التغطية الصحفية للحملة الانتخابية في العراق في ملحق " الصباح الانتخابي "
للمدة ٢٠٠٥/١١/٣٠ – ٢٠٠٥/١٢/١١ م[+]

THE PRESS COVERAGE OF THE ELECTION COMPAIGN IN IRAQ IN "AL-SABAAH ELECTORAL" SUPPLEMENT FOR 30/11/2005 -11/12/2005

بلسم محمود شاكر عبد الحسين الملا خلف[*]

المستخلص:

ان التغطية الصحفية الموثوق بها في الحملات الانتخابية تمنح الصحافة مكانة مرموقة في العديد من دول العالم . اذ تمثل الانتخابات تحديا" حقيقيا" لكافة وسائل الاعلام ، يتمثل الدور الذي تضطلع به وسائل الاعلام في اطلاع الناخبين على خياراتهم الانتخابية ومهمة مراقبة الانتخابات فيما اذا كانت حرة ونزيهة ، كذلك اطلاع الناخبين على السياسات المتبعة من قبل كافة الاحزاب والائتلافات السياسية .

تناول البحث التغطية الصحفية للحملات الانتخابية والائتلافات المنافسة في انتخابات مجلس النواب التي جرت من ٢٠٠٥/١٢/١٥ ، والتي قامت بها صحيفة الصباح الصادرة عن شبكة الاعلام العراقي من خلال ملحقها "الصباح الانتخابي" حددت وحدات البحث بالفنون الصحفية السائدة في الملحق . اما فئات البحث فتتناول موضوعات تعنى بنشاطات المفوضية العليا للانتخابات ، المنافسة والصراع بين الاحزاب المنافسة ،أشاعة الوعي الانتخابي والدعاية الانتخابية .

من خلال تقديم دراسة ميدانية عن ماهية التغطية الصحفية للحملة الانتخابية في العراق ، يهدف البحث الى تقديم تصورات علمية دقيقة عن نوع الموضوعات التي اهتمت بها الصحافة العراقية خلال تغطيتها للحملة الانتخابية.

Abstract:

Well-trusted press coverage of election campaigns put press at advanced place in many countries around the world. Elections represent a real challenge for all media and its role in expressing the election choices for the voters, supervising the electoral process to check if the election is free and fair and explaining to voters the different policies adopted by all political parties and coalitions.

The research is about the press coverage of the electoral campaigns of the competing parties and coalitions in the election for the Iraqi National Assembly held in 15/12/2005, which conducted by the Sabaah newspaper (published by the Iraqi Media Network) in its "AL- Sabaah Electoral " supplement.

The research units are specified by the journalistic arts which are widely used in the supplement, and research categories include subjects deal with the

[+] تاريخ استلام البحث : ٢٠٠٦/٤/١٢ ، تاريخ قبول النشر : ٢٠٠٧/١/١٧

[*] مدرس مساعد/الطبي التقني المنصور.

activities of the Iraqi High Commission for Election, competition between the competing parties, raising election awareness and election propaganda.

By submitting a field study about the press coverage of the election campaign in Iraq, the research aims to submit a scientific and precise perspectives about the kind of subjects that Iraqi press took interest in during its coverage of the election campaign.

المقدمة :

في الوقت الذي تمثل فيه الانتخابات لحظة حرجة في حياة الشعوب ، حيث تكون العلاقة بين رجال الاعلام والحكومة ومؤسسات المجتمع المدني ، قد وصلت الى نقطة حادة ، تتضمن الكثير من النزاعات والخلافات ، فانها " الانتخابات " تشكل في ذات الوقت تحديا كبيرا لوسائل الاعلام والية ممارسة مرورها . اذ يستوجب من العاملين في ميدان الصحافة معرفة قواعد وقوانين الانتخابات ، وان يعملوا على نقل الاخبار والمعلومات عن كل المرشحين وجميع الاحزاب والقضايا بموضوعية ونزاهة عاليتين ، بعبارة اخرى : –

ان على وسائل الاعلام ان تكون " صوت الناخبين "

والتغطية الصحفية الموثوق بها للحملة الانتخابية هي التي تمنح الصحافة مكانتها المرموقة في قوانين وتشريعات العديد من دول العالم . خاصة اذا ماعملت هذه التغطية على استجلاء المشكلات المطروحة واستكشاف الحلول الممكنة لها ، وطرح الاسئلة ، وتوفير الفرصة للمواطنين لممارسة حرية التعبير التي كفلتها المادة " ١٩ " من الاعلان العالمي لحقوق الانسان ، وكذلك فتح المجال للمسائلة سعيا الى توطيد سيادة القانون وبناء دولة المؤسسات .

