

التغطية الصحفية للحملات الاعلانية

لمرشي الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤

دراسة تحليل مضمون لصحيفتي الصباح والزمان للمدة من ٢٠١٤/٤/١ - ٢٠١٤/٤/٣٠

م. و. مروة عبير (اللة عباس)^(*)

المقدمة

تعد الانتخابات في النظم الديمقراطية من اكثر الصور فاعلية في تحقيق الديمقراطية الحرة التريهة في المجتمعات عامة ، اما في العراق فقد شهد بعد احداث عام ٢٠٠٣ اول صور الديمقراطية من خلال تطبيق انتخابات الجمعية الوطنية لعام ٢٠٠٥ هذه المدة ظهر انتشار واسع لوسائل الاعلام العراقية عامة والصحافة خاصة من خلال دورها الفاعل في تغطية الانتخابات البرلمانية العراقية عن طرق توعية وتوجيه المواطنين بأهمية المشاركة في الانتخابات البرلمانية لانتخاب مرشحين يمثلونهم في اتخاذ القرارات الخاصة بالدولة للصالح العام ، وتقوم الصحف بدور مميز وفاعل اثناء الانتخابات البرلمانية عن طريق تغطية برامج المرشحين المتنافسين من خلال الاعلانات الانتخابية لما للإعلانات من اثر كبير على نفوس الناخبين وتغيير اتجاهاتهم تجاه اختيار المرشح المناسب حسب برنامجهم الانتخابي ، وتؤثر الصحافة على الجمهور الناخب عن طريق استخدامها لمختلف فنون التحرير الصحفي لتغطية الحملات الاعلانية لمرشي الانتخابات البرلمانية العراقية لعام، فضلا عن التعرف على مدى استخدام الصحافة للعناصر التبيوغرافية لما لها من تأثير كبير على نفوس الناخبين لاختيار المرشح المناسب.

(*) الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الاعلام.

و قسم البحث الى ثلاث مباحث تمثل : المبحث الاول : الاطار المنهجي و يتضمن (مشكلة البحث، واهميته، واهدافه، والمنهج المستخدم، وعينة البحث وتشمل على (المجال المكاني والمجال الزماني) ، أما المبحث الثاني:- تضمن مطلبين تمثل الاول بـ (التغطية الصحفية للحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية) اما المطلب الثاني فقد تناول الحملات الاعلانية الصحفية اثناء الانتخابات البرلمانية وعناصرها الرئيسة واهميتها)، اما المبحث الثالث تمثل بالجانب العملي المتمثل بـ(دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح الحكومية والزمان المستقلة ومدى تغطيتهما لحملات الاعلانية الصحفية للانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤).

المبحث الاول: الاطار المنهجي

اولاً: مشكلة البحث:

تعد هذه الخطوة من اهم خطوات البحث لأنها تؤثر على جميع الخطوات التي تمثلها ويمكن تحديد مفهومها على انها "عبارة عن موقف غامض يعتبره الشك ، او انها ظاهرة تحتاج الى تفسير او قضية ممكن ادراكها وملاحظتها ويحيط بها شيء من الغموض"^(١) بمعنى آخر يمكن عدها ظاهرة يحيط بها الغموض تحتاج الى بحث ودراسة للوقوف على اسباب حدوثها للوصول الى حلها ، وتتضمن مشكلة البحث على تساؤلات عدة تحتاج الى اجوبة متمثلة بالآتي:

١— ما التغطية الصحفية من ناحية مفهومها وانواعها؟

٢— التعرف على مفهوم الاعلانات الصحفية الانتخابية للمرشحين اثناء الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٤ ؟

٣— ما العوامل التي تؤثر على انحياز الصحافة لمصلحة مرشح منافس اثناء الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٠٤ ؟

^(١) عبد الخالق محمد علي ، خطوات نحو بحث النهج الاعلامي ، دار النجمة البيضاء ، لبنان ، ٢٠١٤ ، ص ٢٧.

٤- التعرف على الكيفية التي تناولت بها الصحافة العراقية لإعلانات المرشحين المتنافسين في عام ٢٠١٤ من ناحية ابراز اعلانات المرشحين باستخدام فنون التحرير الصحفي المتنوعة ، فضلا عن مدى اهتمام الصحافة العراقية بتوظيفها للعناصر الجيغرافية في صحفيي الصباح الحكومية وصحيفة الزمان المستقلة ؟

ثانيا : - أهداف البحث :

تتمثل اهداف البحث في خدمة العلم واطافة معلومات وحقائق جديدة يمكن اعتمادها كمصدر يمكن الاعتماد عليه في الدراسات القادمة ، و لكل بحث هدف يطمح الى تحقيقه ويتمثل هدف هذا البحث التعرف على مدى اهتمام الصحافة العراقية بالتغطية الصحفية لإعلانات المرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ وتتمثل الاهداف بالآتي :

١- ماالتغطية الصحفية ؟

٢- ما انواع الفنون الصحفية التي اعتمدها الصحافة العراقية في تغطيتها لإعلانات المرشحين في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ .

٣- التعرف على مدى استخدام الصحف العراقية للعناصر الجيغرافية في تغطيتها للإعلانات الانتخابية للمرشحين المتنافسين من ناحية الشكل (العناوين ، والصور الخاصة بالمرشح) .

٤- التعرف على الفئات الرئيسة التي اعتمدها الصحافة في تغطية اعلانات المرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ .

ثالثاً: - أهمية البحث :

تأتي أهمية البحث من مضمون الموضوع نفسه كونه له اساس مباشر بالمجتمع و حياة المواطنين، باعتبار العملية الانتخابية احد المؤشرات الايجابية التي تعطي للناخبين حق اختيار الشخص المناسب لينوب عنه في اتخاذ القرارات المصيرية التي لها مساس مباشر بالمصلحة العامة للمجتمع .

رابعاً: - منهج البحث :

تمثل نوع الدراسة بأنها دراسة وصفية تهدف الى تحديد الظاهرة تحديداً كيفياً، اذ يقوم على جمع الحقائق والمعلومات وتحليلها وتفسيرها للوصول الى تعميمات واضحة وحقيقية .

اما المنهج المستخدم فانه يشير الى الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة مشكلة البحث وهو يجب على الكيفية التي يدرس الباحث بها الموضوع الذي حدده^(٢)، ولهذا فقد اعتمدت الباحثة على منهج تحليل المضمون الكيفي من ناحية عن استخراج فئات الموضوع الرئيسة التي اعتمدتها التغطية الصحفية لإعلانات المرشحين الانتخابية اثناء الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ ، فضلاً عن مدى استخدام العناوين والصور المرافقة لإعلانات المرشحين المتنافسين على الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ .

خامساً : - عينة البحث :

ويقصد بها "ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً" وتنقسم عينة البحث الى :

١ - المجال المكاني :

ويتمثل بصحيفتي الصباح الحكومية باعتبارها ناطقة باسم الحكومة ولا بد لها ان تمتاز باستقلاليتها وحياديتها اثناء الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ ، واخضاع صحيفة الزمان المستقلة والتي تعد حيادية لتغطية اعلانات المرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ ، والصحيفتين لابد لهما من استقلاليتهما وحياديتهما ومصادقيتهما في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ لتعبر عن نزاهة الانتخابات وديمقراطية المجتمع .

^(٢) عبد الخالق محمد علي ، المصدر نفسه ، ص٤٦-٤٧ / للمزيد ينظر عبد الخجيد لطفلي ، علم الاجتماع ، دار المعارف ، ط٧ ، القاهرة ، ص٣٥٣ .

٢- المجال الزمني :

ويتمثل بالمدة من ٢٠١٤/٤/١ - ٢٠١٤/٤/٣١ كونهما تمثل مدة الحملات الانتخابية للمرشحين والتي تبدأ قبل ثلاثين يوما من الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ الى فترة الصمت الاعلامي اي قبل (٢٤) ساعة من عملية الاقتراع والذي يمنع بث او نشر اي مضمون خاص بالمرشح سواء كانت دعاية انتخابية او اعلان انتخابي.

سادساً: صدق التحليل تم توزيع الاستبانة على عدد من الاساتذة الخبراء في مجال الاعلام والانتخابات لأخذ ملاحظاتهم وتم الموافقة عليها بالأجماع ،فضلا عن تم اعادة توزيع الاستبانة على عينة مختارة من الجمهور بعد شهر من توزيع الاستبانة الاولى وكانت النتائج مطابقة لنتائج الاستبانة الاولى .

