



الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي

General Authority for monitoring media content

ⵎⵓⵏⵉⵙⵜ ⵉⵎⵎⵓⵏⵉⵙⵜ ⵉⵎⵎⵓⵏⵉⵙⵜ ⵉⵎⵎⵓⵏⵉⵙⵜ

Dirigo agasuu duda iilemmaa-a ladii-ĩ

رصد الدعاية الانتخابية في الانتخابات البلدية بمدينة الخمس

www.gammc.ly

info@gammc.ly

تقرير صادر عن الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي

كأول تقرير ليبي مفصل يرصد الحملات الانتخابية في الانتخابات البلدية ويحلل إخلالاتها ويقدم توصيات بالخصوص

أشرف على إعداد التقرير مكتب الخبراء بالهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي، وقام بتصميم استمارة الرصد الباحث أمجد شهاب، الذي ساهم مع الباحث البشير ميلاد في إعداد مقترح رصد الحملات الانتخابية ببلدية الخمس، والذي تم اعتماده بقرار رئيس الهيئة رقم (12) لسنة 2023.

الفهرس

الصفحة	الموضوع
5	ملخص التقرير
6	توطئة
8	أهمية التقرير
8	أهداف التقرير
8	منهجية رصد المحتوى الإعلامي الإنتخابي
10	وسائل الدعاية الانتخابية المقترح رصدها
10	وسائل الإعلام المحلي المسموع
11	مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك وتويتر "
12	المطبوعات والمنشورات والكتيبات واللافئات والملصقات الانتخابية
13	وسائل الإعلام المرئية والإلكترونية والمطبوعة ووكالات الأنباء
13	نتائج الانتخابات الرسمية
15	وسائل الدعاية الانتخابية التي تم رصدها ومنهجية الرصد المستخدمة
15	الحدود المكانية للتقرير
15	الحدود الزمنية للتقرير
16	رصد الدعاية الانتخابية في الإذاعات المسموعة
16	منهجية رصد التعددية السياسية في الإذاعات
17	عينة الرصد
18	أدوات جمع البيانات
18	القوائم الانتخابية المرصودة
19	عرض البيانات وتحليلها
19	برنامج صباح البشرى
23	برنامج الخمس تنتخب
27	تحليل مجموع بيانات البرنامجين
28	الظهور الإعلامي لفئة المرأة في القوائم المترشحة
30	الظهور الإعلامي للأشخاص ذوي الإعاقة في القوائم المترشحة
31	الوحدات الإعلانية للقوائم
32	برامج التوعية الانتخابية في إذاعة البشرى
33	رصد وتحليل المحتوى الانتخابي في منشورات التواصل الاجتماعي فيس بوك
35	منهجية وعينة الرصد لمواقع التواصل الاجتماعي
36	التعريف بالمصطلحات
38	نتائج رصد المحتوى الانتخابي في صفحات القوائم على فيسبوك
39	رصد المطبوعات المتعلقة بالحملات الانتخابية للقوائم
40	النتائج
43	التوصيات
45	ملحق بأسماء العاملين على إنجاز مشروع رصد الحملات الانتخابية
46	الخاتمة

مقدمة

يعد هذا التقرير الأول على الإطلاق في ليبيا، والمعني برصد الدعاية الانتخابية مركزا على رصد التعددية السياسية، ومبدأ تكافؤ الفرص وفق تخطيط وتحليل منهجي لها، وذلك من خلال رصد الوسائل الإعلامية المختلفة، سواء التقليدية، أو على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد خاضت الهيئة رغم حداثة تأسيسها هذه التجربة من خلال رصد الدعاية الانتخابية للانتخابات البلدية في مدينة الخمس، ويسلط التقرير الضوء على الدعاية الانتخابية التي تمت في البلدية، ومدى تأثيرها على الناخبين.

يهدف التقرير إلى تحليل المضمين الإعلامية، وتصنيفها وعرضها بطريقة منظمة ومنهجية علمية، كتجربة أولى يمكن أن تكررهما الهيئة في الانتخابات اللاحقة، سواء كانت بلدية أم برلمانية أو رئاسية، وذلك لتقديم تقارير دقيقة وموثوقة حول الحملات الانتخابية، وتحديد الممارسات السليمة، والممارسات الخاطئة التي تصاحبها.

تسعى الهيئة من خلال هذا العمل، وبدعم من مجلس الوزراء بحكومة الوحدة الوطنية إلى تحسين التوعية الإعلامية، وتعزيز الحياة السياسية والديمقراطية في البلاد.

جلال محمد عثمان

رئيس الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي

1. ملخص

تقدم الهيئة تقريرها عن رصد الدعاية الانتخابية خلال انتخابات بلدية الخمس / ليبيا، التي اختتمت مرحلتها النهائية في 7 يناير 2023 وهو خلاصة رصدها للمحتوى الإعلامي لأهم وسائل الدعاية الانتخابية لانتخابات بلدية الخمس، وتحليل مضامينه وتصنيف إخلالاته، مركزة على رصد التعددية السياسية في وسائل الإعلام، ومبدأ تكافؤ الفرص والإنصاف منذ الإعلان عن بدء الحملة الانتخابية في 26 ديسمبر 2022.

وبهذه الخطوة تكون الهيئة قد بدأت بمواكبة أهم وسائل الدعاية الانتخابية في ليبيا عبر رصدها للإذاعات المسموعة والقنوات الفضائية والإعلام الإلكتروني عبر تخصصها في رصد المحتوى الإعلامي، وإعدادها لأول منهجية علمية للرصد اعتمدت فيها على المعايير الدولية لحرية الصحافة، سعيًا منها لدراسة أداء هذه الوسائل التي تلعب دورًا أساسيًا في الحياة السياسية في ليبيا، إضافة إلى كون الرصد الإعلامي هو أداة للتنظيم، فإنه يوفر أيضًا فوائد أوسع للعملية الانتخابية منها القدرة على تقييم نزاهة الانتخابات.

عمد التقرير على رصد ما تبثه الإذاعات المسموعة في مدينة الخمس من برامج تتعلق بالحملة الانتخابية منذ بدايتها في 26 ديسمبر 2022 وحتى يوم 7 يناير 2023، وبلغ مجموع الحلقات المرصودة 20 حلقة بإجمالي 26 ساعة و 39 دقيقة.

خلص التقرير إلى أن فرص الظهور الإعلامي للقوائم المترشحة في الإذاعات المحلية كانت متفاوتة وذات تباين عالٍ، حيث حصلت قائمة الميزان التي فازت بالانتخابات البلدية على أكبر فرصة للظهور بنسبة " 21.74% " .

وتباين عدد مساحات الظهور الإعلامي للقوائم أو تقاربها يظهر عدم تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص، وهو أمر يضر بنزاهة العملية الانتخابية.

وأظهرت نتائج الرصد أن 50 % فقط من القوائم أتاحت للمرأة المترشحة للظهور الإعلامي، وتمثيل القائمة، والتعريف بالبرامج الانتخابية للقوائم، كما أظهرت النتائج أن (35.7%) فقط من القوائم أتاحت فرصة الظهور الإعلامي لفئة ذوي الإعاقة.

2. توطئة

تشهد عدة بلديات في أنحاء مختلفة من ليبيا عودة الانتخابات المحلية للمجالس البلدية، والتي يصابها أعمال ترويجية مختلفة عبر مختلف وسائل الاتصال كوسائل التواصل الاجتماعي، والإذاعات والمطبوعات، وتكون هذه الفعاليات من الأحداث المعرضة لانتشار خطاب الكراهية، والتضليل، في ظل عدم وجود جهة معلومة تمارس دور الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، وما يحدث بها من خطاب كراهية، وإلقاء للاتهامات دون أدلة وتضليل.

وقد حددت اللجنة المركزية للانتخابات المحلية مجموعة من الضوابط لإجراءات الحملة الانتخابية عبر لائحة نشرتها على موقعها الإلكتروني⁽¹⁾، إلا أنها لم تحدد آليات الرقابة على القوائم، وتقييم مدى التزامها بنظم الحملات الانتخابية منذ إقدام القوائم على التسجيل، وحتى إعلان النتائج النهائية.

ومع انتشار وسائل الإعلام المسموعة في مختلف المدن، وازدياد أعدادها في ظل عدم وجود قانون حديث ملزم ينظم عملها، ويضمن التعددية السياسية بها، ويتيح للقوائم أو المرشحين الأفراد

¹ لائحة اللجنة المركزية - <https://ccmce.ly/pdf/regulations/%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A9.pdf>

الحصول على مدد زمنية متكافئة أو متساوية، مما يؤدي إلى احترام إرادة الناخبين، وعدم التدليس، والتأثير عليهم سلباً.

وفي ظل وجود قصور بالتشريعات المنظمة لممارسة العمل الإعلامي للصحفيين والمؤسسات الإعلامية، والتي أُلقت بظلالها على طبيعة لأئحة نظم الحملات الانتخابية، حيث ورد بالأئحة (3) مواد فقط تطرقت فيها لوسائل الإعلام.

ولهذه الأسباب، قام رئيس الهيئة بإصدار القرار رقم (12) لسنة 2023 بشأن اعتماد مشروع الرصد الإعلامي لانتخابات بلدية الخمس في يناير 2023.

