

تغطية الصحف العراقية للحملة الانتخابية أثناء الانتخابات التشريعية ٢٠١٠ تحليل أخبار الصفحة الأولى في جريدتي الصباح والمشرق للمدة من ٢٠١٠/٢/١٢ ولغاية ٢٠١٠/٦/٣

د. نبيل جاسم محمد

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المقدمة

تعد تغطية الانتخابات متغيراً جديداً على الساحة الاعلامية في عراق ما بعد عام ٢٠٠٣م يتمثل في التغيير الجذري لاسلوب الادارة السياسية وتداول السلطة سلمياً عبر صناديق الاقتراع.

ويؤدي الاعلام دوراً مؤثراً في مستويات العملية الانتخابية كلها، وتقاس حرفية وسائل الاعلام ورصانتها في هذه المرحلة المهمة من السلوك السياسي بمدى توازن التغطية وتنوعها ووقوفها على نقطة واحدة من الاطراف السياسية جميعها.

ولا يوجد ما هو ملزم في اطار القانون الدولي لحقوق الانسان بشأن الاجراءات التي يجب اتباعها لتنظيم دور الاعلام في الانتخابات، ولكن هناك معايير تم استخلاصها من مبادئ قانونية ملزمة، وهذه الممارسات والمعايير تطورت أثناء الممارسات الدولية، ويمكن الافادة منها في تطوير الأطر القانونية في العلاقة ما بين الاعلام والانتخابات.

ان دور الاعلام في الانتخابات محكوم في العادة بمبدأين أساسيين اولها: مبدأ الانتخابات الحرة والمشاركة السياسية والآخر: حرية التعبير، وقد شكل هذان المبدأان ركيزة اساسية في الوثائق والاتفاقات الدولية كافة.

وهناك مجموعة من المحددات لدور الاعلام في تغطية الانتخابات منها ضمان حرية الاعلام وتعدديته وحمايته من تدخل وسطوة الجهاز التنفيذي



ان معوقات التغطية الحرة للانتخابات قد تأتي من مصادر مختلفة، ومنها الاجهزة الحكومية او الاحزاب السياسية او جماعات المصالح وهي ضغوطات تنعكس حتماً على التغطية النزهاء والموضوعية التي يجب ان يحظى بها الناخب.



(الحكومة) وتوافر مقومات استقلال المؤسسات الاعلامية المملوكة للدولة او التي تمول من المال العام ولا يستثنى من تلك المحددات او المعايير، الاعلام الخاص المطالب بالالتزام بمعايير الدقة والموضوعية مع وجود الحد الأدنى من الالتزام الاخلاقي والقانوني.

او لا: منهجية البحث

أهمية البحث:

تؤدي الصحافة بصفتها أداة من ادوات التنمية السياسية في المجتمع مثلها مثل الاحزاب والقوى السياسية دوراً مهماً في دعم المشاركة السياسية ابان الانتخابات فهي تقوم بدور توجيه خطاب مباشر الى الجمهور لتأكيد ان المشاركة في الانتخابات تعد احدى اهم الامور التي تسهم في دعم العملية الديمقراطية في المجتمع.

وفي البلدان التي خضعت فيها وسائل الاعلام لسيطرة احتكارية من الحكومات ذات الحزب الواحد، فان التكيف مع تواجد احزاب عدة أمر ليس باليسير.

من هنا تتطرق أهمية بحثنا هذا والذي يتناول كيفية تناول الاخبار في جريدتي الصباح والمشرق اثناء الحملة الانتخابية وهو يعمل على تناول كيفية تعامل الصحف العراقية مع طروحات الجهات السياسية المرشحة للانتخابات البرلمانية وماهية الاولويات التي عملت على تغطيتها صحفياً في ثالث تجربة تواجهها الصحافة العراقية في مجال التغطية اثناء الحملات الانتخابية.

مشكلة البحث:

يعد تحديد مشكلة البحث أحد أهم الخطوات في سياق واساسيات البحث العلمي، ذلك أن تحديد مشكلة البحث يترتب عليه لاحقاً جودة البيانات التي ستجمع وأهمية النتائج التي يتم التوصل اليها (١) وقد تكون المشكلة موقفاً غامضاً او نقصاً في المعلومات أو اجابة لمجموعة من الاسئلة عن مواقف غامضة أو مهمة فيما يخص الباحث او الراصد للظاهرة. (٢) وهو ما يواجهنا في بحثنا هذا لحدائث التجربة العراقية في مجال تغطية وسائل الاعلام اثناء الانتخابات وفق الاطار التشريعي لتنظيم دور الاعلام اثناء الانتخابات اذ لا تشير قوانين الانتخابات في اغلب الدول المنتقلة حديثاً الى النظام الديمقراطي الى معايير وشروط واضحة لدور الاعلام في تغطية الحملات الانتخابية. (٣)

وأمر آخر يتعلق بتبعية الاعلام للسياسيين أكثر من تغليبهم للمعايير المهنية ولا سيما وسائل اعلام البث العام والتي يتم التعامل معها على انها مؤسسات سياسية دعائية منحازة للحكومة أكثر من كونها مؤسسات اعلامية تمثل المجتمع بتوجهاته كلها السياسية والفكرية.

ان معوقات التغطية الحرة للانتخابات قد تأتي من مصادر مختلفة، ومنها الاجهزة الحكومية او الاحزاب السياسية او جماعات المصالح وهي ضغوطات تنعكس حكماً على التغطية النزيهة والموضوعية التي يجب ان يحظى بها الناخب.

أهداف البحث:

يحاول هذا البحث، معرفة شكل تغطية الصفحة الأولى ممثلة بصحف الدراسة (الصباح، المشرق) اثناء مدة الانتخابات والموضوعات التي تركز عليها كلتا الصحفتين عن طريق تركيزهما على ما ينشر من اخبار في الصفحة الاولى وكيف تختلف هذه الاهتمامات وهذه التغطية بحسب المرجعية السياسية لهذه الصحف، وكذلك الدور الحكومي الرسمي وما يفرضه من أولويات في صحف الدراسة (الصباح) وليس بالاعتماد على ما تفرضه المعايير المهنية في اختيار أولويات النشر.

منهج البحث:

استعمل الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة لأنه يساعد في رصد الظواهر بهدف فهم حقيقة المضمون. (٤) وحاول الباحث عن طريق هذا المنهج استكشاف المضامين التي تعرضها الصفحات الاولى لصحف الدراسة عن طريق اخبار الصفحة الاولى ومن ثم تحديد هذه المضامين وتقسيمها في فئات ومقارنة النتائج المستخلصة وتفسيرها للحصول على نتائج نهائية وواضحة كما ان اسلوب تحليل المضمون يساعدنا في وضع اجابات عن الاسئلة التي قام الباحث بطرحها عن طريق المعلومات التي وفرتها صحف العينة والتي تتحول الى فئات ثم الى وحدات اصغر تحمل معاني عدة تمكنا من استخلاص نتائج حيادية .

فالمنهج الوصفي في احدى معانيه تصوير خصائص مجموعة معينة وتحليلها وتقديمها او موقف معين تغلب عليه صفة التحديد او دراسة الحقائق الراهنة بطبيعة الظاهرة او الموقف وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية عنها (٥)

حدود البحث ومجالاته:

اختار الباحث جريدتي (الصباح والمشرق) وقد تم اختيارهما وفق اعتبارات عدة، ففيما يخص جريدة الصباح تعد مملوكة للدولة وينفق عليها من المال العام ومن ثم يفترض بها ان تكون في اعلى مستويات الدقة والموضوعية والتوازن، وتقدم خدمة لعموم القراء وبانتماءاتهم السياسية المختلفة وهي ايضاً الجريدة الأكثر انتشاراً وتوزعاً في عموم العراق.

