



دور الإعلام في تشكيل الرأي العام خلال الانتخابات المحلية دراسة ميدانية في محافظة ذي قار
الدكتور محمد حسين ظريفان
م.م. محمود محمد ناصر الكعبي
Sumeradem4@gmail.com

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور وسائل الإعلام في انتخابات محافظة ذي قار، مع التركيز على تأثير الإعلام على الرأي العام المحلي، مستوى التزام وسائل الإعلام بالحياد والموضوعية، والتحديات التي تواجه الإعلاميين أثناء التغطية الانتخابية. اعتمد البحث على منهجية الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة مكونة من 100 شخص، وتم تحليل النتائج باستخدام نظريتي "وضع الأجندة" و"دوامة الصمت". ونتائج البحث أظهرت أن وسائل الإعلام الرقمية، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، كانت الأكثر استخدامًا من قبل الجمهور للحصول على معلومات انتخابية، كما أظهرت تغطية إعلامية كافية وشاملة، رغم وجود حاجة للتحسين في بعض الجوانب. في ما يتعلق بالتأثير على الرأي العام، تبين أن وسائل الإعلام لعبت دورًا مهمًا في تشكيل قرارات الناخبين، سواء في اختيار المرشح أو في اتخاذ قرار المشاركة. فيما يخص الحياد والموضوعية، كما أظهرت النتائج أن هناك تحسينات في التوازن الإعلامي، لكن بعض الانحيازات كانت موجودة. وأخيرًا، أبرز البحث التحديات التي يواجهها الإعلاميون في ذي قار، لا سيما في ما يتعلق بنقص الكوادر الإعلامية وضعف التمويل. وتوصي الدراسة بتحسين التدريب الإعلامي، تعزيز الحياد، وزيادة الحرية الصحفية لضمان تغطية انتخابية أكثر فعالية وشفافية.

الكلمات المفتاحية: الاعلام – الرأي العام – الانتخابات المحلية – محافظة ذي قار

The Role of Media in Shaping Public Opinion During Local Elections A Field Study in Dhi Qar Governorate

Dr. Mohammad Hossein Zarifian
Mhmood Mohammed Naser Alkaabi
Sumeradem4@gmail.com

Abstract

This research aims to explore the role of the media in the elections of Dhi Qar Governorate, focusing on the impact of media on local public opinion, the level of media commitment to neutrality and objectivity, and the challenges faced by journalists during electoral coverage. The study relied on a questionnaire methodology as the primary tool for data collection, with a sample of 100 participants. The results were analyzed using the theories of Agenda Setting and Spiral of Silence. Findings revealed that traditional media—particularly television—was the most used source by the public for obtaining electoral information. The media coverage was deemed sufficient and comprehensive, although there remains room for improvement in certain areas. Regarding influence on public opinion, the media was shown to play a significant role in



shaping voters' decisions, both in candidate selection and in the choice to participate in the elections. Concerning neutrality and objectivity, the results indicated some progress in achieving balanced reporting, though traces of bias were still observed. Finally, the study highlighted several challenges faced by journalists in Dhi Qar, especially the lack of skilled media personnel and limited financial resources. The study recommends enhancing media training, promoting journalistic neutrality, and expanding press freedom to ensure more effective and transparent electoral coverage.

Keywords: Media – Public Opinion – Local Elections – Dhi Qar Governorate

المقدمة:

تعدّ وسائل الإعلام ركيزة أساسية في النظم الديمقراطية، ووسيطاً فاعلاً في نقل المعلومات وتشكيل الرأي العام، لا سيما في الفترات الانتخابية. ففي محافظة ذي قار، التي تُعد من أبرز المحافظات العراقية من حيث النشاط السياسي والثقافي، تلعب وسائل الإعلام دوراً متزايد الأهمية في مواكبة الاستحقاقات الانتخابية ونقل أصوات الناخبين والمرشحين على حد سواء. تسعى هذه الدراسة إلى فهم وتحليل هذا الدور، من خلال استقصاء طبيعة التغطية الإعلامية للانتخابات المحلية، ومدى تأثير الإعلام على خيارات الناخبين، ومدى التزام المؤسسات الإعلامية بالمعايير المهنية والحياد.

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الإعلام المحلي والوطني في إدارة الخطاب الانتخابي، والكشف عن التحديات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطية العمليات الانتخابية، فضلاً عن تحليل محتوى الوسائل الإعلامية، سواء التقليدية أو الرقمية، ومدى مساهمتها في رفع الوعي السياسي وتعزيز المشاركة الشعبية.

تنطلق أهمية هذا البحث من كونه يعالج إشكالية معقدة ترتبط بالعلاقة بين الإعلام والانتخابات في بيئة ما زالت تواجه تحديات الانتقال الديمقراطي، كما أن نتائجه يمكن أن تُسهم في تطوير الأداء الإعلامي في الاستحقاقات الانتخابية القادمة.

