوعية الانتخابية.

#### المادة الثالثة: لجان التوعية الانتخابية في المحافظات

3-1 نقرأ بان لجان التوعية الانتخابية في المحافظات هي الهيئات الوحيدة المخولة من قبل المنتدى بتنسيق نشاطات التوعية الانتخابية على مستوى المحافظة.

3-2 نعتزف برئاسة المفوضية العليا المستقلة للانتخابات لهذه اللجان.

3-3 نلتزم بالمشاركة في عمل لجان التوعية الانتخابية في المحافظات وبدعمها وضمن ذلك جميع فعاليات الاتصال الجماهيري التي ستنفذها هذه اللجان مباشرة

3-4 نحن نقبل ان تكون لجان التوعية الانتخابية في المحافظات مساححة للتنسيق و مراقبة فعاليات التوعية الانتخابية في المحافظات و ليس لمراقبة اداء المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على مستوى المحافظات.

انتهی