خامساً:- صدق التحليل:- يعتمد صدق التحليل على اخضاع استمارة تحليل المضمون الى عدد من الخبراء و يكونون على معرفة و دراية كاملة بالموضوع اذ اعطت النتيجة موافقة الخبراء بالأجماع على الاستمارة بما تتوافق مع اغراض البحث العلمي.

سادساً:- ثبات التحليل:- اعتمدت الباحثة على اعادة الاختبار على نفس العينة الخاضعة للدراسة اذ تم اخذ (٥٥%) من العينة وتم اخضاعها للاختبار مرة ثانية وكانت النتيجة (٨٥،٠) وهي نتيجة مقبولة لعد الاستمارة ثابتة للتحليل.

المبحث الثاني

المطلب الاول :-التغطية الصحفية للحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية :

تؤثر الصحافة تأثيرا مباشرا على جمهور الناخبين من خلال تزويدهم بالمعلومات الدقيقة والايخبار الصادقة والواضحة والموضوعية الخاصة بالمرشحين المتنافسين فضلا عن انها تصل الى اكبر عدد من الجمهور ذو فئات غير متجانسة ومن دون مواجهة بين المصدر الذي يعد ناقل الرسالة الى الجمهور^(٣).

^(٣)هناء عبد الحليم ، المصدر نفسه، ص١٧٥

وعلى وفق ذلك تعرف الصحافة على انها فن صناعة الخبر والصورة لغايات الاعلام والتثقيف والتعليم والدعاية^(٤).

وتؤثر الصحافة على اتجاه الناخبين العاطفية والسلوكية وتحاول كسب تأييد الناخبين للمرشح المنافس عن طريق خلق اتصال اقناعي بين الطرفين يؤدي الى توصيل الرسالة الاعلانية الناخبين بطريقة سهلة وفعالة وغالبا يلجأ المرشحون المنافسون في الانتخابات البرلمانية الى الصحف أثناء بث برامجهم الانتخابية^(٥) لأسباب تتعلق بأهمية وسيلة الصحافة بالنسبة للجمهور ومن بين هذه الاسباب الآتي :

- ١- تعد الصحف مصدر حيوي ومهم لمختلف المعلومات فغالبية الافراد يقرأون الصحف اذ يتم متابعة الاحداث التي تهم المجتمع شخصا مما يعطي فرصة للجمهور للاطلاع على الاعلانات المبوبة
- ٢- سعة انتشار الصحف وتغطيتها للمناطق الواسعة تتعدى النظام الدولي وتقدم خدمة كبيرة للذين يتعاملون مع الاسواق المحلية .
- ٣- يهدف القارئ من شراء الصحيفة بشكل قصدي اي ليس عفوي وبنفس الوقت سوف يطلع على الاعلانات المنشورة، فضلا عن الاحتفاظ بالإعلان لجذب انتباهه ، وهناك عامل التكرار الذي تعتمده الصحف في تكرار الاعلانات الانتخابية التي تساعد على رسم صورة ذهنية لمضمون الاعلان من قبل الجمهور .

- ٤- تصل الصحف الى فئات مختلفة من الناس سواء موظفين ، او حرفيين ، او تجار، او عمال^(٦).

^(٤) مرزوق عبد الحكم العادلي ، المصدر نفسه ، ص ١٧٨ .

^(٥) محي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير والرأي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٤٤-٤٥ .

^(٦) سوزان القليني ، الاتصال ووسائله ونظرياته ، مطبعة دار الفكر المعاصر ، القاهرة ، ٢٠٠٦، ص ٤٩ .

أذ تؤدي التغطية الصحفية اثناء الانتخابات البرلمانية دورا رئيسا في تكوين الافكار وصناعة الرؤى لدى افراد المجتمع وتكوين اتجاهاتهم ومواقفهم تجاه المرشحين المتنافسين^(٧).

وتُعرف التغطية الصحفية على انها "العملية التي يقوم بموجبها الاعلامي في الحصول على المعلومات عن التطورات والتفاصيل المتعلقة بالجوانب المختلفة للأحداث والوقائع والتصريحات، وتُقسم التغطية الصحفية اثناء الانتخابات البرلمانية الى عدة انواع حسب ما يأتي:-

أ- تقسم التغطية الصحفية حسب اتجاه الصحيفة الى :-

١- التغطية الصحفية الموضوعية: يقصد بها "وضع افتراضات معيارية ومعرفية تعتمد بشكل اساسي على تغطية الوقائع والحقائق كما هي اي وصف الواقع بشكل موضوعي من دون تشويه او اضافات .

٢- التغطية الصحفية المتوازنة :- تعني اعطاء الاهمية لجميع الاهداف والاطراف المرشحين المتنافسين من اجل تغطية برامجهم الانتخابية، وبنفس الوقت تعطي الاهتمام لجميع المرشحين سواسية دون التمييز فيما بينهم .

٣- التغطية الصحفية الاستقصائية :- يقصد بها مدى توافق الموضوعية مع الوقائع الاستقصائية والتي تشبه الى حد كبير عمل الخقق الذي يبحث عن الوقائع والحقائق من اجل تغطيتها .

٤- التغطية الصحفية الاخلاقية: يقصد بها اخلاقيات النتائج وليس المقاصد او النوايا اي الاهتمام استخلاص النتائج الواقعية الموضوعية المترتبة على اسلوب التغطية الصحفية من دون شوائب وتحريف.

^(٧) ابراهيم قلواز، التغطية الاخبارية ودورها في صناعة الاحداث، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية بتاريخ

٥- التغطية الصحفية الجيدة :- يرتبط هذا النوع من التغطية ارتباطا وثيقا بعملية التقصي عن المعلومات الخاصة بالمرشحين المتنافسين وتعد رافدا اساسي لهذه التغطية .

ب - تقسم التغطية الصحفية حسب اتجاه المضمون الى :-

١- التغطية الصحفية المحايدة: يقصد بها " نقل الحقائق والوقائع كما بشكل قصصاً موضوعية خالية من العنصر الذاتي او الشخصي او التميز من دون التعمق في ابعاد جديدة او تقديم خلفيات محددة او تدخل بالرأي المنقول".

٢- التغطية الصحفية التفسيرية: يقصد بها جمع المعلومات المساعدة والتفسيرية الى جانب الحقائق الاساسية للقصص بهدف تفسير الموضوع وشرحه ، فضلا عن وصفها الجو العام المحيط بالحدث مع ذكر المعلومات البيئية والجغرافية والتاريخية للتغطية الصحفية.

٣- التغطية الصحفية المنحازة :- يركز هذا النوع من التغطية على جانب واحد للتغطية الصحفية ويحذف بعض الوقائع ويبالغ في تغطيتها ويشوه الوقائع في بعض الاحيان والهدف من هذه التغطية هو التشويه والتلوين^(٨).

٤- تقسم التغطية الصحفية حسب حدوثها الى :-

١-التغطية الصحفية التمهيدية:- ركز هذا النوع من التغطية بالتفاصيل والامور المتعلقة بالتغطية الصحفية المتوقعة الحدوث اي لم يحدث بعد والهدف من هذا النوع من التغطية هو الاسبقية في الوصول الى المعلومة للمتلقي .

٢- التغطية التقريرية التسجيلية :- يقصد بها "تنمة للأحداث المتوقعة حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ماكان متوقعا حدوثه وما سيحدث اي تتم بعد وقوع الحدث.

٣- التغطية الصحفية المتابعة :— تعني معالجة النتائج والتطورات الجديدة في احداث ووقائع سابقة^(٩).

^(٨)ابراهيم قلواز، المصدر نفسه .

المطلب الثاني: الحملات الاعلانية الصحفية للمرشحين في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤:

يعتمد المرشحون المتنافسون في الانتخابات البرلمانية على الصحف في حملاتهم الاعلانية الانتخابية لنشر برامجهم الانتخابية من اجل الفوز بالانتخابات البرلمانية ويعود السبب الى اهمية العملية السياسية من حيث كونها احدى حلقات العملية السياسية الانتخابية من خلال ما تعرف على انها ظاهرة سياسية تهدف الى تشكيل سياسة ميدانية تشق جذورها من السياسة الكبرى المركزة على الحركات و ما يكتنفها من مؤثرات بيئية واقتصادية واجتماعية على المدى الطويل^(١٠).