الفصل الأول // الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث:

تتمثل المشكلة الرئيسة في مدى فاعلية وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات المحلية في ذي قار، وتأثيرها على خيارات الناخبين وسلوكهم الانتخابي، في ظل بيئة إعلامية غير مستقرة ومفتقرة أحياناً إلى المهنية.

أسئلة البحث:

1. ما طبيعة التغطية الإعلامية للانتخابات في محافظة ذي قار؟



2. كيف تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام المحلي أثناء الحملات الانتخابية؟
3. ما مستوى التزام الوسائل الإعلامية بالحياد والموضوعية؟
4. ما التحديات التي تواجه الإعلاميين في ذي قار خلال الفترات الانتخابية؟

أهداف البحث:

1. تحليل أداء وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات المحلية في ذي قار.
2. قياس تأثير الإعلام على توجهات الناخبين.
3. دراسة مدى التزام الوسائل الإعلامية بالمهنية والحياد.
4. رصد التحديات التي تواجه الإعلام المحلي أثناء الاستحقاقات الانتخابية.

منهجية البحث:

- نوع البحث: وصفي-تحليلي
- أدوات جمع البيانات: استبيانات،
- عينة البحث: 100 شخص من ناخبي ذي قار، وصحفيين محليين.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في كونه يُسهم في رصد وتحليل علاقة الإعلام بالانتخابات على مستوى محلي، ويقدم توصيات لتحسين أداء الإعلام خلال الاستحقاقات الانتخابية، بما يعزز من الشفافية والمهنية.

حدود البحث:

- الزمانية: يغطي البحث آخر دورتين انتخابيتين في ذي قار (2018 و 2021).
- المكانية: محافظة ذي قار بجميع أقصيتها.

المفاهيم الإجرائية:

- الإعلام الانتخابي: يشير إلى كل أشكال التغطية والتفاعل الإعلامي المتعلقة بالانتخابات.
- الحياد الإعلامي: الامتناع عن الانحياز لأي طرف سياسي أثناء التغطية.
- الرأي العام: الاتجاهات والميول السياسية التي يعبر عنها المواطنون خلال الفترة الانتخابية.

الفصل الثاني // الإطار النظري والمفاهيمي

أولاً- نظريات الإعلام والرأي العام

تُعد نظريات الإعلام أداة لفهم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، خاصة في السياقات الانتخابية. من أبرز هذه النظريات:



• **نظرية وضع الأجندة: (Agenda Setting)** تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تخبر الناس بما يفكرون فيه، ولكنها تخبرهم بما يجب أن يفكروا فيه من خلال تركيزها على موضوعات معينة .
(McCombs & Shaw, 1972)

فروض نظرية وضع الأجندة:

1. تؤثر وسائل الإعلام في ذي قار على أولويات الجمهور من خلال تسليط الضوء على قضايا ومرشحين معينين أثناء الحملات الانتخابية.
2. كلما زاد تركيز التغطية الإعلامية على موضوع أو مرشح ما، زادت أهمية ذلك الموضوع أو المرشح في نظر الجمهور المحلي.
3. يتأثر قرار الناخب في ذي قار باهتمام وسائل الإعلام بمرشح دون آخر، مما يؤدي إلى تشكيل أولويات الرأي العام.
4. يلعب تركيز وسائل الإعلام المحلية على جوانب معينة من العملية الانتخابية دوراً حاسماً في تشكيل تصورات الناخبين حول نزاهة الانتخابات وشفافيتها.
5. تميل الوسائل الإعلامية إلى بناء أجندة إعلامية قد لا تعكس بالضرورة أجندة الجمهور، وإنما تؤثر عليها وتوجهها باتجاهات معينة.
6. كلما كان اعتماد المواطن على وسائل الإعلام أكبر للحصول على معلومات انتخابية، زاد تأثيره بالأجندة التي تحددها تلك الوسائل.¹

• **نظرية دوامة الصمت: (Spiral of Silence)** طورتها إليزابيث نويل-نيومان، وتقترح أن الأفراد يميلون إلى الصمت عندما يشعرون أن رأيهم يخالف الرأي العام السائد كما يُعكس في وسائل الإعلام .
(Noelle-Neumann, 1974)

فروض نظرية دوامة الصمت:

1. يميل المواطنون في محافظة ذي قار إلى تجنب التعبير عن آرائهم السياسية المخالفة للرأي السائد الذي تروج له وسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية، خوفاً من العزلة الاجتماعية.
2. كلما ازداد وضوح التوجهات الإعلامية لصالح مرشح أو جهة سياسية معينة، كلما تراجعت أصوات المعارضة أو الامتناع عن التصريح بمواقف مخالفة.
3. يسهم التأطير الإعلامي المنحاز في خلق وهم بالأغلبية، مما يدفع الأفراد إلى الانسحاب من النقاش العام حول الانتخابات.
4. يتأثر استعداد الأفراد للتعبير عن رأيهم السياسي بمدى توافق هذا الرأي مع ما يُعرض في وسائل الإعلام، خصوصاً في المجتمعات المحلية الصغيرة مثل ذي قار.
5. تؤدي تغطية إعلامية غير متوازنة إلى خنق التعددية في الرأي العام، وتشجيع "الصمت الجماعي" بين المواطنين الذين لا يجدون صوتاً يعكس توجهاتهم.
6. كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر وحيد للمعلومة السياسية، زادت احتمالية وقوع الأفراد تحت تأثير دوامة الصمت.²



ثانياً- وسائل الإعلام والديمقراطية

تُعد العلاقة بين وسائل الإعلام والديمقراطية من أكثر العلاقات الجدلية التي شغلت منظري الاتصال والعلوم السياسية منذ القرن العشرين، حيث يشكل الإعلام ركيزة أساسية في بناء الديمقراطية من خلال توفير المعلومات، وتشكيل الرأي العام، وتحقيق الشفافية والمساءلة. فالديمقراطية لا يمكن أن تترسخ في غياب إعلام حرّ ومهني وفعال، كما لا يمكن للإعلام ووسائله أن يكون مؤثراً من دون فضاء ديمقراطي يضمن له الاستقلال وحرية التعبير.

1. الإعلام كسلطة رابعة

لقد تطورت الوظيفة السياسية للإعلام حتى بات يُشار إليه بوصفه "السلطة الرابعة"، إلى جانب السلطات الثلاث التقليدية: التنفيذية، التشريعية، والقضائية. ويمكن دور الإعلام في مراقبة أداء السلطات، وكشف الفساد، وتوفير منبر للنقاش العام، مما يعزز من قدرة المواطن على اتخاذ قرارات مستنيرة، وخصوصاً في العمليات الانتخابية.

الإعلام الديمقراطي يجب أن يضمن حرية التعبير وتعدد الأصوات وتنوع المحتوى، وأن يعكس المصالح المختلفة داخل المجتمع، مع الالتزام بالمصادقية والحياد. وهذا ما يعزز من "المجال العام" الذي تحدث عنه Habermas كشرط ضروري لتحقيق التداولية والنقاش السياسي الفعال.³

2. دور وسائل الإعلام في ترسيخ ثقافة المشاركة

يُعزز الإعلام من خلال وسائله وعي المواطنين السياسي، ويحفزهم على الانخراط في العملية الانتخابية، ويقدم لهم المعلومات حول البرامج والسياسات والمرشحين. وبحسب نظرية "وضع الأجندة"⁴ فإن وسائل الإعلام لا تُملي على الناس ماذا يفكرون، بل تُرشدهم نحو ما ينبغي أن يولوه اهتمامهم، من خلال تسليط الضوء على قضايا دون غيرها. وفي السياق الانتخابي، قد يوجه الإعلام اهتمامات الناخبين نحو ملفات بعينها كالأمن أو الاقتصاد أو الفساد.

3. الإعلام والتمثيل العادل في الديمقراطيات الناشئة

في الدول النامية أو الديمقراطيات الناشئة، غالباً ما يواجه الإعلام تحديات تتعلق بالتسييس، والتمويل، والضغوط الحكومية، والرقابة الذاتية، مما يؤثر على أدائه الديمقراطي. وفي العراق، لا تزال البيئة الإعلامية تعاني من هشاشة على مستوى الحريات المهنية، وغياب التشريعات الحامية للإعلاميين، وخصوصاً خلال الفترات الانتخابية، كما توضح تقارير منظمة مراسلون بلا حدود⁵

في هذا السياق، تُظهر بيانات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق⁶ أن الحملات الإعلامية في بعض المحافظات، ومنها ذي قار، تشهد تبايناً في التغطية الإعلامية، وتعرضاً لضغوط سياسية تؤثر على نزاهة حيادية الرسائل الإعلامية، مما يؤثر على وعي الناخب وقراره.

4. وسائل الإعلام كمساحة للصمت أم للبوخ؟



وفقاً لنظرية "دوامة الصمت"،⁷ فإن الأفراد الذين يشعرون بأن رأيهم لا يحظى بدعم الأغلبية، يميلون إلى الصمت خوفاً من العزلة الاجتماعية. في السياق الانتخابي، تلعب وسائل الإعلام دوراً حاسماً في بلورة ما يُعتبر "الرأي العام المقبول"، وقد يسهم هذا في تهميش أصوات بديلة أو معارضة، وخصوصاً إذا كانت الرسائل الإعلامية موجهة ومسيّسة.

