



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Ali Habib Abdulrasool Al-Tamimi

Email:

ali.abd2302@comc.uobaghdad.edu.iq

Asst. Prof. Dr. Muntaha Hadi Al-Tamimi

Email:

dr.muntaha@comc.uobaghdad.edu.iq

ARTICLE INFO

Article history

Received 6 Oct 2024

Accepted 17 Mar 2025

Available online 1 Apr 2025



The Communicator in Satellite Channels and Their Reliance on Media Coverage Regulations in the 2023 Provincial Council Elections

ABSTRACT

The communicator is considered one of the key elements in managing media coverage, especially in the context of elections. This study aims to analyze the role of the communicator in satellite channels during the 2023 provincial council elections, focusing on their impact on the implementation of approved media regulations. The research seeks to achieve several objectives, including analyzing the responsibilities of the communicator in satellite channels during elections, assessing the extent to which these channels adhere to approved media regulations, and exploring the impact of these regulations on election coverage. The findings indicate that the communicator plays a vital role in ensuring objective and transparent media coverage by organizing media operations and maintaining communication with relevant stakeholders. However, there is variation in the degree of compliance among satellite channels; while some strictly adhered to the guidelines, others showed less commitment. Media regulations significantly influence the quality of media coverage. Adherence to these regulations helps reduce bias and provide accurate information to the public, thereby enhancing the integrity of the electoral process. It is evident that the communicator plays a pivotal role in achieving balance and transparency in media coverage. Therefore, communicators should receive continuous training on best practices and the latest regulations. Furthermore, adherence to media regulations is essential to ensuring objective and comprehensive coverage. Regulatory bodies should work on reinforcing these commitments and providing effective mechanisms to monitor compliance.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.3903>

القائم بالاتصال في القنوات الفضائية واعتماده على لوائح التغطية الإعلامية في انتخابات مجالس المحافظات 2023
علي حبيب عبد الرسول التميمي
ا.م. د. منتهى هادي التميمي

المستخلص

يُعد القائم بالاتصال أحد العناصر الأساسية في إدارة التغطية الإعلامية، خاصةً في سياق الانتخابات. ويهدف هذا البحث إلى تحليل دور القائم بالاتصال في القنوات الفضائية خلال انتخابات مجالس المحافظات 2023، وفحص كيفية تأثيره في تطبيق اللوائح الإعلامية المعتمدة. ومن أهم أهداف البحث هي تحليل مسؤوليات القائم بالاتصال في القنوات الفضائية خلال الانتخابات. وتقييم مدى التزام القنوات الفضائية باللوائح الإعلامية المعتمدة. واستكشاف تأثير هذه اللوائح على التغطية الإعلامية للانتخابات. وتبين أن القائم بالاتصال يؤدي دورًا حيويًا في ضمان تقديم التغطية الإعلامية بموضوعية وشفافية، من خلال تنظيم العمليات الإعلامية والتواصل مع الأطراف المعنية. وأن هناك تفاوتًا في مدى التزام القنوات الفضائية باللوائح الإعلامية. بعض القنوات كانت ملتزمة بشكل صارم بالتوجيهات، بينما كانت أخرى أقل اهتمامًا بالالتزام. إن اللوائح الإعلامية تؤثر بشكل كبير في نوعية التغطية الإعلامية. والتزام القنوات بهذه اللوائح يساعد في تقليل التحيز وتوفير معلومات دقيقة للجمهور، مما يعزز نزاهة العملية الانتخابية. ويتضح أن القائم بالاتصال يؤدي دورًا محوريًا في تحقيق التوازن والشفافية في التغطية الإعلامية. لذلك، يجب أن يتلقى القائمون بالاتصال تدريبًا مستمرًا عن أفضل الممارسات وأحدث اللوائح. والالتزام باللوائح الإعلامية أمر ضروري لضمان تغطية موضوعية وشاملة. يجب أن تعمل الجهات المنظمة والرقابية على تعزيز هذه الالتزامات وتوفير آليات فعالة لمراقبة التزام القنوات بها.

الكلمات المفتاحية: التغطية الإعلامية، القائم بالاتصال، القنوات الفضائية، مجالس المحافظات

الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في تحليل كيفية تأثير القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على التزام القنوات باللوائح الإعلامية خلال انتخابات مجالس المحافظات 2023، ومدى تأثير ذلك في جودة التغطية الإعلامية وموضوعيتها .

ويهدف البحث إلى فهم التحديات التي تواجه القائمين بالاتصال، وتقييم مدى فعالية اللوائح الإعلامية في ضمان نزاهة التغطية الإعلامية، فضلًا عن تقديم توصيات لتحسين الأداء وضمان التزام القنوات بالمعايير المهنية.

وتواجه القنوات الفضائية تحديات كبيرة في إدارة التغطية الإعلامية خلال الانتخابات، إذ يؤدي القائم بالاتصال دورًا محوريًا في تنظيم وإدارة هذه التغطية. وتثير الانتخابات الأخيرة لمجالس المحافظات في عام 2023 تساؤلات تخص مدى فعالية التزام القائمين بالاتصال باللوائح الإعلامية المعتمدة، وأثر ذلك في جودة وموضوعية التغطية الإعلامية. وتتجلى مشكلة البحث في النقاط التالية:

1. مدى التزام القائمين بالاتصال باللوائح الإعلامية: كيف يلتزم القائمون بالاتصال باللوائح التي وضعتها الهيئات التنظيمية؟ هل هناك اختلافات في مدى الالتزام بين القنوات الفضائية المختلفة؟
 2. تأثير الالتزام باللوائح على التغطية الإعلامية: كيف يؤثر الالتزام أو عدم الالتزام باللوائح الإعلامية في نوعية التغطية، وموضوعيتها، وحيادها؟ هل تؤدي الممارسات المختلفة إلى تقديم صورة متباينة عن الانتخابات؟
 3. التحديات والعقبات التي تواجه القائمين بالاتصال: ما هي التحديات التي يواجهها القائمون بالاتصال في تطبيق اللوائح الإعلامية؟ وكيف تؤثر هذه التحديات في قدرتهم على تقديم تغطية إعلامية موضوعية وشاملة؟
 4. الاستجابة للرقابة والتوجيهات: كيف تستجيب القنوات الفضائية للرقابة والتوجيهات الصادرة من الهيئات الرقابية؟ هل هناك إجراءات فعالة لضمان الامتثال؟
- أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في موضوع القائم بالاتصال في القنوات الفضائية وأهمية اعتماده على لوائح التغطية الإعلامية في انتخابات مجالس المحافظات 2023 ، فله أهمية كبيرة على عدة مستويات: هي اعتماد القائم بالاتصال على لوائح التغطية الإعلامية يسهم في ضمان التغطية الشاملة والمتوازنة للانتخابات. وهذا يعزز من شفافية العملية الانتخابية ويقلل من الانحياز، مما يعزز مصداقية الانتخابات في أعين الجمهور. واللوائح الإعلامية غالبًا ما تحتوي على إرشادات وقوانين تتعلق بكيفية تغطية الحملات الانتخابية وتجنب التلاعب. بالالتزام بهذه اللوائح، يمكن للقنوات الفضائية تفادي الممارسات غير القانونية أو غير الأخلاقية التي قد تؤثر في نزاهة الانتخابات. والقائم بالاتصال الذي يتبع اللوائح الإعلامية يسعى لتحقيق التوازن بين مختلف الأطراف السياسية، مما يمنح جميع المرشحين والأحزاب فرصة متساوية في عرض برامجهم وأفكارهم .

اهداف البحث:

تكمن اهداف البحث فيما يأتي:

1. توضيح التغطية الاعلامية في القنوات الفضائية ومعاييرها المهنية والأخلاقية.
2. بيان لوائح التغطية الاعلامية وعلاقتها بتنظيم العمل الإعلامي.

فرضية البحث:

أ- التعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الاعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الاعلامية:

ب- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع القناة الفضائية ومحور درجة ومستوى التزام الفضائيات العراقية بتعليمات هيئة الاعلام والاتصالات اثناء الانتخابات المحلية.

ت- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مصادر ومؤهلات العمل الصحفي ومحور مدى اطلاع ومعرفة الصحفي بنود لوائح التغطية الإعلامية الصادرة عن هيئة الاعلام والاتصالات.

ث- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع العمل الصحفي ومحور مدى الاعتماد على بنود لوائح التغطية الإعلامية اثناء تغطية انتخابات مجالس المحافظات.

منهجية البحث:

يُعد هذا البحث وصفيًا ؛ إذ يصف ظاهرة معينة بالبحث والتحليل للخروج بنتائج وتصورات علمية (Obaid، 2023، صفحة 442)، واستخدم البحث منهجًا تحليليًا بتحليل محتوى التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية، فضلًا عن إجراء مقابلات مع القائمين بالاتصال في هذه القنوات.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العراقية

١ - دراسة أحمد ستار ناجي العنزي (العنزي ، ٢٠٢٠) (اتجاهات القائم بالاتصال ازاء لائحة قواعد البث الإعلامي، المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة) ، وهي دراسة دبلوم عالٍ مهني في جامعة بغداد ، كلية الإعلام – قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، بحثت الدراسة أهمية الدور الذي يشغله القائم بالاتصال واتجاهاته ازاء مراعاة المعايير والقوانين النافذة، وقد سعت الدراسة ايضا إلى إيجاد مقارنة موضوعية بين كل من المحددات التي وضعتها هيئة لإعلام والاتصالات وسياسة الوسيلة الإعلامية والقيم التي يعتمدها القائم بالعملية الاتصالية على أساس متطلبات الجمهور من أجل الحصول على صورة متوازنة.