ويعد الاعلان الصحفي اثناء الانتخابات احد المؤثرات التي تحدد الثقافة العامة للمجتمع، اذ يستمد قوته من خلال قدرته الإقناعية فتكراره المستمر للموضوع عبر وسائل الاعلام تصميمه الصحيح الذي ينتج خصيصا لجذب انتباه الافراد وتغيير اتجاهاتهم في المجتمع سعيا للتحكم في سلوكهم وعواطفهم لاتخاذ موقف معين تجاه الموضوع المراد الاعلان عنه، ويعد الاعلان وسيلة مهمة للوصول الى جماهير المستهلكين في اماكن وجودهم والسيطرة على مدركاتهم السمعية والبصرية بصورة مستمرة عبر وسائل الاعلام^(١١).

وتسخر الصحافة جميع امكانياتها لتنظيم الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية المدفوعة الاجر فهي حق لكل مرشح او حزب يخوض الانتخابات

^(١٠) يوهان غالتونغز جاكليش، التغطية الاعلامية للتراعات — الجديدة لأعلام السلام، تعريب رشيد زيان، مؤسسة قرطبة وشبكة ترانسان دمع معهد الهوفار، قرطبة ٢٠١٠، ص٦٣-٦٧.

^(١١) علي فلاح الزنجي، الاعلان منظور تطبيقي- متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٨، ص٢٩.

^(١٢) علي السلمي "الجوانب الاخلاقية في الاعلان، ورقة عمل مقدمة الى مؤتمر اخلاقيات الاعلام والاعلان، بتاريخ ٢٨-٢٩/٢٠٠٩، القاهرة، ٢٠٠٩، ص١٤.

وانطلاقاً من أهمية الانتخابات البرلمانية فلابد من التركيز على المبادئ الاساسية وفقاً للمنطلقات الآتية:

١- الحملة الاعلانية الانتخابية مدفوعة الاجر و متاحة لجميع الناخبين بواسطة وسيلة الصحافة.

٢- من واجبات الدولة تخصيص مساحات للحمالات الصحفية الانتخابية المجانية في الإعلام الحكومي من منطلق المساهمة في تحقيق التوازن عبر دعم الفئات التي لا تتوافر لديها الامكانيات المادية للمنافسة.

ويعرف الدكتور عبد السلام ابو قحف الحملة الاعلانية الانتخابية على انها "ذلك النشاط الذي يستهدف تنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي او حزب معين بما في ذلك الدعم المالي والجماهير باستخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيرية"^(١٢).

فيرى د. عبد السلام في الحملة الاعلانية الانتخابية هو تعبير عن فكرة او برنامج يتعلق بحزب او مرشح ما من اجل اىصال الفكرة او البرنامج الى الجمهور لأقناع بها الى احداث التأثير على جمهور الناخبين ، فالحملة الإعلانية الانتخابية يقصد بها "عملية بيع او تسويق او عرض البرنامج الانتخابي لمرشح منافس في الانتخابات البرلماني يؤثر على الناخب مما يجعله مؤيداً لآراء وافكار ومضمون البرنامج الانتخابي للمرشح المعلن"^(١٣).

وهناك من يعرفه على انه "عملية اتصالية يدفع بها المرشح المنافس ثمناً احياناً مقابل ما يتاح له من فرصة في احد وسائل الاعلام ليعرض برنامجه الانتخابي على جمهور الناخبين وغالباً ما يحمل في طياته اهداف محددة التأثير على مواقف وافكار وسلوك جمهور الناخبين"^(١٤).

خصائص الحملات الاعلانية الصحفية اثناء الانتخابات البرلمانية تتمثل بالآتي^(١٥) :

^(١٢) طاهر مرسى عطية ، فن الاعلان وتخطيط الحملات الاعلانية ، القاهرة ، ١٩٩٣ ، ص ٢٠٨ .

^(١٣) مروان القبي ، الاعلان السياسي ، مقال منشور عل موقع الشبكة العنكبوتية ، ٢٠٠٠ .

^(١٤) منى الحديدى -الاعلان ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ١٩٩٩ .

^(١٥) منى الحديدى ، المصدر نفسه ، ص ٤٠

- ١- الحملة الاعلانية نشاط اتصالي مدفوع يتم من خلال وسائل اتصالية غير مباشرة كالصحافة والنشرات.
- ٢- توجه الحملة الاعلانية الى جماعات محددة من المستهلكين والذين لابد من دراستهم من النواحي الديمغرافية والنفسية والمعرفية وغير ذلك من الجوانب المختلفة الخاصة بالجمهور.
- ٣- الحملة الاعلانية نشاط اقناعي يهدف الى اقناع الجمهور من اجل اتخاذ سلوك محدد وظاهر من قبل المعلن اليه^(١٦).
- ٤- الحملة الاعلانية نشاط اقتصادي يخضع للقيود الواسعة والمتنوعة ويخضع للقانون^(١٧).
- ولهذا يعمل الاعلان من خلال ضوابط ومعايير اخلاقية تتسق مع القيم والمبادئ العامة الخاصة بالاجتمع^(١٨).
- و تعتبر الحملات الاعلانية الصحفية اثناء الانتخابات عن المعلومات الصحيحة والحقيقية التي تخص السلع او الخدمات التي تقدم للجمهور ، اذ ان غياب الرقابة المسبقة على الاعلانات من جانب هيئة وطنية رسمية قد تؤدي الى تضليل الحقائق لمصلحة المعلن وبالتالي فان المعلومات الخاطئة وغير الدقيقة تؤدي الى الاضرار بالجمهور غير المدقق^(١٩)، وتقسم الحملات الاعلانية الصحفية الانتخابية الى انواع عدة تتمثل بالآتي:
- ١- الحملة الاعلانية الايجابية: ويتمثل هذا النوع من الاعلان الى سعي المرشحين المنافسين الى محاولة تعزيز صورتهم الشخصية او ربط اسمائهم بسياسات تحظى بالشعبية او بنتائج ايجابية .

^(١٦) فاطمة شعبان، المصدر السابق ، ص ٢٤٨ .

^(١٧) سامي الشريف، الاعلان التلفزيوني-الاسس والمبادئ- دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٠، ص ٩.

^(١٨) علي السلمي ، المصدر السابق ، ص ١٤ .

^(١٩) ستيفن آيزنلايتر وآخرون لعبة وسائط الاعلام — السياسة الامريكية ، عصر التلفزيون ، ترجمة ، شمد فارح، دار البشير للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٩، ص ٩٠ .

٢- الحملة الاعلانية السلبية: ويقصد بها الحملة الاعلانية التي يشنها المرشحون في الانتخابات لترويج صورة سلبية عن منافسيهم وربط اسمائهم بسياسات فاشلة لا تلقى اي شعبية من قبل الناخبين .

٣- الحملة الاعلانية الإقناعية: ويقصد به اقناع جمهور الناخبين بأهمية المرشح المنافس المعلن عنه مستخدماً ادوات الجذب والاقناع والعناصر التبيوغرافية في نقل برامجهم الانتخابية.

٤- الحملة الاعلانية المتنافسة: ويقصد به اظهار خصائص المرشح الذي يعلن عنه مقارنة بالمرشحين المتنافسين الآخرين والتفضل فيما بينهم .

٥- الحملة الاعلانية المتحدة: ويقصد بها الحملة الاعلانية التي تنشرها الاحزاب والكتل السياسية المرشحة ولم يقتصر الترويج لمرشح ما وانما لقائمة انتخابية التي تحتل مجموعة من الاحزاب والاشخاص تحمل عنوان التحالف، او الكتلة، او الاحزاب السياسية^(٢٠)، وانطلاقاً من مبدأ نزاهة العملية الانتخابية وتكافؤ الفرص ومبدأ الحرية والمنافسة الشريفة والانصاف بين المرشحين والالتزام بسقف الانفاق الانتخابي العام المسموح تكون الحملة الاعلانية الانتخابية المدفوعة الاجر غير محدودة الحجم والعدد في الصحف المطبوعة ، فضلاً عن انه لا يحق للمؤسسات الاعلامية أن ترفض أي حملة إعلانية انتخابية اذا كان المرشح ملتزم بالشروط العامة للإعلان، وعادة تمتلك الحملة الاعلانية الانتخابية اسس وعناصر يستند عليها اثناء الانتخابات تتمثل بالآتي^(٢١):

١- مصدر الحملة الاعلانية: ويقصد به الجهة المستفيدة من الاعلان الذي يدفع ثمنها للوسيلة الاعلامية من اجل نقل افكاره وآرائه وبرنامجه، وتتمثل هذه الجهة

^(٢٠) احمد عيسوي، الاعلان من منظور اسلامي ، وزارة الاوقاف والشؤون الدينية ، قطر ، ١٩٩٩ ، ص ٧٢ .