بالتالي الإعلام في الديمقراطيات الحديثة ليس مجرد قناة لنقل المعلومات، بل هو مؤسسة تؤثر وتؤثر في الحياة السياسية، وفي سلوك الناخبين، وفي طبيعة الحكم. وبناءً عليه، فإن تقييم دور الإعلام في انتخابات محافظة ذي قار لا يقتصر على رصد الأداء الصحفي، بل يمتد لتحليل مدى قدرة هذا الإعلام على دعم الخيارات الديمقراطية، وتعزيز المشاركة، وتقديم تغطية متوازنة.

ثالثاً- الصحافة الانتخابية في السياق العراقي

تشكل الصحافة الانتخابية إحدى أبرز أدوات الإعلام السياسي التي تسهم في ترسيخ الثقافة الديمقراطية وتعزيز المشاركة الشعبية في العمليات الانتخابية، وذلك من خلال تقديم المعلومات، وتحليل البرامج، ورصد أداء المرشحين، وتغطية مجريات الاقتراع بموضوعية ومهنية. وفي السياق العراقي، تكتسب الصحافة الانتخابية أهمية خاصة نظراً لطبيعة التحولات السياسية التي مر بها البلد منذ عام 2003، وما رافقها من تحديات أمنية، واجتماعية، وهيكلية أثرت على طبيعة المشهد الإعلامي والانتخابي على حد سواء. ويعاني الإعلام الانتخابي في العراق من تحديات عدة، منها:

- التمويل السياسي: العديد من وسائل الإعلام ممولة من أطراف سياسية تؤثر على حيادها.
- ضعف الإطار القانوني: رغم وجود قوانين تنظم الإعلام، إلا أن الرقابة على المحتوى محدودة.
- التهديدات الأمنية: يتعرض الصحفيون لمضايقات وتهديدات أثناء تغطية الانتخابات.⁸

رابعاً- الإعلام الانتخابي في ذي قار – نموذج مكتب انتخابات ذي قار

يؤكد مكتب انتخابات ذي قار أنه يعتمد خطة إعلامية شاملة لكل مرحلة من مراحل العملية الانتخابية، تُستخدم فيها الوسائل الإعلامية التقليدية كافة، كالإذاعة والتلفزيون والصحف الورقية، إلى جانب الوسائل غير المباشرة مثل الندوات والمؤتمرات والنشرات الورقية والبصرية والإعلانات التمثيلية والإنفوغراف.

ورغم هذه الاستراتيجية، يقتصر النشاط على صفحة واحدة للمكتب الرئيسي، تُستخدم لنشر النشاطات الرسمية والفيديوهات التوعوية. ويُعزى هذا الضعف إلى سببين رئيسيين:

الأول// أمني ومادي

والثاني// يتعلق بصعوبة استثمار هذه الوسائل لإيصال رسائل مؤثرة تتجاوز حالة اللامبالاة والرفض الشعبي الناتج عن الظروف السياسية والاقتصادية والفساد.

لكن ومنذ عام 2019، نجح المكتب في تنفيذ خطة إعلامية محددة الأهداف، تمكنت من الوصول إلى قنوات الناخب من خلال التركيز على محورين:

الأول // الثقة بالمفوضية



الثاني // مدى فعالية الصوت الانتخابي.

وقد تبين أن اللقاءات المباشرة مثل الندوات والمؤتمرات كانت أكثر الوسائل الإعلامية نجاعة وتأثيراً.⁹

الفصل الثالث: الإطار الاجرائي والعملية

أولاً- المجتمع والعينة

يتكون مجتمع البحث من المواطنين الناخبين في محافظة ذي قار، ممن شاركوا أو تابعوا التغطية الإعلامية للانتخابات المحلية، وخاصة في دورتي 2018 و2021. وتم اختيار عينة بحثية مكونة من 100 شخص بطريقة قصدية، بحيث تمثل شرائح متنوعة من حيث الجنس والعمر والمستوى التعليمي والموقع الجغرافي، لضمان تمثيل مختلف فئات المجتمع. وقد جاء اختيار هذه العينة لكونها الأكثر ارتباطاً بموضوع البحث، وقد تم جمع البيانات من أفراد العينة باستخدام أداة الاستبيان، الذي صُمم لقياس طبيعة التغطية الإعلامية، وتأثيرها على الرأي العام، ومدى حياد الوسائل الإعلامية، والتحديات التي تواجه الإعلاميين في المحافظة خلال الفترات الانتخابية.

ثانياً- الاستبيان

اعتمد الباحث في جمع البيانات على استمارة استبيان اشتملت على مجموعة من الأسئلة ذات الطابع العام والعلمي، وجرى توزيعها على أفراد العينة المختارة. وبعد استلام الإجابات، تم تنظيم المعلومات وتصنيفها وتحليلها إحصائياً، ومن ثم عرضها ضمن جداول تسهل قراءة النتائج وتفسيرها.