ونصت المادة (2) من القرار على:

"تشارك الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي في مراقبة وسائل الدعاية الانتخابية لانتخابات بلدية الخمس وذلك من خلال:

- (1) متابعة ورصد الإذاعات المحلية بالبلدية في جميع ما يتعلق بالعملية الانتخابية.
- (2) رصد مواقع التواصل الإجتماعي (فيسبوك / تويتر / يوتيوب) الخاصة بالقوائم والمرشحين لانتخابات.
- (3) رصد اللافتات والمطويات والمنشورات المتعلقة بالدعاية الانتخابية.
- (4) رصد أية وسائل أخرى للدعاية الانتخابية، كالقنوات الفضائية والراديو الوطنية، أو الأجنبية أو المواقع الإلكترونية.
- (5) تحليل مضمين وسائل الدعاية الانتخابية، وتصنيف اتجاهاتها والإخلالات المرتكبة فيها أثناء الفترة الانتخابية، وخاصة يوم الصمت الانتخابي، ويوم الاقتراع وأثناء إعلان النتائج وما بعدها.

3. أهمية التقرير

مثل مشروع رصد الدعاية الانتخابية للانتخابات البلدية في مدينة الخمس أول تجربة في مراقبة الانتخابات البلدية في ليبيا، مما يساهم في وضع منهجية خاصة وتقييمها وتقويتها مستقبلاً، وإمكانية تطبيقها على الانتخابات بشكل عام سواء التشريعية أو الرئاسية.

4. أهداف التقرير

- 1) مد جسور التعاون بين الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي، والجهات ذات الاختصاص، والمتمثلة في اللجنة المركزية لانتخابات المجالس البلدية وتبيين بنود التعاون.
- 2) احترام إرادة الناخبين بكشف التزليل والتدليس الذي يتعرضون له.
- 3) تعزيز نزاهة العملية الانتخابية.
- 4) مكافحة خطاب الكراهية والتحريض، أثناء العملية الانتخابية من خلال كشف التحريض، والتبليغ عنه وإحالة التقارير إلى الجهات القضائية.
- 5) مساعدة اللجنة المركزية للانتخابات في اتخاذ قراراتها بشأن خروقات الدعاية الانتخابية، أو إحالتها إلى القضاء.
- 6) تحذير الجهات المخالفة للوائح الانتخابية بأن هناك جهات ترصد مخالفاتها، وأن هناك رادعاً لهذه المخالفات.

5. منهجية رصد المحتوى الإعلامي الانتخابي

اعتمد التقرير على منهجية رصد من خلال المادة (3) من القرار رئيس الهيئة رقم (12) لسنة 2023 والتي تنص على:

5.1. ترصد الإخلالات المرتكبة عبر وسائل الدعاية الانتخابية وفقاً لـ:

- (1) لوائح الدعاية الانتخابية المعتمدة من اللجنة المركزية للانتخابات المحلية.
- (2) مدونة السلوك المهني المعتمدة من الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي بالقرار رقم (4) لسنة 2022.
- (3) دليل منهجية الرصد الإعلامي المعتمدة من الهيئة.

5.2. صنفت المادة (7) من القرار أهم الإخلالات المهنية المرتكبة عبر المحتوى الإعلامي في وسائل الدعاية الانتخابية خلال فترة الانتخابات كالتالي:

- (1) بدء الحملة الانتخابية قبل وقتها.
- (2) خرق الصمت الانتخابي.
- (3) وضع اللافتات والمطبوعات في أماكن غير تلك التي خصتها اللجنة المركزية.
- (4) استعمال شعار الدولة في المنشورات أو الإعلانات وسائر أنواع الكتابة والرسوم والصور الانتخابية.
- (5) استخدام عبارات تتضمن الطعن والتحريض على المترشحين بالقوائم الأخرى.
- (6) إثارة النعرات العرقية أو القبلية أو العائلية بين فئات المواطنين.
- (7) استعمال عبارات تشكل تحريضاً على ارتكاب جرائم، أو إخلال بالأمن العام، أو استخدام عبارات تدعو للكراهية أو التمييز.
- (8) القيام بأعمال دعائية انتخابية تنطوي على خداع الناخبين، أو التدليس عليهم.
- (9) تضمين تعليمات عن إجراءات الاقتراع والفرز والعد في نشرات الدعاية الانتخابية للقوائم.

- 10 استعمال وسائل الإعلام الأجنبية في الدعاية الانتخابية.
- 11 مشاركة صحفي أو مؤسسة إعلامية في الدعاية الانتخابية.
- 12 تجاوز سقف الصرف المحدد للدعاية الانتخابية.
- 13 عدم التوازن في منح الفرص لجميع المترشحين بالتساوي.
- 14 بث أو نشر الدعاية الانتخابية كمادة تحريرية.
- 15 عدم التقيد بقواعد نشر استطلاعات الرأي.
- 16 تمجيد الإرهاب أو العنف.
- 17 خرق الحياة الخاصة للمرشحين أو المشرفين على الانتخابات.
- 18 الأخبار المضللة بالمتعلقة بالمرشحين أو العملية الانتخابية.
- 19 انتهاك سرية التحقيقات المتعلقة بالجرائم.
- 20 الكلام الفاحش والبذيء، أو خدش الحياء العام الموجه ضد المرشحين.
- 21 السرقة الفكرية في الدعاية الانتخابية.
- 22 عدم احترام السرية المهنية للمصادر.
- 23 إظهار الأطفال أو الفئات المهقشة أو الضعيفة في صورة سلبية.
- 24 التشكيك في نزاهة العملية الانتخابية.

6. وسائل الدعاية الانتخابية المقترحة رصدها

6.1 وسائل الإعلام المحلي المسموع

يوجد في مدينة الخمس إذاعتان مسموعتان وهما:

(1) إذاعة الخمس المحلية / التردد 91.5 FM - راديو حكومي يتبع بلدية الخمس ولديه صفحة على فيسبوك
<https://www.facebook.com/Al.Khums.Radio>

(2) إذاعة البشري / التردد 90.9 FM - راديو خاص ولديه صفحة نشطة على فيسبوك
<https://www.facebook.com/ALbushraFM>

من خلال هذا المشروع تم اقتراح أن يتم رصد وتسجيل بث البرامج عبر الإذاعتين المحليتين خلال الفترة الانتخابية وتحليل اتجاه البرامج المذاعة ونسبة البرامج والزمن المخصص للانتخابات وكذلك رصد أي إخلالات يمكن أن ترتكب وتصنيفها وتحديد مرتكبيها ونسبة تكرارها.

تم تصميم استمارة لرصد البرامج بالإذاعات وذلك لقياس مدى التزام الإذاعات بقواعد الدعاية الانتخابية في برامجها وإعلاناتها.

يتم من خلال هذه الاستمارة قياس عدد الدقائق الممنوحة لكل قائمة ما يؤدي الى تكوين بيانات كمية تبين مدى الالتزام بالتوازن والإنصاف.

يتم أيضا رصد أي إخلالات مهنية قد ترتكب من قبل القائمين على الإذاعات أو المرشحين أو الضيوف.

6.2. مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك / تويتر "

تم اقتراح أن يتم التركيز أساسًا على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للإذاعات المسموعة المحلية بالمدينة، وكذلك الصفحات الكبرى ذات التأثير العالي والموجهة لمواطني مدينة الخمس، وعلى صفحات الفاعلين السياسيين في المدينة، وصفحات الجهات الرسمية في المدينة بدءًا من صفحة البلدية، وصفحات مكاتب الوزارات، وصفحات المسؤولين الحاليين في البلدية، وفي كل القطاعات الأخرى، والمرشحين، والقوائم المترشحة، وكذلك الصفحات ذات الشعبية العالية حتى وإن كانت لا تهتم في الأصل بالشأن السياسي، والمؤثرين في المدينة من المدونين أو الصحفيين أو النشطاء السياسيين أو أعيان المدينة وشيوخها.

وتم إعداد استمارة رصد خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي لرصد مناشير القوائم والصفحات العامة، وقياس مدى اعتماد القوائم على مواقع التواصل الاجتماعي.

تحتوي استمارة الرصد على البيانات التالية:

- 1) اسم القائمة أو الصفحة.
 - 2) عدد متابعي الصفحة.
 - 3) إمكانية الوصول للصفحة: هل هي عامة أو خاصة.
 - 4) اتجاه الصفحة "سياسي، عسكري.. إلخ. وإعطاء أولوية للصفحات السياسية"
 - 5) شفافية الصفحة "عدد محرري الصفحة وأماكن تواجدهم وتاريخ إنشاء الصفحة واسمها الأصلي".
 - 6) تمويل الصفحة "هل الإعلانات معمولة؟ وإمكانية تقدير تكلفة الإعلان المعمول المتعلق بالانتخابات"
 - 7) رابط المنشور
 - 8) خانة خاصة بنوع الإخلال في حالة وجوده وتصنيفه، ومن هو مرتكب الإخلال والجهة المستهدفة بالإخلال.
- ستمكن البيانات السابقة من معرفة أكثر القوائم انتشارًا من خلال عدد متابعي الصفحات التي تقوم بالنشر عن القائمة، ومعرفة القوائم النشطة أكثر على مواقع التواصل من خلال حساب تكرار عدد مرات النشر عن القائمة.

6.3. المطبوعات والمنشورات والكتيبات واللافتات والملصقات الانتخابية

تم اقتراح أن يتم إعداد استمارة لرصد المطبوعات الصادرة عن القوائم، وسيتم حساب أعدادها وأحجامها، وأماكن توزيعها وتعليقها، وذلك لقياس مدى التزام القوائم باللوائح المنظمة للدعاية الانتخابية.

6.4. وسائل الإعلام المرئية والإلكترونية والمطبوعة أو وكالات الأنباء، الخاصة أو الحكومية.