اما فيما يخص جريدة المشرق فهي احدى اكثر الصحف توزيعاً وهي مملوكة لجهة حزبية ومنتظمة الصدور وهي واحدة من اوائل الصحف التي صدرت بعد عام ٢٠٠٣.

وتم تحديد المجال الزمني للدراسة من ٢٠١٠/٢/١٢ ولغاية ٢٠١٠/٣/٦ وهي المدة التي منحتها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات للكيانات والاحزاب السياسية والمرشحين للترويج لكياناتهم قبل الانتخابات التشريعية.

عينة البحث:

واحصى الباحث (١٨) عدداً من الجريدتين لانهما توقفتا عن الصدور يوم الجمعة وكان المجموع الكلي لاعداد اخبار الصفحة الاولى (موضوع الدراسة) ١٤٤ خبراً محلياً.

ادوات البحث

طريقة تحليل المضمون:

هو أحد أساليب البحث العلمي، والذي يعنى بوصف المحتوى العام للمادة الاتصالية على مستوى الشكل والمضمون، وعلى وفق مراحل تحليلية منظمة وقائمة على اساس منهجية وموضوعية. وهو ايضاً اسلوب للوصول الى استنتاجات عن طريق التعرف الموضوعي والنسقي على صفات محددة للرسالة الاتصالية. (٦)

ويتيح استخدام تحليل المضمون دراسة خصائص المضمون من حيث المادة المراد دراستها ودراسة خصائص منتجي المضمون من حيث الشكل او طريقة العرض. وهناك مجالات عدة لاستخدام تحليل المضمون لتحديد اثر مادة الاتصال عن طريق الكشف عن الاتجاهات وجوانب الاهتمام والقيم والنماذج الثقافية للجمهور وكذلك التركيز على نقاط الاهمية في شكل ومضمون المادة الاتصالية بشكل عام ووصف الاستجابات الاتجاهية والسلوكية لوسائل الاتصال. (٧)

اجراءات وخطوات تحليل المضمون:

اتبع الباحث عدداً من الخطوات لغرض التحليل وهي كالآتي:

- 1- حدد الباحث أعداد الجريدتين اثناء الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية لعام ٢٠١٠م وتحديداً اخبار الصفحة الاولى في كل من جريدتي الصباح والمشرق.
 - 2- حدد الباحث أهم الفئات الرئيسة والفرعية التي تضمنتها أخبار الصفحة الأولى ومن ثم المباشرة بتحليل اولي لمعرفة توجهات الجريدتين.
 - 3- تحديد الاتجاهات الفرعية لكل فئة رئيسة وتحديد موقعها.
 - 4- تفسير النتائج التي حصل عليها الباحث.
- واعتمد الباحث على الخبر مادة للتحليل ذلك ان الخبر اهم الفنون الصحفية، كما اعتمد الباحث على فكرة الخبر وطريقة تناوله ليكون وحدة التحليل والقياس والعد ذلك ان تحليل المضمون يعتمد على مجموعة من الوحدات الاساسية للتحليل هي وحدة الكلمة ووحدة الموضوع أو الفكرة والشخصية والوحدة الطبيعية للمادة ومقياس الزمن أو المساحة لأنها أهم الوحدات المتبعة في التحليل.

الفئات المختصة بصحف العينة:

الفئات المختصة بجريدة الصباح

- 1- التأكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد.

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

١- التقدم الحاصل في ادارة الملف الامني.

ب- ضرورة فرض النظام.

ج- وجوب سيادة القانون.

د- نجاح الحكومة في محاربة الفساد.

2- النجاح في ادارة الملف السياسي.

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

١- تحقيق تقدم في مشروع المصالحة الوطنية.

ب- سيادة الثقة في المشروع الوطني.

ج- التعاون بين اركان العملية السياسية.

3- ابراز انجازات الحكومة في ملف الخدمات.

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

١- التأكيد على توفير ما يحتاجه المواطن في قطاع الكهرباء.

ب- الاصرار على النجاح في توفير الخدمات للمواطنين في المجال الصحي.

ج- ضرورة ايجاد فرص عمل للعاطلين.

الاتجاهات الرئيسة السائدة في أخبار الصفحة الأولى لجريدة الصباح اثناء الحملة الانتخابية

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التأكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد	١٦٨	٥٠.٣٧	الاولى
٢	النجاح في ادارة الملف السياسي	٥٥	٤٠.٤٧	الثانية
٣	ابرار انجازات الحكومة في ملف الخدمات	١٢	٨.٨٨	الثالثة
	المجموع	١٣٥	%١٠٠	

الفئات المختصة بجريدة المشرق:

1- التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات.

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

أ- رداءة الخدمة في مجالي الماء والكهرباء.

ب- فقر الخدمات المقدمة في القطاعين الخدمي والبلديات.

ج- ضعف الخدمات المقدمة في المجال الصحي.

2- سوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي.

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

أ- ارتفاع نسبة البطالة.

ب- غياب الدعم الحكومي لقطاع الصناعة.

ج- تردي القطاع الزراعي.

د- التلكؤ في اقرار قوانين الاستثمار.

3- فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي .

وشملت هذه الوحدة مجموعة فئات منها:

أ- الاخفاق في انجاز المصالحة الوطنية.

ب- ضعف الاداء في مجال القضاء على المحاصصة الحزبية في المناصب الحكومية.

ج- الفشل في ملف العلاقات العراقية العربية.

الاتجاهات الرئيسة السائدة في أخبار الصفحة الاولى لجريدة المشرق أثناء الحملة الانتخابية

للمدة من ٢٠١٠/٢/١٢ ولغاية ٢٠١٠/٣/٦

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات	٤٢	٣٨,٨٨	الاولى
٢	سوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي	٣٥	٣٢,٤٠	الثانية
٣	فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي	٣١	٢٨,٧٢	الثالثة

ثانياً: الحملات الدعائية في أثناء الانتخابات

بعد التطورات التي حصلت في العالم بدأت النظم السياسية تأخذ في نظرها السيادة الشعبية والحرية والمشاركة الجماهيرية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية لذا ظهرت مفاهيم جديدة في الحكم منها مفهوم الديمقراطية أو مفهوم صنع القرار. وبظهور هذه المفاهيم كان لابد من اشراك المواطنين في السلطة وهو

ما دعا الى ظهور الانتخابات البرلمانية من أجل حكم الشعب بالشعب وهذه الانتخابات بحاجة الى حملات دعائية.

