

## الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات

ملخص التقرير المرحلي الثاني للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢

مرحلة الاقتراع

٢١ : ٢٥ مايو ٢٠١٢

تقرير المراقبة الإعلامية

القاهرة - مصر

مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان



CAIRO INSTITUTE  
FOR HUMAN RIGHTS STUDIES  
Institut du Caire pour les études des droits de l'homme  
مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان



الائتلاف المستقل  
لمراقبة الانتخابات

يضم



CAIRO INSTITUTE  
FOR HUMAN RIGHTS STUDIES



act

مركز وسائل الاتصال المناسبة من أجل التنمية - أكت  
Appropriate Communication Techniques for Development - ACT

غالبًا ما تركز تقارير المراقبة الإعلامية لمرحلة الاقتراع علي مدى التزام وسائل الإعلام بعملية الصمت الانتخابي قبيلاً الاقتراع، وإلى أي حد اخترقت وسائل الإعلام حاجز الصمت بتحيزات ايجابية /أو سلبية للمرشحين، ورغم أهمية تلك المشاهدات وضرورة تقييمها، إلا أنه من المنصف وقبل أن نركز علي تجاوزات وسائل الإعلام، أن نتقصى واقع الصمت الانتخابي الإعلامي وحدوده وأهدافه وجدواه. فبين إدراك المحكمة الدستورية العليا لأهمية الصمت الانتخابي بالنسبة للناخب، حيث رأى البرلمان ألا فائدة من هذا الصمت وطالب بإلغائه، ووقفت وسائل الإعلام بين كلا الاتجاهين تتمنى أن تنتهك الصمت فمن الصعب أن يتوقف الإعلامي عن الرصد والتحليل، بل تضطر أن تلتزم به احتراماً للقانون وإرادة الناخب.

فلسفة الصمت الانتخابي المفروض على وسائل العلام ينطلق من وقف كل عوامل التأثير علي اتجاهات الناخب وإعطائه الفرصة لمدة ٤٨ ساعة ليحسم اختياره بعيداً عن أية محاولات جذب دعائية. إذن جوهر الصمت الانتخابي هو وقف الدعاية وليس وقف الحديث عن العملية الانتخابية وبقية أطرافها الإدارية و التنسيقية والأمنية والرقابية.. الخ. وهنا تكمن المشكلة، إذ أن خبرة مركز القاهرة في مراقبة الإعلام أثناء الانتخابات تؤكد أن وسائل الإعلام ليست في حاجة إلى صمت انتخابي وإنما إلى صمت دعائي، وبناءً على ذلك تتم عملية التقييم، فالمطلوب هو وقف نشر أو إذاعة أي مواد تؤثر علي توجه الناخب، سواء ذكر اسم المرشح صراحة فيها أو لم يذكر، فالعبرة ليست بتجهيل المرشح كما صنعت بعض وسائل الإعلام، فمثلاً تحقيق ينال من تيار معين ينتمي له مرشح في السباق الرئاسي يعتبر خرق للصمت الانتخابي وان لم يتضمن ذكر لاسم هذا المرشح، وبينما علي الجانب الآخر لا تعتبر الإشارة إلى استعدادات التأمين في محافظة معينة (ينتمي لها مرشح) وحتى لو ذكر فيها اسم المرشح خرقاً للصمت الانتخابي.

تعريف الصمت الانتخابي ليس المشكلة الوحيدة في هذا الصدد، وإنما مداه الزمني. فوفقاً لمواد القانون تحظر المواد الدعائية المتعلقة بالمرشحين خلال يومي الاقتراع واليومين السابقين لهما، بما يعني أن يومي الاقتراع ينسحب عليهم الصمت الانتخابي، ومن ثم ماذا تصنع وسائل الإعلام في تغطية يوم الاقتراع الأول مثلاً، فهل إذا ذكرت اسم مرشح، أو أنصاره أو مندوبيه أو وضعت صورته (وهذا سيحدث بالطبع) سيعتبر هذا خرقاً للصمت الانتخابي، وماذا لو ارتكبت هذا المرشح مخالفة دعائية فهل نقل الوسيلة الإعلامية لهذه المخالفة ينطوي علي دعاية سلبية للمرشح تؤثر علي توجهات الناخبين؟ والسؤال هو كيف تلتزم وسائل الإعلام بالصمت الانتخابي يومي الاقتراع، وكيف تضمن ألا تنسحب تغطيتها علي توجيه لإرادة الناخبين في اليوم الثاني للاقتراع؟ تلك الإشكالية ربما لا تحتاج لقانون قدر ما تحتاج لميثاق شرف إعلامي يضبط العمل الإعلامي، ويكون واضع عليه علي وعي كاف وفهم كامل بطبيعة الدور الإعلامي عامة وخلال يومي الاقتراع بشكل خاص، ويضعوا بشكل واضح ضوابط للتغطية الانتخابية بشكل لا يؤثر علي توجهات الناخبين ولا يحرم الإعلام من القيام بدوره كراصد (لا كمحلل) لعملية الاقتراع.