٢ - دراسة حسين دبي حسان جبر الزويني (الزويني ، ٢٠٠٩) (الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الإعلام العراقي) وهي أطروحة دكتوراه قدمت عام ٢٠٠٩ في جامعة بغداد ، كلية الإعلام – قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، وتضمنت هذه الدراسة طبيعة عمل القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية لشبكة الإعلام العراقي من أجل التعرف على الخصائص المهنية للعاملين فيها والعوامل المؤثرة في اتجاهاتهم في انتقاء وصياغة الرسائل الإعلامية المراد بثها من خلال حراس البوابات الذين لهم سلطة

القرار سواء في الاختيار والقبول والرفض ، وتأتي أهمية البحث في الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال والتعرف على أولوياته من أجل تحليلها ، بعرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة تعطي مدلولات واضحة لتصحيح واقع العمل داخل شبكة الإعلام العراقي او تحديثه او استكماله وتطويره.

ثانيا: الدراسات العربية:

١ - دراسة محمد جواهر حامد الدسوقي (الدسوقي ، ٢٠٢٢) (مدى التزام القائم بالاتصال في وسائل الإعلام بالتشريعات الإعلامية : دراسة ميدانية) ، وهي رسالة ماجستير قدمت في جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، وقد هدفت الرسالة إلى التعرف على مدى التزام القائم بالاتصال في وسائل الإعلام بالتشريعات النافذة التي تنظم العمل الإعلامي ، وعن مدى تأثر القائم بالعملية الاتصالية بالتشريعات الإعلامية ، وقد صاغ الباحث مشكلته بالتساؤل الرئيس هل هناك التزام من القائم بالاتصال في وسائل الإعلام بالتشريعات الإعلامية ؟

٢ - دراسة جامعة محمد الأكرم ، حريز عائشة ، الأكرم ، عائشة ، (٢٠١٥) (حرية الإعلام من خلال القوانين الوضعية الجزائرية ، دراسة تحليلية لقانوني الإعلام ١٩٩٠ و ٢٠١٢) وهي رسالة ماجستير قدمت لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة قاصدي مرباح ، وهدفت الدراسة إلى معرفة المضامين القانونية التي تمثل انعكاسا لحرية الإعلام في الجزائر من أجل الوصول لنتائج تخدم المنظومة القانونية في تقييم وتطوير القوانين في الجزائر، وتمحورت اشكالية هذه الدراسة في حرية الإعلام في الجزائر من خلال القوانين الجزائرية الوضعية وتم صياغة هذه الإشكالية بالسؤال الآتي : أي القوانين اعطى هامشا أكبر لحرية الإعلام في الجزائر ؟ وقد اعتمد الباحثان المنهج المسحي والمنهج المقارن في دراستهما.

ثالثا: الدراسات الأجنبية

دراسة راشيل لي برجيس (برجيس ، ٢٠١١) (تأثير وسائل الإعلام على التشريعات : دراسة اريزونا السيناتور بيل ١٠٧٠ على الهجرة ، حاولت هذه الدراسة لفت الأنظار إلى كيفية تأثير وسائل الإعلام في سياسة الحكومة، ولم تقتصر على فهم كيف تؤثر فيها السياسة على وسائل الإعلام بل امتدت إلى كيفية تأثير وسائل الإعلام في عملية صنع القرارات الحكومية، وتحديد العلاقة بين الطرفين وكيف يفهم الجمهور الحكومة ويتفاعل معها.

المحور الأول

القائم بالاتصال ومسؤولياته الاتصالية

وفقا للمقولة الكلاسيكية لعالم الاجتماع الاميركي هارلود لاسويل من ؟ يقول ماذا ؟ بأي وسيلة ؟ لمن ؟ بأي تأثير ؟

وهذه الاجزاء الخمسة هي تمثيل لعناصر العملية الاتصالية والقائم بالاتصال (محلّ الدراسة) هو عنصر من؟ وفي نموذج لاسويل يعد القائم بالاتصال جزءا مهماً ولا غنى عنه في العملية الاتصالية .

ويُعرّف أنه من أهم العناصر الفعالة في عملية الاتصال الجماهيري ، مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الإعلامية عامة والصحافة خاصة ، وهو من أكثر عناصر العملية الاتصالية فهما لمعالجة الموضوعات والقضايا المهمة التي تطرأ على المجتمع بشكل عام (الطلحي، د.ت).

وذلك يعني ان القائم بالاتصال عنصر مهم في العملية الاتصالية ويؤدي دورا محورياً ، اذ يترك بصماته في الرسالة الإعلامية شكلا ومضمونا، ويصل ذلك حد صناعة رسالته وفقا لمعايير ذاتية ومقاييس مؤسسية

وعلى الرغم من تباين التعريفات التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال الا أن جميعها ركزت في تعريفها على أن هذا العنصر حلقة أساسية في العملية الاتصالية، وينطبق هذا على مهماته داخل المؤسسة الإعلامية والواجبات المفروضة عليه من دون التركيز على السمات الفيزيولوجية الواجب توافرها في القائم بالاتصال .

وبما أن القائم بالاتصال وفق كثيرًا من الباحثين يعد من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الأتصال الجماهيري ، فإن هذا يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في مختلف المحطات الاتصالية . الا ان بداية اهتمام الدراسات الإعلامية جاءت متأخرة ؛ اذ يعود اهتمام المدرسة الأمريكية بدراسة القائم بالاتصال إلى النصف الثاني من القرن العشرين اذ اشار الباحثون في مجال الإعلام الى ان الاكتفاء بدراسة المضمون الإعلامي لن يتيح الا دراسات محدودة الأثر؛ لأنها تهمل منتج هذه المواد الإعلامية، ولا توافر الاسباب والمعطيات التي أدت على ضوئها اختيار هذا المضمون دون غيره من الخيارات المتاحة أمام الصحفيين (حسن اغا، 1991، صفحة 10).

تصنيف القائم بالاتصال والشروط الواجب توافرها فيه

يشير قانون نقابة الصحفيين العراقيين إلى ان الصحفي الذي يحق له عضوية النقابة هو الممارس لأحد المهن الآتية في مجال العمل الصحفي على أنه مهنة رئيسة : (رؤساء المؤسسات الصحفية ، صاحب الجريدة أو المجلة ، رئيس التحرير ، مدير التحرير ، نائب رئيس التحرير ، معاون رئيس التحرير ، سكرتير التحرير ، محرر ، مترجم ، مخبر ، منصت، مصور ، خطاط ، مصمم ، رسام ، مراسل ، مصحح ومنظم ارشيف) (

قانون نقابة الصحفيين العراقيين رقم 178، لسنة 1969 المادة (34) ، ولم يشمل هذا التصنيف المذيع ومقدم البرامج ، لاعتبارات شمولهما بتصنيف نقابة الفنانين.

الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:

حدد " ديفيد بيرلو " عددا من النقاط الواجب توافرها في القائم بالاتصال :

1- أن تتوافر فيه مهارات اتصالية، وهي خمس : الكتابة ، القراءة ، التحدث ، الانصات ، المقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال

2- اتجاه القائم بالاتصال نحو نفسه ، ونحو موضوعه ، ونحو المتلقي ، وكلما كانت مؤشرات هذا الاتجاه ايجابية زادت من فعالية القائم بالاتصال

3- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه اذ يؤثر في زيادة فعاليته

4- موقع القائم بالاتصال في اطار النظام الاجتماعي ، وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه (مكاوي و السيد، 1998)

5- معرفة السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل فيها

المحور الثاني

التغطية الاعلامية في القنوات الفضائية ومعاييرها المهنية والأخلاقية

اولا : مفهوم التغطية الاعلامية:

عرفت التغطية الاعلامية انها العملية التي يقوم بموجبها الاعلامي في الحصول على المعلومات وعن التطورات والتفاصيل المرتبطة بالجوانب المختلفة للأحداث والوقائع والتصريحات ، وقد تتخذ التغطية الاعلامية اشكالا وأساليب متعددة (الحتو، 2012، صفحة 22)

وعرفت أيضا بأنها نوع من المتابعة المستمرة لقضية ما أو حدث جار على ان يتضمن جميع عناصر القيمة الاخبارية التي تعطيه الصفات المؤهلة لأن يتصدر ولمدة طويلة نشرات الأخبار في التلفزيون ، اذ يقوم المراسلون ومذيعي الأخبار ومقدمي البرامج وجميع من يحملون صفة القائم بالاتصال لإعطاء موضوعات التغطية الاعلامية الحيز الأكبر بشكل متتابع ومستمر، بما يساعدهم في نقل المشاهد والمستمع الى موقع الحدث وأجوائه ويحيطونهم بأخر التطورات والتداعيات التي من الممكن أن تصاحب الحدث والموقف. (بن رجم ش.، 2019).