^(٢١) اميرة عبد الله الجاف ، نظرية في مفهوم الاعلام السياسي ، مقال منشور على موقع وآنه الالكتروني بتاريخ

بأنها قد تكون حزبا او مرشحا مستقلا او سياسيا وتهدف هذه الجهة كسب تأييد جمهور الناخبين للفوز بالانتخابات .

٢- مستقبل الحملة الاعلانية : وهو العنصر الرئيسي للإعلان ويتمثل بالكائن البشري الذي تحيط به الاعلانات اينما توجه وحيثما نظر سواء كان في بيته او مكان عمله من اجل كسب تأييده للجهة المستفيدة من الاعلان^(٢٢) .

٣- رسالة الحملة الاعلانية: ويتمثل هذا العنصر بمضمون الاعلان نفسه اذ يمتاز بامتلاكه القواعد الخاصة بالتصاميم الجيدة والعناصر التيبوغرافية التي تساعد الجمهور للاطلاع على الاعلانات الخاصة بالمرشحين المتنافسين ولفت انتباهه تجاه المرشح المنافس ولا بد للرسالة الاعلانية ان تحمل في طياتها مضمون يؤثر تأثيرا ايجابيا في نفوس الناخبين، خاصة تفضلها عن باقي الوسائل الاعلانية من ان تحرص على كسب ثقة جمهور الناخبين بما تحمله من حقائق معلومات دقيقة عن المرشح المنافس.

٤- وسيلة الحملة الاعلانية: ويقصد بها الوسائل الاتصالية التي تنقل الرسالة الاعلانية اذ ان لكل وسيلة من وسائل الاتصال جمهورها الخاص و مميزاتها الخاصة عن باقي الوسائل^(٢٣) .

و تبرز اهمية الحملات الاعلانية الصحفية لمرشحي الانتخابات البرلمانية عن طريق توظيف الحملات الاعلانية الصحفية لتغطية برامج المرشحين المتنافسين اثناء الانتخابات البرلمانية باعتبار الاعلان يصل الى اعماق الجمهور ويوجههم الى الهدف المنشود منه من خلال مساعدته في تكوين صورة ذهنية لجمهور الناخبين عن المرشح المنافس وكسب

^(٢٢) طاهر مرسي ، المصدر السابق، ص ٨٠ .

^(٢٣) محمود عساف ، اصول الاعلان ، مكتبة عين شمس القاهرة ، ١٩٧٧ ، ص ١٥ .

تأييد جمهور الناخب، اذ يؤثر الاعلان على عاطفه الناخب وعقله ويضعه في موقف الناقد او المقدم لكل التيارات السياسية التي تتنافس لكسب اكبر عدد من الناخبين^(٢٤).

وتبرز اهمية الحملات الاعلانية الانتخابي عن طريق عاملين رئيسين يتمثلان بالآتي:

العامل الاول: يتعلق هذا العامل بمضمون الحملة الاعلانية الانتخابي نفسها عن طريق اختيار المضمون الامثل الذي يجسد الهدف من الاعلان والمتمثل بوصول الاعلان الى اكبر عدد من جمهور الناخبين لتعريفهم بالبرامج الانتخابية للمرشحين المتنافسين، ويعود اختيار مضمون الاعلان الى مختصين ومستشارين في مجال الاعلام والسياسة .

العامل الثاني: يتعلق بكيفية نقل مضمون الحملة الاعلانية للمرشحين اي الطريقة التي يقدم بها الاعلان من خلال استخدام العناصر التيبوغرافية كالصور الخاصة بالمرشح المرافقة لمضمون الاعلان ، وعنصر العنوان (رئيسي ، و فرعي) ومدى استخدام الألوان لتعبر عن الموضوعية والواقع^(٢٥).

خامساً: اهداف الحملات الاعلانية اثناء الانتخابات البرلمانية: تهدف الحملة الاعلانية الانتخابية الى اهداف عدة تتمثل بالآتي:

- ١- الاقناع: ويقصد به اقناع جمهور الناخبين بمضمون الرسالة الاعلانية التي يحملها .
- ٢- تغيير اتجاهات وميول وسلوك جمهور الناخب بمعنى اخر اغراء الجمهور من اجل اختيار المرشح المنافس باستخدام عناصر الابرار^(٢٦) .
- ٣- سرعة وصول الحملة الاعلانية الى الجمهور الناخب بشكل مباشر وسريع عن طريق استخدام وسيلة اعلامية ذات تأثير مباشر على اتجاهاته وافكاره، اذ يرتبط تحقيق الاهداف الخاصة بالحملة الاعلانية الانتخابية بمراحل رئيسة بالآتي:

^(٢٤) هناء عبد الحليم سعيد، الاعلان والترويج، مركز كمبيوتر للتعليم، كلية الصيدلة، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٢١٥ .

^(٢٥) محمد بن سعود البشير ، مقدمة في الاتصال ، مكتبة جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، ١٩٩٧، الرياض، ص ١١٢ .

^(٢٦) كريم مشط ، الحملات الاعلامية لأنتخابات مجلس النواب (دراسة مقارنة) وحصر شامل للاعلانات صحف البيان والاتحاد والمشرق، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام ٢٠٠٥، ص-١٣١-١٣٢ .

- ١- مرحلة الوعي: ويقصد بها وعي جمهور الناخب لنوعية الخدمة التي تقدمها الحملة الاعلانية وتبرز هذه المرحلة من خلال مضمون الرسالة الاعلانية .
- ٢- مرحلة الفهم: ويقصد بها فهم الجمهور لنوعية رسالة الحملة الاعلانية وما يمكن ان تقدمه له لتحقيق مصالحه الخاصة .
- ٣- مرحلة الاقناع: ويقصد بها اقناع الجمهور المستهدف الى اتخاذ قراره باختيار احد المرشحين المتنافسين في الانتخابات ليمثله في اتخاذ القرارات السليمة التي تخدم المجتمع^(٢٧).

سادساً:- وظائف الحملات الاعلانية الصحفية اثناء الانتخابات

- تختلف الحملات الاعلانات الصحفية الخاصة بالسلع والخدمات عن الحملات الاعلانية الانتخابية الخاصة للترويج عن مرشحين متنافسين في الانتخابات بالوظائف التي تقوم بها الاعلانات ، اذ تمثل وظائف الحملة الاعلانية الانتخابية بالآتي^(٢٨):
- ١- تعريف الناخبين بالبرنامج الانتخابي للمرشحين المتنافسين .
 - ٢- ايجاد فروق نفسية بين المرشحين المتنافسين ومحاولة الاعلانات من تمييزها في اذهان جمهور الناخبين .
 - ٣- مواجهة المنافسة الاعلامية التي يقوم بها المرشحون المتنافسين .
 - ٤- تذكير جمهور الناخبين بالمرشحين المتنافسين ومحاولة خلق ولاء له حتى يستمروا في تأييده وفوزه بالانتخابات .
 - ٥- اجتذاب فئة جديدة من الجمهور للتصويت لصالح مرشح منافس معين ، من خلال تشجيعهم واتقان مضمون الاعلان الانتخابي .

^(٢٧)مرزوق عبد الحكم العادي ، الاعلانات الصحفية ، دراسة الاستخدامات او الاشباعات ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٥ ، ص ٥.

^(٢٨)طاهر محسن الغالي ، وآخرون ، الاعلان ، مدخل تطبيقي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٣ .

- ٦- تصحيح المفاهيم الخاطئة عن المرشح المنافس اذ يعتمد البعض احيانا على الجوانب السلبية دون محاولة تفصي عن الحقائق .
- وتعرف الحملات الاعلانية على انها "فن استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في تحقيق الاهداف التي عدت " وهناك من يعرفها على أنها "فن توظيف فنون التحرير الصحفي لخدمة مرشح الحملة الاعلانية " .
- وعادة تحمل الحملة الاعلانية في طياتها اهداف تطمح للوصول الى تحقيقها وتمثل هذه الاهداف بالاتي:-
- ١-تعبئة الراي العام مع سياسة معينة او اتجاه معين.
- ٢-القضاء على الفساد والمفسدين عن طريق ترشيح المرشحين المناسبين كي ينوبون عن الناخبين في اتخاذ القرارات السليمة التي تهم المجتمع .
- وتمر الحملة الاعلانية الصحفية في الانتخابات البرلمانية بعدة مراحل من اجل انجاحها وتشمل المراحل الاتية^(٢٩):-
- ١- الاعداد المسبق للحملة:-ويتمثل عذا العامل بجمع اكبر كمية من المعلومات والبيانات والادلة الكافية الخاصة بالمرشح المنافس لأقناع الراي العام بالتصويت له وكسب تأييد همله.
- ٢- المتابعة المستمرة لموضوع الحملة الاعلانية للمرشح وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته و التأثير على الراي العام لكسب تأييده.
- ٣- تجنيد الصحيفة جميع امكانياتها البشرية والمادية للاشتراك في الحملة الاعلانية من اجل انجاح الاعلان الانتخابي للمرشح المنافس .
- ٤- الالتزام بالموضوعية واحترام الخصم وعدم توجيه الاتهام بدون ادلة كافية وعدم الاساءة لأي مرشح منافس اخر.