الاطار المنهجي

اهمية البحث :

تتأنى اهمية البحث من الادوار العديدة والمهمة التي تضطلع بها وسائل الاعلام اثناء الحملات الانتخابية ، اذ يتجلى الدور الاول في السماح للناخبين بالاطلاع وبشكل جيد على خياراتهم الانتخابية ، في حين يتمثل الدور الثاني في مراقبة الانتخابات فيما اذا كانت حرة ونزيهة . ويتضح الدور الثالث في نقل الاخبار والتقارير بشأن السياسات التي تتبعها الاحزاب والائتلافات والكيانات السياسية المرشحة للفوز باصوات الناخبين .

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في عدم وجود تصورات علمية دقيقة عن نوع الموضوعات التي اهتمت بها الصحافة العراقية من خلال فنونها الصحفية في اثناء الحملة الانتخابية في العراق .

اهداف البحث :

يهدف البحث الى تقديم تصورات علمية دقيقة عن نوع الموضوعات التي اهتمت بها الصحافة العراقية من خلال فنونها الصحفية في اثناء تغطيتها للحملة الخاصة بالانتخابات التشريعية التي جرت في العراق في٢٠٠٥/١٢/١٥م .

حدود البحث وعينته:

اصدرت صحيفة الصباح الصادرة عن شبكة الاعلام العراقي ملحقا يوميا" يعنى بتغطية ومتابعة الحملات الانتخابية للاحزاب والائتلافات المتنافسة في انتخابات مجلس النواب العراقي التي جرت في ٢٠٠٥/١٢/١٥م ، وحمل الملحق اسم " الصباح الانتخابي " وحدود هذا البحث في الجانب الزماني يبدأ من العدد الصادر بتاريخ ٢٠٠٥/١١/٣٠ حتى العدد الصادر بتاريخ ٢٠٠٥/١٢/١١ ، أي ما مجموعه عشرة اعداد من ملحق " الصباح الانتخابي " ولم تتمكن الباحثة من اعتماد اعداد الملحق الصادرة في الايام الثلاث الاخيرة قبل اجراء الانتخابات وذلك لان الصحيفة نفسها لم تصدر خلال الايام المذكورة .

اما حدود البحث في الجانبين المكاني والموضوعي فتتمثل في الحصر الشامل لجميع مانشر على صفحات ملحق " الصباح الانتخابي " من اخبار ومقابلات وتحقيقات وتقارير ومقالات افتتاحية واعمدة .

منهج البحث ونوعه :

بغية التقصي عن مضامين الفنون الصحفية وتاشيرها في فئات ، في محاولة لتحديد نوع الموضوعات التي اهتمت بها الصحافة العراقية من خلال دراسة ملحق " الصباح الانتخابي " اعتمد البحث المنهج المسحي . اما نوع البحث فيندرج ضمن البحوث الوصفية .

وحدات التحليل وفئاته:

ان انسب وحدات تحليل تتلائم مع طبيعة موضوع البحث هي وحدات مفردات النشر او الاذاعة او الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية . وعليه حددت وحدات التحليل بالفنون الصحفية السائدة في ملحق " الصباح الانتخابي " .

اما فئات التحليل فقد حددت استنادا الى فئة الموضوع والتي تستهدف الاجابة عن السؤال : اعلام يدور محتوى الفن الصحفي ، وبذلك تم تقسيم الموضوعات الى موضوعات تعنى بالنشاطات والاجراءات التي تقوم بها المفوضية العليا للانتخابات في العراق ، واخرى تعنى بالتجاوزات التي حصلت اثناء الحملة الانتخابية ، وموضوعات تتناول المنافسة والصراع بين الاحزاب المتنافسة ، وموضوعات تتمحور حول اشاعة الوعي الانتخابي لدى الناخبين . واخيرا الموضوعات التي تمثل دعاية انتخابية للكيانات السياسية المتنافسة في الانتخابات .

وعملت الباحثة على اتباع الخطوات الاتية في التحليل :

١- الاطلاع على اعداد الملحق محل الدراسة خلال مدة البحث بشكل دقيق لغرض تاشير اهم السمات الرئيسية له.

٢- ترتيب الفئات في جداول كل جدول يختص بفن صحفي من الفنون السائدة في الملحق محل الدراسة ، على وفق تكراراتها تنازليا .

٣- استخراج النسب المئوية لكل فئة استنادا الى المجموع الكلي للفئات .

٤- تفسير النتائج بعد جمع التكرارات وعدها وتحليلها على وفق اهداف البحث .

التعريفات الاجرائية:

يعتمد البحث التعريفات الاجرائية لفئات التحليل كما هو موضح ادناه :

١- وعي انتخابي:

نعني بها الموضوعات التي تنشر في الملحق وتتمحور حول نشر واشاعة الوعي بالعملية الانتخابية نفسها .