اما مفهوم التغطية الاعلامية بمعناه الأوسع "فأنه يعطي معنى الاحاطة الشاملة بموضوع ما والتعاطي معه بمختلف أبعاده وزواياه". (خزعل، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، 2010، صفحة 29).

تؤدي التغطية الاعلامية لأي نشاط او حدث دورا كبيرا في تكوين الأفكار دقيق (عبيد و مطشر، 2023، صفحة 517) وصناعة الرؤى لدى أفراد المجتمع ومن ثمة تكوين اتجاهاتهم ومواقفهم ازاء القضايا المهمة والمصيرية في حياة المجتمعات ويتعدى ذلك لتغطية الأحداث البسيطة أيضًا ، اذ تكتسب اهمية في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات التي تشهدها البيئة التي يعيشون فيها .

ويمكن تحديد مفهوم للتغطية الاعلامية : فهي الموضوع الذي تسعى وسائل وشبكات الاعلام ووكالات الأخبار الى تغطيته ونقله من مثل الجرائم والحروب والتطورات المحلية والاقليمية والعالمية وغيرها ، اذ تقوم هذه المؤسسات الاعلامية بتعيين أو توظيف صحفي او مجموعة صحفيين لتغطية قصة او موضوع ما وكلما كانت القصة كبيرة ومهمة زاد عدد المواضيع التي ينبغي تغطيتها ، وهذا ما يؤدي بطبيعة الحال الى زيادة عدد الصحفيين المنخرطين في هذه التغطية وهذا خلاف المواضيع الثانوية التي لا يتم تغطيتها.

ثانياً : انتهاكات القنوات الفضائية للوائح التغطية الاعلامية للانتخابات المحلية:

الاليات النموذجية لتوفير بيئة مثالية للقنوات الفضائية للتغطية الانتخابية يؤدي الاعلام دورا اساسياً في الانتخابات بعده احد شركاء العملية الانتخابية ، فهو يقوم بمهام عدة تسهم جميعها في تشكل القضايا الانتخابية وفي رفع وعي الناخبين ، وإزاء هذه الأهمية دعت الضرورة الى تبني العديد من الاجراءات التي تدعم حرية التعبير اثناء الانتخابات ، ومن بين هذه القواعد ما يتعلق بالتصدي للتمييز في توزيع الاعلانات السياسية واعطاء كافة الصلاحيات للجهات المستقلة وايضا اعفاء وسائل الاعلام من المسؤولية عن نشر اي احاديث او تصريحات غير قانونية صدرت مباشرة من الأحزاب والائتلافات السياسية والمرشحين المنفردين .

ومن ذلك يمكن تحديد اهم الآليات التي تؤدي الى توفير بيئة نموذجية للقنوات الفضائية لتصل الى تغطية اعلامية شاملة ومهنية للانتخابات:

1/ الاهمية الجوهرية لحق التعبير عن الرأي :

من الضروري ان تحتوي لوائح وسائل الاعلام على تأكيدات قوية وجوهرية للحق في حرية التعبير ، مثل الضمانات الهامة التي تتعلق بالاستقلالية التحريرية و حق الوصول لجميع الفعاليات الانتخابية وحرية نشر التقارير التي تتصل بالشؤون الانتخابية ، وان اي قيود تكون مشروعة فقط خلال المدى الذي تكون فيه متناسبة ومنسجمة مع تلك الغاية التي تبررها الجهات ذات العلاقة .

2/توعية الجمهور

بغية التمتع بحق المشاركة السياسية يتوجب على المؤسسات المعنية ان تثقف وترفع وعي الجماهير بخصوص كيفية التسجيل في الانتخابات وطريقة التصويت وتقديم المعلومات عن الاحزاب والمرشحين ، بما

يمكن الناخبين من اتخاذ قرار الادلاء بالاصوات بناء على المعلومات التي توافرت لديهم ، والهدف من وراء الانتخابات ويمكن تحقيق ذلك من اتباع بعض الممارسات المعينة بما يضمن ان يكون لدى الجمهور المعلومات المناسبة ويحفظ حقهم في المشاركة السياسية . وهذه الالزامية في توعية الجمهور تكون المؤسسات الاعلامية العامة والخاصة معنية بها. في حين ان وسائل الاعلام الممولة من المال العام تقع عليها مهمة اكبر في هذا الاتجاه ، فهي ملزمة بأن توفر المعلومات الهامة عن قضايا مهمة تتعلق بالانتخابات والمواقف السياسية للأحزاب السياسية والمرشحين المنفردين الذين سيشاركون في الانتخابات ويمكن تنفيذ ذلك بالبرامج الاخبارية وبرامج الاحزاب السياسية والاعلانات المجانية

/ 3 الالتزام بحماية الصحفيين من الأذى :

يعد الهجوم الجسدي او التهديد للصحفيين من أكثر الوسائل المباشرة التي تؤدي لعدم الوصول لتغطية نموذجية للانتخابات ، بل تقوض هذه الممارسات كثيرا من عناصر الشفافية لعملية الانتقال الديمقراطي ، وهو يقوض من حرية نقل المعلومات المتعلقة بالشأن الانتخابي تحت ضغط التهديد او العنف او أساليب الاكراه الأخرى ، ومن الواجب ان تلعب الحكومة دورا كبيرا في الحماية الجسدية للصحفيين وممتلكاتهم ومصادرهم ، وينبغي ادانة هذه الافعال والتحقيق مع مرتكبيها ومحاکمتهم وتعويض المتضررين . وبالرغم من ان حماية الصحفيين هي واجبة في جميع الأوقات الا انها تكتسب اهمية ملحة والتزاما مضاعفا بشكل خاص اثناء الانتخابات .

/ 4 الحيادية وعدم التمييز :

من الواجب على وسائل الاعلام بعدها حلقة وصل رئيسية بين المرشحين الانتخابيين والناخبين أن تكون مدركة لقدرتها على التأثير عن عمد او بدون عمد على نتائج الانتخابات ويتوجب على وسائل الاعلام اثناء تغطيتها الانتخابية و في جميع برامجها ان تعطي للناخبين تغطية دقيقة ومتوازنة، وتتطلب التزامات الحيادية وعدم التمييز أن تميز وسائل الاعلام بين المحتويات الاخبارية عن التحريرية ، بما يضمن عدم الخلط بين الأخبار التي تتحدث عن وقائع وبين التعليقات السياسية ، ومن ذات المبدأ فأن توسعته تعني التفريق والتمييز بين ما يمكن اعتباره نشاطا لمسؤولين حكوميين حاليين والذي يفرض بطبيعته تغطية اخبارية وبين تلك التغطية بالدعاية الانتخابية ، مع الاقرار بصعوبة الفصل بين الشئيين باعتبار ان المسؤولين الحكوميين عادة ما يلجؤون لزيادة انشطتهم السياسية قبيل الانتخابات بغية الحصول على تغطية اوسع قد تساعدهم في الحصول على مكاسب انتخابية.

لوائح التغطية الاعلامية وعلاقتها بتنظيم العمل الاعلامي

اولا : لوائح التغطية الاعلامية:

يمكن تعريف اللائحة بأنها مشابهة للقانون وتضم قواعد عامة مجردة وليس بالضرورة أن تختص بفئة معينة ولا حالة بعينها ولا زمن بعينه، وهي ملزمة (أي تترتب عقوبات على من يخالفها) ولكنها تختلف عن القانون بانها لا تصدر عن هيئة تشريعية (مجلس نواب) ولا من جهة تابعة له بل عن جهات أخرى في الغالب هي جهات تنفيذية .

وتهدف اللائحة إلى ضمان التزام المؤسسات الصحفية والإعلامية بأصول المهنة وأخلاقياتها والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بمحتواها، والقواعد والمعايير الضابطة للأداء الصحفي والإعلامي والإعلاني والأعراف المكتوبة (الأكواد).

وتعد اللائحة إحدى المفردات التي تتكون منها لائحة الجزاءات والتدابير الإدارية والمالية التي يجوز توقيعها على الجهات الخاضعة لأحكام قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام الصادر بالقانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨، كما تعد جزءاً لا يتجزأ من لائحة التراخيص التي تصدر عن المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، وشرطاً من شروط الترخيص الصادر عن المجلس، ويكون عدم الالتزام بهذا الشرط سبباً لإلغاء الترخيص.