مفهوم الدعاية:

أول ما ظهر مصطلح الدعاية في الدعوات الدينية إلا أنه ظهرت أنواع أخرى منها الدعاية السياسية أو التجارية أو الدينية لكن هذه المصطلح أخذ ينصرف معناه بالاتجاه السياسي أكثر من غيره. وقد ظهرت تعاريف كثيرة للدعاية منها تعريف الفرنسي دوميناش بأنها (محاولة التأثير على رأي المجتمع وسلوكه بشكل يجعل الناس يتقبلون بعض الآراء والتصرفات) (السلوك المحددة). (٨) وذهب الأمريكي وولتر ليمان الى أنها (محاولة التأثير في الشخصيات الافراد، والسيطرة على سلوكهم لاغراض تعتبر غير حكيمة، أو ذات قيمة مشكوك فيها، في مجتمع ما في زمن بالذات). (٩) ويرى بعضهم أنها (النشاط والفن الذي يحمل الآخرين على سلوك مسلك معين ما كانوا يتخذونه ولولا ذلك النشاط) (١٠)،

مفهوم الحملة الانتخابية أو الدعاية الانتخابية

إن العملية الديمقراطية لا تقوم بدون الانتخابات فهي الوسيلة السلمية والتي عن طريقها يتم تداول السلطة في المجتمع. لذا لا يمكن لأية انتخابات ان تتم بدون وجود دعاية انتخابية للحزب والمرشحين، وعلى هذا أصبحت علماء قائماً بذاته أخذ يفيد من العلوم الأخرى كالإقتصاد والقانون وعلم النفس وغيرها. (١١) فالانتخابات بحاجة الى حملات والحملة الناجحة (هي تلك التي تستغل، في كل الاحوال، الوقت لاستهداف الناخب، وتقوم بتطوير رسالة مقنعة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول الى ذلك الناخب) (١٢) وهي ايضاً (تسلسل مهني من النشاطات المقرر تنفيذها لاغراض خاصة) (١٣) والدعاية الانتخابية تؤثر في معتقدات الجماهير وآرائهم حتى تتخذ اتجاهاً معيناً نحو الموضوعات السياسية. (١٤) وفي رؤية أخرى انها (مجموعة من الأنشطة والاعمال التي يقوم بها الحزب المرشح لغرض إعطاء صورة جيدة للجماهير أو الناخبين عن برنامجه السياسي واهدافه لغرض التأثير فيهم بالوسائل والاساليب كلها والامكانات المتاحة عن طريق قنوات الاتصال الجماهيرية وذلك بقصد الفوز في الانتخابات) (١٥). اضافة الى محاولة التأثير على الجمهور وتتم عن طريق عرض برامج وأهداف الحزب أو المرشح واطلاع الجماهير على المنجزات التي سوف تتحقق في حالة الفوز في الانتخابات وتحقيق رغباتهم في حالة مساندتهم له في الانتخابات.

وكذلك قنوات الاتصال والاقناع وتتم عن طريق استخدام وسائل الاعلام المختلفة سواء عن طريق الاتصال الشخصي أو عن طريق الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والانترنت. (١٦) وكذلك الحصول على أصوات الناخبين باعتبار إن الفوز في الانتخابات يتطلب الحصول على أصوات أكبر عدد ممكن من

الناخبين الذين يدلون باصواتهم في الانتخابات. (١٧)

المبادئ الاساسية للحملة الدعائية

قبل البدء بالانتخابات لابد من وجود مكتب جاهز للحملة وبامكان مرشحين عدة المشاركة فيه وهذا المكتب يجب ان يكون مجهزاً بالمستلزمات الاساسية وبالامكان الحضور اليه للحصول على المواد و المعلومات ذات الصلة بالمرشح والبرامج والحزب. (١٨)

وهذه العملية هي الانتقال من الاعلام بمعناه العلمي الدقيق الى الدعاية بمعناها الواسع، وهنا تتخذ الطبيعة الاستراتيجية التي وضعها المخطط الدعائي أساساً لهجومه الدعائي. (١٩)

ويقضي معرفة جهود الناخبين ومدى قربهم وبعدهم عن المرشح وتحديد الهدف هو الركيزة الاساسية في عملية التخطيط للدعاية الانتخابية .

يلجأ المرشح الى وسائل اتصالية مختلفة ليدبر حملته الدعائية، لكن يجب ان يختار الوسيلة المناسبة لدعايته الانتخابية، وفقاً للمعايير الاجتماعية والثقافية والبيئية. ويتم التفاعل بين المرشح والناخبين يجب تحديد الاساليب التي تجري فيها عملية النقل وكيفية التعامل مع الجمهور، وهذه الأساليب يجب ان تكون شرعية وقانونية ووفق الضوابط والتعليمات الانتخابية السارية في تلك الدولة.

مصادر تمويل الحملات الانتخابية:

إن أي مرشح يخوض غمار حملة انتخابية بحاجة الى المال لتسيير شؤونه وقد أصبحت الحملات الانتخابية في الوقت الراهن تتطلب ميزانيات ضخمة لذا يجب تحديد النفقات المالية وتنظيم مصادر تمويلها والاعداد الجيد لها.

ولتمويل الحملة الانتخابية يجب أن يقوم المرشحون وحزبهم أو مناصروهم بجمع الأموال من الناس والمنظمات والمؤسسات التي تدعم وتساند رؤيتهم واهدافهم وبرامجهم.

هذه المنظمات والمؤسسات قد تكون مؤسسات اعمال، اتحادات ونقابات جماعة نسائية، واعضاء وأفراد داعمين محليين.

ويمكن أيضاً جمع الاموال عن طريق الفعاليات والانشطة ذات الصلة .

الإ أن زعماء الاحزاب السياسية غالباً ما يقومون بدور أساس لتمويل أحزابهم، إذ يعتمد هؤلاء المسؤولون على أموالهم ومعارفهم الشخصية، لذا يكون من الصعب بلوغ درجة عالية من الديمقراطية داخل الاحزاب نظراً الى تبعية المنظمات الحزبية تجاه هؤلاء الافراد الميسورين. (٢٠)

وقد تكون (بعض المنظمات المدنية مثل منظمات رجال الاعمال مصادر جيدة لجمع التبرعات للحملة فاذا أرادت منظمة ما أن يحقق مرشح الفوز فانها لن تتردد في المساهمة بالمال لحملة أو تقديم العون له بجمع التبرعات من اعضائها).

وعلى هذا يمكن حصر ثلاثة مصادر لتمويل الحملات الانتخابية هي:

- 1- تمويل عمومي من طرف الدولة.
 - 2- تمويل خاص من مؤسسات خاصة أو أشخاص ميسورين أو شركات أو من اشتراكات الأعضاء أو هبات من بعض المواطنين.
 - 3- تمويل آخر من الدول والمؤسسات الأجنبية، أو تجار المخدرات، أو عصابات المافيا، أو عصابات الارهاب والجريمة المنظمة.
- والملاحظ أن هناك من المرشحين من ينفق مبالغ طائلة على حملته الانتخابية، لذا دائما ما يحذر من الدور السلبي للمال في ادارة الحملة الانتخابية اذا ما تجاوز الضوابط والقواعد التي تنظم الانفاق المالي للحملة. وهناك ظواهر سلبية تنتج من تزايد دور المال ومن اهمها:
- 1- قيام بعض المرشحين ولا سيما مرشحي السلطة بتقديم الرشاوي لبعض الناخبين، وذلك عن طريق تقديم تبرعات مالية أو إنشاء بعض المشاريع، وتزداد فاعلية تأثير المرشحين في ضوء المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي يعاني منها الناخبون.
 - 2- الاخلال بمبدأ تساوي الفرص بين المرشحين من حيث الدعاية الانتخابية، فمرشح السلطة تسخر له الاموال كلها، والامكانات المادية والبشرية، أما مرشحو المعارضة فيعجز بعضهم عن تغطية حتى الجزء القليل من حملته الانتخابية مكتفياً بقدر قليل من المال الذي يعطى له من الدولة لتغطية الحملة الانتخابية.
 - 3- استخدام المال للتأثير على ارادة الناخبين وذلك عن طريق شراء الاصوات في بعض الحالات واستثمار أرباب السوابق لممارسة اعمال العنف لإرهاب المرشحين المنافسين. (٢١)
- وكما معروف فإن ميزانية الحملة الاعلامية هي (ترجمة لحظة الاعلان في شكل مالي، يحدد مصروفات الاعلان المقدر، وتستخدم موازنة الاعلان كأداة لاتخاذ القرارات على مستوى الادارة العليا لتخصيص المبالغ المناسبة لعملية الاعلان) (٢٢).
- لذا على المرشح القيام بالتخطيط وتدبير الموارد المالية لحملته والتي يجب أن تكون بالطرائق القانونية المشروعة بعيداً عن استخدام المال العام الا في حدود ما يسمح به القانون، وهذا الاعداد للحملة الدعائية يجب أن يحدد معدل الانفاق المالي لاستطلاع الرأي والاعلانات والملصقات والتجمعات والندوات التلفزيونية وكذلك حجز حيز زمني في مجال استغلال خدمات الاقمار الصناعية.