^(٢٩) علي فلاح الرنجي ، المصدر السابق ، ص ٢٧٩ .

٥- تمويل الحملات الاعلامية تعد احد العوامل الرئيسة لإنجاح الحملة الاعلانية باعتبار التمويل المؤثر المباشر على مجريات الحملة الصحفية الخاصة بالمرشحين المتنافسين.

٦- حرية الرد على الاتهامات التي قد توجه بين المرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية.

وتحمل الحملات الاعلانية في طياتها اهداف توصيل الرسالة الاعلانية لجمهور الناخبين والتأثير فيهم للوصول الى النتائج المرجوة من الحملة وهي الفوز لصالح المرشح المنافس المعلن وتعتمد الحملة الاعلانية الناجحة على اساليب عدة لرسم الخطة التي تسير وفقها و تتمثل هذه الاساليب بما يلي:

١- اسلوب الخطة المستمرة ويقصد بها توجيه الرسالة الاعلانية للمرشح المنافس الى الجمهور طول مدة الحملة الصحفية الاعلانية وتحمل في طياتها مضمون واحد لا يتغير من اجل ترسيخه في ذهن القارئ ومن ثم الاستجابة الناخبين لمضمون الحملة.

٢- اسلوب الخطة الجزأة: ويقصد بها اعداد الرسالة الاعلانية الانتخابية على شكل سلسلة من الرسائل موجه لكل فئة من فئات الناخبين وتحتوي هذه الرسائل على مجموعة من المعلومات ونقاط التركيز ويمتاز هذا النوع من الاسلوب باختلاف الحملة نفسها فهي تختلف باختلاف الجمهور الناخب نفسه من حيث خصائصه وفئاته.

٣- اسلوب الخطة المتكامل ويقصد به نقل او نشر مجموعة من الافكار قهدف كل منها الى تحقيق هدف جزئي او مرجلي الا انها تدخل جميعها في اطار هدف واحد في النهاية وهو هدف الغاية من الحملة الاعلانية الانتخابية الخاصة بمرشح معين^(٣٠).

^(٣٠) سمير العبدلي، فيصل العبدلي، الترويج والاعلان، دار زهران للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠١٣، ص ٥٨-٥٩.

وتحمل الحملات الاعلانية في طياتها البرنامج الانتخابي للمرشح المنافس في الانتخابات البرلمانية المتمثل في:

- ١- شخصية المرشح نفسه من ناحية كاريزمية شخصية المرشح اذا كان ينظر اليه بشكل رمزي اي الى مظهره الخارجي فقط.
- ٢- المنهج او البرنامج الخاص بالمرشح وماهي وعوده الواعز تنفيذها لخدمة الصالح العام.
- ٣- الخيارات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي ينوي المعلن النهوض بها لخدمة المجتمع.

سابعاً: - العناصر التبيوغرافية للإعلان الصحفي اثناء الانتخابات :

يتكون الاعلان من مجموعة من العناصر لكل عنصر وظيفته الخاصة به والتي تعمل فيشكل متناسق ومتكامل مع العناصر الاخرى ، وتتمثل هذه العناصر في:

- ١- الصور: تعد الصور في الاعلانات من العناصر الاساسية لجذب انتباه الجمهور المستهدف ولهذا فلا بد للمعلن ان يحدد الافكار الاعلانية التي تترجم على شكل صور ورسوم عن طريق تصوير المرشح المنافس في الانتخابات، ومع التطور التكنولوجي الحديث واستخدام الحاسوب بشكل واسع فقد اتاح للمعلنين والمصممين الى استخدام الصور على نطاق واسع باللجوء الى استخدام تقنية تعدد الصور بغية الوصول الى افضل التصميم الاعلانية التي تحقق الاغراض المتوقعة من استخدام الصور.

- ٢- موقع مضمون الحملة الاعلانية يعد موقع مادة الحملات الاعلانية في الصحف اهمية كبرى اذ تعد الصفحات الاولى والثانية من الصحيفة ذات اهمية وينشر بها كل ما هو مهم كونها تجذب القارئ ويقوم بالاطلاع عليها وقراءتها اولا قبل الصفحات الداخلية اما الصفحات الداخلية فتكون الاخبار والموضوعات التي تنشر فيها اقل اهمية مما هي عليها في الصفحات الاولى.

٣- العناوين: تمثل العناوين عنصر مهم من العناصر المهمة للإعلان وفي الوقت نفسه تعد احد الركائز الاساسية للإعلان لأنه يساعد على التعريف بالموضوع المتناول، وعادة ما يكتب بعبارات موجزة ولغة سهلة وبسيطة من اجل ابراز الفكرة الرئيسة للجمهور الذي يجتاز باختلاف فئاته ونوعية مستويات ثقافته^(٣١)، ويحافظ العنوان على مبدأين في فكرة واحدة للإعلان يتمثل المبدأ الاول على تحقيق العنوان لعنصر الجذب اي استخدام العناصر التبيوغرافية المؤثرة على عواطف ونفسية الجمهور، اما المبدأ الثاني فيتمثل في اعطاء الفكرة الرئيسة لمضمون الاعلان من خلال الكلمات المختصرة والمعبرة عن المضمون باقل الكلمات^(٣٢).

وعادة ما يتم ذكر تفاصيل مضمون الرسالة الاعلانية في العنوان الرئيسي ويتم ابرازه بخطوط سميكة وواضحة، وعادة ما يرافق العنوان الرئيسي العنوان الفرعي والذي يكون عنوان مساعد ومكمل وملخص للعنوان الرئيسي .

اما الوظائف التي تقوم بها العناصر التبيوغرافية فتتمثل بما يلي^(٣٣) :

- ١- تستخدم عناصر الاعلان لجذب انتباه الجمهور المستهدف واثارة اهتمامهم تجاه الموضوع المعلن عنه .
- ٢- احداث تأثير سريع ومباشر على الجمهور المستهدف من خلال سرعة التعبير عن الافكار الاعلانية .
- ٣- اضافة درجة من الواقعية والمصداقية للإعلان .
- ٤- تأكيد الفكرة التي يدور حولها الاعلان .
- ٥- مساعدة الجمهور على التمييز بين المرشحين المتنافسين.
- ٦- اثارة واستمالة الجمهور المستهدف تجاه المرشح المنافس (المعلن) .

^(٣١) علي عجوة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة المصباح للنشر، القاهرة، ط٣، ١٩٩١، ص٩٤-٩٥.

^(٣٢) كريم مشط ، المصدر السابق، ص١٣١-١٣٢.

^(٣٣) -Janice Abbott, Meet the Press, Combr: dge Uninvesting Press, 1981, p-102

- الصعوبات التي تواجه الحملات الاعلانية الصحفية في الانتخابات البرلمانية:
- على الرغم من الحرية والديمقراطية التي تتمتع بها الصحف الا انها تواجه ضغوطات عديدة في تغطيتها للحملات الاعلانية الخاصة بالمرشحين المتنافسين تتمثل بالاتي:
- ١- غط السيطرة على الصحافة: ويقصد به سعة مناخ الحرية التي تؤثر بصورة مباشرة على استقلالية وموضوعية مضمون الحملة الاعلانية الانتخابية اذ تزدهر موضوعية الحملة في ظل الديمقراطية حين يشعرون العاملون في الصحيفة بأمان وحرية في عملهم.
 - ٢- الرقابة الذاتية: ويقصد بها ما فرض على الصحيفة من ضوابط والانظمة الذاتية من داخل الصحيفة خوفا من الرقابة الحكومية و ما تفرضه من عقوبات على الصحف.
 - ٣- صعوبة الوصول الى المعلومات الخاصة بالمرشحين المتنافسين تحول الصحافة من مجرد راي او مقال الى مهنة صناعة الخبر ،اذ ان فرض القيود على تداول المعلومات للوصول الى مصادر والحقائق تعوق الصحفيين عن تحري الموضوعية.
 - ٤- الانتماء الفكري والسياسي: ويقصد به ولاء الصحفي لجهة معينة قد تؤثر على نقل الحقائق والانحياز لجهة موالية لها.
 - ٥- ملكية الصحف: تؤثر على مضمون الحملات الاعلانية سواء كانت حكومية او خاصة.
 - ٦- تمويل الصحف: يعد من اهم العوامل المؤثرة على حيادية الصحف وعدم انحيازها تجاه مرشح دون اخر اذ ان الجهة الممولة غالبا ما تكون هي الجهة المسيطرة على اتجاهات الصحيفة وبالتالي التحكم بمصداقيتها سواء كانت محايدة لمرشح ما ام معارضة له^(٣٤).