٢- تجاوزات:

ونقصد بها الموضوعات التي تتناول حالات التجاوز التي ترتكب من قبل المفوضية العليا للانتخابات او مكاتبها ، او التجاوزات التي ترتكبها الكيانات السياسية اثناء حملاتها الانتخابية .

٣- دعاية انتخابية

وهي الموضوعات التي تمثل اعلانات سياسية او دعاية انتخابية لحزب او ائتلاف او شخصية متنافسة في الانتخابات .

٤- نشاط المفوضية

ونعني بها جميع الموضوعات التي تغطي نشاطات واجراءات المفوضية العليا للانتخابات في سياق تحضيراتها الاجراء واتمام العملية الانتخابية .

٥- منافسة انتخابية

وهي الموضوعات التي تتناول المنافسة وحالات الصراع والاتهام بين الاحزاب المتنافسة ومحاولة كل منها النيل من الخصوم .

الاطار النظـــري

التغطية الصحفية :

تمثل التغطية الصحفية تجسيدا لمفاهيم العمل الاعلامي والاداء المهني الذي يحكم العمل في هذه المؤسسة الصحفية او تلك وعادة ماتبدأ بتغطية موسعة للموضوع محل التغطية عن طريق شبكة من المراسلين والمحررين الذين يتميزون بالخلفية المعلوماتية الواسعة لما يقدمونه من مواد صحفية .

كما تعمد الصحف الى اعطاء الاولوية في الاجنحة المحددة في التغطية على مدار عدة ايام متتالية حتى اكتمال عناصرها وتناول جوانب عديدة تجعل من القضية محور اهتمام المجتمع. ويسعان في ذلك بالامكانات البشرية والتكنولوجية الحديثة.

عناصر التغطية الصحفية:

تشتمل التغطية الصحفية للاحداث وتطوراتها ، بعض العناصر العامة التي تساعد على فهم ابعاد الحدث وتوعية الرأي العام بكيفية التعاطي معها ، ومن هذه العناصر[1]:

١- الشمول والعمق في نقل الاحداث على نمو يساعد على فهم ابعاد الظواهر والاحداث وتطوراتها واثارها المختلفة .

٢- الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات عن الاحداث وتطوراتها .

٣- الاستعانة بالمادة الوثائقية من بيانات ومراجع وقوانين بما يفسر حيثيات الحدث محل التناول ويوضح ملابساته.

٤- البعد عن مبدأ حجب المعلومات او اخفائها بحيث تكون وسائل الاعلام ، ومنها الصحافة ، هي الرابطة بين صانعي القرار في البلد الذي تجري فيه التغطية الصحفية والمسؤولين عن التعامل معها وبين الرأي العام .

٥- السعي الى الوصول الى مواقع الاحداث ، واجراء الحوارات مع الشخصيات المعنية بالاحداث ، وكذلك الخبراء والسياسين والمفكرين ، لربط المعلومات بعضها ببعض ومساعدة الري العام على تكوين الرأي ازاء موضوع التغطية .

مراحل التغطية الصحفية :

للتغطية الصحفية ثلاث مراحل متتابعة ، لابد منها كي تتحقق الاهداف المرسومة لها : وهي[2] :

المرحلة الاولى : تتسم التغطية الصحفية في هذه المرحلة بالكثافة والتدفق الحر للمعلومات والاخبار والتقارير عن الموضوع محل التغطية ، اذ تؤدي الصحف دورا رئيسيا في تحقيق مبدأ الديمقراطية في الحصول على المعلومات والابناء ، كما يصبح الحديث في هذه المرحلة عن أي قيود على التناول الاعلامي لموضوع التغطية غير مقبول .

المرحلة الثانية : تتسم هذه المرحلة بوضوح الاساليب والاطراف الفاعلة في الموضوع محل التغطية ، وتخضع وسائل الاعلام ، ومنها الصحف – في هذه المرحلة لنوع من السيطرة لتوجيه التغطية في اتجاه مصلحة الطرف الاكثر نفوذا في موضوع التغطية ، او باخفاء حقائق لاتخدمه .

المرحلة الثالثة : تعمل وسائل الاعلام في هذه المرحلة على ممارسة دورها السياسي والاجتماعي ، وذلك بكشف بعض الحقائق عن العلاقات والاسباب التي ادت الى وقوعها ببعض الاخطاء ، اذ يتم الاعتراف بها في اطار محاولة وسائل الاعلام تدعيم قواعد النظام الديمقراطي ، حيث مسؤولية مواجهة النفس او اخطاء ممارسة المهنة تعبيرا عن الالتزام باهداف ومبادئ النظام الديمقراطي .