ثالثاً- نتائج الاستبانة:

أولاً- محور البيانات الديموغرافية:

1. توزيع العينة بحسب جنس العينة الجدول رقم (1)

جدول 1 يبين توزيع العينة وفقاً للجنس

الفقرة	تكرارها	نسبتها المئوية
ذكور	60	60%
إناث	40	40%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أن غالبية أفراد العينة من الذكور بنسبة 60%، في حين بلغت نسبة الإناث 40% من إجمالي العينة البالغة 100 مشارك. ويعكس هذا التوزيع ميلاً طفيفاً نحو تمثيل الذكور بدرجة أكبر.



2. توزع العينة بحسب عمر العينة، الجدول رقم (2)

جدول 2 يبين توزيع العينة وفقاً للعمر

الفقرات	تكرارها	نسبتها المئوية
أقل من 25 سنة	20	20%
25-34	35	35%
35-44	25	25%
45 سنة فأكثر	20	20%
المجموع	100	100%

يشير الجدول إلى تنوع الفئات العمرية ضمن عينة البحث، حيث شكّلت الفئة العمرية بين 25-34 سنة النسبة الأعلى بواقع 35%، تليها الفئة 35-44 سنة بنسبة 25%. أما الفئتان أقل من 25 سنة و45 سنة فأكثر فقد سجلتا النسبة نفسها، وهي 20% لكل منهما. ويعكس هذا التوزيع اهتمام الفئات الشابة والمتوسطة العمر بموضوع الانتخابات والتغطية الإعلامية، كما يُعزز من تمثيل مختلف مراحل النضج السياسي والاجتماعي في الدراسة. ويُعد هذا التنوع عاملاً إيجابياً في فهم مدى تأثير الإعلام على شرائح عمرية متعددة داخل المجتمع المحلي..

3. توزع العينة حسب مستواهم التعليمي، الجدول رقم (3)

جدول 3 يبين توزيع العينة بحسب مراحلهم الدراسية

الفقرات	تكرارها	نسبتها المئوية
ابتدائي	5	5%
ثانوي	20	20%
دبلوم	25	25%
بكالوريوس	35	35%
دراسات عليا	15	15%
المجموع	100	100%



يوضح الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم من حملة شهادة البكالوريوس بنسبة 35%، تليها فئة الدبلوم بنسبة 25%، ثم فئة الثانوي بنسبة 20%. أما حاملو الشهادات العليا فقد شكّلوا 15%، في حين مثّل ذوو المستوى الابتدائي النسبة الأقل وهي 5%.

ويشير هذا التوزيع إلى أن غالبية المشاركين يتمتعون بمستوى تعليمي متوسط إلى عالٍ، ما يعزز من موثوقية الإجابات، خصوصاً في ما يتعلق بفهمهم لتأثير الإعلام وأهميته في السياق الانتخابي. كما يُبرز التمثيل الجيد لحملة الشهادات الجامعية دور الطبقة المتعلمة في تشكيل الرأي العام والمشاركة في العمليات الديمقراطية.

4. محل سكن العينة؟ الجدول رقم (4)

جدول 4 يبين محل سكن العينة

الاختيار	التكرار	النسبة
الناصرية	40	40%
الشرطة	25	25%
سوق الشيوخ	15	15%
الرفاعي	10	10%
الجبايش	10	10%
المجموع	100	100%

يبين الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة يقطنون في مركز محافظة ذي قار (الناصرية)، حيث بلغت نسبتهم 40%، تليها قضاء الشرطة بنسبة 25%، ثم سوق الشيوخ بـ 15%. في حين توزعت النسب المتبقية بين الرفاعي والجبايش بواقع 10% لكل منهما. ويُعكس هذا التوزيع الجغرافي تنوع العينة وشمولها لأفضية متعددة من المحافظة، مما يُضفي على نتائج البحث طابعاً تمثيلاً لمختلف مناطق ذي قار. كما أن التركيز الأكبر في الناصرية قد يُعزى إلى مركزية المدينة من حيث النشاط الإعلامي والسياسي، مما يسهم في تسليط الضوء على العلاقة بين الإعلام والانتخابات في البيئة الحضرية مقارنة بالأطراف.

ثالثاً – محاور تساؤلات الاستبانة:

المحور الأول / ما طبيعة التغطية الإعلامية للانتخابات في محافظة ذي قار؟

5. الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها للحصول على معلومات عن الانتخابات الأخيرة في ذي قار؟
الجدول رقم (5)



جدول 5 يبين الوسائل الإعلامية المعتمدة لتحصيل المعلومات

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
2	%65	65	تلفزيون
4	%30	30	إذاعة
5	%25	25	صحافة ورقية
3	%60	60	مواقع إخبارية الكترونية
1	%80	80	وسائل التواصل الاجتماعي
	%100	100	المجموع

يُظهر الجدول أن الوسيلة الإعلامية الأكثر اعتمادًا من قبل أفراد العينة للحصول على معلومات حول الانتخابات كانت وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 80%، ما يعكس تأثير الإعلام الرقمي، لاسيما البصري، في تشكيل وعي الناخبين في المحافظة، في المقابل، جاءت الصحافة الورقية في المرتبة الأخيرة بنسبة 25%، وهو ما يدل على تراجع دور هذا النوع من الإعلام.