<sup>1</sup> تبدأ الحملة الانتخابية للمرشحين اعتباراً من فتح باب الترشيح وحتى قبل يومين من الاقتراع وفي جولة الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان النتائج وحتى الساعة الثانية عشرة ظهر اليوم السابق على الاقتراع وتحظر الدعاية في غير هذه المواعيد.

أخيراً وقبل تقييم أداء وسائل الإعلام خلال يومي الاقتراع ويومي الصمت الانتخابي تجدر الإشارة إلى أنه رغم تكرار التحذيرات من خرق الصمت الانتخابي سواء من قبل المرشحين أو وسائل الإعلام، إلا أنه لا يوجد من الناحية القانونية أية عقوبة علي خرق الصمت الانتخابي سواء من جانب المرشحين أو من جانب وسائل الإعلام إذ أن قانون الانتخابات الرئاسية وتعديلاته لم ينص علي أية عقوبة في حالة التعدي علي المادة ٢٠، بينما اقتصرت العقوبة علي حالات التعدي علي ما جاء بالمادة ٢١ الخاصة بضوابط الدعاية أثناء فترة الدعاية الرسمية، ومواد أخرى متعلقة بسقف الإنفاق الدعائي مثل المادة ٢٥ و٢٦ و٢٧. ووفقاً للقانون يقتصر دور اللجنة العليا في هذا الصدد علي تحريك البلاغات ضد المخالفين سواء مرشحين أو وسائل الإعلام والنيابة تحقق في الاتهامات بينما لا توجد عقوبة منصوص عليها في القانون<sup>٢</sup>.

ناهيك عن أن لجنة تقييم الأداء الإعلامي المنبثقة عن اللجنة العليا لا تملك هي الأخرى أية سلطات "ولا حتى تحريك البلاغات" ضد أي وسيلة إعلامية، فمن شأنها رفع التقارير فقط إلى اللجنة العليا التي تقوم بتقديم بلاغ ضد الوسيلة الإعلامية - إن رأت ضرورة لذلك - الأمر الذي لم يحدث في الانتخابات البرلمانية رغم رصد مخالفات عديدة، وأيضاً لم يحدث في انتخابات الرئاسة - حتى الآن - رغم وقوع عدة انتهاكات إعلامية رصدتها لجنة التقييم الإعلامي.

## أولاً: تقييم أداء وسائل الإعلام خلال يومي الصمت الانتخابي ٢١ و ٢٢ مايو

### ١. الإعلام المقروء الأكثر خرقاً للصمت الانتخابي

حاول الإعلام المرئي قدر الإمكان أن يبدو ملتزماً بالصمت الانتخابي سواء بمعناه الحرفي أو الدعائي، فقد تجنب مقدمي البرامج مجرد ذكر أسماء المرشحين وتعمدوا "تجهيلهم" في أحاديثهم مع الضيوف والمراسلين، ولكن بعض الضيوف تخطى الصمت الانتخابي وتطرق للمرشحين رغم أن الحوارات لم تكن حول السباق الرئاسي (برنامج من القاهرة / قناة النيل للأخبار ٢١ مايو في لقاء مع عماد الدين حسين). وبشكل عام انسحب الحديث عن الإعلان الدستوري المكمل، وصلاحيات الرئيس (لجأت لهما معظم وسائل الإعلام خلال أيام الصمت) علي بعض النقد لحزب الحرية والعدالة، الأمر الذي قد ينسحب بشكل غير مباشر علي مرشحهم الرئاسي.

كانت الصحف المقروءة الأكثر تخبطاً في هذا الشأن، حيث حاول بعضها توخي الحذر دون أن يوقف النشر بشكل قاطع (صحيفة المصري اليوم - صحيفة الأهرام)، بينما فضل البعض إعلان الصمت التام عن كل ما يتعلق بسباق الرئاسة امتثالاً للقانون (صحيفة الشروق) في حين ضرب البعض الآخر بقضية الصمت برمتها عرض الحائط (صحيفة الجمهورية).