وتنص اللائحة على التزام المؤسسات الصحفية والإعلامية ووسائل الإعلام والصحف والمواقع الإلكترونية بعدم تقديم أي معلومات إلا بعد التأكد من دقتها مراعية في ذلك التزام الصحفي أو الإعلامي بعدم إخفاء جزء منها أو تشويهها، كما تلتزم بالألا يقيم الصحفي أو الإعلامي تقارير على معلومات منقولة من مؤسسة صحفية أو وسيلة إعلامية أو موقع إلكتروني آخر أو مواقع التواصل الاجتماعي قبل التأكد من صحة هذه المعلومات بنفسه، وبشرط أن يقوم بإسناد هذه المعلومات إلى الجهات الصادرة عنها. (الهيئة العامة للاستعلامات . العمل بلائحة "الأعلى للإعلام" للضوابط والمعايير الإعلامية، المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، في 3 / 8 / 2024 على <https://sis.gov.eg/Story/194607>)

ثانياً : أنواع لوائح التغطية الاعلامية :

للوائح أنواع متعددة منها : (اللوائح التنظيمية او اللوائح العامة – جامعة بابل) (مجلة القانون الدستوري والاداري)

1. اللوائح التنفيذية :

وهي القرارات التي تضعها السلطة التنفيذية لتسهيل تنفيذ القانون ، باعتبار ان البرلمان لا يهتم بالتفاصيل وبيان الجزئيات ، مكتفياً ببيان القواعد العامة وتارك أمر التفاصيل للسلطات التنفيذية لتتولى هذه المهمة من طريق اللوائح والقرارات الادارية التنظيمية التنفيذية.

2. اللوائح التنظيمية أو لوائح المرافق العامة:

وهي اللوائح التي تصدر عن السلطة التنفيذية وتختص بتنظيم المرافق العامة ، ويكون صدورها دون الحاجة الى قانون سابق صادر عن السلطة التشريعية ولذلك تسمى هذه اللوائح بالمستقلة.

3. لوائح الضبط الإداري:

تمنح الإدارة صلاحية إصدار هذه اللوائح بما يحافظ على النظام العام ، وهذا النوع من اللوائح يتضمن في الغالب قواعد عامة تتضمن عددًا من القيود على حريات الأفراد للمحافظة على عدد من العناصر (كالأمن العام والسكينة العامة والصحة العامة)، كاللوائح الخاصة بالمرور او المحلات الخطرة او تلك المتعلقة بمراقبة الأغذية .

4. لوائح الضرورة :

وهي اللوائح التي يكون لها قوة القانون وتصدر عن السلطة التنفيذية لمواجهة ظروف استثنائية ، تتطلب اتخاذ اجراءات عاجلة في حال غياب السلطة التشريعية كأن يكون بسبب انتهاء الدورة البرلمانية او اثناء العطلة التشريعية

(المدة ما بين ادوار انعقاد البرلمان) او بسبب صدور قرار يحل البرلمان . ولا بد من عرض هذه اللوائح على البرلمان في اول اجتماع له بعد انعقاده .

في حين تعرف لوائح وسائل الاعلام هي " القواعد التي يتم فرضها من قبل سلطة القانون ، تختلف المبادئ التوجيهية لاستخدام وسائل الاعلام في جميع انحاء العالم (تنظيم وسائل الاعلام ديس فريدمان – مصدر اجنبي) ويمكن أن يكون لهذه اللائحة من طريق القانون أو القواعد أو الاجراءات أهداف مختلفة مثل " التدخل لحماية مصلحة عامة " معلنة أو تشجيع المنافسة والسوق الاعلامية الفعالة أو وضع معايير تقنية مشتركة . "

ثالثا : العوامل المؤثرة في لوائح التغطية الاعلامية :

وضع الاتحاد القومي للإذاعيين الأمريكيين في الولايات المتحدة الأمريكية لائحة إرشادية، تغطي كل المواد المسموعة والمرئية-الاخبارية والاعلانية وبرامج الأطفال- كما تتعامل مع بعض الموضوعات المهمة، كالتحيز في التغطية الخبرية، والتعليقات ووضع الاعلانات ضمن البرامج الاخبارية.

وتتضمن هذه اللائحة:

1. أن تتسم التغطية الاخبارية بالحقيقة والعدالة وعدم التحيز.

2. أن يتحلى الاعلامي بحسن المظهر والأداء

3. أن تتم الإشارة الى الفقرات الاعلانية التي تتخلل الأخبار باعتبارها ليست جزءا منها، وفصل الآراء عن الأخبار.

4. تجنب تفاصيل الجرائم والجنس

5. إبراز الفارق بين التعليق والتحليل وبين الخبر

6. مراعاة الجوانب الأخلاقية عند إجراء المقابلات

إلا أن هذه الارشادات كانت عامة، وغير ملزمة للمحطات الإذاعية (berry, 2008, p. 12)

وتعد موثيق الشرف المهنية professional codes من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام، والميثاق المهني في أبسط تعريف له هو أنه " مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الإعلاميين في المجتمع" (جورج، 2023، صفحة 45).

رابعا: قواعد التغطية الاعلامية اثناء الانتخابات في العراق:

المادة (1)التعريفات:

-وسائل الإعلام: تعني كل وسيلة إعلامية تعمل على نقل، أو بث إشارات، أو نصوص، أو صور، أو مواد مسموعة، أو مرئية، أو معلومات مقروءة، موجهة الى الجمهور. يشمل ذلك وسائل البث الإعلامي» تلك التي يتم بثها عبر الاقمار الصناعية ايضا.

-قواعد: تعني التعليمات التي تصدرها هيئة الإعلام والاتصالات التي يجب ان تلتزم بها جميع وسائل البث الإعلامي أثناء مدة الانتخابات، وقد يتم تعديلها من آن الى آخر.

-مدة الحملة الانتخابية: تعني المدة الزمنية التي تحددها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، للكتل والائتلافات السياسية المشاركة في الانتخابات، لعرض برامجها الانتخابية، وتبدأ في يوم معين تحدده المفوضية، وتنتهي عند بدء مدة الصمت الاعلامي التي تسبق يوم الاقتراع.

-مدة الصمت الاعلامي: وتعني المدة الزمنية التي تحددها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات للكيانات والائتلافات المشاركة في العملية الانتخابية بالكف عن الترويج لحماتهما الخاصة.

-التغطية الإعلامية: عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به والاحاطة باسبابه ومكان وقوعه واسماء المشتركين فيه، ونشرها عبر الوسائل كافة .

-المفوضية العليا المستقلة للانتخابات: هي المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، المشكلة بموجب القانون رقم 11 في 2007، الصادر عن مجلس النواب العراقي.

-هيئة الإعلام والاتصالات: تعني هيئة الإعلام والاتصالات المشكلة وفق الأمر 65 لعام 2004 والتي ورد ذكرها في الفقرة أولا من المادة 103 من الدستور العراقي.

-الكيان السياسي: يعني التشكيلات الانتخابية حسب تعريف نظام المفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

-الائتلاف: يعني مجموعة من كيانات سياسية منضوية في قائمة مشتركة من المرشحين، بهدف خوض الانتخابات.

-وسائل الإعلام الممولة من المال العام: وهي جميع وسائل الإعلام التي تمول من موازنة الدولة في بغداد والأقاليم والمحافظات كافة .

-ولتجنب اي التباس، فإن الإشارة في هذه القواعد الى (الكيانات) أو (الائتلافات السياسية) أو (المرشحين) في اية انتخابات، تتضمن فقط من هو مسجل منها رسميا لدى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، بهدف المشاركة في هذه الانتخابات .

المادة (2)

التغطية المهنية المتوازنة

تفعيلا للدور الايجابي لوسائل الإعلام في دعم الديمقراطية، وضمانا لحصول الناخب العراقي على حقه في معرفة كل مسارات العملية الانتخابية كي يكون قادرا على اتخاذ قراره في التصويت بشكل صائب. يجب على جميع وسائل الإعلام الالتزام بالآتي:-

أولا: الالتزامات الخاصة بجميع وسائل الإعلام أثناء الانتخابات:-

يجب على جميع وسائل الإعلام، الالتزام بالمعايير المهنية الخاصة باتباع الدقة والتوازن عند تغطيتها نشاطات أي مرشح أو كيان أو تحالف سياسي، ولا يجوز ان تتقصد اية وسيلة من وسائل البث الإعلامي تحريف المعلومات أو حجبها أو إساءة عرضها.

كما يجب على جميع وسائل الإعلام اعتماد النزاهة والموضوعية في بثها لأية مواد خاصة بالانتخابات، أو عرض التغطيات والبرامج الإخبارية (برامج المناقشات واللقاءات والحوارات التي تتعلق بأي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحيهما، أو بمشاركتهم).

وينبغي تمييز الرأي تمييزاً واضحاً عن الوقائع والحقائق أو الآراء. فضلا عن ضرورة تجنب الخلط بين التغطية الإخبارية العامة، وبين المتابعات الخبرية والبرامج السياسية المتعلقة بالانتخابات.