6. حجم التغطية الإعلامية للانتخابات في ذي قار؟ الجدول رقم (6)

جدول 6 يبين حجم التغطية الاعلامية للانتخابات

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
1	%55	55	كافية وشاملة
2	%35	35	متوسطة ومحدودة
3	%10	10	ضعيفة وغير كافية
	%100	100	المجموع

تُبين نتائج الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة (55%) قيّموا التغطية الإعلامية للانتخابات في محافظة ذي قار بأنها "كافية وشاملة"، ما يشير إلى وجود رضا نسبي لدى الجمهور بشأن مستوى الحضور الإعلامي خلال العملية الانتخابية. وفي المقابل، أعرب 10% فقط من المشاركين عن رأيهم بأن التغطية كانت "ضعيفة وغير كافية"، وهي النسبة الأقل، مما يُعد مؤشرًا إيجابيًا على تحسن التغطية مقارنة بتجارب سابقة، مع أن النسبة المتبقية (35%) ممن وصفوها بأنها "متوسطة ومحدودة" تشير إلى وجود مساحات للتحسين في الانتشار والتنوع الجغرافي واللغوي للمحتوى الانتخابي المعروض.



المحور الثاني / كيف تؤثر وسائل الإعلام على الرأي العام المحلي أثناء الحملات الانتخابية؟

7. أثرت التغطية الإعلامية على قرارك في اختيار المرشح أو المشاركة في الانتخابات؟ الجدول رقم (7)

جدول 7 يبين تأثير التغطية على القرار

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
1	%60	60	نعم
2	%21	21	الى حد ما
3	%19	19	كلا
	%100	100	المجموع

يكشف الجدول أن 60% من أفراد العينة أقرّوا بأن التغطية الإعلامية أثرت بشكل مباشر في قراراتهم الانتخابية، سواء في اختيار المرشح أو اتخاذ قرار المشاركة في الانتخابات. وتعد هذه النسبة مؤشراً مهماً على مدى التأثير الفعلي لوسائل الإعلام في توجيه الرأي العام المحلي خلال الحملات الانتخابية. في المقابل، يرى 19% فقط أن التغطية لم يكن لها أي تأثير، وهي النسبة الأقل، ما يؤكد على الدور المتنامي للإعلام كمحرك للسلوك الانتخابي، مقارنة بوسائل التأثير التقليدية.

8. مدى اقتناعك بالرسائل الإعلامية التي تُعرضها وسائل الاعلام أثناء الحملات الانتخابية؟ الجدول رقم (8)

جدول 8 تأثير الرسائل الاعلامية على القنوات

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
1	%45	45	مقنعة جداً
2	%40	40	مقنعة أحياناً
3	%15	15	غير مقنعة
	%100	100	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن المرتبة الأولى كانت للخيار "مقنعة جداً" بنسبة 45%، مما يدل على أن شريحة كبيرة من العينة وجدت في الرسائل الإعلامية محتوى له تأثير فعال على توجهاتهم خلال الحملات الانتخابية. أما المرتبة الأخيرة فكانت للخيار "غير مقنعة" بنسبة 15%، ما يعكس ضعف هذا الانطباع في أوساط العينة، ويظهر أن الإعلام الانتخابي يمتلك بدرجة جيدة قدرة على الإقناع وإن كانت بحاجة إلى مزيد من الاحترافية والوضوح.



المحور الثالث/ ما مستوى التزام الوسائل الإعلامية بالحياد والموضوعية؟

9. لاحظت وجود انحياز من وسائل الإعلام لصالح بعض المرشحين أو الكتل السياسية؟ الجدول رقم (9)

جدول 9 يبين حيادية وسائل الاعلام

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
3	%20	20	نعم بشكل واضح
2	%40	40	نعم بشكل محدود
1	%50	50	كلا كانت التغطية متوازنة
	%100	100	المجموع

يتبين لنا انها جاءت المرتبة الأولى للخيار "كلا كانت التغطية متوازنة" بنسبة 50%، مما يشير إلى أن النسبة الأكبر من العينة لاحظت حيادية نسبية في التغطية الإعلامية للانتخابات. أما المرتبة الأخيرة فكانت للخيار "نعم بشكل واضح" بنسبة 20%، ما يدل على أن نسبة ضئيلة فقط من الأفراد لاحظوا انحيازاً واضحاً من وسائل الإعلام لصالح بعض المرشحين أو الكتل السياسية، مما يعكس وجود بعض التحفظات حول الحياد في التغطية.