التغطية الاعلامية للحملات الانتخابية

إن الاختيار بين الحكومة والبدائل السياسية أمر جوهري للمتلل الاعلى للديمقراطية، لذا فإن الوصول الى وسائل الاعلام في المجتمع الحديث يعد أمراً ضرورياً لنشر المنابر والبرامج الحزبية و(يتمركز أساس السلطة، داخل أية حكومة ديمقراطية في ادارة الشعب التي تعكسها الانتخابات الديمقراطية النزيهة، وليس من الممكن أن تتجلى هذه السلطة إلا اذا اختار المقترعون أحد المتنافسين السياسيين، اختياراً مبنياً على الحرية والوعي، في هذا

السياق، توفر وسائل الاعلام، بالنسبة لمعظم المقترعين، المعلومات الضرورية لاختيار المرشح المناسب أمام صندوق الاقتراع. من هنا يعد سلوك الاعلام تجاه الاحزاب السياسية والمرشحين كافة، بالاضافة الى طريقته في عرض المعلومات المتعلقة بالخيارات الاقتراعية، عاملاً مهماً للغاية في انجاز مرحلة الانتخابات الديمقراطية). (٢٣)

فمن حق الناخبين معرفة المعلومات الكاملة عن أي حزب من الاحزاب المتنافسة في الانتخابات، وعلى الدولة أو الحكومة تقع هذه المسؤولية التي تنظم عملية الانتخابات، وكذلك تقع عليها مسؤولية توفير بيئة يمكن أن تكون فيها وسائل الاعلام مصدرأ رئيساً للمعلومات فضلاً عن التزامها المهني في أن توفر المعلومات كافة الكاملة والصحيحة حول القضايا المتعلقة في الانتخابات. (٢٤)

إذ يجب أن تغطي وسائل الاعلام الانتخابات كلها بحداية، فعملية التغطية الاعلامية تتطلب جهوداً مكثفة للاعلاميين مثل إقامة الندوات والمؤتمرات والتجمعات الانتخابية والمناظرات التلفزيونية، ولا بد من تحديد عدد المرشحين والاحزاب الذين ستنم تغطيتهم بانتظام. (٢٥)

وعليه فان لوسائل الاعلام المختلفة دورا في تكوين الاراء والاتجاهات لدى الناخبين وتحقيق عملية الاقناع وبعد ذلك محاولة تغيير السلوك الفردي او الجماعي عن طريق وسائل الاعلام وتكوين الرأي العام؛ لذا فان الدعاية ترمي الى احداث تغييرات وتحولات في وجهات النظر عند الناخبين حول مجموعة المرشحين في الحملات الانتخابية. (٢٦) وتشير التجارب الى ان تأثير التعرض لوسائل اعلامية عديدة افضل من التعرض لوسيلة واحدة على الرغم من ان لكل وسيلة اتصال مقدرة على الاقناع تزيد او تقل عن غيرها من الوسائل الاخرى، وتكمن الاختلافات في قدرة التأثير بين وسائل الاعلام على الطريقة التي يقدم بمقتضاها المضمون ومدى واقعيته، فاذا اتسم بالواقعية فذلك يزيد من تأثير تلك الوسيلة (٢٧)

وقد حدد عدد من الباحثين والاعلاميين قواعد مختلفة ينبغي على المرشح ان يضعها في حسبانته اثناء حملته الانتخابية وهي:

- 1- في الدورة الانتخابية القصيرة يصبح الاعلام الجماهيري حاسما على الاطلاق. ما لم تكن للحملة موارد مالية غير محددة.
 - 2- العلاقات الاعلامية تصبح غالبا وظيفة كاملة وينبغي ان يكون هناك شخص محدد للترويج الاعلامي للمرشح بوسائل الاعلام كلها.
 - 3- ينبغي للمرشحين كافة ان يزاووا الرسالة طوال الوقت.
 - 4- ينبغي ان يخضع المرشحون كلهم لنوع من التدريب والاعداد الاعلامي، فالظهور في التلفزيون او الاذاعة فرص نادرة و ثمينة.
- وتعد عملية تثقيف الناخبين من المهام الرئيسية التي تقوم بها وسائل الاعلام عن طريق استخدام طرق مختلفة مثل توزيع الملصقات وعقد الندوات والمقابلات الوجيهة وقد اثبت البث التلفزيوني قدرته بكبر حجم مساحة التغطية وبما يتعلق بمخاطبة الخارجين عن التعليم من الناخبين. (٢٨)

ومن الطرق التي يمكن عن طريقها مخاطبة جمهور الناخبين، هي الاعلان السياسي المدفوع الثمن والذي يعد احد الطرق التي تمكن الاحزاب والمرشحين الوصول المباشر الى جمهور الناخبين لذا تضع عدد من الدول قيوداً صارمة على الاعلان السياسي لانه يعطي الافضلية للاحزاب والمرشحين الذين لديهم اموال. في حين أن قانون الاعلام اثناء الانتخابات في العراق والصادر عن هيئة الاعلام والاتصالات يسمح بالاعلان السياسي المدفوع الثمن في اية وسيلة من وسائل الاعلام ماعدا الوسائل الاعلامية الحكومية التي تعد جزءا من شبكة الاعلام العراقي ومن الوسائل التي يستخدمها المرشحون في أثناء حملتهم الانتخابية عملية الاتصال المباشر أو (الشخصي) فهو من أقوى الانواع الاتصالية فهو مواجهي ويهتم بدراسة التأثير السياسي فمعظم الدعاية الانتخابية تتكون من خطط متعددة وتجمعات حزبية وجماهيرية كبيرة.

ولأن الاتصال المباشر ركيزة أساسية للاتصال التي يجريها المرشح السياسي، لذلك يوصي خبراء الاتصال أن تكون كلمات الرسالة اللفظية الشفهية وألفاظها أن تؤدي بمعدل سرعة متوازنة حتى يعطي فرصة للمتلقي لمتابعة المرسل وتفهم معنى الرسالة، إذ لا معنى لأية رسالة تقدم بسرعة وعجلة فهي لا تعطي السامع الفرصة لفهم الألفاظ وتأمل المعاني من غير تعب أو جهد. (٢٩)

وتؤدي الملصقات الجدارية دوراً فاعلاً في اقناع المتلقي عن طريق تجسيد الأفكار بلغة معاصرة، لذا يؤخذ عند تصميم الملصقات الأفكار والاتجاهات والمفاهيم بحسب نوع الهدف أو الغرض المصمم من أجله فضلاً عن استخدام الكلمة أو الرسم أو الرمز أو الصورة التي تم توظيفها لإخراج فكرة الملصق اخذين بنظر الاعتبار الظروف المناسبة التي تهيء له النجاح وإحداث تأثير كبير في المتلقي. (٣٠)

وتعد الملصقات السياسية وسيلة مهمة لاجاد الوعي الثقافي الى جانب الوعي السياسي فهو يرتبط ارتباطاً مباشراً بالجمهور. (٣١) وكذلك اللغة المعاصرة التي ترتبط بالاحداث السياسية التي تهم البلد كالأحداث الانية و السياسية والوطنية والقومية كما يعمل على تجسيد الافكار والشعارات. (٣٢)

ثالثاً: نتائج التحليل

الصحف المعنية:

الصباح : جريدة سياسية يومية وهي جزء من شبكة الاعلام العراقي المملوكة للدولة والممولة من المال العام، تأسست الصباح بموجب الامر رقم (٦٦) الصادر عن سلطة الائتلاف المؤقتة ثم انتقلت ادارتها الى الحكومة العراقية. تقوم الحكومة العراقية بتعيين رؤوساء تحرير الصباح خلافاً للامر (٦٦) الذي ما زال ساري المفعول في ان يتم تعيين رئيس تحريرها من قبل مجلس النواب العراقي.