ويجب على جميع وسائل الإعلام، الالتزام بالفقرات الخاصة بـ(الباب الثاني/ المادة 4) الدقة والنزاهة والشفافية في نقل المعلومات الواردة في لائحة قواعد البث الإعلامي الصادرة عن هيئة الاعلام والاتصالات .
ثانيا: الالتزامات الخاصة بوسائل الإعلام الممولة من المال العام:-

تلتزم جميع وسائل الإعلام الممولة من المال العام، بواجبها الوطني والمهني بأن تكون مصدرا ذا مصداقية لجميع الناخبين العراقيين، باعتبارها مؤسسة ممولة من المال العام، وتأخذ على عاتقها الالتزام بسياسة إعلامية محايدة تقوم على التعامل مع جميع الكيانات والتحالفات السياسية ومرشحيها من دون تحيز. وبذل كل الجهود اللازمة لعرض وتمثيل آراء ومواقف جميع الأطراف المتنافسة في الانتخابات، وضمان توزيع مراحل الوصول الحر للجمهور، توزيعا منصفا بين الكتل والتحالفات السياسية، ومنح الفرصة لجميع

الأطراف المتنافسة لعرض برامجها الانتخابية على الناخبين، وفقا لما يرد في هذه اللائحة، وفي حال رفض اي طرف من الأطراف جعل رأيه متاحا للجمهور، يجب الإشارة الى ذلك.
ثالثاً : التغطية العادلة:

1-تلتزم على وسائل الإعلام الممولة من المال العام، بإعلام الجمهور ببرامج المرشحين للانتخابات، من خلال السماح بالوصول الحر الى الناخبين، وتوفير حيز مجاني يخصص لكل الأحزاب والكيانات السياسية والائتلافات والأشخاص بشكل منصف.

2-توفير تسجيل مسموع أو مرئي لهذه البرامج مجاناً لوسائل البث الإعلامي غير التابعة لوسائل البث الممولة من المال العام، لكي تعمل على بثها في حال رغبتها بذلك، شريطة ان يتم بث هذه التسجيلات بالكامل ودون إجراء اي تعديل عليها .

المادة (3)

الإعلانات الانتخابية

يسمح بالإعلانات الانتخابية المدفوعة الأجر في الإعلام، ما عدا وسائل الإعلام الممولة من المال العام التي يجب عليها الالتزام بتقديم حصص البث مجاناً. ويجب ان تتوخى وسائل الإعلام في بث الإعلانات الانتخابية، الشروط الآتية:-

1-ان لا يتضمن الإعلان الانتخابي أية مواد تدعو لخطاب الكراهية على أساس ديني او قومي او مذهبي او بسبب الانتماءات الفكرية والطائفية او على أساس الجنس أو اللون او اللغة او اللهجة الدارجة او الانتماء المناطقي.

2-لا يجوز بث إعلانات تتضمن انتقاصاً او إساءات مباشرة او غير مباشرة موجهة الى اتجاهات سياسية او انتماءات عرقية أو طبقة فكرية او شريحة اجتماعية.

3-عدم استخدام الرموز الدينية بأي شكل من الأشكال في الإعلانات الانتخابية، أو ما يعبر عنها، بطريقة سلبية او ايجابية، ويشمل ذلك استخدام إحياءات او إشارات دينية مباشرة او غير مباشرة تتضمن أي نوع من أنواع (الالبسة) التي تعبر عن اتجاه ديني او طائفي محدد.

4-عدم بث مواد تتضمن اتهامات مباشرة بالتخوين او بالعمالة او السرقة او القتل او ممارسة العنف او غيرها من أنواع التوصيف التي لا تتوافق مع مواد النزاهة والحياد المقررة في لائحة قواعد البث الإعلامي، سواء كانت الجهة داخلة في المنافسات الانتخابية ام غير ممثلة في الانتخابات.

5-تلتزم وسائل الإعلام، بوضع اشارة واضحة وصريحة على طول مدة الإعلان الانتخابي، تبين فيها الجهة التي يبث لصالحها الإعلان الانتخابي.

المادة (4)

تثقيف الناخبين

1- تلتزم جميع وسائل الإعلام، الالتزام بالمعلومات التي توفرها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق. وينبغي ان تعلن عن اية معلومات تخص الإجراءات والتنظيمات والسياسات المتعلقة بالانتخابات، وان تعكس المعلومات الرسمية الصادرة عن المفوضية حيثما توافرت مثل هذه المعلومات للعلن.

2- يقع على عاتق وسائل الإعلام الممولة من المال العام، لاسيما شبكة الإعلام العراقي، بوصفها هيئة بث عامة ممولة من الدولة وملزمة قانونيا بتوجيه وإعلام الناخبين، استخدام نشرات الأخبار والبرامج الانتخابية التلفزيونية والإذاعية لتثقيف الناخبين. وإعلامهم بكل الجوانب الأساسية للعملية الانتخابية، بما فيها موعد تسجيل الناخبين ومكانه وكيفيته، وموعد مراجعة قوائم الناخبين ومكانه، وموعد ومكان إجراء التصويت، وحدود الدوائر الانتخابية، وكيفية تسجيل الاقتراع حتى يكون الصوت صالحا، وكيفية تقديم الشكاوى فيما يخص مجريات العملية الانتخابية او اي جوانب أخرى تتعلق بعملية التصويت.

3- يجب على وسائل الإعلام الممولة من المال العام، تثقيف الناخبين بخصوص الأهمية التي تكتسبها العملية الانتخابية سواء على مستوى المحافظات ام الأقاليم ام الجاليات ام الدولة، ومن الذي سيجري الانتخابات، ولماذا تجري هذه الانتخابات. وان تتخذ إجراءات فاعلة لضمان وصول هذه المعلومات الى مختلف الناخبين.

المحور الثالث

الجانب العملي

1. مجتمع البحث: يعرف مجتمع البحث بأنه جميع المفردات الخاضعة للبحث والدراسة، والتي تكتسب خصائص الظاهرة او المشكلة البحثية التي يراد دراستها او انه يتأثر بها (المزاهرة، 2012، صفحة 90) واعتمادا على هذا التعريف فان مجتمع البحث يتمثل بالقائمين بعملية الاتصال في القنوات الفضائية العراقية ومكاتب الفضائيات الأجنبية العاملة في العراق وكلاهما حاصل على ترخيص البث .

2. عينة البحث : تعرف عينة البحث على انها مجموعة محددة من الأفراد يتم اختيارهم من قبل الباحث من أصل مجموعة أكبر، من طريق استخدام طريقة اختيار محددة مسبقا، وذلك بسبب تعذر دراسة جميع مفردات مجتمع البحث في كثير من الأحيان ولأسباب مختلفة، من بينها كبر حجم مجتمع البحث، او صعوبة الوصول لكل مفرداته ، يتم لجوء الباحثين الى عدد محدود من هذه المفردات بما يتوافق مع الامكانيات المتاحة (الوقت ، الجهد ، المادة) (اللامي، 2020، صفحة 2) ، لكن من الضروري أن يكون هذا الجزء المقطع من العينة ممثلا للمجتمع الأصلي وهذا يمكن تحقيقه من طريق عدد من الشروط الآتية : (العساف، 2016):

1- تجانس الخصائص والصفات بين أفراد العينة التي تم اختيارها وأفراد مجتمع البحث .

2- أن تتكافأ الفرص لجميع أفراد مجتمع البحث بان يكونوا من أفراد العينة.

3- من الضروري عدم التحيز في اختيار أفراد العينة.

وقد تم اعتماد حجم العينة المستهدفة بـ 261 مبحوثاً، وكانت العوامل الديمغرافية لعينة البحث وفق الآتي : الذكور 158 مبحوثاً أي بنسبة 60.5% والأناث 261 مبحوثة بنسبة 39.5% وهذه النسبة طبيعية في المجال الاعلامي التلفزيوني. أما تقسيم المبحوثين وفقاً لسنوات الخبرة والعمل الاعلامي فجاءت 5 سنوات فأكثر بالمرتبة الاولى بـ(148) تكراراً وبنسبة (56.7%) ، وكانت (1-4 سنوات) بالمرتبة الثانية بـ(69) تكراراً بنسبة (26.4%) ، بينما جاءت سنة واحدة بـ(25) تكراراً بنسبة (9.6%) من مجموع العينة ، وأخيراً جاءت أقل من سنة بـ(19) وبنسبة (7.3%) من مجموع أفراد العينة.

في حين كانت المعلومات الديمغرافية للمبحوثين بحسب التحصيل الدراسي فجاء الحاصلون على شهادة البكالوريوس بالمرتبة الاولى بـ(159) تكراراً بنسبة (60.9%) من مجموع أفراد العينة ، وثانياً جاءت الحاصلون على الدراسات العليا بـ(72) تكراراً وبنسبة (27.6%) من مجموع العينة ، وثالثاً كانت للحاصلين على الدبلوم (خريج معهد) بـ(18) تكراراً وبنسبة (6.9%) ، وبالمرتبة الرابعة جاءت الحاصلون على شهادة الإعدادية بـ(8) تكرارات بنسبة (3.1%) وأخيراً جاء الحاصلون على المتوسطة بـ(4) تكرارات بنسبة (1.5%) من مجموع أفراد العينة.