تم اقتراح أن يتم تحديد وسائل الإعلام التي يمكن أن تتحدث عن الانتخابات البلدية، وسيتم ذلك من خلال معرفة تواجد المراسلين المحليين لأهم القنوات الفضائية مثل قناة ليبيا الوطنية، أو وكالة الأنباء الليبية، أو قناة ليبيا الرسمية، أو قناة فبراير، أو قناة ليبيا الأحرار، أو الصحف المطبوعة الوطنية مثل صحيفة الصباح، أو فبراير أو غيرها من الصحف الإلكترونية ذات الشعبية مثل صحيفة المرصد الإلكترونية.

7. نتائج الانتخابات الرسمية⁽²⁾

أعلنت اللجنة المركزية للانتخابات المحلية يوم 26 يناير 2023 عن النتائج النهائية لانتخاب المجلس البلدي لبلدية الخمس معلنة فوز قائمة الميزان بعدد (3815) صوتا من بين (13696) صوتا من المقترعين.

Central Committee for Local Elections

اللجنة المركزية للانتخابات المحلية

التاريخ: 2023/01/26

النتائج النهائية لانتخاب المجلس البلدي لبلدية الخمس
المرفق بقرار اللجنة المركزية للانتخابات المحلية رقم (1) لسنة 2023

عدد المقترعين	عدد الأصوات الصحيحة	عدد الأصوات الباطلة	تاريخ الاقتراع
69	38	317	2023/01/07
13,696	19,136	317	
13,379			
14			

عدد الأصوات الصحيحة	اسم القائمة	رقم
3,815	قائمة الميزان	1
1,732	قائمة النخلة	2
1,275	قائمة العمل	3
979	قائمة المستقبل	4
866	قائمة المسار	5
732	قائمة مرعى الأمان	6
725	قائمة السلام	7
707	قائمة السفينة	8
620	قائمة القلم	9
598	قائمة عين الزيتون	10
514	قائمة النمو	11
459	قائمة الإعمار	12
251	قائمة الهلال	13
106	قائمة الناجح	14

اعتماد اللجنة المركزية للانتخابات المحلية

www.ccmcl.ly

² موقع اللجنة المركزية

وكانت اللجنة المركزية للانتخابات المحلية قد أعلنت يوم 26 ديسمبر 2022 عن انطلاق الحملة الانتخابية للانتخابات المجلس البلدي لبلدية الخمس ابتداء من اليوم الاثنين الموافق 26 ديسمبر 2022م الى غاية يوم الخميس الموافق 5 يناير 2023م، كما حددت سقف الإنفاق للحملة الانتخابية بالنسبة لكل قائمة مترشحة لبلدية الخمس لا يتجاوز (95.680 د. ل) حسب ما نص عليه نظام الحملة الانتخابية من واقع عدد الناخبين.

كما أعلنت اللجنة المركزية بأن الصمت الانتخابي سيكون يوم الجمعة الموافق 6 يناير 2023م وأن يوم الاقتراع سيكون يوم السبت الموافق 07 يناير 2023م.

وأكدت اللجنة المركزية حرصها على تكافؤ الفرص وإعطاء مساحات متساوية لجميع القوائم دون استثناء وفق ما ينص عليه نظام الحملة في تنفيذ حملاتها الانتخابية امام اللجنة الفرعية، حاثة الناخبين إلى المشاركة الانتخابية واختيار القائمة الأصلح التي تحقق المطالب وتقدم الخدمات وتخدم عمل البلدية،

ونشرت اللجنة المركزية يوم 18 ديسمبر 2022 إحصائيات الناخبين في بلدية الخمس بعدد 19136 منهم 22 % نساء.



8. وسائل الدعاية الانتخابية التي تم رصدها ومنهجية الرصد المستخدمة

نظرا لعدم توفر الإمكانيات لرصد المحتوى الإعلامي الانتخابي في جميع وسائل الدعاية الانتخابية، اقتصر التقرير على رصد الإذاعات المسموعة في المدينة، وصفحات القوائم المترشحة على مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الصفحات الأخرى.

9. الحدود المكانية للتقرير

تمثل الحدود المكانية للتقرير في الحدود الإدارية لبلدية الخمس، وهي البلدية التي يتم بها إجراء الانتخابات.



10. الحدود الزمنية للتقرير

تمثلت الحدود الزمنية للتقرير في الفترة من يوم بدء الحملة الانتخابية في 26 ديسمبر 2022 إلى يوم الاقتراع وهو يوم 7 يناير 2023.

11. رصد الدعاية الانتخابية في الإذاعات المسموعة

لرصد الدعاية الانتخابية في الإذاعات المسموعة أو القنوات التلفزيونية أو الصحف المطبوعة يستخدم "التحليل الكمي" لمحتوى وسائل الإعلام والذي يستلزم ببساطة عدّ وقياس تغطية الانتخابات في وسائل الإعلام "عدد وطول المواد المخصّصة لمختلف الأحزاب وطول الأعمدة الصحافية بالإنشآت والزمن وعدد البرامج"

وعادة ما ينظر إلى أن مقدار التغطية الذي يتلقاه كل حزب أو مرشح هو المعيار الأول الذي سيُنظر إليه في تقييم نزاهة الانتخابات⁽³⁾

وهو ما تم التعبير عنه في الفقرة (13) في المادة رقم (7) من قرار رئيس الهيئة رقم (12) لسنة 2023 والتي صنفت "عدم التوازن في منح الفرص لجميع المترشحين بالتساوي" يعتبر من أهم الإخلالات المهنية التي يلزم رصدها.

في رصد الإذاعات تم الاستناد على منهج تحليل المضمون وذلك باستعمال وحدة المسافة والزمن، حيث تم رصد مساحات الظهور الإعلامي التي حصلت عليها القوائم الانتخابية أثناء الحملة الانتخابية.

12. منهجية رصد التعددية السياسية في الإذاعات

اعتمد التقرير في منهجية رصد التعددية في الإذاعات على مستوى تكافؤ الفرص في الظهور الإعلامي للقوائم الانتخابية المترشحة، من حيث عدد مرات الظهور واللقاءات في البرامج التي تقدمها الإذاعات، وأيضاً قياس مساحات الظهور الإعلامي للقوائم بالدقائق.

³ منشورات " آيس " شبكة المعرفة الانتخابية - https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/mee/default/mobile_browsing/onePag

ويقصد بالظهور الإعلامي للقوائم "الوقت الذي يتاح للقوائم الانتخابية للحديث عن برامجهم الانتخابية، والتعريف بالشخصيات المترشحة بالقائمة" ويشمل هذا الوقت أيضًا الأسئلة التي يطرحها مقدم البرنامج والمقاطعات، وكل ما يقوم به أثناء ظهور القائمة في البث، نظرًا لأن كل ذلك الظهور يصب في مصلحة القوائم ودعايتها الانتخابية.

كما تم استخدام وحدات القياس الآتية:

عدد الدقائق التي حظيت فيها القوائم بالظهور الإعلامي، سواءً بالحضور الشخصي في الاستوديو أو عن طريق إجراء المداخلات الهاتفية، ونظرًا للحاجة إلى إجراء إحصائيات، ولسهولة جمع البيانات فقد تم تقريب الثواني لأقرب دقيقة.

عدد مرات الظهور لممثلي القوائم وعدد مرات الاستضافة في البرامج المختلفة بهدف التعريف بالقوائم، والبرامج الانتخابية، وتشمل أيضًا المداخلات الهاتفية.

13. عينة الرصد

كانت المؤسسات الإعلامية المستهدفة لتكون مجتمع هذه الدراسة هي:

1. إذاعة الخمس المحلية
2. إذاعة البشرى

إلا أن إذاعة الخمس المحلية ما زالت متوقفة عن العمل ولم تقم ببث أي مادة إعلامية فترة الانتخابات، وبالتالي فإن مجتمع العينة في رصد الإذاعات قد تمثلت في رصد إذاعة البشرى، والتركيز على البرامج ذات المحتوى المتعلق بالانتخابات تحديدًا.

14. أدوات جمع البيانات

- (1) تم الاعتماد على تسجيل البث الإذاعي باستخدام الهاتف للبرامج وأوقات البث المختلفة للإذاعة، ونشير إلى أن هذه الطريقة لا تعتبر الأمثل للاعتماد عليها في إجراء الدراسات وعمليات الرصد للإذاعات، نظراً لصعوبة تبويبها وأرشفتها، ومعرفة الوقت الفعلي للبرنامج من خلال التسجيلات.
- (2) البث المباشر للبرامج عبر صفحة الإذاعة على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك.

15. القوائم المرصودة

اعتمدت هذه الدراسة على القوائم الانتخابية المرشحة، والتي أعلنت عنها اللجنة المركزية للانتخابات المحلية وعددها 14 قائمة انتخابية موضحة في الجدول التالي:

اسم القائمة	رم
قائمة السلام	1
قائمة الميزان	2
قائمة المستقبل	3
قائمة الأعمار	4
قائمة السفينة	5
قائمة غصن الزيتون	6
قائمة النمو	7
قائمة المنارة	8
قائمة النخلة	9
قائمة مرفأ الأمان	10
قائمة القلم	12
قائمة الأمل	13
قائمة الهلال	14
قائمة التاج	15

جدول (1) القوائم الانتخابية المترشحة في انتخابات بلدية الخمس لعام 2022

16. عرض البيانات وتحليلها

16.1. برنامج صباح البشرى

وهو برنامج صباحي منوع يبث في صباح كل يوم عدا يوم الجمعة يقدمه ويتناوب عليه كل من:

معين سعيد، هنادي بن نجاح، عبد المجيد هويدي، عبد الرحمن طريش، ويتضمن البرنامج فقرات مختلفة كالأخبار الرياضية، والطقس، وحركة الملاحة، ومواعيد الرحلات، إضافة إلى موضوع يومي يطرح للنقاش من قبل المقدمين والضيوف، وقد لوحظ مع بداية انطلاق الحملة الانتخابية استضافة مرشحين أو ممثلين عن القوائم المترشحة للانتخابات بفقرة تسمى "فنان قهوة"⁽⁴⁾



عمل فريق الرصد على متابعة هذه الحلقات وتقييم مدى التعددية بها وإتاحة الفرص للقوائم حرصا على التوعية الجيدة وعدم التأثير سلبا على إرادة الناخبين.