(٣٤) عادل محمد القيار، الانتخابات، مركز دراسات الشرق، هامبورغ، المانيا، ٢٠٠٤، ص ١٩.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

المقدمة:

تعتمد أهمية استخدام التقنيات الصحفية في الكيفية التي تناولتها الصحافة العراقية في تغطية الحملات الاعلانية للانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ اذ ان تحديد أهمية التقنيات الصحفية في التغطية الصحفية يعد امراً مهماً لأي دراسة اكااديمية تهتم بتحليل المضمون كي يتسنى معرفة الاهمية التي اولتها الصحافة العراقية للحملات الاعلانية للمرشحين في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ ، اذ تم تحديد اهم الفئات التي ركزت على الصحف العراقية في الحملات الاعلامية للمرشحين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ .

جدول (١-١) يمثل تكرارات الفئات الرئيسة للحملات الاعلانية الصحفية مرشحي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ في جريدة الصباح

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئة	ت
الاولى	٢٧.٢٧	٩	التأكيد على نزاهة الانتخابات وعدم الانحياز لمرشح محدد	١
الثانية	٢٤.٢٣	٨	التأكيد على مشاركة الناخبين في الانتخابات لاختيار مرشح محدد	٢
الثالثة	٢١.٢١	٧	دعم المنافسة الانتخابية بين المرشحين المتنافسين	٣
الرابعة	١٢.٢١	٤	تعزيز الديمقراطية ن طريق دعم اكثر من مرشح	٤
الخامسة	٩.٠٩	٣	التأكيد على حرية الناخب في اختيار المرشح المنافس المناسب	٥
السادسة	٣.٠٣	١	توضيح مصادر تمويل الحملات الاعلانية للمرشحين	٦
السادسة	٣.٠٣	١	دعم مشاركة المرأة في الحملات الاعلانية الانتخابية	٧
	%١٠٠	٣٣		المجموع

يبين الجدول رقم (١-١) الفئات الرئيسة التي ركزت عليها الحملات الاعلانية الصحفية في الانتخابات العراقية لعام ٢٠١٤ اذ يبين ان فئة نزاهة الانتخابات في عدم الانحياز لمرشح محدد بالانتخابات جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (٩) وبنسبة (٢٧.٢٧)، "ادت المفوضية المستقلة للانتخابات اتخاذها جملة من الاجراءات لمنع حدوث تزوير و من اجل نزاهة الانتخابات تم اعتماد بطاقة الناخب الالكترونية وجهاز التحقق" ، وجاءت بالمرتبة الثانية التأكيد على المشاركة بالانتخابات بتكرار (٨) وبنسبة (٢٤.٢٤) "اكّد نيكولاي ميلادينوف على المشاركة في الانتخابات ضمان حماية

الديمقراطية" ، اما دعم المنافسة الانتخابية بين المرشحين المتنافسين فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (٧) ونسبة مئوية (٢١،٢١%) ، "المرجعية الدينية تؤكد ضرورة المشاركة في التغيير والمشاركة في الانتخابات وحث المواطنين لانتخاب المرشح المناسب لهم"، أما تعزيز الديمقراطية من خلال دعم اكثر من مرشح بالمرتبة الرابعة بتكرار (٤) ونسبة (١٢،٢١%) "الامم المتحدة في العراق (يونامي) تدعوا لضمان سلامة المرشحين والناخبين لابد من دعم العملية الانتخابية البرلمانية لعام ٢٠١٤" ، اما فئة حرية الناخب في اختيار المرشح المناسب بتكرار (٣) ونسبة مئوية (٩،٠٩%) ، "سياسيون على الكيانات والمرشحين طرح برامهم الانتخابية الواقعية التي تحاكي المجتمع وتلبي طموحات الشعب العراقي ليتسنى لهم اختيار المرشح المناسب ليمثلهم"، اما المرتبة السادسة فقد احتلتها فئتي توضيح مصادر تمويل الحملات الاعلانية للمرشح ، "وضعت المفوضية العليا للانتخابات نظاما خاصا لتنظيم الانفاق على الحملات الاعلانية للمرشحين" "كشف المرشحين عن مصادر تمويل الحملات الاعلامية الخاصة بهم لضمان شفافية ونزاهة الانتخابات" ، وفئة دعم مشاركة المرأة في الحملات الاعلانية الانتخابية "النساء يشاركن بستة كيانات مختلفة" ، اعطوا المجال امام النساء ومن ثم يرون ماذا تفعل "اذا حصلت كل فئة على تكرار (١) لكل فئة ونسبة (٣،٠٣%) .

جدول رقم (١-٢) يبين مدى استخدام الصور المرافقة للنص في الحملات الاعلانية

لمرشي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ في صحيفة الصباح

ت	نوع النص	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	النص مستقل بدون صورة	١٥	٩٣.٧٥	الاولى
٢	النص المصاحب للصورة	١	٦.٢٥	الثانية
المجموع		١٦	١٠٠%	

يبين الجدول (١-٢) اهمية تغطية الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين. فقد احتل المرتبة الاولى النص المستقل بدون صورة بتكرار (١٥) ونسبة (٩٣.٧٥%) ، اما المرتبة الثانية فقد احتلها النص المصاحب للصورة اذ حصلت على (١) تكرارا ونسبة مئوية (٦.٢٥%) ، اذ يبين هذا الجدول على ان الحملات الاعلانية لمرشي الانتخابات

البرلمانية لعام ٢٠١٤ في صحيفة الصباح الحكومية ركزت على النصوص المستقلة بدون صور للمرشحين المتنافسين بالدرجة الاولى ولم تعط اهمية تذكر للنصوص الخاصة بالحملة لصور المرشحين.

جدول رقم (١-٣) يوضح نصوص الحملات الاعلانية الصحفية لمرشحي الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ بناءً على رقم الصفحات كما وردت في صحيفة الصباح

ت	الصفحة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الاولى	١٦	١٠٠	الاولى
٢	داخلية	_____	_____	_____
٣	اخيرة	_____	_____	_____
المجموع		١٦	%١٠٠	

يوضح الجدول رقم (١-٣) مدى نشر النصوص الحملات بناءً على رقم الصفحات اذ احتلت المرتبة الاولى الصفحة الاولى بتكرار (١٦) ، ونسبة مئوية ١٠٠% ، اما الصفحات الداخلية والاخيرة فلم تخطى باي تكرار او نسب مئوية .

جدول رقم (١-٤) يوضح مدى استخدام العناوين الرئيسة والفرعية للحملات

الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ في صحيفة الصباح

ت	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
العناوين الرئيسة	١٥	٩٣.٧٥	الاولى
العناوين الفرعية	١	٦.٢٥	الثانية
المجموع		١٦	%١٠٠

يبين جدول رقم (١-٤) ان الصحيفة اعتمدت على العناوين الرئيسة بالمرتبة الاولى اذ جاءت بـ (١٥) تكراراً ونسبة مئوية (٩٣.٧٥%)، اما العناوين الفرعية فقد جاءت بنسبة ضئيلة اذ حصلت على المرتبة الثانية بتكرار (١) ونسبة (٦.٢٥%).