جدول (10) يبين الى أي مدى اعتمد المبحوثون على بنود لوائح التغطية الإعلامية اثناء تغطية انتخابات مجالس المحافظات

الترتيب	النسبة	التكرار	درجة الاعتماد
2	34.5	90	اعتمد عليها بدرجة كبيرة
1	50.6	132	اعتمد عليها بدرجة متوسطة
3	14.9	39	اعتمد عليها بدرجة قليلة
	%100.0	261	المجموع

من الجدول (10) والذي يبين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على بنود لوائح التغطية الإعلامية اثناء تغطيتك لانتخابات مجالس المحافظات ظهرت وحسب الترتيب كما يلي:

- 1- اعتمد عليها بدرجة متوسطة بالمرتبة الاولى وبنسبة (50.6%).
- 2- اعتمد عليها بدرجة كبيرة بالمرتبة الثانية وبنسبة (34.5%).
- 3- اعتمد عليها بدرجة قليلة بالمرتبة الثالثة وبنسبة (14.9%).

س3/ صنف اعتمادك على لوائح التغطية الإعلامية اثناء تغطيتك للانتخابات المحلية مقارنة باخلاقيات المهنة ولوائح السلوك الأخرى؟

جدول (11) يبين مدى اعتماد المبحوثين على لوائح التغطية الإعلامية في اثناء تغطيتك للانتخابات المحلية مقارنة باخلاقيات المهنة ولوائح السلوك الأخرى

الترتيب	النسبة	التكرار	مدى الاعتماد
2	39.8	104	اعتمدها كمصدر رئيس
1	52.2	136	اعتمدها كمصدر ثانوي
3	8.0	21	اعتمدها كمصدر هامشي
	100.0	261	المجموع

من الجدول (11) والذي يبين صنف اعتمادك على لوائح التغطية الإعلامية اثناء تغطيتك للانتخابات المحلية مقارنة باخلاقيات المهنة ولوائح السلوك الأخرى ظهرت وحسب الترتيب كما يلي:

1-اعتمدها كمصدر ثانوي بالمرتبة الاولى بنسبة (52.2%).

2-اعتمدها كمصدر رئيس بالمرتبة الثانية بنسبة (39.8%).

3-اعتمدها كمصدر هامشي بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.0%).

نلاحظ من الجداول الثلاث السابقة تناسق اجابات المبحوثين ما يدل على مصداقية الاجابة نوعا ما ، وهذا يعني ان مدى معرفة المبحوثين واطلاعهم على تعليمات هيئة الاعلام والاتصالات الخاصة بتغطية الانتخابات يعتمدون عليها بمدى اطلاعهم عليها والذي ظهرت النسبة الاعلى فيه الاطلاع بصورة متوسطة اي عدم الاعتماد عليها بصورة كبيرة ما يعني انها مصدر ثانوي للمعلومات التي تخص قضية الانتخابات وكما اسلفنا انهم يراعون السياسة الاعلامية والتخطيط المعتمد للمؤسسة الاعلامية التي يعملون كقائم اتصال بها ولا يتقاطعون معها خاصة وان معظم القنوات الاعلامية العراقية تعود لجهات واحزاب سياسية لها تمثيل برلماني في الحكومة العراقية .

س4/ ما الأوقات التي يزيد اعتمادك على لوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية انتخابات مجالس المحافظات؟

جدول (12) يبين الأوقات التي يزيد اعتماد المبحوثين على لوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية انتخابات مجالس المحافظات

المرحلة	التكرار	النسبة	الترتيب
في مرحلة تسجيل وإعلان القوائم الانتخابية	47	18.0	3
في مرحلة انطلاق الدعاية الانتخابية	76	29.1	1
في مرحلة الصمت الانتخابي	51	19.5	2
في يوم اجراء الانتخابات	29	11.1	5
في مرحلة العد والفرز وإعلان النتائج	46	17.6	4
أخرى	12	4.6	6
المجموع	261	100.0	

من الجدول (12) والذي يبين الأوقات التي يزيد اعتمادك على لوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية انتخابات

مجالس المحافظات ظهرت وحسب الترتيب كما يلي:

1- في مرحلة انطلاق الدعاية الانتخابية بالمرتبة الاولى بنسبة (29.1%).

2- في مرحلة الصمت الانتخابي بالمرتبة الثانية بنسبة (19.5%).

3- في مرحلة تسجيل وإعلان القوائم الانتخابية بالمرتبة الثالثة بنسبة (18.0%).

4- في مرحلة العد والفرز وإعلان النتائج بالمرتبة الرابعة بنسبة (17.6%).

5- في يوم اجراء الانتخابات بالمرتبة الخامسة بنسبة (11.1%).

6- اخرى بالمرتبة السادسة بنسبة (4.6%).

يتضح من الجدول (12) ان اعلى نسبة ظهرت لاعتماد المبحوثين لوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية

انتخابات مجالس المحافظات في مدة انطلاق الدعاية الانتخابية بالمرتبة الاولى . وهي المدة الاهم لان

التعليمات واللوائح معظمها تؤكد على امور تتعلق بتغطية الدعاية الانتخابية للمرشحين ، بينما نجد تفاوت

النسب بين الفترات الاخرى وهذا يدل على ان اهم مرحلة لتغطية الانتخابات هي المرحلة التي تسبق واثناء

انطلاق البرامج الانتخابية والتركيز عليها .

س/5 أي الظروف والاقوات التي تلتزم بها فيها بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات ؟

جدول (13) يبين أي الظروف والاقوات التي يلتزم بها فيها المبحوثون بلوائح التغطية الإعلامية اثناء

الانتخابات

الاقوات	التكرار	النسبة	الترتيب
في الأوقات والظروف الطبيعية	67	15.5	4

5	14.6	63	اوقات الازمات وعدم استقرار المجتمع.
2	21.3	92	اوقات تصاعد وتيرة الاحداث السياسية.
6	9.3	40	أوقات غياب الرقابة القانونية
1	22.2	96	عند توجيهي من قبل المؤسسة الاعلامية
3	17.1	74	في جميع الظروف والاوقات
	%100.0	*432	المجموع

(*) سمح للمبوحين باكثر من اختيار للبدائل

من الجدول (13) الذي يبين الظروف والاوقات التي تلتزم بها فيها بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات ظهرت وحسب الترتيب كما يلي:

1- عند توجيهي من قبل المؤسسة الاعلامية بالمرتبة الاولى بنسبة (22.2%).

2- اوقات تصاعد وتيرة الاحداث السياسية بالمرتبة الثانية بنسبة (21.3%).

3- في جميع الظروف والاوقات بالمرتبة الثالثة بنسبة (17.1%).

4- في الأوقات والظروف الطبيعية بالمرتبة الرابعة بنسبة (15.5%).

5- اوقات الازمات وعدم استقرار المجتمع بالمرتبة الخامسة بنسبة (14.6%).

6- أوقات غياب الرقابة القانونية بالمرتبة السادسة بنسبة (9.3%).

نلاحظ من معطيات الجدول ان النسبة الاعلى للالتزام بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات من قبل المبوحين عند توجيههم من قبل ادارة المؤسسة الاعلامية التي يعملون بها وبنسبة متقاربة مع تصاعد وتيرة الاحداث السياسية ، وهذه يتناسب مع ما ذكرنا سابقا ان السياسة الاعلامية العامة للمؤسسة وادارتها هو الاطار الذي يعمل به القائم بالاتصال بمختلف الصفات الاعلامية واتجاه الاحداث السياسية كافة بالرغم من التعليمات واللوائح التي تصدر من الجهات الرقابية للعمل الاعلامي في العراق .

س6/ الالتزامات التي اتبعتها لتحقيق تغطية مهنية متوازنة اثناء انتخابات مجالس المحافظات ؟

جدول (14) يبين الالتزامات التي اتبعتها لتحقيق تغطية مهنية متوازنة اثناء انتخابات مجالس المحافظات

مطلقاً	لاالتمز	قليلاً	التمز بها	كثيراً	التمز بها	البدائل
%	ت	%	ت	%	ت	
0.4	1	28.7	75	70.9	185	التزام بالدقة
3.4	9	26.8	70	69.7	182	الالتزام بالموضوعية
3.4	9	29.9	78	66.7	174	الشفافية في نقل المعلومات، وعدم حجبها أو إساءة عرضها
6.1	16	38.3	100	55.6	145	التمييز بين الآراء والحقائق في التغطية الاعلامية

16.9	44	41.4	108	41.8	109	عرض برامج المرشحين الانتخابية وتوفير حيز مجاني للأحزاب والكتل والقوائم الانتخابية
8.4	22	29.1	76	62.5	163	عدم استخدام الرموز الدينية في الإعلانات الانتخابية
12.3	32	24.1	63	63.6	166	عدم بث المضامين التي تحمل اساءات واتهامات مباشرة للمرشحين
4.6	12	29.9	78	65.5	171	الالتزام بالمعلومات التي تقدمها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات
10.3	27	28.4	74	61.3	160	حث الناخبين وتثقيفهم للمشاركة في العملية الانتخابية
15.7	41	38.3	100	46.0	120	عدم نشر استطلاعات الرأي أو التوقعات الانتخابية في الأسبوع الأخير من الحملة الانتخابية
3.1	8	23.0	60	73.9	193	الالتزام الكامل بعدم نشر الدعاية والإعلانات الانتخابية في مرحلة الصمت الاعلامي
4.6	12	30.3	79	65.1	170	الابتعاد عن كل ما يحث على الكراهية والتفرقة

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على نتائج spss

من الجدول (14) والذي يبين الالتزامات التي اتبعتها لتحقيق تغطية مهنية متوازنة اثناء انتخابات مجالس المحافظات نلاحظ:

1- اتجهت اجابات العينة لفقرة (التزام بالدقة) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (70.9%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (28.7%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (0.4%).

2- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الالتزام بالموضوعية) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (69.7%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (26.8%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (3.4%).

3- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الشفافية في نقل المعلومات، وعدم حجبها أو إساءة عرضها) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (66.7%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (29.9%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (3.4%).

4- اتجهت اجابات العينة لفقرة (التمييز بين الآراء والحقائق في التغطية الاعلامية) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (55.6%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (38.3%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (6.1%).

5- اتجهت اجابات العينة لفقرة (عرض برامج المرشحين الانتخابية وتوفير حيز مجاني للأحزاب والكتل والقوائم الانتخابية) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (41.8%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (41.4%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (16.9%).

6- اتجهت اجابات العينة لفقرة (عدم استخدام الرموز الدينية في الإعلانات الانتخابية) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (62.5%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (29.1%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (8.4%).

7- اتجهت اجابات العينة لفقرة (عدم بث المضامين التي تحمل اساءات واتهامات مباشرة للمرشحين) نحو التزم بها كثيرًا بنسبة (63.6%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (24.1%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (12.3%).

8- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الالتزام بالمعلومات التي تقدمها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات) نحو التزم بها كثيراً بنسبة (65.5%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (29.9%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (4.6%).

9- اتجهت اجابات العينة لفقرة (حث الناخبين وتثقيفهم للمشاركة في العملية الانتخابية) نحو التزم بها كثيراً بنسبة (61.3%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (28.4%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (10.3%).

10- اتجهت اجابات العينة لفقرة (عدم نشر استطلاعات الرأي أو التوقعات الانتخابية في الأسبوع الأخير من الحملة الانتخابية) نحو التزم بها كثيراً بنسبة (46.0%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (38.3%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (15.7%).

11- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الالتزام الكامل بعدم نشر الدعاية والاعلانات الانتخابية في مرحلة الصمت الاعلامي) نحو التزم بها كثيراً بنسبة (73.9%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (23.0%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (3.1%).

12- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الابتعاد عن كل ما يحث على الكراهية والتفرقة) نحو التزم بها كثيراً بنسبة (65.1%) ونحو التزم بها قليلاً بنسبة (30.3%) اما نسبة لا التزم مطلقاً فقد بلغت (4.6%).

يتضح من الجدول اعلاه اتجاه الاجابات التي حازت على النسبة الاعلى بالالتزام من قبل المبحوثين وبتقارب قوي لقيم الدقة والموضوعية والشفافية وهذا يتماشى مع اهداف السياسة الاعلامية المعلنة لاغلب القنوات الفضائية اي انها خطوط اساسية عامة لنجاح المؤسسة الاعلامية في كسب تاييد الجمهور العام وخاصة خلال تغطية الاحداث السياسية ، وجاءت بعدها قيم عدم استخدام الرموز الدينية في الإعلانات الانتخابية وعدم بث المضامين التي تحمل اساءات واتهامات مباشرة للمرشحين فضلا عن الالتزام بالمعلومات التي تقدمها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وحث الناخبين وتثقيفهم للمشاركة في العملية الانتخابية ، وهذه من المبادئ والقيم العامة التي تحاول معظم الفضائيات والمؤسسات الاعلامية الاعلان عنها ضمن تغطياتها وتتناسب مع ارادة الجماهير العامة ، تقابلها بالالتزام قليلا وعدم الالتزام بها مطلقا اختيارات عرض برامج المرشحين الانتخابية وتوفير حيز مجاني للأحزاب والكتل والقوائم الانتخابية عدم نشر استطلاعات الرأي أو التوقعات الانتخابية في الأسبوع الأخير من الحملة الانتخابية والتي لا تضعها القنوات الفضائية ضمن خطتها لتغطية الانتخابات لانها تعد ضمن الحملات الاعلانية التي تقام مقابل ثمن ، ونتائج هذا الجدول تتناسب مع التزام المبحوثين بالسياسات العامة لمؤسساتهم كاتار عام كما اسلفنا .

س7/ في ضوء تغطيتك لانتخابات مجالس المحافظات السابقة، الى أي مدى تؤثر العوامل الاتية في التزامك بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات

جدول (15) يبين في ضوء تغطية المبحوثين لانتخابات مجالس المحافظات السابقة، الى أي مدى تؤثر العوامل الاتية في التزامه بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات

العوامل	عامل	رئيسي	عامل	ثانوي	لاتؤثر	مطلقا
	ت	%	ت	%	ت	%
انتمائي الفكري والسياسي.	125	47.9	75	28.7	61	23.4
اجنדה واولويات المؤسسة الإعلامية.	169	64.8	80	30.7	12	4.6
الجماعات الضاغطة والأحزاب والتيارات السياسية.	105	40.2	96	36.8	60	23.0
الظروف العامة للبلد.	133	51.0	103	39.5	25	9.6
الأجر الذي اتقاضاه عن عملي الإعلامي.	120	46.0	83	31.8	58	22.2
الاعتبارات الأخلاقية.	180	69.0	64	24.5	17	6.5
ظروف وحجم الحدث الذي يتم تغطيته.	178	68.2	71	27.2	12	4.6
الأعراف الاجتماعية والعقيدة السائدة في البلد	118	45.2	85	32.6	58	22.2
تأثير الاهل والأصدقاء والاقارب	42	16.1	73	28.0	146	55.9

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على نتائج spss

من الجدول (15) والذي يبين في ضوء تغطيتك لانتخابات مجالس المحافظات السابقة، الى أي مدى

تؤثر العوامل الاتية في التزامك بلوائح التغطية الإعلامية اثناء الانتخابات نلاحظ:

- 1- اتجهت اجابات العينة لفقرة (انتمائي الفكري والسياسي) نحو العامل الرئيسي بنسبة (47.9%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (28.7%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (23.4%).
- 2- اتجهت اجابات العينة لفقرة (اجنדה واولويات المؤسسة الإعلامية) نحو العامل الرئيسي بنسبة (64.8%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (30.7%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (4.6%).
- 3- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الجماعات الضاغطة والأحزاب والتيارات السياسية) نحو العامل الرئيسي بنسبة (40.2%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (36.8%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (23.0%).
- 4- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الظروف العامة للبلد) نحو العامل الرئيسي بنسبة (51.0%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (39.5%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (9.6%).
- 5- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الأجر الذي اتقاضاه عن عملي الإعلامي) نحو العامل الرئيسي بنسبة (46.0%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (31.8%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (22.2%).
- 6- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الاعتبارات الأخلاقية) نحو العامل الرئيسي بنسبة (69.0%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (24.5%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (6.5%).
- 7- اتجهت اجابات العينة لفقرة (ظروف وحجم الحدث الذي يتم تغطيته) نحو العامل الرئيسي بنسبة (68.2%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (27.2%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (4.6%).
- 8- اتجهت اجابات العينة لفقرة (الأعراف الاجتماعية والعقيدة السائدة في البلد) نحو العامل الرئيسي بنسبة (45.2%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (32.6%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (22.2%).

9- اتجهت اجابات العينة لفقرة (تأثير الاهل والأصدقاء والاقارب) نحو العامل الرئيسي بنسبة (16.1%) ونحو العامل الثانوي بنسبة (28.0%) اما نسبة لا تؤثر مطلقاً فقد بلغت (55.9%).

يتضح من معطيات الجدول اعلاه تصدر عوامل الاعتبارات الأخلاقية وظروف وحجم الحدث الذي يتم تغطيته فضلا عن اجندة واولويات المؤسسة الإعلامية كعوامل رئيسة مؤثرة في مدى التزام المبحوثين باللوائح وتعليمات هيئة الاعلام والاتصالات ازاء تغطية الانتخابات ، وهذا يتفق مع ما استنتجه الباحث من معطيات ونتائج الجداول السابقة التي اوضحت مدى مراعاة المبحوثين للاعتبارات العامة التي تخص اخلاقيات المهنة واهمية الحدث السياسي فضلا عن التزامهم بالسياسة الاعلامية العامة للقنوات الفضائية التي يعملون فيها ومراعاة عدم التقاطع معها .

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

أولاً: النتائج:

1- تبيّن أنّ نسبة المطلعين بشكل كبير من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية على بنود لوائح التغطية الإعلامية هي أعلى نسبة، اذ بلغت (40.2%)، بينما بلغت نسبة المطلعين عليها بشكل متوسط (37.2%)، أما نسبة المطلعين عليها بشكل قليل فقد تبيّن أنها الأدنى اذ بلغت (22.67%).