صدرت الصباح في ٢٠٠٣/٥/١٧ وبثمانين صفحات ثم باثنتي عشرة صفحة ثم استقرت بـ (٣٤) صفحة يومياً ومن ضمنها ملاحق متخصصة، منها الملحق الرياضي، ومجتمع مدني، وفاق ستر اتيجية، وملحق فنون. (٣٣)

المشرق : وهي جريدة سياسية مستقلة حسبما ورد في التعريف بها، صدر العدد الاول منها في ٢٠٠٣/١٢/١٣ وكانت تطبع يومياً ١٢ الف نسخة في اول صدورها، وهذا رقم كبير بالنسبة للصحف الخاصة

التي صدرت في بغداد في تلك المدة، والموقف المالي للجريدة جيد نسبياً، عرف عنها مهاجمتها للسياسة الأمريكية وللوجود الأمريكي وكذلك الحكومات العراقية المتعاقبة عن طريق كتاب الاعمدة فيها وكذلك في تناولها الاخباري.

رأس تحريرها الدكتور فؤاد غازي، وتم إيقافها عن الصدور في ٢٠٠٤/٦/٤ بسبب مقال ضد السياسات الأمريكية في العراق وعد تحريضاً على العنف. والجريدة باثنتي عشرة صفحة.

نتائج التحليل

الفئات الرئيسية لجريدة الصباح: التأكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد اذ احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى وحصلت على ١٦٨ تكراراً ونسبة ٥٠,٣٧ واحصل النجاح في ادارة الملف السياسي المرتبة الثانية وحصل على ٥٥ تكراراً ونسبة ٤٠,٤٧ اما فئة ابراز انجازات الحكومة في ملف الخدمات فقد احتلت المرتبة الثالثة وحصلت على ١٢ تكراراً ونسبة ٨,٨٨.

جدول رقم (١) يوضح الاتجاهات الرئيسية السائدة في اخبار الصفحة الاولى في جريدة الصباح

اتناء الحملة الانتخابية للمدة من ٢٠١٠/٢/١٢ ولغاية ٢٠١٠/٣/٦

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التاكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد	١٦٨	٥٠,٣٧	الاولى
٢	النجاح في ادارة الملف السياسي	٥٥	٤٠,٤٧	الثانية
٣	ابراز انجازات الحكومة في ملف الخدمات	١٢	٨,٨٨	الثالثة
	المجموع	١٣٥	١٠٠%	

١- التأكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد:

فيما يخص الفئة الاولى التأكيد على نجاح الحكومة في ادارة البلاد وفئاتها الفرعية نلاحظ ان الفئة الفرعية الاولى هي النقص الحاصل في ادارة الملف الامني الذي حصل على المرتبة الاولى بتكرارات وعددها ٢٧ تكراراً ونسبة ٣٩,٧٠ ونلاحظ هنا ان جريدة الصباح في تركيزها على هذه الفئة الفرعية وبهذه النسبة انما تؤكد الخطاب الرسمي الحكومي الذي رفعه شعاراً في الانتخابات والذي كان يؤكد دوماً على الانجاز الامني وابرازه كأنجاز كبير بل الانجاز الاهم وهو ما يؤكد انعكاس الخطاب الحكومي في جريدة الصباح والتي تعاملت معها الحكومات المتعاقبة على انها الجريدة التي يجب ان تكون حاملة المشروع الحكومي.

وجاءت الفئة الفرعية الثانية ضرورة فرض النظام في المرتبة الثانية بـ (١٥) تكراراً ونسبة ٢٢ وهي

بمرحلة متقدمة لترسخ طبيعة الخطاب وتكون مكملاً للفئة الفرعية الاولى اذ اكدت الجريدة على ضرورة فرض النظام وهو ذات المنجز الذي تعتقد الحكومة بانه افضل واهم انجازاتها، ولذلك جاء في المرتبة الاولى مما اكدت عليه الجريدة في خطابها اثناء فترة الحملة الانتخابية وعلى صفحاتها الاولى.

واحتلت وجوب سيادة القانون المرتبة الثالثة بـ (١٢) تكراراً وبنسبة ٢٠,٥٨ وهي الفكرة التي تؤكد على ذات برنامج الحكومة الذي خاضت به الانتخابات بشعارها ائتلاف دولة القانون.

واحتلت نجاح الحكومة في محاربة الفساد كفاءة فرعية المرتبة الرابعة بـ (١٢) تكراراً وبنسبة ١٧,٦٤ ورغم الانتقادات الواسعة للاداء الحكومي في هذا الملف الا انه جاء في المرتبة الرابعة من اهتمامات جريدة الصباح على صدر صفحاتها الاولى، تأكيداً للخطاب الحكومي من ان الفساد يغذي العنف، ورغم التقارير الدولية التي تؤكد ضعف الحكومة في مكافحة الفساد الا ان احتلال هذه الفئة لهذه المرتبة يشير الى تبني الجريدة لذات الحكومي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٣٩,٧٠	٣٧	التقدم الحاصل في ادارة الملف الامني	١
الثانية	٢٢	١٥	ضرورة عرض النظام	٢
الثالثة	٢٠,٥٨	١٤	وجوب سيادة القانون	٣
الرابعة	١٧,٦٤	١٢	نجاح الحكومة في محاربة الفساد	٤
	١٠٠%	٦٨	المجموع	

2- النجاح في ادارة الملف السياسي:

فيما يخص الفئة الثانية وفئاتها الفرعية نجد ان تحقيق تقدم في مشروع المصالحة الوطنية قد جاء في المرتبة الاولى بـ (٢٥) تكراراً وبنسبة ٤٥,٤٥ وهي نسبة مرتفعة ركزت عليها الجريدة في خطابها في تبني واضح للخطاب الحكومي ورداً على الانتقادات بعدم تحقيق انجاز يذكر في موضوع المصالحة الوطنية، فجاءت الجريدة لتؤكد على ان الشعار الذي رفعتة الحكومة في اشهر عمرها الاولى وتأكيدا ضرورة المصالحة الوطنية وجد له صدى واسع على صفحات الجريدة وبنسبة كبيرة اثناء الحملة الانتخابية.

اما الفئة الفرعية الثانية ضرورة الايمان بالمشروع الوطني فقد جاء في المرتبة الثانية بـ (١٦) تكراراً وبنسبة ٢٩,١ وهو ما اكدت عليه الجريدة من ان المشروع الوطني هو المشروع الذي رفعتة قائمة دولة القانون والتي ما تؤكد دائماً ضرورة الوقوف خلف المشروع الوطني وفق المقاييس التي وضعتها القائمة.

واحتلت الثقة المتزايدة بين اركان العملية السياسية المرتبة الثالثة بـ (١٤) تكراراً ونسبة ٢٥,٤٥ وهي اشاعة الثقة بين اركان العملية السياسية في العراق، وهذه الفئة وردت بهذا التكرار رداً على الانتقادات الموجهة للحكومة العراقية وما اشيع عنها اثناء الحملة الانتخابية من محاولة الاستئثار بالسلطة ومحاولة العودة الى كرسي الوزارة، ولذلك جاء الرد عبر جريدة الصباح من ضرورة اشاعة الثقة بين اركان العملية السياسية، وليست هناك نية للاستئثار بالسلطة كما يشاع.