10. قدمت وسائل الإعلام معلومات موضوعية وحيادية حول البرامج الانتخابية؟ الجدول رقم (10)

جدول 10 يبين موضوعية وحيادية وسائل الاعلام

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
1	%45	45	دائماً
2	%35	35	أحياناً
3	%20	20	نادراً
	%100	100	المجموع

يتبين لنا انها جاءت المرتبة الأولى للخيار "دائماً" بنسبة 45%، ما يعني أن شريحة كبيرة من العينة رأت أن وسائل الإعلام قدمت معلومات موضوعية وحيادية بشكل دائم حول البرامج الانتخابية، وهو مؤشر على وجود التزام نسبي بالمعايير المهنية. أما المرتبة الأخيرة فكانت للخيار "نادراً" بنسبة 20%، مما يدل على أن نسبة أقل من العينة شعرت بأن وسائل الإعلام قدمت معلومات موضوعية وحيادية بشكل نادر.



المحور الرابع/ ما التحديات التي تواجه الإعلاميين في ذي قار خلال الفترات الانتخابية؟

11. أبرز الصعوبات التي تواجه الإعلام المحلي أثناء تغطية الانتخابات؟ الجدول رقم (11)

جدول 11 يبين الصعوبات التي تواجه وسائل الاعلام

المرتبة	النسبة	التكرار	الاختيار
4	%10	10	نقص التمويل
3	%20	20	ضغوط سياسية
2	%30	30	تهديدات أمنية
1	%35	35	ضعف الكوادر الاعلامية
5	%5	5	أمور اخرى
	%100	100	المجموع

يتبين لنا اعلاه جاءت المرتبة الأولى للخيار "ضعف الكوادر الإعلامية" بنسبة 35%، مما يعكس أن أغلب الإعلاميين في ذي قار يواجهون تحدياً كبيراً يتمثل في نقص الخبرات والمهارات الإعلامية المتخصصة، وهو ما يؤثر على جودة التغطية الإعلامية خلال الانتخابات. أما المرتبة الأخيرة فكانت للخيار "نقص التمويل" بنسبة 10%، ما يشير إلى أن قلة من الإعلاميين يعتبرون التمويل كأحد الصعوبات الرئيسية التي تواجههم أثناء تغطية الانتخابات، في حين أن التحديات الأمنية والسياسية والكوادر الإعلامية تعتبر أكثر تأثيراً..

12. تعتقد أن الصحفيين يتمتعون بحرية كافية لنقل الوقائع الانتخابية في ذي قار؟ الجدول رقم (12)

جدول 12 يبين حرية الاعلام خلال الانتخابات

المرتبة	نسبتها	تكرارها	الفقرة
1	%40	40	نعم
2	%35	35	الى حد ما
3	%25	25	كلا
	%100	100	المجموع



يتبين لنا اعلاه، جاءت المرتبة الأولى للخيار "نعم" بنسبة 40%، مما يعني أن نسبة من العينة ترى أن الصحفيين يتمتعون بحرية كافية لنقل الوقائع الانتخابية، وهو مؤشر إيجابي على وجود مساحة من الحرية الإعلامية. أما المرتبة الأخيرة فكانت للخيار "كلا" بنسبة 25%، مما يشير إلى أنهم يعتقدون أن الصحفيين لا يتمتعون بحرية كافية في نقل الوقائع الانتخابية، وهو ما يبرز التحديات التي قد يواجهها الصحفيون في تأدية مهامهم في ظل الظروف السياسية والأمنية.