⁴ رابط حلقة من برنامج صباح البشرى الذي بث يوم ١ يناير ٢٠٢٣ [/https://fb.watch/jmG8_SQwJn](https://fb.watch/jmG8_SQwJn)

تم رصد هذا البرنامج من خلال البث المباشر الذي تجريه الإذاعة عبر صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتم حفظ نسخة من حلقات البرنامج، ونشير إلى أنه تم التركيز على الحلقات التي احتوت على استضافات لممثلي القوائم ليصل إجمالي العينة بهذا البرنامج عدد 8 حلقات، بإجمالي 16 ساعة و7 دقائق أي 967 دقيقة.

رقم الحلقة	تاريخ عرض الحلقة	مدة الرصد بالدقيقة	الزمن الذي تم اعطاؤه للقوائم بالدقيقة
صباح البشرى الحلقة 1	28/12/2022	147	قائمة المنارة 27
صباح البشرى الحلقة 2	29/12/2022	72	قائمة الميزان 10
صباح البشرى الحلقة 3	31/12/2022	97	قائمة المنارة 30
صباح البشرى الحلقة 3	31/12/2022		قائمة الميزان 20
صباح البشرى الحلقة 4	01/01/2023	50	قائمة الأعمار 23
صباح البشرى الحلقة 5	02/01/2023	157	قائمة الأمل 48
صباح البشرى الحلقة 6	03/01/2023	139	قائمة النخلة 25
صباح البشرى الحلقة 7	04/01/2023	145	قائمة الميزان 21
صباح البشرى الحلقة 7	04/01/2023		قائمة الهلال 18
صباح البشرى الحلقة 8	05/01/2023	160	قائمة الميزان 21
صباح البشرى الحلقة 8	05/01/2023		قائمة المستقبل 40
مجموع مدة رصد البرنامج		967	مجموع ظهور جميع القوائم 283

جدول (2) الظهور الإعلامي للقوائم الانتخابية في برنامج "صباح البشرى"

يبين الجدول رقم (2) القوائم التي تم استضافتها في البرنامج ومدة الظهور التي حصلت عليها بالدقائق، ويشير الجدول إلى أن 7 قوائم من أصل 14 قائمة انتخابية مترشحة قد حصلت على فرصة للظهور للتعريف بنفسها وبرنامجها الانتخابي، في حين لم تحظ 7 قوائم على ذات الفرصة للتعريف بنفسها من خلال البرنامج ذاته، كما تجدر الملاحظة أن بعض القوائم قد تكررت مرات استضافتها في الوقت الذي لم تستضف فيه قوائم أخرى إطلاقاً.

ملاحظة: (تكرار أرقام الحلقات (3،7،8) كان بسبب استضافة قائمتين في كل حلقة من الحلقات ولتوضيح مدة استضافة كل قائمة).

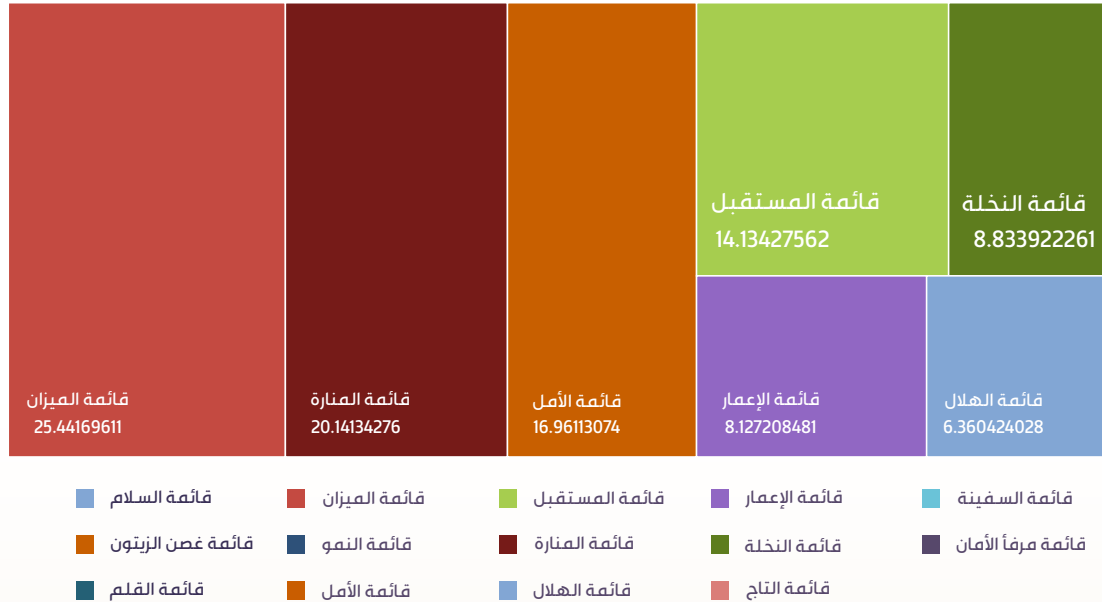
اسم القائمة	الزمن بالدقائق	النسبة المئوية
قائمة السلام	0	%0
قائمة العيزان	72	%25.442
قائمة المستقبل	40	%14.1343
قائمة الأعمار	23	%8.1272
قائمة السفينة	0	%0
قائمة غصن الزيتون	0	%0
قائمة النمو	0	%0
قائمة المنارة	57	%20.1413
قائمة النخلة	25	%8.834
قائمة مرفأ الأمان	0	%0
قائمة القلم	0	%0
قائمة الأمل	48	%16.961
قائمة الهلال	18	%6.3604
قائمة التاج	0	%0
المجموع	283	%100

جدول (3) إجمالي زمن الظهور الإعلامي بالدقائق لكل قائمة ببرنامج صباح البشري

يبين الجدول (3) عدد الدقائق التي أتيحت للقوائم ببرنامج صباح البشرى مرفقة بالنسبة المئوية، ويتضح من خلال بيانات جدول أن مساحات الظهور متفاوتة ومتباينة بشكل ملحوظ، حيث حظيت قائمة الميزان على أعلى نسبة ظهور ضمن فقرات البرنامج بإجمالي 72 دقيقة وهو ما يمثل 25.44% من إجمالي مساحات الظهور، وحصلت قائمة المستقبل على 40 دقيقة وهو ما يمثل 14.13% في حين حصلت قائمة الهلال على أقل مساحة ظهور من بين جميع القوائم شكلت إجمالي 18 دقيقة أي بنسبة 6.36% وهو ما يوضح وجود تباين حاد في مساحات الظهور.

وتشير هذه البيانات أعلاه بناءً على القيم المذكورة أن القائمين على إعداد البرنامج لم يضعوا في الحسبان تكافؤ فرص الظهور أو حتى تقاربها.

نسبة الظهور الإعلامي للقوائم ببرنامج صباح البشرى



شكل (1) نسبة الظهور الإعلامي للقوائم ببرنامج صباح البشرى

16.2. برنامج الخمس تنتخب

هو برنامج أطلقته إذاعة البشري في فترة الحملات الانتخابية للقوائم وكانت أول حلقة له يوم 31 ديسمبر 2022، أي في سادس يوم من الحملة، وصرح مقدم البرنامج في أول حلقة أن هذا البرنامج يأتي من باب المسؤولية الاجتماعية للإذاعة محاولة تقريب وجهات النظر بين الناخبين وقوائم المترشحة، ودعت فيه جميع القوائم للمشاركة حسب تصريحهم.



البشري _Albushra _FM was live.
January 7 · 🌐

...

#الخمس_تنتخب

#تقديم : مذيعبوا راديو البشري

#مراسلوا راديو البشري

للتواصل والمشاركة في البرنامج إرسال رسالة نصية على الرقم 75909 من ليبيا والمدار

#البشري_FM أحلى حكاية 🌹



قامت الإذاعة ببث 12 حلقة من هذا البرنامج، استضافت خلالها عدة قوائم⁽⁵⁾، وكان موعد بث أول حلقة في حدود الساعة 5 مساءً بمعدل حلقة واحدة يومياً إلى أن أعلن مقدم البرنامج أنه سيتم زيادة عدد الحلقات يومياً، بسبب قرب موعد الصمت الانتخابي نظراً لأن عدد الأيام المتبقية لا تسمح باستضافة جميع القوائم في حالة تقديم البرنامج حلقة واحدة يومياً، فتم بث حلقتين في يوم 3 يناير 2023 وأربع حلقات يوم 4 يناير 2023، وثلاث حلقات في يوم 5 يناير 2023 وهو آخر أيام الحملة الانتخابية.