جدول رقم (٢-١) يمثل تكرارات الفئات الرئيسية للحملات الاعلانية الصحفية

لمرشحي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ في جريدة الزمان

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئات	ت
الاولى	٤٤,٤٤	٢٠	نزاهة الانتخابات وعدم الانحياز لمرشح محدد	١
الثانية	٢٢,٢٢	١٠	التأكيد على مشاركة الناخبين في الانتخابات	٢
			البرلمانية لاختيار مرشح محدد	
الثالثة	١٥,٥٥	٧	دعم المنافسة الانتخابية بين المرشحين	٣
			المتنافسين	
الرابعة	١١,١١	٥	التأكيد على حرية الناخب في اختيار المرشح	٤
			المنافس المناسب	
الخامسة	٦,٦٦	٣	تعزيز الديمقراطية ن طريق دعم اكثر من مرشح	٥
			توضيح مصادر تمويل الحملات الاعلانية	٦
			للمرشحين	
			دعم مشاركة المرأة في الحملات الاعلانية	٧
			بالانتخابات	
	٩٩,٩٩%	٤٥	المجموع	

يبين الجدول (٢-١) الفئات الرئيسية للحملات الاعلانية في صحيفة الزمان اذ جاءت فئة نزاهة الانتخابات وعدم الانحياز لمرشح محدد بالمرتبة الاولى بتكرار (٢٠) وبنسبة (٤٤,٤٤%) اذ ذكرت الصحيفة على "استبعاد ٤٠٠ مرشح من اجل نزاهة الانتخابات " فضلا عن " القضاء يمنع ٤ نواب ووزير من المشاركة في الانتخابات والمفوضية تجهل السبب و بدون ذكر الاسماء"

وجاءت فئة التأكيد على المشاركة بالانتخابات لاختيار مرشح ما بالمرتبة الثانية بتكرار (١٠) وبنسبة (٣٣.٣٣%) اذ نشرت الصحيفة ان "روك تدعوا المكونات الى المشاركة في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤" فضلا عن دور "المفوضية لدعوة الناخبين للمشاركة في الانتخابات من اجل انتخابات حرة ديمقراطية " ، اما فئة دعم المنافسة الانتخابية بين المرشحين المتنافسين فقد احتلت المرتبة الثالثة بتكرار (٧) وبنسبة مئوية

١٥,٥٥%) اذ اوضحت الصحيفة على "الترويج لأشخاص المرشحين متنافسين دون اخر) كما ذكر" ستتتخب سعد البراز " فضلا عن الترويج لشخصيات سياسية داخل الموصل اذ تم نشر صور رئيس مجلس النواب العراقي " ، اما فئة التأكيد على حرية الناخب فقد حصلت على المرتبة الرابعة بتكرار (٥) ونسبة مئوية (١١,١١%) وتمثلت في دعوة الناخبين لاختيار المرشح الاكفأ والمناسب"، اما فئة تعزيز الديمقراطية من خلال دعم العملية الانتخابية وعدم الانحياز فقد حصلت على تكرار (٣) ونسبة (٦,٦٦%)، اما فتي توضيح مصادر تمويل الحملات الاعلانية للمرشح ودعم مشاركة المرأة في الانتخابات لم يحظى باي نصيب مما نشر في صحيفة الزمان .

جدول (٢-٢) يبين مدى استخدام الصور المرافقة للنص في الحملات الاعلانية

لمرشحي الانتخابات العراقية لعام ٢٠١٤ في صحيفة الزمان

ت	النص	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	النص المصاحب للصورة	٢٥	١٠٠	الاولى
٢	النص المستقل بدون صورة	_____	_____	الثانية
المجموع		٢٥	%١٠٠	

يوضح الجدول رقم (٢-٤) مدى استخدام الصور مع النصوص اذاحتلت الصور المصاحبة للنصوص (٢٥) تكراراً ونسبة (١٠٠%). اما النص المستقل بدون صورة فلم يحصل على اي تكرار او نسبة مئوية اذ ركزت الصحيفة على اهمية الصور المرافقة للنص واهمال النص المستقل .

جدول (٣-٢) يبين يوضح نصوص الحملات الاعلانية الصحفية لمرشحي الانتخابات

البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ بناءً على رقم الصفحات كما وردت في صحيفة الزمان

ت	الصفحات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	صفحة اولى	٢٥	١٠٠	المرتبة الاولى
٢	داخلية	_____	_____	_____
٣	اخيرة	_____	_____	_____
المجموع		٢٥	%١٠٠	

يوضح الجدول رقم (٢-٣) مدى نشر النصوص الحملات الاعلانية الصحفية الخاصة ببرامجهم الانتخابية بناءً على رقم الصفحات اذ احتلت المرتبة الاولى الصفحة الاولى بتكرار (٢٥) ، ونسبة مئوية ١٠٠% ، اما الصفحات الداخلية والاخيرة فلم تحظى باي تكرارا او نسب مئوية .

جدول (٢-٤) يبين مدى استخدام العناوين الرئيسية والفرعية في الحملات الاعلانية

لمرشي لانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ في صحيفة الزمان

ت	العنوان	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	العنوان الرئيسي	٢٥	٧٣.٥٢	الاولى
٢	العنوان الفرعي	٩	٢٦.٤٧	الثانية
	المجموع	٣٤	٩٩.٩٩%	

يوضح الجدول رقم (٢-٤) ان الصحيفة اعتمدت على العناوين الرئيسة اذ جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (٢٥) ونسبة (٧٣.٥٢%) ، اما العناوين الفرعية فقد احتلت المرتبة الثانية بتكرار (٩) ونسبة (٢٦.٤٧%).

النتائج :

توصلت الباحثة الى نتائج عدة تتمثل بالاتي:-

١- اولت الصحيفتين اهمية الى فئة التأكيد على نزاهة الانتخابات وعدم الانحياز لمرشح محدد باحتلالها المرتبة الاولى بتكرار (٩) ونسبة (٢٧،٢٧%) في صحيفة الصباح الحكومية وحصلت على تكرار (٢٠) ونسبة مئوية (٤٤،٤٤%) وعلى الرغم من اهمية هذه الفئة باعتبارها اساس الديمقراطية والنزاهة الا ان النسب المئوية ضئيلة جدا مقارنة مع اهميتها في التغطية الصحفية لحملات مرشي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ .

٢- اما فئة التأكيد على مشاركة الناخبين في الانتخابات لاختيار مرشح محدد ينوب عنهم في اتخاذ القرارات المهمة المصيرية على وفق البرنامج الانتخابي احدد للمرشح المنافس فقد احتلت المرتبة الثانية في كلتا الصحيفتين اذ حصلت على تكرار (٨) ونسبة (٢٤،٢٣%) في صحيفة الصباح

الحكومية، اما في صحيفة الزمان فقد حصلت على (١٠) تكرار ونسبة (٢٢،٢٢%) وهي نسبة ضعيفة مقارنة بأهمية تغطية الصحافة للحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

٣- واحتلت فئة دعم المنافسة الانتخابية بين المرشحين المتنافسين المرتبة الثالثة في كلتا الصحيفتين اذ حصلت على تكرار (٧) ونسبة (٢١،٢١%) في صحيفة الصباح الحكومية، اما صحيفة الزمان فقد جاءت بتكرار (٧) ونسبة (١٥،٥٥%) على الرغم من اهمية هذه الفئة الا انها جاءت بتكرارات وينسب ضئيلة لا تناسب اهميتها وهذا دليل على ضعف تغطية الصحافة العراقية لدعم المنافسين في حملاتهم الاعلانية في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

٤- جاءت فئة دور الصحافة في تعزيز الديمقراطية عن طريق دعم اكثر من مرشح بالمرتبة الرابعة في صحيفة الصباح الحكومية اذ حصلت على تكرار (٤) ونسبة مئوية (١٢،١٢%) وهي نسبة شبه معدومة مقارنة بأهمية هذه الفئة في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ ، اما في صحيفة الزمان فقد اولت فئة التأكيد على حرية الناخب في اختيار المرشح المتنافس بالمرتبة الرابعة بتكرار (٥) ونسبة (١١،١١%) وهي نسبة معدومة مقارنة بأهمية هذه الفئة وهذا دليل على عدم اعطاء الصحافة اي اهمية للبرامج الانتخابية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

٥- اما فئة التأكيد على حرية الناخب في اختيار المرشح المتنافس المناسب جاءت في المرتبة الخامسة في صحيفة الصباح الحكومية بتكرار (٣) ونسبة مئوية (٩،٠٩%) وهس نسبة شبه معدومة مقارنة مع اهمية هذه الفئة وهذا يدل على عدم اعطاء اهمية لفئات التغطية الصحفية للحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ على الرغم من ان الصحيفة عراقية حكومية

رسمية موجبة بتغطية كافة جوانب العملية الانتخابية والحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

٦- اما فئة توضيح مصادر تمويل الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين فقد احتلت المرتبة السادسة تكرار (١) وبنسبة مئوية (٦٦,٦%) وهي نسبة معدومة مقارنة مع أهمية هذه الفئة، اما صحيفة الزمان فلم تحصل على اي تكرار او نسب مئوية تذكر وهذا يدل على انعدام تغطية الصحفية لمصادر الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين التي تؤدي دورا رئيسا في انحياز الصحافة لمرشح دون اخر .