الاستنتاجات

1. أن التغطية الإعلامية للانتخابات في محافظة ذي قار تُعد مقبولة إلى حد كبير من وجهة نظر الجمهور، حيث أظهرت الوسائل الإعلامية الرقمية، ولا سيما وسائل التواصل الاجتماعي، حضوراً فاعلاً في نقل المعلومات والتأثير في وعي الناخبين، مقابل تراجع واضح في الاعتماد على الصحافة الورقية. كما يُلاحظ وجود مستوى نسبي من الرضا عن شمولية التغطية، مما يدل على تطور أداء وسائل الإعلام في هذا السياق، مع بقاء بعض التحديات المرتبطة بتنوع المحتوى وتوزيعه، وهو ما يستدعي تعزيز الجهود الإعلامية مستقبلاً لضمان شمولية أكبر وفاعلية أوسع في التغطية الانتخابية.
2. وسائل الإعلام تلعب دوراً مؤثراً وفعالاً في تشكيل الرأي العام المحلي أثناء الحملات الانتخابية في محافظة ذي قار. فقد أقرّ العديد من أفراد العينة بتأثير التغطية الإعلامية على قراراتهم الانتخابية، ما يعكس قدرة وسائل الإعلام على توجيه خيارات الناخبين وتحفيز مشاركتهم. كما أظهرت الرسائل الإعلامية درجة من الإقناع لدى الجمهور، ما يدل على أن الخطاب الإعلامي الانتخابي يمتلك مقومات التأثير، وإن كان لا يزال بحاجة إلى مزيد من التخصصية والمصداقية لضمان التأثير الأوسع والمستدام.
3. هناك مستوى مقبولاً من التزام الوسائل الإعلامية بالحياد والموضوعية في تغطية الانتخابات في محافظة ذي قار، وفقاً لآراء العينة. فقد أبدى عدد كبير من المشاركين انطباعاً إيجابياً حول توازن التغطية وعدم انحيازها الواضح لأي جهة سياسية، إضافة إلى إشارتهم إلى أن الرسائل الإعلامية التي تناولت البرامج الانتخابية جاءت في كثير من الأحيان بصيغة موضوعية ومحيدة. ومع ذلك، لا تخلو النتائج من وجود بعض التحفظات التي تعكس تبايناً في مستويات الثقة الكاملة بالإعلام، مما يؤشر إلى حاجة مستمرة لتعزيز مهنية التغطية وضمان التزامها بالمعايير الصحفية.
4. التحديات التي تواجه الإعلاميين في محافظة ذي قار خلال الفترات الانتخابية متنوعة، ولكن أبرزها يتمثل في "ضعف الكوادر الإعلامية". حيث أظهر عدد كبير من الإعلاميين أن نقص الخبرات والمهارات المتخصصة يعد من أبرز المعوقات التي تؤثر سلباً على جودة التغطية الإعلامية للانتخابات. هذا يشير إلى حاجة ماسة لتطوير المهارات الإعلامية في المنطقة من خلال التدريب المستمر والمخصص. أما بالنسبة للتمويل، فأن تأثيره أقل مقارنة بالتحديات الأخرى، حيث اعتبر عدد قليل من الإعلاميين أن نقص التمويل يشكل عائقاً رئيسياً أمام تغطية الانتخابات. وهذا يشير إلى أن التحديات الأمنية والسياسية ونقص الكوادر تعتبر أكثر تأثيراً من الجانب المالي. وفيما يتعلق بحرية الصحفيين، تبرز النتائج تبايناً في الآراء حول مستوى الحرية المتاحة لهم لنقل الوقائع الانتخابية. حيث يرى عدد من المشاركين أن هناك مساحة من الحرية الإعلامية، وهو ما يعد مؤشراً إيجابياً، في حين أشار البعض الآخر إلى أن الصحفيين لا يتمتعون بحرية كافية بسبب الضغوط السياسية والأمنية، مما يشير إلى وجود تحديات كبيرة تواجه الإعلاميين في أداء مهامهم بموضوعية وحيادية.

التوصيات:



- ضرورة توفير دورات تدريبية مستمرة للإعلاميين في محافظة ذي قار، تهدف إلى تعزيز مهاراتهم الصحفية والفنية في مجال التغطية الانتخابية، بما في ذلك مهارات الصحافة الاستقصائية، والتقارير الميدانية، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في نقل الأخبار.
- ضرورة إجراء ورش عمل وندوات للمؤسسات الإعلامية في ذي قار حول أهمية الحياد الإعلامي أثناء التغطية الانتخابية. وتشجيع الإعلاميين على تبني معايير مهنية صارمة تضمن توازن التغطية بين جميع المرشحين والكتل السياسية.
- ينبغي توسيع نطاق التغطية الانتخابية عبر منصات التواصل الاجتماعي بشكل يضمن الوصول إلى فئات واسعة من الجمهور، وتعزيز الوعي حول كيفية التعامل مع المعلومات المضللة وتقديم محتوى إعلامي دقيق وموضوعي.
- توفير دعم مالي أكبر للمؤسسات الإعلامية المحلية في محافظة ذي قار، خاصة في فترات الحملات الانتخابية، لضمان قدرتها على توفير تغطية شاملة ومتنوعة.
- تعزيز بيئة العمل الصحفي في ذي قار من خلال توفير حماية قانونية وأمنية للإعلاميين أثناء تغطيتهم للانتخابات.
- زيادة تنوع المصادر الإعلامية التي يتم الاعتماد عليها خلال الحملات الانتخابية،
- ضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول دور وسائل الإعلام في الانتخابات في مناطق مختلفة من العراق، مع التركيز على كيفية تحسين التغطية الإعلامية وتأثيرها على سلوك الناخبين وتوجهاتهم.

الهوامش

- 1 McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176–187.
- 2 Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. Journal of Communication, 24(2), 43–51.
- 3 McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). London: Sage Publications.
- 4 McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176–187.
- 5 RSF - Reporters Without Borders. (2024). Iraq Country Profile. Retrieved from <https://rsf.org/en/country/iraq>

6 المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق. (2023). تقارير التغطية الإعلامية للانتخابات، متاح على:

<https://ihec.iq>



7 Noelle-Neumann, E. (1984). The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin. University of Chicago Press.

8 منظمة مراسلون بلا حدود – العراق، متاح على الرابط:

<https://rsf.org/en/country/iraq>

9 لقاء الباحث مع مكتب مفوضية انتخابات ذي قار