ولعل المأزق الحقيقي أمام الصحف المقروءة كان في اليوم الأول من الصمت، حيث أن من شأنها تغطية جولات الوداع المكوكية للمرشحين ليلة الصمت الانتخابي، والذي بدأ بعد ساعات من طرح الصحف في الأسواق، وهو ما قامت به صحيفة المصري اليوم والتي تتبعت جولات المرشحين ونشرت تفصيلها في اليوم الأول من الصمت، بينما بدت في اليوم

<sup>2</sup> [http://www.elections.eg/index.php/pdf?file=images/Laws/preselections2005-174\\_e2012.pdf](http://www.elections.eg/index.php/pdf?file=images/Laws/preselections2005-174_e2012.pdf)

التالي مقلة نوعاً ما في الإشارة إلى مرشحين بعينهم وأكثر تركيزاً علي الجوانب التنسيقية للجان والأطراف المشاركة في العملية.

**صحيفة الجمهورية** خرقت الصمت الانتخابي بإعلان مدفوع الأجر علي صفحة كاملة في اليوم الأول للصمت الانتخابي للمرشح احمد شفيق، وتجدر الإشارة هنا أن المسؤولية تقع علي الصحيفة وليس كما يدعي البعض علي المعلن، معتبرين أن الإعلان خارج مسؤولية الجريدة، حيث أن الجريدة من حقها رفض نشر الإعلان إذا أرادت تجنب المسائلة.

## ٢. الاهتمام بالناخب وسلامة عملية التصويت

مع بدء الصمت الانتخابي وعمليات الاقتراع تراجع المرشح ليتصدر الناخب قائمة اهتمامات وسائل الإعلام، بتكثيف تليفزيوني لحمات التوعية والحث علي المشاركة، وابتكار فنون تحريرية توعوية للناخب في الصحف المقروءة، ويحسب للإعلام المقروء في هذا الصدد تفوق ملحوظ في ابتكار مواد تثقيفية مثل دليل الناخب والقاضي والإعلامي ومدوبي المرشح الذي أعدته **صحيفة الشروق في عدد (٢٣ مايو)** وكذا دليل الناخب من باب اللجنة حتى صندوق الاقتراع (**صحيفة المصري اليوم ٢٣ مايو**)، وخريطة التصويت وحالات التزوير (**صحيفة المصري اليوم**) ، البيان الإحصائي للناخبين (**صحيفة الأهرام**).

## ٣. دعاية سلبية غير مباشرة

حاولت بعض وسائل الإعلام التحايل علي الصمت الانتخابي بتجنب التطرق المباشر للمرشحين، وأعدت لقاءات وتحقيقات حول التيارات السياسية التي ينتمون لها، فعلي سبيل المثال أعدت **صحيفة المصري اليوم** يوم الأربعاء ٢٣ مايو تحقيقاً بعنوان "خريطة أصوات التيارات الإسلامية" في محاولة لقراءة كمية هذه الأصوات وانتماءاتها التصويتية، وآليات التأثير عليه. كذلك أجرت **صحيفة الشروق** تحقيقاً بعنوان "هنا ولد الرئيس" تناولت فيه توجهات الناخبين في مسقط رأس كل مرشح من مرشحي الرئاسة، ورغم عدم وجود مرشحين ينتمون لـ "كفر مصيلحة" -مسقط رأس الرئيس المخلوع- إلا أن الجريدة أجرت استطلاعاً مصغراً هناك علقت عليه بأن "بالرغم من أن أغلب أهالي كفر مصيلحة يقولون أن مبارك كان جاحد وخرب البلد ولم يعرف أهله يوم واحد فأن معظم أهلها قرر انتخاب آخر رئيس وزراء في عهده" ووضعت الجريدة صورة شفيق في هذا الجزء رغم وجود استطلاع آخر في مسقط رأس شفيق ولكن وضع بدون صورته علي عكس باقي المرشحين.