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	تحقيق تقدم في مشروع المصالحة الوطنية	٢٥	٤٥,٤٥	الاولى
٢	ضرورة الايمان بالمشروع الوطني	١٦	٢٩,١	الثانية
٣	الثقة المتزايدة بين اركان العملية السياسية	١٤	٢٥,٤٥	الثالثة
	المجموع	٥٥	١٠٠%	

3- أبرز انجازات الحكومة في ملف الخدمات:

وبالنسبة للفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثالثة، التأكيد على ما يحتاجه المواطن في قطاع الكهرباء فقد وردت (٧) مرات من حيث التكرار، ونسبة ٥٨,٣٣ وقد وردت هذه الفئة الفرعية اولاً رداً على الانتقادات الموجهة للاداء الحكومي في ملف الخدمات على مدى السنوات الاربع الماضية، والتي جاء فيها ان الحكومة لم تقدم شيئاً يذكر في ملف الخدمات ولا سيما ازمتة المستعصية في قطاع الكهرباء، وقد وجهت للحكومة انتقادات كثيرة في هذا الملف، وجاء الرد الحكومي ان ملف الخدمات قد تعرقل بسبب سوء الاوضاع الامنية، وان الجهاز الحكومي قد صب جهوده كلها على محاولة فرض الامن وانه برأي الحكومة هو المدخل الاساس لانجاز باقي الملفات.

وجاء الاصرار على النجاح في القطاع الصحي في المرتبة الثانية بالنسبة للفئة الرئيسية الثالثة بـ (٣) تكرارات ونسبة ٢٥% رداً على الانتقادات الموجهة للحكومة من قبل منافسيها في الانتخابات والذين كانوا يؤكدون دوماً على انهم منحوا الحكومة عبر مجلس النواب ميزانية كبيرة فشلت الحكومة في توظيفها. وجاء في المرتبة الثالثة ضرورة ايجاد فرص عمل للعاطلين بتكرارين ونسبة ١٦,١٦ في اخر قائمة اهتمامات الجريدة والتي لم تستطع رد الانتقادات الموجهة للحكومة في هذا الملف.

لذلك ليس من المستغرب ان تحتل فئة انجازات الحكومة على مستوى الخدمات المرتبة الاخيرة في اهتمامات جريدة الصباح، ذلك ان الاعتراف الحكومي كان واضحاً بالنسبة لطبيعة المهمة التي كان يواجهها وما يعتقد انه قد حقق فيها انجازاً كبيراً، وهو ملف الامن.

ويبدو واضحاً ان جريدة الصباح قد تبنت الخطاب الحكومي بشكل كامل في التأكيد على ما تعتقده نقاط قوة في صالحها، وتراجع الاهتمام بالملفات التي لم تحقق فيها الشيء الكثير.

جدول رقم (٤) يوضح الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثالثة

3- ابراز انجازات الحكومة في الملف الخدمات

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التأكيد على ما يحتاجه المواطن من قطاع الكهرباء	٧	٥٨,٣٣	الاولى
٢	الاصرار على النجاح في القطاع الصحي	٣	٢٥	الثانية
٣	ضرورة ايجاد فرص عمل للعاطلين	٢	١٦,٦٦	الثالثة
	المجموع	١٢	١٠٠%	

الفئات الرئيسية لجريدة المشرق:

بالنسبة للفئات الرئيسية في جريدة المشرق جاء التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات بـ (٤٢) تكراراً ونسبة ٣٨,٨٨.

واحتلت فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي المرتبة الثانية من حيث كونها الفئة الرئيسية الثانية بـ (٣٥) تكراراً ونسبة ٣٢,٤٠.

اماسوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي فقد احتل المرتبة الثالثة بـ (٣١) تكراراً ونسبة ٢٨,٧٢.

جدول رقم (٥)

يوضح الاتجاهات الرئيسية السائدة في اخبار الصفحة الاولى في جريدة المشرق اثناء الحملة الانتخابية
للمدة من ٢٠١٠/٢/١٢ ولغاية ٢٠١٠/٣/٦

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات	٤٢	٣٨,٨٨	الاولى
٢	فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي	٣٥	٣٢,٤٠	الثانية
٣	سوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي	٣١	٢٨,٧٢	الثالثة
	المجموع	١٠٨	%١٠٠	

١- التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات:

بالنسبة للفئة الفرعية الاولى رداءة الخدمة في قطاعي الماء والكهرباء فقد احتلت المرتبة الاولى بـ (١٨) تكراراً ونسبة ٤٢,٨٥ ونجد ان جريدة المشرق قد عكست الصورة تماماً في اولوياتها فقد ركزت في تغطيتها على كل ما تعتقد انه اخفاق حكومي، ولا سيما في ملف الخدمات المقدمة للمواطن، لذلك جاءت تغطيتها في تركيز واضح على ما قالت انه اخفاق واضح في قطاعي الماء والكهرباء من خلال تركيزها على رداءة خدمات وشبكة الماء ولا سيما في العاصمة بغداد وكذلك التأكيد على النقد الدائم بسبب الاخفاق في تحقيق تقدم ملموس في قطاع الكهرباء.

وجاء في المرتبة الثانية فقر الخدمات المقدمة في القطاعين الخدمي والبلدي بـ (١٤) تكراراً ونسبة ٣٣,٣٣ وهذه الفئة هي من ضمن الانتقادات الموجهة للاداء الحكومي في كونه لم يلتفت الى قطاع الخدمات والبنية التحتية للعاصمة بغداد وافتقادها لهذه الخدمات.

وتأتي في المرتبة الثالثة ضعف الخدمات المقدمة في المجال الصحي بـ (١٠) تكرارات ونسبة ٢٣,٨٢ وركزت عليه الجريدة في مجمل تغطيتها اثناء فترة الحملة الانتخابية، وركزت الجريدة على الانتقادات في هذا المجال من زاوية الميزانية الانفجارية التي اقرها مجلس النواب للحكومة في الوقت الذي اخفقت فيه الحكومة في تحقيق انجازات تذكر.

جدول رقم (٦) يوضح الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الاولى

1- التأكيد على فشل الحكومة في ملف الخدمات

ت	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	رداءة الخدمة في قطاعي الماء والكهرباء	١٨	٤٢,٨٥	الاولى
٢	فقر الخدمات المقدمة في القطاعين الخدمي والبلدي	١٤	٣٣,٣٣	الثانية
٣	ضعف الخدمات المقدمة في المجال الصحي	١٠	٢٣,٨٢	الثالثة
	المجموع	٤٢	١٠٠%	

2- فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي:

وهي الفئة الرئيسية الثانية بالنسبة لجريدة المشرق، اما بالنسبة للفئات الفرعية، فتحل المرتبة الاولى الاخفاق في انجاز المصالحة الوطنية والتي احتلت المرتبة الاولى من بين الفئات الفرعية بـ (١٤) تكراراً وبنسبة ٤٠% وهو من المحاور التي تؤكد الجريدة عليه دوماً وتتهم الحكومة انها لم تكن جادة في مشروع المصالحة الوطنية، ولم تحقق خطوات مهمة في هذا الملف.