وهنا تأتي اهمية الدور التي تضطلع به وسائل الاعلام عند قيامها بالتغطية الصحفية لحدث ما ، وذلك بايجاد المناخ والوعي والقناعة اللازمة لجعل الجماهير والقوى الشعبية الفاعلة داخلها في ان تكون متغيرا حاكما" ومؤثرا في تحديد الكيفية التي سيؤول اليها الموضوع محل التغطية .

الحملة الانتخابية :

تعرف الحملة الانتخابية بانها الاطار الدعائي الشامل المخطط والمركب الذي يتكون من سلسلة متصلة ومتناسقة من وسائل واساليب الاتصال الانتخابية التي من شأنها :

١- استمالة اكبر عدد من الناخبين .

٢- مقاومة الدعايات المنافسة للمرشحين الاخرين [3].

ويعرف بعضهم الحملة الانتخابية بانها : مجموعة الاعمال التي يقوم بها الحزب او المرشح لغرض اعطاء صورة حسنة للجمهور والناخبين عن سياسته واهدافه ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والامكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات[3].

سمات الحملة الانتخابية:

تتسم الحملة الانتخابية باربع سمات اساسية هي[4] :

١- البعد المكاني (الانتشار) : فالحملة يجب ان تغطي كافة انحاء الدائرة الانتخابية .

٢- البعد الزمني او المدة الزمنية (الاستمرارية) فالحملة تستمر طوال مدة الانتخابات .

٣- المعنيين (العمومية) : فالمفترض ان توجه الحملة الى جميع مواطني الدائرة الانتخابية.

٤- عملية التنفيذ : يجب ان تتصف بالمرونة لمواجهة الظروف المحتملة والطارئة في اثناء تنفيذ الحملة .

اهداف الحملة الانتخابية:

تسعى الحملة الانتخابية الى تحقيق الاهداف الاتية[4]:

١- تثبيت موقف المؤيدين وحمايتهم من تأثير وسائل الحملات المضادة .

٢- استمالة المحايدين .

٣- تغيير اتجاهات المعارضين وهز قناعاتهم .

اساليب الحملة الانتخابية:

يمكن تعريف اساليب الاتصال الانتخابية بانها :

طريقة تنفيذ خطوات الحملة الانتخابية وسبل افراغ مضمون الرسالة الدعائية بما يتلائم مع الاطار الدلالي للبيئة الانتخابية.

وتأخذ الحملة اشكالا مختلفة من الاساليب التي قد تكون اخلاقية وشرعية او غير شرعية على النحو الاتي :

اولاً : الاساليب غير المشروعة ، ونأخذ اشكالا عديدة منها :-

١- اسلوب الشائعات الانتخابية[5]:

ويشكل هذا الاسلوب مجالا خصبا لنقل الاخبار والمعلومات غير الصحيحية والتي تثير البلبلة لدى هيئة الناخبين .

٢- اسلوب دق الاسافين[6] :

ويعتمد هذا الاسلوب الانتخابي على استخدام وقائع او بيانات واحداث صحيحة للوقيعة بين المتنافسين (بين المرشح والحزب الذي ينتمي اليه) او بين الحزب المنافس والمواطنين او بين القيادات الحزبية واعضاء الحزب نفسه ... ويختلف هذا الاسلوب عن الشائعة في صدق الحادثة او الوقيعة التي يدق عليها او يطرقها .

٣- **اسلوب النيل من القيادات الحزبية .**

٤- **اسلوب اختطاف المرشح المنافس .**

٥- **اسلوب القسم واخذ العهود :** ومؤداه قيام المرشح باخذ عهد موثق بالقسم من قادة الرأي واتباعهم على الادلاء باصواتهم لصالحه .

٦- **تمزيق وتشويه اللافتات والملصقات الانتخابية .**

٧- **اسلوب شراء الاصوات :** حيث يستغل المرشح صعوبة الظروف الاقتصادية وانتشار البطالة والفقر .

٨- **اسلوب التشويش على الاجتماعات الانتخابية :** عن طريق استخدام مكبرات الصوت التي تبلغ تجمع المرشح المنافس .

ثانيا : اساليب الاتصال الانتخابية المشروعة ومنها[3]:

١- **اسلوب الحصار الضاغط :** وهذا الاسلوب يؤدي الى اتخاذ قرار ما يخدم الطرف الضاغط .

٢- **اسلوب المبالغة والتهويل .**

٣- **اسلوب العزف على الاوتار الحساسة .**

٤- **اسلوب الهدايا الانتخابية .**

٥- **اسلوب الانجازات البرلمانية .**

٦- **اسلوب البرامج الانتخابية .**

٧- **اسلوب استخدام الاشرطة التسجيلية الانتخابية .**

٨- **اسلوب الشعارات الانتخابية .**

٩- **اسلوب استخدام الرموز الانتخابية :** ويكثر في الدول التي ترتفع فيها نسبة الامية .