## ٤. الاهتمام بالدور الأمني

جميع وسائل الإعلام احتفت بالدور الأمني بالعملية الانتخابية -دون تشكيك أو نقد- سواء بالنسبة لتأمين الداخلية أو قوات الجيش، لاسيما وسائل الإعلام المملوكة للدولة. فقد ركزت **الفضائية المصرية** علي دور القوات المسلحة في تأمين الانتخابات وأعدت إذاعة تأكيدات المجلس علي نزاهة موقفه، وكذا المؤتمر الصحفي للواء محمد العصار. كذلك حرص برنامج مباشر من مصر يوم ٢٢ مايو علي عرض جملة اللواء العصار "الشعب سيختار رئيس ولا مجال للاعتراض". أيضاً **صحيفة الجمهورية** اختارت عنوان تغطيتها الانتخابية "الشعب يختار والجيش يحمي" في تأكيد علي دور المجلس الأعلى للقوات المسلحة في التأمين سواء من خلال العناوين أو الصور.

ركزت وسائل الإعلام الخاص علي دور الداخلية ولقاءات وزيرها وخطته التأمينية للانتخابات وتأكيداته بعدم التدخل في سير العملية الانتخابية. ويذكر أن صحيفة المصري اليوم كانت الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي نشرت خبراً بعنوان "الحرية والعدالة والنور يتهمان الداخلية بدعم شفيق" عدد ٢٢ مايو.

## ثانياً: تقييم الأداء الإعلامي أثناء يومي الاقتراع ٢٣ و ٢٤ مايو

### ١. دماء الشهداء مدخل للتغطية الانتخابية

اهتمت معظم وسائل الإعلام بالتركيز علي الجوانب الايجابية والمظاهر الحضارية في عملية الاقتراع فجاءت أغلب الصور الصحفية والتلفزيونية تمثل (طابور الحرية، مساعدة كبار السن، التأمين، تنوع الفئات المشاركة، فرحة المصريين بعملية التصويت.. الخ) وقد احتفت معظم وسائل الإعلام بشهداء الثورة في ذلك اليوم، فاعتبرت صحيفة الأهرام يوم الاقتراع هو يوم الشهيد وخصصت لهم صفحة في عدد الأربعاء ٢٣ مايو، كذلك جريدة المصري اليوم أجرت حوارات مع أهالي الشهداء للحث علي المشاركة الانتخابية في عدد الأربعاء ٢٣ مايو. أما صحيفة الشروق فقد أعدت صفحة (١٢) بعدد ٢٥ مايو بعنوان "من الناخبين إلي الشهداء.. شكراً علي المستقبل". كذلك اهتمت أغلب القنوات بالإشارة إلى أن دم الشهداء هو الذي مهد الطريق للحرية، فجاءت التغطية الإعلامية ككل ممتزجة بالامتنان للثورة وشهائها.

### ٢. استحضار الدين كمحرك للاقتراع

قبيل الاقتراع بأيام قليلة بدأت وسائل الإعلام استخدام الدين كمدخل جديد لتغطيتها المتعلقة بالانتخابات، فبعض القنوات خصصت حلقات تسأل لمن سيكون صوت الأقباط في الانتخابات (قناة دريم ٢ / برنامج بتوقيت القاهرة) ، وكان ذلك قبل الصمت الانتخابي بأيام، كذلك حرص برنامج الحقيقة علي القناة نفسها علي إعداد حلقات ذات بعد طائفي سواء علي مستوى الأسئلة أو الضيوف في محاولة لقراءة تخوفات الأقباط من وصول الإسلاميين للحكم، وانشقاق صفوف الإسلاميين (السلفيين والإخوان) حول مرشحي الرئاسة، وهو ما اتضح في حلقتي البرنامج يومي (٢٤ و ٢٥ مايو). كذلك استضافت قناة النيل للأخبار في برنامجها من القاهرة (٢١ مايو) المفكر القبطي كمال زاهر وأدارت حوار حول دور الأقباط في اختيار الرئيس القادم ومعايير اختيارهم.

### ٣. غياب العدالة بين المرشحين

استمرت وسائل الإعلام علي منوالها في التعامل مع خمسة مرشحين رئيسيين في السابق الرئاسي علي نحو تفضيلي ملحوظ سواء في المساحة أو المحتوى، فقبيل الاقتراع بذلت وسائل الإعلام جهد في استعراض أبرز ما جاء في برامج المرشحين وسيرهم الذاتية وأماكن نشأتهم وغيرها من المعلومات العامة التي أعدت لها الصحف ملفات نُشر أغلبها صبيحة اليوم الأول للاقتراع. ولكن إذا تأملنا تلك الملفات أو البرامج سنجد على سبيل المثال تغطية صحيفة الشروق لغرف عمليات المرشحين اقتصر علي (أبو الفتوح، محمد مرسي، عمرو موسى، حمدين صباحي وأحمد شفيق) بينما جاءت في أخبار صغيرة جداً وبدون صور (خالد علي ومحمد سليم العوا) وتم تجاهل باقي المرشحين. وفي ملف "هنا ولد الرئيس" بالصحيفة نفسها اقتصر الأمر علي (عمر موسى، محمد مرسي، أحمد شفيق، حمدين صباحي).