اما بالنسبة للفئة الفرعية الثانية ضعف الاداء في مجال القضاء على المحاصصة الحزبية في المناصب الحكومية فقد احتلت المرتبة الثانية بـ (١٢) تكراراً وبنسبة ٣٤,٢٨ وهو ما اكدت عليه الجريدة بشكل متكرر وعدته جزءاً من الاخفاق الحكومي واحد ابرز مساويء الحكومة الحالية في انها حكومة محاصصة حزبية وسياسية.

اما بالنسبة للفئة الفرعية الثالثة وهي الفشل في ملف العلاقات العربية فقد وردت بتسعة تكرارات وبنسبة ٢٥,٧١ وهو ما كانت الجريدة تؤكد عليه دوماً كأحد نقاط الضعف في اداء الحكومة العراقية، وكانت الجريدة تتهم الحكومة بشكل متكرر انها اخفقت في اقناع محيطها العربي بمشروعها السياسي، كما ان الحكومة لديها مشاريع اخرى مع دول اخرى لذلك فهي ليست معنية بالمحيط العربي.

جدول رقم (٧) يوضح الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثانية

2- فشل الحكومة في ادارة الملف السياسي

ت	الفئة الرئيسية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الاخفاق في انجاز المصالحة الوطنية	١٤	٤٠	الاولى
٢	ضعف الاداء في مجال القضاء على المحاصصة الحزبية في المناصب الحكومية	١٢	٣٤,٢٨	الثانية
٣	الفشل في ملف العلاقات العراقية العربية	٩	٢٥,٧١	الثالثة
	المجموع	٣٥	%١٠٠	

3- في الفئة الرئيسة الثالثة وهي سوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي فقد ضمت مجموعة من الفئات الفرعية اولها ارتفاع نسبة البطالة والتي وردت بـ (١٠) تكرارات وبنسبة ٣٢,٢٥ في المرتبة الاولى لتؤكد على الاخفاق الحكومي في ايجاد فرص عمل للعاطلين وغياب المشروعات المرتبطة بامتصاص البطالة، والتأكيد على الفشل الحكومي في هذا الملف رغم الميزانيات الكبيرة المخصصة للمشاريع في السنوات الاربع الماضية.

وجاء غياب الدعم الحكومي لقطاع الصناعة في المرتبة الثانية بالنسبة للفئات الفرعية وبنسعة تكرارات وبنسبة ٢٩% وفي هذه الفئة تم التأكيد على عدم وجود ضوابط تحمي المنتج المحلي من قبل الدولة التي فتحت الحدود اما المنتجات القادمة من دول الجوار كي تستفيد على حساب الصناعة العراقية.

اما الفئة الفرعية الثالثة فقد تمثلت في انتقاد الواقع الزراعي المتردي والذي اهملته الحكومة ولم توله الاهتمام الذي يستحق وجاءت (٧) مرات وبنسبة ٢٢,٥٨ وفيها حملت الحكومة التقريط في حصة العراق المائية مع الدول التي تقسم دجلة و الفرات.

اما الفئة الرابعة فقد تمثلت في التلكاء في اقرار قوانين الاستثمار وجاءت بـ (٥) تكرارات وبنسبة ١٦,١٢ وفيها انتقدت الجريدة وجود هيئة حكومية للاستثمار من دون وجود ارضية من القوانين التي تشجع الاستثمار.

جدول رقم (٨) يوضح الفئات الفرعية للفئة الرئيسة الثالثة

3- سوء الاداء الحكومي في الجانب الاقتصادي

ت	الفئة الفرعية (الاتجاهات)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ارتفاع نسبة البطالة	١٠	٣٢,٢٥	الاولى
٢	غياب الدعم الحكومي لقطاع الصناعة	٩	٢٩	الثانية
٣	تردي القطاع الزراعي	٧	٢٢,٥٨	الثالثة
٤	التكؤ في اقرار قوانين الاستثمار	٥	١٦,١٢	الرابعة
	المجموع	٣١	%١٠٠	

ان الملاحظة الابرز بالنسبة للجريدتين هي الاختلاف الجذري فيما تؤكد كل منهما عليه، بل ان ما عدته الصباح من باب الانجاز الذي يستحق الاشادة كان بالنسبة للمشرق اخفاقاً يسحق الاقصاء، وذلك يمنحنا دلالة مهمة وهي ان التغطية بالنسبة للصحيفتين لا تقوم على اعتبار مهني خالص وانما على اعتبارات حزبية. ونلاحظ ان الاتجاهات الرئيسة في جريدة الصباح في تلك المدة هي ما تؤكد عليه الحكومة في مشروعاتها السياسية والانتخابية وتأكيد ورقتها الاربعة في الملف الامني وكانت الصباح صدق لهذا الخطاب، ونجدها قد اكدت المفردات ذاتها المفردات التي اكدتها الحكومة، لذلك جاء ٥٠% من اخبار صفحتها الاولى تأكيداً لهذا الخطاب في ان الحكومة قد نجحت في ادارة البلاد، وركزت ما نسبته ٣٩,٧٠ من أخبار الصفحة الاولى على التقدم الحاصل في ادارة الملف الامني وهو ابرز ما انتجته الحكومة وجاءت هذه الفئة الرئيسة الثانية لتؤكد المنطق نفسه ولتركيز الفكرة نفسها من ضرورة فرض النظام وهو ما يرتبط ايضا بالملف الامني، كما جاءت الفئة الفرعية الثالثة وهي وجوب سيادة القانون لتؤكد على المفهوم نفسه بصيغة اخرى.

ان الفئة الرئيسة الاولى ترتبط ارتباطاً وثيقاً من حيث كونها مفردات اكدت عليها الجريدة بالخطاب الحكومي وهو ما يعكس بشكل من الاشكال ارتباط المؤسسات الممولة من المال العام بأجندة الحكومة. وعدم القدرة على التخلص من السيطرة الحكومية على مؤسسات المال العام، وهي اشكالية برزت لنا في علاقة الصحافة بالسلطة منذ عام ٢٠٠٣ اذ ذهبت الحكومات دائماً في اتجاه السيطرة على وسائل الاعلام الممولة من المال العام وتوظيفها توظيفاً سياسياً يخدم سياستها.

وعلى الرغم من ان الاعوام السابقة كانت تضع العراق عن طريق التقارير الدولية في مرتبة الدول الاكثر فساداً في العالم الا أننا نجد ان الصباح تؤكد على جهود الحكومة في مكافحة الفساد وابرار هذه الفئة بشكل واضح.

وعلى العكس من ذلك نجد أن جريدة المشرق تركز في تغطيتها على الافكار نفسها التي تركز عليها

الصباح ولكن هذه المرة باعتبارها اخفاقات حكومية وركزت المشرق على الاخفاقات في ملف الخدمات على اعتبار ان هذا المفصل هو أحد نقاط الضعف في الاداء الحكومي الذي انشغل بالملف الامني واهمل باقي الملفات، لذلك ركزت الجريدة على ما عدته اخفاقاً في هذا الملف ومن زواياه جميعها سواء ما تعلق بالجانب الاقتصادي، أو الصحي، أو في قطاعي الماء والكهرباء، كما عدت الجريدة ان هناك اخفاقاً في ادارة الملف السياسي وملف المصالحة الوطنية.

النتائج

أصبح من البديهي ان اكتمال أركان العملية الديمقراطية لا يقتصر على الممارسة الانتخابية فقط وقد جرب العراق منذ عام ٢٠٠٣ هذه الممارسة الانتخابية في ثلاث انتخابات تشريعية؛ ولكن لم تكن هناك اية جهود تذكر في مجال الاعلام او تطوير اليات محلية بالاستناد الى تجارب علمية في مجال مراقبة الاعلام اثناء الانتخابات ولم تأخذ أية مؤسسة ولاسيما مؤسسات المجتمع المدني أو أي من مراكز البحوث المعنية بعين الاعتبار تطوير مثل هذه الاليات .