⁵ رابط حلقة من برنامج الخمس تنتخب تم بثها يوم ٥ يناير ٢٠٢٣ <https://fb.watch/jmGwKwwpWw/>

رقم الحلقة	تاريخ بث الحلقة	مدة الحلقة	اسم القائمة التي تم استضافتها	مدة الظهور الإعلامي للقائمة
الخمسة تمنتخب 1	31/12/2022	49	قائمة مرفأ الأمان	40
الخمسة تمنتخب 2	01/01/2023	50	قائمة السفينة	46
الخمسة تمنتخب 3	02/01/2023	46	قائمة النمو	35
الخمسة تمنتخب 4	03/01/2023	53	قائمة القلم	36
الخمسة تمنتخب 5	03/01/2023	70	قائمة السلام	58
الخمسة تمنتخب 6	04/01/2023	63	قائمة الأمل	59
الخمسة تمنتخب 7	04/01/2023	34	قائمة المنارة	30
الخمسة تمنتخب 8	04/01/2023	55	قائمة الإعمار	50
الخمسة تمنتخب 9	04/01/2023	52	قائمة النخلة	42
الخمسة تمنتخب 10	05/01/2023	26	قائمة غصن الزيتون	23
الخمسة تمنتخب 11	05/01/2023	39	قائمة الميزان	30
الخمسة تمنتخب 12	05/01/2023	95	قائمة المنارة	86
المجموع		632	المجموع	535

جدول (4) الظهور الإعلامي للقوائم الانتخابية في برنامج "الخمسة تمنتخب"

يبين الجدول (4) القوائم التي حظيت بمساحات ظهور إعلامي لممثلي كل قائمة، وتشير بيانات الجدول أن 11 قائمة انتخابية تم استضافتها في هذا البرنامج من إجمالي 14 قائمة مترشحة، ما يعني أنه لم تتم استضافة عدد 3 قوائم للظهور بهذا البرنامج، في حين تم استضافة إحدى القوائم مرتين وهي قائمة المنارة، كما يظهر الجدول الأيام التي تم بث أكثر من حلقة بها.

اسم القائمة	الوقت بالدقائق	النسبة المئوية
قائمة السلام	58	10.84%
قائمة الميزان	30	5.61%
قائمة المستقبل	0	0%
قائمة الأعمار	50	9.35%
قائمة السفينة	46	8.60%
قائمة غصن الزيتون	23	4.30%
قائمة النمو	35	6.54%
قائمة المنارة	116	21.68%
قائمة النخلة	42	7.85%
قائمة مرفأ الأمان	40	7.48%
قائمة القلم	36	6.73%
قائمة الأمل	59	11.03%
قائمة الهلال	0	0%
قائمة التاج	0	0%
المجموع	535	100%

جدول (5) إجمالي زمن الظهور الإعلامي بالدقائق لكل قائمة ببرنامج "الخمس تنتخب"

يبين الجدول (5) إجمالي زمن الظهور الإعلامي لكل قائمة ببرنامج الخمس تنتخب مع النسبة المئوية لإجمالي الظهور، ويبين الجدول قيماً متفاوتة لعدد الدقائق لكل قائمة، حيث ظهرت قائمة المنارة في مساحات البرنامج بعدد دقائق إجمالي 116 دقيقة ما يمثل 21.68% من إجمالي المساحات التي حظيت بها القوائم، ويشير الجدول (5) إلى أن ذات القائمة كانت الوحيدة التي تمت استضافتها مرتين، في حين كانت مرات الظهور لباقي القوائم مرة واحدة فقط في البرنامج ولم تظهر 3 قوائم أخرى إطلاقاً.

نسبة الظهور الإعلامي للقوائم ببرنامح الخمس تنتخب



شكل (2) مساحات الظهور الإعلامي للقوائم المترشحة ببرنامح الخمس تنتخب

16.3. تحليل مجموع بيانات البرنامجين

الجدول التالية تبين بيانات تم تجميعها من كِلا البرنامجين

اسم القائمة	عدد مرات الظهور	النسبة المئوية
قائمة السلام	1	4.35%
قائمة الميزان	5	21.74%
قائمة المستقبل	1	4.35%
قائمة الإعمار	2	8.70%
قائمة السفينة	1	4.35%
قائمة غصن الزيتون	1	4.35%
قائمة النمو	1	4.35%
قائمة المنارة	4	17.39%
قائمة النخلة	2	8.70%
قائمة مرفأ الأمان	1	4.35%
قائمة القلم	1	4.35%
قائمة الأمل	2	8.70%
قائمة الهلال	1	4.35%
قائمة التاج	0	0.00%
المجموع	23	100.00%

جدول (6) إجمالي مساحات الظهور الإعلامي للقوائم في برامج إذاعة البشري

يبين الجدول (6) إجمالي مساحات الظهور الإعلامي لكل القوائم وبجميع البرامج التي أتاحت لاستضافة ممثلين عن القوائم المرشحة، ونشير إلى أن مساحات الظهور يقصد بها عدد المرات التي ظهرت بها القائمة للحديث عن برنامجها الانتخابي والتعريف بأعضائها بصرف النظر عن عدد ممثلي القائمة الذين تم استضافتهم.

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن فرص الظهور الإعلامي كانت متفاوتة وذات تباين عالٍ، حيث أن قائمة الميزان قد تحصلت على 5 مساحات للظهور الذي يشكل ما نسبته 21.74%، بينما تحصلت قائمة المنارة على المرتبة الثانية من حيث عدد المساحات حيث بلغت 4

مساحات وبنسبة 17.39% من إجمالي المساحات، وتحصلت كل من، قائمة الإعمار، قائمة النخلة، قائمة الأمل على مساحتين لكل قائمة والذي يشكل نسبة 8.70% لكل قائمة منها، فيما تحصلت أغلبية القوائم والتي بلغ عددها 8 قوائم على مساحة ظهور واحدة وهم: (قائمة السلام، قائمة المستقبل، قائمة السفينة، قائمة غصن الزيتون، قائمة النمو، قائمة مرفأ الأمان، قائمة القلم، قائمة الهلال)، في حين لم تظهر قائمة التاج مطلقاً بأي برنامج وقد يكون ذلك برغبة القائمة ولا يمكن الجزم بأنه تم تهميشها من قبل القائمين على البرامج، إلا أن عدم تساوي عدد مساحات الظهور للقوائم أو تقاربها يدل على عدم تكافؤ الفرص، وقد يكون سبب ذلك عدم مواكبة التشريعات الإعلامية لما يتعلق بالتغطية الإعلامية للانتخابات بشكل يضمن تكافؤ الفرص.

كما أن لائحة الحملات الانتخابية الصادرة عن اللجنة المركزية للانتخابات المحلية لم تلزم الإعلام الخاص بضرورة التقييد بالحياد والوقوف على مسافة واحدة من الجميع.

17. الظهور الإعلامي لفئة المرأة في القوائم المترشحة

قام فريق الرصد بحصر بيانات الظهور الإعلامي للمرأة المترشحة في القوائم الانتخابية ويبين الجدول (7) المساحة التي أتيحت للمرأة الظهور في البرامج الانتخابية في إذاعة البشري.

ذكر	أنثى	اسم القائمة
2	0	قائمة السلام
3	1	قائمة الميزان
1	1	قائمة المستقبل
4	0	قائمة الإعمار
2	0	قائمة السفينة
1	0	قائمة غصن الزيتون
2	0	قائمة النمو

ذكر	أنثى	اسم القائمة
5	2	قائمة المنارة
4	0	قائمة النخلة
2	1	قائمة مرفأ الأمان
4	1	قائمة القلم
3	2	قائمة الأمل
1	1	قائمة الهلال
0	0	قائمة التاج
34	9	المجموع

جدول (7) عدد مساحات الظهور الإعلامي لفئة المرأة بالقوائم المترشحة

يبين الجدول (7) عدد المرآت التي شاركت فيها فئة المرأة في المساحات الإعلامية المتاحة للقائمة، حيث تبين أن 7 من أصل 14 قائمة أتاحت لفئة المرأة فرصة الظهور الإعلامي، وتمثيل القائمة والتعريف بالبرامج الانتخابية للقوائم، إذ لم تحظ المرأة بالظهور الإعلامي في كل من قائمة السلام، والإعمار، والسفينة، وغصن الزيتون، والنمو، والنخلة، والتاج، بينما تحصلت على ظهور واحد في كل من قائمة الميزان، ومرفأ الأمان، والقلم، والمستقبل والهلال.

كما يظهر الجدول أن قائمتي المنارة والأمل أتاحت لفئة المرأة فرصة الظهور مرتين، حيث شاركت فئة المرأة بقائمة المنارة في مساحتين فقط من إجمالي 4 مساحات إعلامية تحصلت عليهم بإذاعة البشري، فيما شاركت فئة المرأة بقائمة الأمل في المساحتين الإعلاميتين الوحيدتين التي تحصلت عليهما، ما يعني أن قائمة الأمل أولت اهتماماً أكبر لمشاركة المرأة في الظهور الإعلامي للحديث عن البرنامج الانتخابي للقائمة.

18. الظهور الإعلامي لأشخاص ذوي الإعاقة في القوائم المترشحة

يبين الجدول (8) عدد المرات التي ظهر بها مترشحون عن فئة الأشخاص ذوي الإعاقة بالقوائم ، ومن خلال بيانات الجدول يتضح أن 5 من أصل 14 قائمة أتاحت فرصة الظهور الإعلامي لفئة ذوي الإعاقة أي أن 35.7% من القوائم أتاحت للأشخاص ذوي الإعاقة المترشحين في القائمة فرصة الظهور الإعلامي.

كما يشير الجدول أن قائمة الميزان أتاحت فرصتين لظهور هذه الفئة من إجمالي 5 مساحات تحصلت عليها القائمة والتي يوضحها الجدول السابق، في حين أن قائمة النمو أتاحت فرصة ظهور واحدة في مساحتها الوحيدة ، أما قائمة المنارة فكان عدد مرات الظهور لفئة ذوي الإعاقة مرة واحدة من أصل 4 مساحات ظهور إعلامي، فيما أتاحت قائمتا مرفأ الأمان، والقلم فرصة واحدة لمشاركة الأشخاص ذوي الإعاقة في مساحتهما الإعلامية الوحيدة .