١٠-**اسلوب الاتصال عن طريق دور العبادة والجمعيات الدينية ، فمثلا ، خطبة الجمعة حيث يليتقي المصلون بخطيب الجمعة ويتلقون منه الوعظ الذي يحمل في ثناياه الترغيب والترهيب لزيادة حماسهم نحو قضية ما.**

١١-**المهرجانات الخطابية :** وتعد اشد تأثيرا في جمهور المتلقي الذين يحضرونها من وسائل الاعلام بمختلف انواعها .

١٢-**اسلوب استغلال ظاهرة العشائرية والقبلية والقرابة في كسب الانصار واستمالة الناخبين على قاعدة القريب اولى من الغريب.**

١٣-**اسلوب الاستغلال المهني في الدعاية الانتخابية ، كالاطباء مثلا (توزيع علاج وفحوص مجانا) .**

١٤-**المؤتمرات الحزبية والمناظرات العامة بين المرشحين .**

الدراسة الميدانية

بعد ان عرضنا في الصفحات السابقة الاطار المنهجي للبحث ، وملامح عن الابنية المعرفية النظرية لموضوعه ، سنحاول في الصفحات اللاحقة تقديم دراسة ميدانية متواضعة عن ماهية التغطية الصحفية للحملة الانتخابية في العراق ، من خلال دراسة في ملحق " الصباح الانتخابي " في محاولة لتسليط الضوء على نوع الموضوعات التي تناولها ، وعلى أي منها تركز الاهتمام .

أنطلاقا" من ان التغطية الصحفية للقضايا المختلفة التي يواجهها المجتمع هي وظائف واضحة تـدرج بحسب مجال القضايا موضوع التغطية في الفئة المناسبة لها . ومن هنا نستطيع القول ان تغطية موضـوعة الحملة الانتخابية تجد موضعها [7]في الدور السياسي لوسائل الاتصال الجماهيري عموما – والـصحافة – خصوصا ، في تغيير الصورة السياسية لحزب من الاحزاب ، او لسياسي ما ، او لنظام سياسي ...، اذ تسهم زيادة كمية الاعلام والدعاية السياسية المقدمة من خلال هذه الوسيلة في تحسين الـصورة ، او التـأثير فـي السلوك السياسي لاسيما في اوقات الحملات الانتخابية[8].

جدول رقم (١) : يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات الاخبار في ملحق " الصباح الانتخابي"

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
نشاط المفوضية	٩	٥٦,٢٥	١
منافسة انتخابية	٣	١٨,٧٥	٢
تجاوزات	٢	١٢,٥	٣
وعي انتخابي	٢	١٢,٥	٣
دعاية انتخابية	صفر	صفر	٤
المجموع	١٦	%١٠٠	

يبين الجدول رقم (١) ان الاخبار في ملحق الصباح الانتخابي ، قد اهتمت اولا بنشاط المفوضـية العليا للانتخابات بمافي ذلك عمل مكاتبها في محافظات العراق المختلفة اذ احتلت هذه الفئة المرتبـة الاولـى بنسبة بلغت (٥٦,٢٥%) . فيما جاءت الموضوعات التي تتناول حالات المنافسة الانتخابية بالمرتبـة الثانيـة بنسبة بلغت (١٨,٧٥%) ، وجاءت موضوعات التجاوزات بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٢,٥%) ، وكذلك بالنسبة للموضوعات الخاصة بنشر الوعي الانتخابي ، اما الدعاية الانتخابية للكيانات المتنافسة فقـد اتـت بالمرتبـة الرابعة والاخيرة بنسبة بلغت (صفر%) . وهذا يعني ان النسب الاكبر من الاخبار قد اعتمدها الملحق لتغطية نشاطات المفوضية وابراز فعالياتها ، في حين لم يستثمر هذا الفن الصحفي اطلاقا فـي الدعايـة الانتخابيـة للاحزاب ، وترجح الباحثة ذلك الى عدم ملائمة الخبر في الدعاية الانتخابية ، لاسيما وانه يشترط الموضوعية اكثر من أي فن صحفي اخر .