كذا ملف صحيفة الأهرام المنشور في ٢٣ مايو بعنوان "كرسي الرئاسة ينتظر" استعرض الاستعدادات الأخيرة لكل من (عمرو موسى، أبو الفتوح، شفيق، مرسي، حمدين صباحي، محمد سليم العوا ، خالد علي وحسام خير الله) بينما وضعت الصحيفة بروفيل صغير جدًا لكل من (أبو العز الحريري، وهشام البسطويسى، حسام الدين محمود).

كذلك لقاءات قناة الحياة قبل ساعات من بدء الصمت الانتخابي اقتصر على عدد محدود من المرشحين، ورغم إعلام القناة اعتذار البعض إلا أن إجمالي عدد المرشحين اللذين دعيتهم القناة للحضور لم يتجاوز أربعة أو خمسة مرشحين. ولكن تجدر الإشارة إلى أن صحيفة المصري اليوم أعدت ملفاً في عدد ٢٣ مايو بعنوان "اختر رئيسك من سيرته" وتناولت فيه بمساحات مقاربة السيرة الذاتية لـ ١٢ مرشحاً.

ورغم حرص كل وسائل الإعلام علي تتبع مرشحي الرئاسة أثناء الإدلاء بأصواتهم في لجان الاقتراع إلا أنه حتى في ذلك تجاهلت وسائل الإعلام عدد من المرشحين وركزت علي المرشحين أنفسهم الذين تتبعتهم من البداية (الأهرام ٢٤ مايو، قناتي CBC والحياة ٢٣ مايو).

## ٦- محاولات توجيه الناخبين بعد اليوم الأول من الاقتراع.

تكمن مشكلة الاقتراع الموزع علي يومين في خطورة تأثير التغطية الإعلامية لليوم الانتخابي الأول علي توجهات الناخبين في اليوم التالي، لذا فمن أبرز انتهاكات الإعلام كانت محاولته توجيه الناخبين بعد اليوم الأول وبشكل غير مباشر من خلال مجموعة من الوسائل يمكن عرضها علي النحو التالي:

- ضعف أداء المرسلين الذين كثيراً ما قدموا توقعاتهم بشأن نتائج اليوم الأول، وذلك من خلال أسئلتهم للناخبين بما يعد خرقاً صارخاً لقواعد التغطية المهنية حيث أن واجب المراسل هو متابعة سير العملية الانتخابية ضماناً لحقوق الناخب (عين الناخب) لا أن يتحرى توجهاته ويؤثر من خلالها علي مشاهد لم يدل برأيه بعد.
- قدمت بعض القنوات في نهاية اليوم تنبؤات عن نتيجة اقتراع اليوم الأول استناداً لتصريحات مندوبي المرشحين وأعضاء حملاتهم الانتخابية بما ينطوي علي مشكلة مهنية صارخة، فقد استخدمت حملات المرشحين هؤلاء الإعلاميين في الحشد لمرشحهم في اليوم التالي من خلال بيانات مغلوطة جاءت معظمها متضاربة.
- استخدمت بعض وسائل الإعلام (لاسيما المرئية) نمط من الدعاية السلبية غير المباشرة لبعض المرشحين، من خلال استضافة بعض الضيوف المعروفين بتوجهاتهم السياسية وبعضهم أعلن موقفه من مرشحي الرئاسة في استوديوهات التحليل نهاية اليوم الأول، وقد جاءت أغلب الدعاية السلبية بشكل واضح ضد مرشح حزب الحرية والعدالة والمرشح احمد شفيق. كذلك لجأ بعض الإعلاميين إلى نمط الأسئلة الإيحائية غير المستندة لوقائع في الدعاية السلبية، فقد سأل وائل الإبراشي في برنامج الحقيقة علي قناة دريم ٢ ضيفه -الإسلامي التوجه- "البعض يفسر ضعف الإقبال علي لجان الاقتراع الرئاسية إلى فقدان ثقة الناخبين في تيار الإخوان الذين أعطوهم الثقة في الانتخابات البرلمانية"، رغم عدم وجود مؤشرات تؤكد انخفاض معدلات الإقبال ولم يكن هناك ثمة ربط بين معدل الإقبال والثقة في الإخوان.