اسم القائمة	شخص من الفئة العامة أو فئة المرأة	شخص من ذوي الإعاقة
قائمة السلام	2	0
قائمة الميزان	5	2
قائمة المستقبل	2	0
قائمة الأعمار	4	0
قائمة السفينة	2	0
قائمة غصن الزيتون	1	0
قائمة النمو	1	1
قائمة المنارة	3	1
قائمة النخلة	4	0
قائمة مرفأ الأمان	2	1
قائمة القلم	4	1
قائمة الأمل	2	0

اسم القائمة	شخص من الفئة العامة أو فئة المرأة	شخص من ذوي الإعاقة
قائمة الهلال	2	0
قائمة التاج	0	0
المجموع	34	6

جدول (8) عدد مساحات الظهور الإعلامي التي أتيحت للأشخاص ذوي الإعاقة بالقوائم المرشحة

ونشير إلى أن مساحات الظهور لفئة الأشخاص ذوي الإعاقة كان بعضها من خلال مداخلات بالاتصال الهاتفي أثناء استضافة القوائم، وذلك لإتاحة الفرصة حتى وإن كانت حالة المترشح لا تسمح بالتواجد داخل الأستوديو، كما أن مقدمي البرامج طرحوا أسئلة عن البرامج الانتخابية التي أعدت بخصوص هذه الشريحة حتى عند عدم حضور ممثلين عن هذه الفئة.

19. الومضات الإعلانية للقوائم

إضافة إلى استضافة المرشحين عن القوائم سواء في البرنامج الذي خص لذلك أو عبر الاستضافة في برنامج الصباح، أعلنت إذاعة البشري عن إمكانية قيام القوائم طلب الإعلان المدفوع عن قوائمهم وبرامجهم الانتخابية عبر أثيرها.

وهنا وجب لفت الانتباه إلى أن التشريعات ذات العلاقة بالإعلام والقوانين المتعلقة بالانتخابات ولأئحة الحملات الانتخابية لم تتطرق لها يتعلق بالإعلان السياسي، ولم يتم تنظيمه ووضع ضوابط له.

وقام فريق الرصد بتسجيل البث الإذاعي لإذاعة البشري في فترة من 11 صباحا حتى 12 ليلا تقريبا، وهنا يجب الإشارة إلى أن أوقات بدء التسجيل وانتهائه لم تكن منتظمة، بسبب طبيعة المعدات التي تمت بها عملية تسجيل البث، فقد بلغت المدة التي تم تسجيلها 7816 دقيقة أي 130.26 ساعة وهو ما يعادل خمسة أيام ونصف تقريبا.

عدد الومضات الإعلانية	اسم القائمة
56	الميزان
63	الإعمار
59	الأمل
85	العنارة
25	السفينة
19	النخلة
20	القلم

جدول (9) عدد الومضات الإعلانية التي تم رصدها ضمن العينة المسجلة

يبين الجدول (9) عدد المساحات الإعلانية التي تم رصدها لكل قائمة، مع العلم بأن مدة الومضات الإعلانية تختلف، فكانت من دقيقة ونصف حتى 6 دقائق، حيث أن بعض القوائم قامت ببث إعلاناتها الدعائية منذ الأيام الأولى من انطلاق الحملة الانتخابية، وبعضها بدأت ببث إعلاناتها مع الأيام الأخيرة من الحملة، وهو أمر يرجع إلى القوائم ولا علاقة للإذاعة به.

ويبين الجدول أن عدد القوائم التي استفادت وطلبت خدمات الإعلان عبر الأثير 7 قوائم من أصل 14 قائمة مترشحة، عما بأنه لم تتم الإشارة في أي مرة أن هذا الإعلان مدفوع الثمن، كما أنه لا يوجد قانون يلزم وسائل الإعلام بذلك أسوة ببعض الدول، وأن لائحة الحملة الانتخابية لم تتطرق لذلك.

20. برامج التوعية الانتخابية في إذاعة البشري

لا تلزم التشريعات الليبية وسائل الإعلام الخاصة ولا العامة بضرورة بث برامج تتعلق بتوعية الناخبين، ومع ذلك قامت إذاعة البشري ببث بعض المساحات الإذاعية للتوعية الانتخابية، ويبين الجدول التالي

المساحات الإذاعية التي رصدها فريق الهيئة ضمن برامج إذاعة
البشرى المخصصة للتوعية الانتخابية

الملاحظات	المدة بالدقائق	تاريخ البث
ضمن برنامج سيادة المواطن	50	2022/12/25
ضمن برنامج صباح البشرى	25	2022/12/28
مساحة خاصة	69	2023/01/01
مساحة خاصة	185	2023/01/06
مساحة خاصة	370	2023/01/07
مساحة خاصة	340	2023/01/07
	1039	المجموع

جدول (10) عدد المساحات التي تم تخصيصها للتوعية الانتخابية للمواطنين

وقامت الإذاعة من خلال تلك المساحات باستضافة مسؤولين عن اللجنة الفرعية واللجنة المركزية للانتخابات المحلية، وذلك للتعريف بآخر تطورات العملية الانتخابية وبث أخبارها وتوعية المواطنين بما يتعلق بخطوات عملية الاقتراع، كما خصت الإذاعة مساحة خاصة لتغطية مجريات العملية الانتخابية يوم الاقتراع بلغت 710 دقائق، وكذلك ما بعد إغلاق مراكز الاقتراع وإعلان النتائج المبدئية، ولوحظ احترام الإذاعة للإجراءات المتعلقة بإعلان النتائج والصمت الانتخابي.

21. رصد وتحليل المحتوى الانتخابي في منشورات التواصل الاجتماعي فيس بوك

عانت وسائل الاتصال التقليدية المتمثلة في الصحف والإذاعتين المرئية والمسموعة من تسرب المتابعين إلى وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية للصحف والمجلات، والتي تزامن ازدهارها مع تطور شبكات الإنترنت وانتشارها في أنحاء مختلفة.

هذا الانتشار وما أتاحه من ميزات تمثلت في التدفق الفوري والسريع للأخبار والمعلومات وسهولة تلقيها من المتابعين بشكل مجاني صاحبه اعتماد الفاعلين السياسيين ووسائل الإعلام، إلى الاعتماد على النشر عبر الإنترنت فيما يتعلق بالجوانب الانتخابية والاستقطاب السياسي، ونشر الأخبار، والإعلانات، وغيرها.

إن اعتماد الفاعلين السياسيين والمرشحين للانتخابات على الإنترنت كوسائل للدعاية والتسويق السياسي أدى إلى أن تتجه الأنظار إلى الفجوة التي تركها هذا التطور فيما يتعلق بالتشريعات المنظمة للعمليات الانتخابية واللوائح التي تضبط الحملات الانتخابية للمرشحين من حيث تكافؤ الفرص وتعقب الجرائم الانتخابية التي تحدث في الفضاء الإلكتروني، وأيضا ضمان عدم تجاوز السقف المقرر للحملات الانتخابية، والذي يضمن فرص متقاربة للمرشحين.⁽⁶⁾

ركزت التشريعات والقرارات المنظمة للحملات الانتخابية في عدة دول على أن تنظم عمليات الاستخدام والنشر في وسائل الإعلام التقليدية من حيث مبدأ تكافؤ الفرص والصمت الانتخابي ومواعيد بدء وانتهاء الحملات في الوقت الذي همشت فيه ذات التشريعات ووسائل النشر عبر الإنترنت ووضع آليات لمراقبتها وتتبعها، أدت هذه الثغرات التشريعية مع عدم توفير التقنيات التي تسمح بمعرفة من يقوم بعمليات النشر إلى أن يكون الفضاء الإلكتروني ساحة لنشر خطاب الكراهية والمعلومات المضللة وإلقاء التهم على المرشحين وذويهم وإلى انتشار خطاب الشيطنة لفئة، والتلميع والتمجيد لفئة أخرى.⁽⁷⁾

وقد أثبتت دراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي شهدت عمليات نشر منظمة بقصد التأثير على سير الانتخابات وشن الهجمات على التيارات السياسية والمرشحين للانتخابات، ما يجعلنا في حاجة ملحة إلى تطوير وتحديث التشريعات المنظمة لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة ووضع آليات لرصدها وتتبعها، وخاصة في فترات الانتخابات،

⁶ دليل التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترات الانتخابية، المنظمة العربية للإدارات الانتخابية، ٢٠٢١

⁷ عيوب مواد الدعاية الانتخابية في قوانين الانتخابات الليبية ولوائحها التنفيذية، رضا فحيل اليوم، يناير ٢٠٢٢

كما أننا بحاجة إلى مد جسور التعاون مع الشركات المالكة لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف تحقيق انتخابات نزيهة وتمكين الناخبين من الإدلاء بأصواتهم دون استغفالهم.

ونظرا لكل ما سبق اتجه فريق الرصد الى أخذ عينة من مجموعة صفحات تستهدف الانتخابات البلدية في مدينة الخمس لتحليل الاتجاه العام للمنشورات بناءً على قيم مختلفة.

22. منهجية وعينة الرصد لمواقع التواصل الاجتماعي

اتجه فريق الرصد إلى إجراء مسح أولي للصفحات العامة الموجودة على فيس بوك، وذلك بحثاً عن الصفحات ذات الاهتمام بشأن الانتخابات البلدية وتقوم بنشر محتوى يتعلق بالقوائم الانتخابية المترشحة كالأخبار والمعلومات والإعلانات وغيرها، وقد تمثلت عينة الرصد بعد انتهاء المسح الأولي اختيار عدد 8 صفحات عامة توفرت بها الأخبار ذات العلاقة علماً بأن عدد المتابعين بالصفحات كان 1000 متابع كحد أدنى، وبلغ ما يقارب 500 ألف متابع كحد أعلى، علماً بأنه قد منحت الأولوية للصفحات ذات الطابع الإعلامي إلا أنه لا يوجد أي منصة أو صحيفة إلكترونية في المنطقة ليتم اختيارها ضمن عينة الرصد.