جدول رقم (٢): يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات المقابلات في ملحق " الصباح الانتخابي "

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
دعاية انتخابية	١٦	٥١,٦	١
منافسة انتخابية	١١	٣٥,٤	٢
نشاط المفوضية	٢	٦,٥	٣

وعي انتخابي	٢	٦,٥	٣
تجاوزات	صفر	صفر%	٤
المجموع	٣١	%١٠٠	

يبين الجدول رقم (٢) ان المقابلات ذات الطابع الدعائي قد جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة بلغت (٥١,٦%) ، فيما جاءت المقابلات التي تتناول حالات المنافسة الانتخابية بالمرتبة الثانية وبنسبة (٣٥,٤%) فيما احتلت المقابلات التي تعنى بنشاط المفوضية ، وبنشر الوعي الانتخابي بالعملية الانتخابية نفسها بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٦,٥%) لكل فئة ، في حين لم تحصل المقابلات التي تتناول التجاوزات على أي اهتمام من قبل ملحق الصحيفة ، فجاءت نسبتها (صفر%) .

وترجح الباحثة اسباب اعتماد الصحفيين على فن المقابلة في بث الدعاية الانتخابية للاحزاب والكيانات السياسية بسبب المساحة التي يوفرها هذا الفن للشخص " المقابل " لعرض وجهات نظره وطرح افكار حزبه والترويج لبرنامجه الانتخابي ، وهو نفس السبب الذي ادى الى اعتماد المقابلة في " المنافسة الانتخابية " اذ توفر (المقابلة) فرص توجيه النقد والاتهامات الى الخصوم والمنافسين . اما عن تراجع اهتمام المقابلة بحالات التجاوزات ، فتعزيه الباحثة الى عدم موافقة اية شخصية اجراء المقابلة معها بصفتها " متجاوزة " على القوانين او القواعد العامة للعملية الانتخابية .

جدول رقم (٣) : يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات التحقيقات في ملحق " الصباح الانتخابي "

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
تجاوزات	٤	٣٦,٣٦	١
منافسة انتخابية	٤	٣٦,٣٦	١
وعي انتخابي	٣	٢٧,٢٨	٢
دعاية انتخابية	صفر	صفر	٣
نشاط المفوضية	صفر	صفر	٣
المجموع	١١	%١٠٠	

يوضح الجدول رقم (٣) ان التحقيقات الصحفية في ملحق الصباح الانتخابي قد ركزت على حالة التجاوزات ، اذ جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى وبنسبة (٣٦,٣٦%) ، وهي نفس المرتبة ونفس النسبة التي حصلت عليها فئة المنافسة الانتخابية ، فيما احتلت التحقيقات التي تهدف الى اشاعة الوعي الانتخابي المرتبة الثانية وبنسبة (٢٧,٢٨%) في حين لم تحصل التحقيقات التي تتناول الدعاية للاحزاب او تلك التي تغطي نشاط المفوضية العليا للانتخابات على أي تكرار فاحتلت بذلك المرتبة الثالثة والاخيرة في سلم التوزيع الرتبي لنوع الموضوعات التي اهتمت بها التحقيقات في " الصباح الانتخابي " .

ويرجح سبب تفوق فئة التجاوزات في الموضوعات التي غطتها التحقيقات الى ان حالات التجاوز ذاتها لايمكن كشفها والوقوف على حيثياتها الا من خلال التحقيق والتقصي عن الاطراف التي ارتكبتها ، والاسباب الكامنة وراء هذه التجاوزات وذلك عبر ابراز وجهات النظر والمواقف المختلفة للاطراف المتنافسة ، والاجرءات المتخذة ازائها .

اما فيما يتعلق باعتماد (التحقيقات) في عمليات ومحاولات الصراع الدائر والاتهام بين الكيانات المرشحة ، فانه لم يكن مناسبا حسب ، بل كان توظيفه ناجحا ، لاسيما وان التحقيق يطرح المواقف المتباينة والحجج المضادة لبعضها ، جميعها في موضوع واحد الامر الذي يعني الموازنة في تبيان الرأي والرأي الاخر حتى داخل الموضوع الصحفي الواحد .اما عن قلة توظيف (التحقيقات) في الدعاية للعملية الانتخابية فان الباحثة تعده مؤشر ضعف في الصحيفة ، لاسيما وان التحقيق من الفنون الصحفية المهمة والرئيسية التي تعكس الى حد كبير حقيقة المواقف من القضية محل التغطية او التناول .

وقد يكون السبب وراء ذلك الضعف ، هو الانقسام وعدم الاتفاق بشأن موضوع " الانتخابات " سواء على مستوى الشارع العراقي او حتى القوى السياسية نفسها . وبالتالي عدم امكانية الصحيفة الاتيان بمواقف واراء تمثل جهات وتيارات مختلفة فيما بينها ، الا انها متفقة بشأن موضوعة " الانتخابات " وتوظيفها في التحقيقات الصحفية .