٧- اما فئة دعم مشاركة المرأة فقد جاءت بالمرتبة السابعة والاخيرة اذ حصلت على تكرار (١) وبنسبة مئوية (٣٠,٣%) في صحيفة الصباح الحكومية، وهي نسبة غير مقبولة نظرا لأهمية الدور الذي تؤديه المرأة في الانتخابات اذ لم تدعم الصحافة المرأة العراقية في نشر برامجها الانتخابية عن طريق توعيتها بالدور الذي تؤديه الصحافة الحكومية والمستقلة اثناء الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤، اما في صحيفة الزمان المستقلة فلم تحظى باي تكرار او نسب تذكر.

٨- وركزت صحيفة الصباح على النصوص المستقلة بدون صورة اذ جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (٩٣,٧٥%) اما النص المصاحب للصورة فقد جاء بالمرتبة الثانية بتكرار (١) وبنسبة (٦٥,٢٥%) ، وهذا ما يدل على اهمال الصحافة العراقية لأهمية الصورة الى جانب النص باعتبار الصورة احد المؤثرات الرئيسة للناخبين خاصة اثناء الحملات الاعلانية لمرشحي الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ اذ تكون الصورة صورة ذهنية للناخبين عن المرشحين المتنافسين، اما صحيفة الزمان فقد احتل النص المصاحب للصورة المرتبة الاولى بتكرار (٢٥) وبنسبة مئوية (١٠٠%) اما النص المستقل فلم يأتي بتكرار او نسب مئوية تذكر وهذا ما يدل على اعطاء

صحيفة الزمان المستقلة الاولوية للنص المرافق للصورة لما للصورة من دور فعال في انجاح الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤.

٩- اما ما يخص نصوص الحملات الاعلانية الصحفية للانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ بناءً على رقم الصفحات فقد جاءت الصفحة الاولى بالمرتبة الاولى في كلتا الصحيفتين اذ حصلت على (٦) تكرار او بنسبة مئوية (١٠٠%) في صحيفة الصباح، وفي صحيفة الزمان حصلت على (٢٥) تكرار او بنسبة مئوية (١٠٠%) اذ ان الصفحات الاولى تعد صفحات جذب للقارئ اذ ينشر كلما هو مهم ويشير اهتمام القارئ لأحداث التأثير المطلوب، اما الصفحات الداخلية والاخيرة فلم تحظى باي تكرار او نسب مئوية تذكر .

١٠- اما استخدام العناوين الرئيسة للحملات الاعلانية في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ في صحيفتي الصباح والزمان فقد احتلت المرتبة الاولى اذ حصلت على (١٥) تكرار او بنسبة مئوية (٩٣،٧٥%) في صحيفة الصباح، وفي صحيفة الزمان فقد حصلت على (٢٥) تكرار او بنسبة مئوية (٧٣%)، اما العناوين الفرعية فقد احتلت المرتبة الثانية في كلتا الصحيفتين اذ حصلت على (١) تكرار او بنسبة مئوية (٦،٢٥%)، اما في صحيفة الزمان فقد جاء بـ (٩) تكرار او بنسبة مئوية (٢٦،٤٧%) .

الاستنتاجات :

١- ضعف لجوء المرشحين المتنافسين للصحافة العراقية اثناء مدة حملاتهم الاعلانية في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ .

٢- ضعف تغطية صحيفة الصباح للحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤ على الرغم من انها صحيفة رسمية حكومية عامة.

٣- ضعف دور صحيفة الزمان لتغطية الحملات الاعلانية الصحفية لمرشحي المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

٤- عدم اهتمام الصحف بالإعلانات الصحفية للمرشحين من ناحية ابراز العناصر التيبوغرافية المتمثلة بالعناوين الرئيسة والفرعية، فضلاً عن ضعف ابراز الحملات الاعلانية للصور .

٥- ضعف الاداء الصحفي في تغطية الحملات الاعلانية الصحفية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية .

التوصيات:

١- تفعيل دور الصحافة العراقية اثناء الانتخابات البرلمانية من خلال اطلاق العنان لها واعطاءها كافة الحريات لنشر الحملات الاعلانية للمرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية.

٢- زيادة ثقة المرشحين المتنافسين في الصحافة العراقية عن طريق توضيح اهداف واهمية الصحافة ومدى تأثيرها في نفوس الناخبين اثناء الانتخابات البرلمانية العراقية.

٣- الاهتمام بإبراز العناصر التيبوغرافية من اجل التأثير في نفوس جمهور الناخب.

٤- تفعيل دور الصحافة الحكومية في العراق واتخاذ طريق التساوي بين المرشحين المتنافسين واعطائهم فرص متساوية لنشر حملاتهم الاعلانية في الانتخابات البرلمانية في العراق من دون الانحياز لجهة معينة .

الملخص

تعتبر الانتخابات من اكثر الصور فاعلية في تحقيق الديمقراطية في المجتمعات الحديثة ، اذ تتبع الانتخابات في الديمقراطيات الحديثة ملء المقاعد في البرلمان (ممثلي السلطة التشريعية)، وأحياناً في السلطة التنفيذية (الرئاسة ورئاسة الحكومة والحكم المحلي) والسلطة القضائية. ويركز البحث على المشاركة السياسية للمواطنين في اختيار

المرشحين المتنافسين في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤، اذ شهد العراق منذ عام ٢٠٠٣ احد صور الديمقراطية من خلال اجراء انتخابات برلمانية حرة ونزيهة شارك فيها المواطنون الناخبين في اختيار ممثلين ينوبون عنهم في اختيار قراراتهم السياسية، فالصحافة أحد العناصر الأساسية للديمقراطية، اذ يستحيل إتمام الانتخابات الديمقراطية دون الاستعانة بالصحافة فهي ترتبط بعملية تشاركية أي مشاركة الناخبين في نقاش حيث تتوافر لديهم معلومات كافية حول المرشحين والعملية الانتخابية ذاتها وتكون اختياراتهم واعية ومبنية على معلومات صحيحة ودقيقة.

ويبرز دور الصحف اثناء الانتخابات في نقل برامج المرشحين المتنافسين الى جمهور الناخبين لاختيار المرشح الافضل الذي يمثلهم بالإضافة إلى ذلك تقوم الصحافة بدور الرقيب على الانتخابات الديمقراطية حاملاً شفافية العملية الانتخابية .

اذ تغطي الصحافة (الاعلانات الانتخابية) للمرشحين المتنافسين باستخدام اساليب متنوعة في التغطية الصحفية العراقية في انتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠١٤.

Abstract

Elections are one of the most effective forms of democratization in modern societies following elections in modern democracies to fill seats in parliament (representatives of the legislature) ,sometime in the executive branch (presidency, prim, minister and local government)and the judiciary .the research focuses on the political participation of citizens in the selection of candidates competing in the Iraq parliamentary elections 2014.

Since 2003 Iraq has witnessed a form of democracy through the holding of free and fair parliamentary elections in which voters participated in the selection of representatives to choose their political decisions .the press is one of the basic elements of democracy. it is impossible to complete democratic elections without the use of the press. It is linked to a participatory process so voter participation in a debate where they have sufficient information about the candidates and the electoral process themselves and their choices are informed and based on accurate and accurate information . the role of newspapers during election highlight the transfer of candidates programs to the electorate to choose the best candidate they represent , in addition ,the press plays the role of censor on democratic election ,protecting the transparency of the electoral process. AS the press covers (electoral ads (for competing candidates using a variety of methods in the Iraq press coverage in the 2014 Iraq parliamentary election ,the research is divided into three sections ,the first is the methodological framework ,it includes the research (problem ,its importance ,its objectives, the methodology used , and the research sample ,including (spatial and temporal domain). As for the second topic :the two demands included the first (the media coverage of the campaigns for the parliamentary elections) .the second demand was included on(the campaigns of the press advertising in the parliamentary elections, their main component and their importance in the elections (the third section represents the practical aspect of (an analytical study of the two newspaper of the government and independent time the extent of their coverage of press campaigns for the Iraq parliamentary elections 2014 .