• ركزت أغلب الصحف في تغطيتها لليوم الأول للاقتراع علي أخطاء وانتهاكات حملة المرشح محمد مرسي أولاً، يليها حملة المرشح أحمد شفيق، وأبرزت الصحف تلك الانتهاكات في العناوين رغم رصدها لانتهاكات مرشحين آخرين في متن الخبر لم تتطرق لهم في العنوان. بينما تكاد تتجنب الصحف الإشارة إلى أية ممارسات لحملة المرشح حمدين صباحي. فعلي سبيل المثال ركزت صحيفة الشروق عدد ٢٤ مايو علي فئة بسيطة من المرشحين بمنطقة نائية ووضعت عنوان لخبر عنهم "ما نعرفش مين ده بس انتخبنا الميزان"، وكذلك في صفحة ٨ "مشادات وتوزيع مثجات دعاية لمرسي"، وفي خبر آخر "زجاجة مياة مثلجة وجريدة الجماعة لانتخاب مرسي" وذلك رغم وجود مخالفات لمرشحين آخرين في الخبر لم يتم ذكرهم في العنوان. أيضاً صحيفة الشروق أعدت -وبمساحة ضخمة- تغطية لليوم الانتخاب الأول في الإسكندرية وبصورة ضخمة لمنتقبات ومحجبات بعنوان "الإخوان يخترقون الصمت الانتخابي في الإسكندرية". أما صحيفة الأهرام فأعدت تغطية لليوم الانتخابي الأول في الإسكندرية أيضا بعنوان "تنسيق بين مرشحي التيار الإسلامي وأسماء متوفيين بلجان المنتزه"، وقد سبقت هذا العنوان الضخم المساحة بعنوان تمهيدي أصغر "اتهامات بين القوي الثورية والإخوان بالإسكندرية"، رغم تناول التحقيق لقضايا أخرى ربما أكثر أهمية.

• صحيفة المصري اليوم هي الصحيفة الوحيدة التي ركزت علي مقاطعي الانتخابات وبحثت أسباب رفضهم المشاركة في العملية الانتخابية، وأعدت تحقيقاً يتناول آرائهم، كما تطرقت لهم صحيفة الجمهورية في نطاق محدود جداً، إلا أننا نرى أن نشر التحقيق قبل اليوم الثاني للاقتراع ربما يؤثر علي بعض الناخبين ويشجعهم علي عدم الانتخاب بما يخالف حملة الجريدة نفسها للحث علي المشاركة، فربما كان الأفضل تأجيل نشر التحقيق ليوم واحد.

ومع نهاية اليوم الثاني للاقتراع وقبيل عمليات الفرز، عكفت وسائل الإعلام علي محاولة استبيان توجهات الناخبين، وإطلاق التكهنات -لاسيما في الساعات الأخيرة قبل غلق باب الاقتراع- بتفوق أحد المرشحين في مفاجأة في اليوم الثاني ولعل ذلك كان أخر حيل الإعلام للدفع بمرشح معين في السباق الأخير.

وبشكل عام تجدر الإشارة إلى أننا لسنا في حاجة إلى عقوبة علي خرق الصمت الانتخابي ولا إلى مادة قانونية لا تعي آلية العمل الإعلامي، وإنما تحتاج وسائل الإعلام للفصل بشكل واضح بين دورها الخبري ودورها الدعائي تجنباً لوقوعها في سقطات مهنية مقصودة وغير مقصودة تؤثر علي توجهات الناخبين وأفكارهم، فمع اعترافنا بحدائث التجربة ونقص الخبرة، والتفوق النسبي للتغطية الإعلامية في الانتخابات الرئاسية عن البرلمانية، واستمرار محاولات وسائل الإعلام المملوكة للدولة توخي الحياد أكثر من القنوات الخاصة التي بدا مذبوحها أكثر خطأً بين توجهاتهم السياسية وواجبهم الإعلامي، يبقى أن نعي أن كل المؤشرات والتنبؤات والاستطلاعات والتكهنات التي يطلقها الإعلام قبيل الاقتراع أو بعد الساعات الأولى منه إنما هي نمط صارخ للدعاية يحتاج لوقفة إعلامية مع المرسلين و المندوبين الصحفيين للفصل بين الدور الخبري والدور الدعائي.