جدول رقم (٤) : يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات التقارير في ملحق " الصباح الانتخابي "

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
نشاط المفوضية	٩	٣٣,٣	١
دعاية انتخابية	٩	٣٣,٣	١
وعي انتخابي	٧	٢٥,٩	٢
منافسة انتخابية	٢	٧,٥	٣
تجاوزات	صفر	صفر	٤
المجموع	٢٧	%١٠٠	

يتضح من الجدول رقم (٤) ان التقارير التي اهتمت بنشاط المفوضية قد جاءت بالمرتبة الاولى ، وبنسبة (٣٣,٣%) ، كذلك التقارير التي قصدت الدعاية للكيانات الانتخابية ذاتها احتلت المرتبة نفسها وبنفس النسبة المئوية ، في حين جاءت التقارير التي تعنى ببث الوعي بالعملية الانتخابية بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٥,٩%) ، فيما احتلت التقارير التي اهتمت بحالات المنافسة بين الكيانات المرشحة بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٧,٥%) وجاءت التقارير التي غطت حالات التجاوز بالمرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة (صفر%) .

وترجح الباحثة سبب اعتماد التقارير في تغطية نشاطات المفوضية الى طبيعة المهام التي اضطلعت بها المفوضية ومكاتبها والتي لايمكن معالجتها صحفيا باعتماد الاخبار الموجزة او المقتضبة ، اذ تتطلب في اكثر الاحيان أيراد تفاصيل اخرى لاتتسع لها الاخبار كذلك الالمام بابعاد الموضوع ، ومحاولة جمع الحيثيات المرتبطة به .

اما عن توظيف التقرير في الدعاية للاحزاب السياسية ، فقد جاء في اغلبه عبارة عن تصريح – ليس بالموسع – لاحدى الشخصيات المتزعمة او الممثلة لحزب او ائتلاف ما . الامر الذي يعني " الاحتيال " على القواعد العلمية والمهنية لفن التقرير الصحفي ، وخروجه عن الشروط التي تميزه عن غيره من الفنون الصحفية ، وهذا ما يشكل عامل ضعف في الملاك الصحفي في الصحيفة . وعدم وضوح الرؤية العلمية للحدود الفاصلة بين فن صحفي واخر .

اما عن ضعف او انعدام اهتمام التقرير الصحفي بالمنافسة بين الاحزاب او تشخيص حالات التجاوز ، فترجعه الباحثة الى عدم ملائمة التقرير لتغطية موضوعات ذات تفاصيل متشعبة ودقيقة كالتجاوزات والمنافسة .

جدول رقم (٥) : يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات المقالات الافتتاحية في ملحق " الصباح الانتخابي "

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
وعي انتخابي	٩	٩٠	١
تجاوزات	١	١٠	٢
دعاية انتخابية	صفر	صفر	٣
نشاط المفوضية	صفر	صفر	٣
منافسة انتخابية	صفر	صفر	٣
المجموع	١٠	%١٠٠	

يتضح من الجدول رقم (٥) ان المقالات الافتتاحية قد اهتمت باشاعة الوعي الانتخابي وتشجيع المشاركة الشعبية في الانتخابات بالمرتبة الاولى وبنسبة بلغت (٩٠%) ، فيما جاءت المقالات التي شخصت حالات التجاوز بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (١٠%) ، في حين جاءت التقارير التي تعتنى بالدعاية الانتخابية ، ونشاط المفوضية ، والمنافسة الانتخابية بالمرتبة الثالثة والاخيرة وبنسبة (صفر%) .وترى الباحثة في تركيز المقالات الافتتاحية على بث الوعي الانتخابي امرا طبيعيا ، لاسيما وان الملحق هو لصحيفة شبه رسمية ، وممثلة في اغلب اتجاهاتها وموضوعاتها لسياسة الحكومة ، ومؤيدة في اكثر الاحيان لمواقفها ، ومعروف ان الحكومة هي الداعية الاولى والرئيسية لاجراء الانتخابات ، وبالتالي لابد وان يهتم المقال الافتتاحي بتنمية الوعي الانتخابي اكثر من أي شيء اخر .

اما ضعف وانعدام الاهتمام بالجوانب الاخرى من خلال المقال الافتتاحي فيأتي مؤشر قصور وعجز عن توظيف هذا الفن لتغطية موضوع مهم " كالتجاوزات " التي تحصل اثناء الحملة الانتخابية .