حُدثت أربع قيم مختلفة وهي: (التحريض والسب والشتم والقذف، مناصر، إعلاني، اتهامات دون أدلة)

تم رصد المنشورات وتصنيفها حسب القيم المذكورة سعياً لتقييم الاتجاه العام لمنشورات التواصل الاجتماعي في العينة المختارة أثناء فترة الانتخابات، علماً بأن المحتوى المناصر والإعلاني لا يترتب عليه أي مخالفات قانونية، في حين أن المحتوى الذي به التحريض والسب والشتم والقذف، والاتهامات دون أدلة يعد جريمة يعاقب عليها القانون.

خلصت نتائج الرصد إلى رصد 207 مناشير في عدد 8 صفحات يبلغ مجموع متابعيها جميعاً ما يقارب 700 ألف متابع.

23. التعريف بالمصطلحات

يقصد بالقيم التي تم على أساسها الرصد والتصنيف ما يلي:

التحريض والسب والشتم: المحتوى الذي تضمن عبارات تؤدي إلى عنف جسدي أو معنوي أو المحتوى الذي تضمن عبارات تعد سباً وشتماً وقذفاً.

مناصر: المحتوى الذي يدعم القوائم ويساندها ويسوق لها بأنها الأكثر كفاءة وجدارة.

إعلاني: نشر بيانات ومعلومات عن القوائم بغرض التعريف بها على أن تكون مجردة من عبارات التأييد والتزكية.

اتهامات دون أدلة: إلصاق تهم للمرشحين بالقوائم تعد جريمة أو ادعاءات بما يتعلق بالآراء والانتماءات السياسية دون أي دليل.

النسبة المئوية	التكرار	نوع المحتوى بالمنشورات
6.76%	14	التحريض والسب والشتم والقذف
24.64%	51	مناصر
60.87%	126	إعلاني
7.73%	16	اتهامات دون أدلة
100.00%	207	المجموع

جدول (11) نوع المحتوى في الصفحات المرصودة

10 تشير بيانات الجدول (11) إلى أن المنشورات ذات المحتوى الإعلاني هي الأكثر نشراً بنسبة بلغت 60.87%، والمحتوى المناصر في المرتبة الثانية بنسبة 24.64%، وهذه البيانات تشير إلى مدى اعتماد القوائم على مواقع التواصل الاجتماعي، علماً بأن بعض هذه المنشورات كان إعلاناً ممولاً وبعض المنشورات كانت على صفحات سبق وأن أشارت إلى أنها تنشر الإعلانات بمقابل مالي، ويحدث ذلك دون ضمان أن لا يتجاوز الصرف على إعلانات مواقع التواصل الاجتماعي الحد المسموح به للإنفاق على الحملة الانتخابية، ويظهر الجدول أن عينة الرصد تضمنت 16 منشوراً يحتوي على اتهامات دون أدلة بنسبة 7.73% و 14 منشوراً به محتوى محرض أو سب وشتم وقذف بنسبة 6.76% وبالرغم من أن النسبة ضئيلة إلا أنه يعتبر مؤشراً خطيراً، ذلك أن هذا النوع من النشر مخالف للقانون على عكس المحتوى المناصر والإعلاني كما أنه ينبه بوجود فراغ رقابي يتعلق بمتابعة الصفحات العامة خاصة أثناء الانتخابات والتحقق مما إذا كان وراء ذلك إحدى القوائم الانتخابية مثلاً، والذي يعد من الجرائم الانتخابية.

24. نتائج رصد المحتوى الانتخابي في صفحات القوائم على فيسبوك

تشير بيانات الجدول (12) إلى الإخلالات المهنية التي تم ارتكابها في الصفحات الرسمية للقوائم المترشحة.

اسم القائمة	نوع الخرق	الوسيلة التي قامت بالإخلال
قائمة المستقبل	تضمن شعار الدولة بالمنشورات حيث ضمنت القائمة في صورة غلافها شعار اللجنة المركزية للانتخابات المحلية وشعار بلدية الخمس	صفحة القائمة على فيس بوك
قائمة المنارة	تضمن شعار الدولة بالمنشورات حيث ضمنت القائمة في منشور لها شعار بلدية الخمس	صفحة القائمة على فيس بوك
قائمة الهلال	تضمن تعليمات عن إجراءات الاقتراع	صفحة القائمة على فيس بوك
قائمة المنارة	تقديم الهدايا للناخبين - حيث تم نشر صورة لكرت (رصيد اتصالات) عبر صفحة القائمة على فيس بك ومكتوب على صورة الكرت (اللي يعبيه يكتب تم) إلا أنه تم حذف المنشور بعد 6 دقائق من نشره تقريبا	صفحة القائمة على فيس بوك
قائمة النمو	تضمن تعليمات عن إجراءات الاقتراع	صفحة القائمة على فيس بوك

جدول (12) الإخلالات المهنية في صفحات القوائم الانتخابية على موقع فيسبوك

ويبين الجدول خمسة قوائم من بين 14 قائمة قامت بارتكاب إخلال مهني واحد على الأقل خلال الحملة الانتخابية مثل تضمين شعار الدولة بمنشورات القائمة الانتخابية وتضمن تعليمات عن إجراءات الاقتراع وتقديم الهدايا للناخبين.

25. رصد المطبوعات المتعلقة بالحملة الانتخابية للقوائم

إضافة إلى الوسائل السابقة التي تم رصدها، قام الفريق برصد المطبوعات عبر إجراء جولات ميدانية في شوارع مختلفة من مناطق بلدية الخمس، وخلصت نتائج عملية الرصد إلى عدم وجود أي إخلالات من ناحية مضمون المطبوعات ومواعيد بدء وانتهاء أعمال الحملة.

أما فيما يتعلق بأماكن وضع المطبوعات وتعليقها فقد تركت اللجنة الفرعية فراغاً في هذا الجانب بعدم تطبيقها للمادة 11 من لائحة النظم الانتخابية والتي تنص على: "مواقع وأماكن ممارسة الدعاية الانتخابية

(1) تقوم اللجنة الفرعية بتحديد أماكن وضع الملصقات الدعائية طيلة فترة الدعاية الانتخابية وذلك بالاتفاق مع السلطات المحلية

(2) على كل لجنة فرعية إعداد قائمة بالمواقع والأماكن العامة المخصصة لإقامة المهرجانات والاجتماعات والمسيرات الانتخابية والأماكن والمواقع العامة التي يجوز وضع الملصقات واللافتات الانتخابية عليها.

(3) على القوائم المترشحة ووكلائها عدم إلصاق أي إعلان أو بيان انتخابي بما في ذلك الصور والرسوم والكتابات إلا في الأماكن التي حددتها اللجنة الفرعية.

ولم تتم ملاحظة أي إعلان أو تنسيق يتعلق بالأماكن المسموح بها لتعليق المطبوعات والأعمال الإعلانية للقوائم ما يترك المجال للاجتهاد في حالات رصد المخالفات وفي حالات التقاضي بين القوائم.

26. النتائج

- عمد التقرير على رصد ما تبثه الإذاعات المسموعة في مدينة الخمس من برامج تتعلق بالحملة الانتخابية منذ بدايتها في 26 ديسمبر 2022 وحتى يوم 7 يناير 2023 وبلغ مجموع الحلقات المرصودة 20 حلقة بإجمالي 1599 دقيقة أي ما يعادل 26 ساعة 39 دقيقة.

- أوضحت نتائج رصد البرامج الانتخابية في راديو البشري " الإذاعة الخاصة والوحيدة العاملة في مدينة الخمس " أنه من بين الإخلالات المهنية المذكورة في نص قرار الهيئة رقم 12 لسنة 2023 لم يتم رصد إلا إخلالا واحدا وهو الإخلال الثالث عشر الوارد في قرار الهيئة والذي ينص على "عدم التوازن في منح الفرص لجميع المترشحين بالتساوي " ويعد هذا الإخلال نقطة حاسمة في تقييم نزاهة الانتخابات.

- خلص التقرير إلى أن فرص الظهور الإعلامي للقوائم المترشحة في راديو البشري كانت متفاوتة وذات تباين عالٍ، حيث تحصلت قائمة الميزان على أكبر عدد من مرات الظهور 5 مرات بنسبة 21.74% وهي القائمة التي فازت بالانتخابات، بينما تحصلت قائمة المنازة على المرتبة الثانية من حيث عدد المساحات حيث بلغت 4 مساحات أي بنسبة 17.39% من إجمالي المساحات، وتحصلت كل من: قائمة الإعمار، قائمة النخلة، قائمة الأمل، على مساحتين لكل قائمة والذي يشكل نسبة 8.70% لكل قائمة منها، وتحصلت أغلبية القوائم والتي بلغ عددها 8 قوائم على مساحة ظهور واحدة وهم: قائمة السلام، قائمة المستقبل، قائمة السفينة، قائمة غصن الزيتون، قائمة النمو، قائمة مرفأ الأمان، قائمة القلم، قائمة الهلال، في حين لم تظهر قائمة التاج مطلقاً بأي برنامج، إلا أن عدم تساوي عدد مساحات الظهور للقوائم أو تقاربها يدل على عدم تكافؤ الفرص، وهو ما يضر بنزاهة العملية الانتخابية.