ان وسائل الاعلام العراقية ولاسيما تلك التي تمول من المال العام ما زالت رهيبة السيطرة الحكومية، ويتم تعيين ملاكاتها العليا من رأس الجهاز التنفيذي ولم يحصل ولو لمرة واحدة ان تم عرض هذه الملاكات للحصول على موافقة مجلس النواب كما يحدد القانون . اما فيما يتعلق بوسائل الاعلام الاخرى ولاسيما الحزبية منها أو الخاصة فهي تعتقد أن عدم ارتباطها بالحكومة او ميلها مع أحد الاطراف الحزبية يخولها ان تنقل ما تشاء وان تعالج ما تنقله كيفما تشاء. في حين أن وسائل الاعلام جميعها أنفة الذكر وحسب القوانين الدولية محكومة بمعايير دولية لا يمكن تجاوزها او التعدي عليها من زاوية اخلاقية وموضوعية في المقام الاول .

ان حق الجمهور في أن يعرف يعد مسؤولية اخلاقية لا تتصل منها اية وسيلة اعلامية ولا تقف مسؤولية وسائل الاعلام في حق الجمهور بالمعرفة بل تتعداه الى مهمة اخطر هي حق الجمهور في ان يعرف الحقيقة وان تعرض امامه الحقائق والوقائع بدقة وتوازن من اجل أن يملك الخيار في ان يختار من دون تضليل وذلك جوهر الديمقراطية.

التوصيات

في ظل هذه المتغيرات الجديدة على بيئة العمل الاعلامي في العراق نعتقد أننا أمام ظاهرة جديدة نسبياً لابد من اتخاذ مجموعة من الخطوات بشأنها تتمثل في:

- 1- تكثيف البحث الاكاديمي بشأن هذا المتغير، من اجل ترسيخ وتأصيل نظري يكون بمثابة مادة بحثية اساسية في هذا المجال.
- 2- تكثيف البحث العملي لوسائل الاعلام قبل الانتخابات واثرائها من اجل الوصول الى نتائج محددة.
- 3- تكثيف الدراسات النظرية والعملية الخاصة بمراقبة الاعلام اثناء الانتخابات كجزء مهم في اشاعة ثقافة مراقبة وسائل الاعلام اثناء الانتخابات.

4- العمل على تدريب الملاكات العاملة في هذا المجال من اجل اكتساب خبرات ميدانية وجديدة في هذا المضمار .

الهوامش والمصادر

- 1- مجموعة مؤلفين، اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ط٣)، ص٢٦.
- 2- د. ذوقان عبيدان، البحث العلمي مفهومه ودواته، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨)، ص٦٨.
- 3- محمد حرفوش، نزهة الاعلام في تغطية الانتخابات، (القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الانسان، ٢٠٠٩)، ص٤.
- 4- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦، ط٢)، ص٧٨.
- 5- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام الاسس والمباديء، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٦)، ص١٩.
- 6- د. حميد جاعد، اساسيات البحث المنهجي، (بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠٤)، ص٢٨.
- 7- نادية سالم، تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية، (القاهرة: دار المساحة للطبع، ١٩٨٢)، ص١٥.
- 8- د. فلاح كاظم المحنة، الاعلام والرأي العام والدعاية، (بغداد: مطبعة العمال المركزية، ١٩٨٦)، ص١٠٤.
- 9- د. حسنين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٢)، ص١٢٤.
- 10- لنندس فريزور، الدعاية السياسية، (لبنان: ترجمة عيد السلام شحاتة لبنان، ١٩٦٠)، ص٩.
- 11- داود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٢)، ص١١١.
- 12- ناتالي سليمان، دليل تدريبي للحزب السياسية، (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ٢٠٠٧)، ص٥٦.
- 13- براني أودي، دليل اعداد الحملات السياسية الانتخابية، (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ٢٠٠٤)، ص١٤.
- 14- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، (القاهرة: دار الكتاب المصري، ١٩٨٥)، ص١٣.
- 15- محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري، (مصر: مكتبة مدبولي، ١٩٨٧)، ص١١٧.
- 16- كريم مشط، الحملات الاعلامية في انتخابات مجلس النواب الدائم ٢٠٠٥، دراسة مقارنة وحصر شامل لاعلانات صحف البيان والاتحاد والمشرق، (كلية الاعلام: اطروحة دكتوراة غير منشورة، ٢٠٠٧)، ص١٣١-١٣٢.
- 17- حاتم بدوي، الدعاية الانتخابية عبر الملصقات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي، (كلية الاعلام: رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٨)، ص٧٢.
- 18- اودري ماك لاغلن وجنيفر فارو، اعداد مخطط حملة، (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ٢٠٠٥، ط٣)، ص١٩.
- 19- د. حامد ربيع، التخطيط للنموذج الاعلامي في ادارة الصراع، (بغداد: مجلة معهد البحوث والدراسات العربية، العدد (١٤)، ١٩٨٥)، ص٥٦.
- 20- شاري براني ودينز بير، دور المال في اللعبة السياسية: دراسة حول اساليب تمويل الاحزاب، (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ترجمة نورا الاسعد وناتالي سليمان، ٢٠٠٥)، ص١٤.
- 21- كريم عبد الله، الانتخابات البرلمانية والعالم الثالث، (بغداد: دار التراث، ٢٠٠٩)، ص٤٢.
- 22- د. طاهر مرسي عطية، فن الاعلان وتخطيط الحملات الاعلانية، (القاهرة: ١٩٩٣)، ص٢٠٨.
- 23- روبرت نوريس وباتريك ميرلو، مراقبة الاعلام لتعزيز الانتخابات الديمقراطية، (لبنان: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، ترجمة نورا الاسعد، ٢٠٠٢)، ص١.

تغطية الصحف العراقية للحملة الانتخابية أثناء الانتخابات التشريعية ٢٠١٠

- 24 - منظمة حقوق الانسان، العراق ينتخب: الدليل الصحفي لتغطية الانتخابات، (لندن: دار الاسعد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ١٧.
- 25 - جاي سي جوردن، الانتخابات الحرة والنزيهة، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ترجمة احمد منيب، ٢٠٠٤)، ص ٧٤.
- 26 - صالح خليل ابو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار ارام للدراسات والتوزيع والنشر، ١٩٩٥)، ص ١٠٧.
- 27 - جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، (مصر: دار الفكر العربي، ١٩٧٨)، ص ٣٦.
- 28 - موقع جمعية الاصلاح الانتخابي البرلمانية على الانترنت : www.electoral.reform.org
- 29 - محمود يوسف، دراسات في العلاقات العامة المعاصرة، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)، ص ٨٤. وكذلك اعداد مخطط حملة فعالة، ص ٣٥.
- 30 - همام طلعت، مئة سؤال عن العلاقات العامة والاعلان، (عمان: دار الفرقان، ١٩٨٦ ط ٢)، ص ٦٩.
- 31 - ضياء العزاوي، فن الملصقات في العراق، (بغداد: مكتبة الأديب، وزارة الاعلام السلسلة الفنية ٦٢، ١٩٨٤)، ص ٦٧.
- 32 - خليل ابراهيم الواسطي، المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات السياسية في العراق، (جامعة بغداد: كلية الفنون الجميلة، رسالة ماجستير غير منشورة، ١٩٨٧)، ص ٢٤.
- 23 - نبيل جاسم، سطور من تاريخ الصحافة العراقية بعد عام ٢٠٠٣، (بغداد: بلادار نشر، ٢٠٠٩)، ص ١٠٣.