جدول رقم (٦) : يبين التوزيع الرتبي لنوع موضوعات الاعمدة في ملحق " الصباح الانتخابي "

نوع الموضوع	عدد التكرارات	%	المرتبة
وعي انتخابي	١٩	٦١,٣	١
منافسة انتخابية	٦	١٩,٤	٢
تجاوزات	٥	١٦,١	٣
دعاية انتخابية	١	٣,٢	٤
نشاط المفوضية	صفر	صفر	٥
المجموع	٣١	%١٠٠	

يتضح من الجدول رقم (٦) ان الاعمدة ذات الاهتمام باشاعة الوعي الانتخابي قد جاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة (٦١,٣%) . في حين جاءت الاعمدة ذات الاهتمام بتأجيج المنافسة الانتخابية بالمرتبة الثانية وبنسبة (١٩,٤%) ، اما الاعمدة التي غطت حالات التجاوز فقد جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٦,١%) ، فيما احتلت الاعمدة ذات الاهتمام بالدعاية الانتخابية بالمرتبة الرابعة وبنسبة (٣,٢%) . وجاءت الاعمدة التي عنيت بنشاط المفوضية العليا بالانتخابات بالمرتبة الخامسة وبنسبة (صفر%) .

وترى الباحثة ان تركيز ملحق الصحيفة من خلال الاعمدة الصحفية التي نشرها على اشاعة الـوعي الانتخابي ياتي لكون كتاب الاعمدة في الصحيفة يخضعون للتوجه العام لها وهو (تأييد اجـراء الانتخابـات وحث المواطنين على المشاركة الواسعة فيها) ، اما عن تراجع اعتماد العمود في تغطية نشاطات المفوضية فتعزيه الباحثة لعدم موائمة هذا الفن الذي يعد ذروة الفنون الصحيفية ، لتناول اعمال ادارية ونشاطات روتينية ، وجدت المفوضية من اجل القيام بها .

الاستنتاجات

يلخص البحث الى عدد من الاستنتاجات هي :

١- وظف ملحق " الصباح الانتخابي " الاخبار لتغطية نشاطات المفوضية العليا للانتخابات في العـراق – بالدرجة الاولى – في حين لم يستخدم هذا الفن الصحفي في الدعاية الانتخابية للكيانات السياسية المتنافسة .

٢- اهتمت المقابلات الصحفية في ملحق " الصباح الانتخابي " بالدعاية للاحزاب والائتلافات الـسياسية بالدرجة الاساس ، ولم تعنى بتغطية حالات التجاوزات .

٣- جاء اهتمام التحقيقات في ملحق " الصباح الانتخابي " لتغطية حالات التجاوز المنافسة الانتخابية اولا ، في حين اهملت وعلى نمو مماثل ، الدعاية الانتخابية ، ونشاط المفوضية .

٤- تناولت التقارير في ملحق " الصباح الانتخابي " نشاط المفوضية والدعاية الانتخابية على نحو رئيس ومتوازن ، في حين لم يستخدم هذا الفن الصحفي في تغطية حالات التجاوز .

٥- ركزت المقالات الافتتاحية في ملحق " الصباح الانتخابي " على اشاعة الوعي بالعمليـة الانتخابيـة نفسها ، في حين لم تعالج اية موضوعات ذات طابع دعائي او تنافسي بين الاحزاب المرشحة كذلك نشاطات المفوضية .

٦- جاء تركيز الاعمدة في ملحق " الصباح الانتخابي " على بث الوعي الانتخابي وتشجيع المشاركة في الانتخابات ، في حين لم يعالج ايا من الاعمدة موضوعات تتعلق بنشاط المفوضية واجراءاتها .

المصادر :

١- مصطفى ، هويدا ، *دور الاعلام في الازمات الدولية* ، مركز المحروسة للبحوث والتـدريب والنـشر ، ٢٠٠٠ .

2- Bevuard DAGENALS ,Media and the polities of cvisis , in Meldia cvisis and Democvacy , *Mass communication and the Diseviption of socid order* , london sage publication , pp120-124. (1996).

٣- القاضي ، محمد كمال ، *الدعاية الانتخابية* ، دراسة نظرية وتطبيقية ، ١٩٩٥ .

٤- عبد الرؤوف ، محمد كمال ، *وسائل واساليب الاتصال في الدعاية الانتخابيـة فـي مـصر* ، رسـالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٥- سلطان ، عبد العزيز ، الانتخابات النيابية في اليمن لعام ١٩٩٣ ، ط١ ، ١٩٩٥ .

٦- جوردن اولبورت ، *سيكولوجية الاشاعات* ، ترجمة : صلاح مخيمر ، وعبده ميخائيل رزق ، القاهرة ، مكتبة الانجلو ، ١٩٦٨ ، نقلا عن محمد كمال القاضي ، مصدر سابق ، ص١٠٩ .

٧- ابو اصبع ، صالح خليل ، تحديات الاعلام العربي ، عمان ، دار الشروق ، ١٩٩٩ .

٨- مصالحة ، محمد ، *دراسات في الاعلام العربي ، السلسة الاعلامية -٣-* ، بغـداد ، مركـز التوثيـق الاعلامي لدول الخليج العربي ، ص١٩٨٤ .