- أظهرت نتائج الرصد أن 50 % من القوائم أتاحت للمرأة المترشحة للظهور الإعلامي وتمثيل القائمة والتعريف بالبرامج الانتخابية للقوائم.

- كما أظهرت النتائج أن 5 من أصل 14 قائمة أتاحت فرصة الظهور الإعلامي لفئة ذوي الإعاقة أي أن 35.7% من القوائم أتاحت للأشخاص ذوي الإعاقة المترشحين في القائمة فرصة الظهور الإعلامي.

- لم يرصد فريق الهيئة بث خطاب كراهية أو إثارة أي نعرات أو سبا أو تشهيرا في البرامج الانتخابية لإذاعة البشري مما يعني التزام صحفييها بأهم مبادئ مدونة السلوك المهني الإعلامي.

- بينت النتائج أن عدد القوائم التي استفادت وطلبت خدمات الإعلان عبر أثير راديو البشري هي فقط 50 % من القوائم المترشحة ، عما بأنه لم تتم الإشارة في أي مرة أن هذا الإعلان مدفوع الثمن كما نصت عليه مدونة السلوك المهني المعتمدة من قبل الهيئة.

- قامت إذاعة البشري بدور مهم في تعزيز العملية الانتخابية والتوعية الانتخابية من خلال المساحات التي خصتها لذلك، واستضافتها لمسؤولين عن اللجنة المركزية للانتخابات المحلية واللجنة الفرعية بالخمسة.

- اختار فريق الرصد عدد 8 صفحات عامة ذات الاهتمام بشأن الانتخابات البلدية لمدينة الخمسة يبلغ مجموع متابعيها جميعا ما يقارب 700 ألف متابع وقام برصد 207 منشورا فيها منها منشورات ذات المحتوى الإعلاني هي الأكثر نشرا بنسبة بلغت 60.87% والمحتوى المناصر في المرتبة الثانية بنسبة 24.64% ، 7.73% تحتوي على اتهامات دون أدلة و6.76% منشورات بها محتوى محرض أو سب وشتم وقذف.

ارتكبت عدة قوائم إخلالات للأئحة الحملة الانتخابية في صفحاتها الرسمية على فيسبوك أثناء فترة الانتخابات، واستمر بعضها على

صفحاتها دون حدوث إجراءات، ما يشير إلى غياب دور الرصد للحملات من قبل اللجنة الفرعية.

أظهرت النتائج أن 35.7% من القوائم المترشحة قامت بارتكاب إخلال مهني واحد على الأقل خلال الحملة الانتخابية عبر صفحاتها على فيسبوك مثل تضمين شعار الدولة بمنشورات القائمة الانتخابية وتضمين تعليمات عن إجراءات الاقتراع وتقديم هدايا للناخبين.

لم يرصد التقرير أي إخلالات تتعلق بالمضمون في المطبوعات وفيما يتعلق بأماكن وضع المطبوعات لم تقوم اللجنة بتوضيح الأماكن المسموح بها ما ترتب عنه عدم إمكانية توثيق إخلالات بالخصوص.

27. التوصيات

توصي الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي بالآتي:

- 1) العمل على مراجعة ضوابط وإجراءات الحملة الانتخابية الصادرة عن الجهة المنفذة للانتخابات المحلية
- 2) استدراك القصور الحاصل في تحديد آليات الرقابة ووضع منهجية واضحة المعالم تقيّم التزام المترشحين باللوائح المنظمة للدعاية الانتخابية في كافة الوسائل الإعلامية
- 3) التزام المؤسسات الإعلامية العامة والخاصة ببند تكافؤ الفرص بين المرشحين والقوائم المترشحة.
- 4) التزام المؤسسات الإعلامية عند نشر الإعلانات " مدفوعة الأجر" الخاصة للدعاية الانتخابية بضرورة إعلام الجمهور أنها إعلانات مدفوعة الأجر وليست مادة تحريرية.
- 5) إتاحة فرصة أوسع لفئة المرأة المترشحة والأشخاص ذوي الإعاقة للظهور الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.
- 6) الوقوف على مواطن القصور في عملية رصد ومتابعة المحتوى الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، من خلال انخراط موظفي اللجنة المركزية ومفوضية الانتخابات في ورش تدريبية حول منهجية الرصد وأدواتها .
- 7) الاهتمام بضبط رزنامة مواعيد تنفيذ الانتخابات بالبلديات المستهدفة، والإعلان عن انطلاق الحملات الانتخابية قبل موعدها بوقت كافٍ
- 8) الدعوة إلى دراسة تعديل الفقرة رقم 4 في المادة 19 من القرار 519 لسنة 2022 التي نصت على أن اللجنة المركزية للانتخابات المحلية "تختص بتحديد فترة الحملة الانتخابية" دون الإشارة فيها إلى تحديد مدة الفترة.

9) الدعوة إلى دراسة تعديل الفقرة رقم 5 في المادة 19 من القرار 519 لسنة 2022، التي اقتصر فيها تحديد وسائل الإعلام العامة فقط لتنفيذ الدعاية الانتخابية على أساس تكافؤ الفرص، وإغفال واضح للمؤسسات الإعلامية الخاصة.

10) تبني مشروع تدريبي متكامل يستهدف تدريب الاعلاميين والصحفيين والعاملين بالمؤسسات الاعلامية المحلية حول دور الاعلام في نزاهة الانتخابات وكيفية التعاطي مع الحملات الانتخابية.

11) خلق قنوات تواصل بين الجهات المنفذة للانتخابات وبين الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي بشأن ضبط محتوى الإعلام الانتخابي، ووضع منهجية واضحة المعالم لتطبيق المعايير الفضلى في التغطيات الانتخابية، التي تضمنتها مدونة السلوك المهني الإعلامي .

12) دعوة اللجنة المركزية للانتخابات المحلية إلى الاهتمام وعدم إغفال جانب توعية و تثقيف المترشحين بالإجراءات الخاصة المتعلقة بالظهور الإعلامي.

13) دعوة الجهات التشريعية والتنفيذية للانتخابات بنوعيتها المحلية والعامة الأخذ بعين الاعتبار ملائمة الإطار التشريعي والتنفيذي بما يكون موائماً للطفرة الاتصالية والتحولت العميقة على مستوى الاتصال الانتخابي

14) تنقيح القرارات واللوائح ذات العلاقة بالدعاية الانتخابية، وتوسيع القوانين الحالية بما يشمل الفضاء الإلكتروني

15) توفير المستلزمات المادية والتقنية وإشراك بيوت الخبرة المحلية للقيام بعملية مراقبة الفضاء الإلكتروني لمنع خرق قواعد ومبادئ النزاهة الانتخابية وتكافؤ الفرص

28. العاملون في المشروع

1. الفريق البحثي

- أ. مصطفى الفرجاني
- البشير ميلاد
- أمجد شهاب

2. فريق الرصد

- البشير ميلاد
- المعتصم بالله أبوزويتة
- يوسف السيليني

3. المسؤولون الماليون والإداريون وتقنية المعلومات والفريق المساعد

- م. أمين علي الشتيوي
- محمد رمضان عبد النبي

4. رئيس الفريق البحثي

- أ. رضا فحيل البوم

5. الإشراف العام

- أ. جلال محمد عثمان

29. الخاتمة

تقدم الهيئة العامة لرصد المحتوى الإعلامي (GAMMC) هذا التقرير كأول تقرير ليبي مفصل يراقب الحملة الإعلامية الانتخابية في الانتخابات البلدية، ويركز على مراقبة التعددية السياسية في وسائل الإعلام، ومبدأ تكافؤ الفرص والعدالة.

ورصد التقرير الحملات الإعلامية الانتخابية في الانتخابات البلدية لمدينة الخمس، التي بدأت في 26 ديسمبر 2022 وانتهت في 7 يناير 2023، وحلل انتهاكاتهما وقدم توصيات بشأنها.

ورصد التقرير البرامج الانتخابية التي تبثها الإذاعات المحلية في مدينة الخمس بمجموع 26 ساعة و39 دقيقة من البرامج الانتخابية.

ويخلص التقرير أن فرص الظهور الإعلامي لقوائم المرشحين على المحطة الإذاعية الوحيدة في المدينة، كانت متفاوتة للغاية، حيث حظيت قائمة الميزان الفائزة بالانتخابات البلدية بأكبر فرصة للظهور الإعلامي بنسبة 21.74%.

وأظهرت النتائج أن 50% من القوائم سمحت للمرشحات الإناث بالظهور في حملاتهم الإعلامية، وتمثيل القائمة، والتعريف بالبرامج الانتخابية للقوائم.

كما أظهرت النتائج أن 35.7% من القوائم أتاحت الفرصة للظهور الإعلامي للأشخاص ذوي الإعاقة في حملاتهم الإعلامية، وتمثيل القائمة، والتعريف بالبرامج الانتخابية للقوائم.

وقعت عدة انتهاكات من قبل قوائم الحملة الانتخابية على صفحاتها الرسمية على فيسبوك خلال فترة الانتخابات، ووجد التقرير أن بعض القوائم المرشحة واصلت حملتها الانتخابية على صفحاتها على فيسبوك دون اتخاذ أي إجراءات ضدها بعد انتهاء الحملة، مبيناً غياب الدور الرقابي للحملات من قبل اللجنة الفرعية للانتخابات.

وأظهرت النتائج أن 35.7% من قوائم المرشحين ارتكبت انتهاكًا واحدًا على الأقل خلال الحملة الانتخابية عبر صفحاتها على فيسبوك، مثل إدراج شعار الدولة في منشورات القائمة الانتخابية، وإعطاء التعليمات الخاصة بإجراءات التصويت، وتقديم الهدايا للناخبين.