2- ظهر اعتماد القائمين بالاتصال على بنود لوائح التغطية الإعلامية أثناء تغطيتهم لانتخابات مجالس المحافظات بدرجة متوسطة بالمرتبة الاولى وبنسبة (50.6%)، فيما ظهر الاعتماد عليها بدرجة كبيرة بالمرتبة الثانية وبنسبة (34.5%)، اما الاعتماد عليها بدرجة قليلة فقد حلّ بالمرتبة الثالثة وبنسبة (14.9%).

3- حلّ الاعتماد على لوائح التغطية الإعلامية أثناء تغطية للانتخابات المحليّة مقارنة باخلاقيات المهنة ولوائح السلوك الأخرى كمصدر ثانوي بالمرتبة الاولى بنسبة (52.2%)، اما اعتمادها كمصدر رئيس فقد حلّ بالمرتبة الثانية بنسبة (39.8%)، فيما حلّ اعتمادها كمصدر هامشي بالمرتبة الثالثة بنسبة (8.0%).

4- اتضح أنّ وقت مرحلة انطلاق الدعاية الانتخابية هي التي يزيد فيها اعتماد القائمين بالاتصال على لوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية انتخابات مجالس المحافظات اذ حلّت بالمرتبة الاولى بنسبة (29.1%)، اما مرحلة الصمت الانتخابي حلّت بالمرتبة الثانية بنسبة (19.5%)، اما في يوم اجراء الانتخابات فيقل فيها اذ بلغت بالمرتبة الخامسة بنسبة (11.1%).

نتائج اختبار فروض البحث

1 - أظهرت نتائج الاختبار التالي صحة الفرض الرئيس الأول الذي ينص على "التعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية".

2- أظهرت نتائج الاختبار التائي صحة الفرضية الفرعية الأولى المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى، والتي تنص : (توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث للتعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية.

3- أظهرت نتائج الاختبار التائي عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص : (توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة والعمل الإعلامي للتعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات.

4- أظهرت نتائج الاختبار التائي عدم صحة الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص (توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين التحصيل الدراسي ل التعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية).

ثانيا: الاستنتاجات :

1. يرى اغلب القائمين بالاتصال للوائح التغطية الإعلامية انها تتماشى مع الدستور والقوانين النافذة، نتيجة إعطائها فسحة من المجال لهم بالتغطية في أوقات معينة ومساحة كبيرة في تغطيتهم الميدانية لها.

2. يحرص اغلب القائمين بالاتصال في الفضائيات العراقية للحفاظ على العملية السياسية وعدم تهديد النظام الديمقراطي عبر تجنب بث المواد التي تؤثر على طبيعة ومرتكزات هذا النظام خلال مدة الدعاية الانتخابية.

3. تسعى اغلب القنوات الفضائية للالتزام بتعليمات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وهيئة الاعلام والاتصالات وموادها القانونية خلال التغطية الانتخابية، تجنبًا للعقوبات التي تفرضها الهيئة على هذه القنوات.

4. تحرص القنوات على تثقيف الناخبين والكيانات السياسية بالثقافة الانتخابية، عبر تزويدهم بالمعلومات التي توفرها المفوضية العليا للانتخابات خاصة تلك المتعلقة بالاجراءات التنظيمية والسياسات المتعلقة بالانتخابات وقراراتها .

5. اضافت هذه الدراسة مؤشرات وملاحظات لهيئة الاعلام والاتصالات بشأن لائحة قواعد التغطية الاعلامية للانتخابات من آراء وملاحظات متخصصين في هذا المجال ، فضلا عن قياس مدى تطبيقها من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية .

ثالثا: التوصيات

1. أهمية التزام القائمين بالاتصال بلوائح التغطية بشكل رئيس لتغطية انتخابات مجالس المحافظات في كل أوقات التغطية.

2. مراعاة القائمين بالاتصال جميع الظروف والأوقات عند التزامهم بلوائح التغطية الانتخابية وعدم اهمال ظرف او وقت معين.

3. يوصي الباحث بتوفير مساحة زمنية كبيرة للجهات والكيانات السياسية التي تم الاساءة اليها للرد على الاتهامات (حق الرد)، خلال التغطية الانتخابية التي تسبق يوم الانتخاب.

4. ضرورة قيام هيئة الإعلام والاتصالات بعقد ندورات ودورات وورش خاصة بالإعلاميين تخص قوانين الهيئة في التغطية الانتخابية مما يساعد في زيادة ثقافة القائم بالاتصال بخصوص معرفة قوانين المنظمة للتغطيات الانتخابية ليلتزم فيها خلال تغطيته للانتخابات والحملات الانتخابية .

5. يوصي الباحث هيئة الاعلام والاتصالات بتكييف اللوائح الخاصة بالتغطية الاعلامية للانتخابات مع التطورات الاعلامية الكبيرة ، خاصة في مجالات الاعلام الرقمي .

رابعاً: نتائج اختبار فروض البحث :

1. أظهرت نتائج الاختبار التالي صحة الفرض الرئيس الأول الذي ينص على: "التعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية"

2. أظهرت نتائج الاختبار التالي صحة الفرضية الفرعية الاولى المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى، والتي تنص: (توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث للتعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية)

3. أظهرت نتائج الاختبار التالي عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى والتي تنص على انه : (توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين سنوات الخبرة والعمل الإعلامي للتعليمات واللوائح التي وضعتها هيئة الإعلام والاتصالات عرفت القائم بالاتصال في القنوات الفضائية بمعايير وسلوكيات مهنية، ساعدته على تقديم تغطية إعلامية متوازنة للانتخابات قائمة على الحقائق، والحد من انتهاك اخلاقيات المهنة الإعلامية).

المصادر والمراجع

anita jacobi van hoof ،carina و nel ruigrok ،(2014). *Diverse Politics ,Diverse News Coverage ?*

A Longitudinal Study of Diversity of Dutch Political News During Two Decades of

- Election Campaigns" Paper presented at the annual meeting of the International Communication .Seattle ,Washington.*
- brink lund anker ،edelvold berg christion .(2009) .*Denmark, Sweden and Norway :Television Diversity by Duopolistic Competition and Co-Regulation .*“International Communication Gazette.
- david berry .(2008) .*Journalism Ethics and Society, Burlington, Ashgate Publishing Limited .*paris: Cornu,Daniel: *Ethique de l’information.*
- jose carlos lozano " , .(2005) .*A Comparison of Public Policies and Research on Cultural Diversity in Mexican, Canadian and US Television .*"Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City: http://citation.allacademic.com/meta/p12376_index.html.
- maarit jaakola " .(2013) .*Diversity through dualism :the balancing principle as an organizational strategy in culture departments of newspapers "NORDICOM Review :Nordic Research on Media and Communication .*available at : go.galegroup.com.
- Mohaned Hameed Obaid .(2023 ,4 51) .Employing Digital Technologies in Investigative Television Programs“ An Analytical Study of Investigator Program on Al Jazeera and The Al-hurra Investigates Program .*LARK JOURNAL FOR PHILOSOPHY, LINGUISTICS AND SOCIAL SCIENCES .* <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss51.3275>
- serena carpenter ”.(2010) .*A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles, .*”New Media & Society,vol: . available at : nms.sagepub.com.

اسماعيل.(2007).

العساف.(2016).

اللامي.(2020).

المزاهرة.(2012).

انمار وحيد فيضي.(2016). *التغطية الاخبارية في الصحافة الألكترونية .* الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.

بشرى حسين الحمداني.(2012). *التغطية الصحفية الاستقصائية (تحقيقات عابرة للحدود)* (المجلد ط1). الاردن: دار اسامة.

به هات حسيب قه ره داخي.(2016). *العوامل المؤثرة في التغطية الخبرية ،دراسة ميدانية لعمل المراسلين في الفضائيات الكوردية ،* أطروحة دكتوراه . كلية الاداب -جامعة صلاح الدين.

يومشطة. (2014).

جنيد. (2003).

حسن. (2021).

حيدر احمد علو. (بلا تاريخ). اخبار الصناعة في القنوات العربية المتخصصة ، طالب عبد المجيد علاوي.

ديبرا بوتتر. (2006). دليل الصحافة المستقلة . واشنطن: مكتبة برنامج الاعلام الخارجي -وزارة الخارجية الامريكية.

شهلة بن رجم، نسيمه درويش، و الهام نقاقي. (2019). التغطية الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية: قناة النهار نموذجا، رسالة ماجستير (غير منشورة). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال.

شهلة، التغطية الاعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية رسالة ماجستير بن رجم. (2019).

صدقة جورج. (2023). دراسة رصد التغطية الإعلامية لقطاع الأمن في لبنان: تقرير تشرين الأول ٢٠٢٣ . بيروت.

صهيب الفلاحي. (2011). التغطية الاخبارية لموقعي الجزيرة وال بي بي سي العربية لمعركتي الفلوجة عام 2004 ، رسالة ماجستير منشورة . كلية الاعلام -جامعة الشرق الاوسط.

طالب عبد المجيد علاوي. (2015). صناعة الأخبار في القنوات الفضائية العربية المتخصصة (المجلد ط1). الاردن: دار اسامة للنشر.

عبد الرزاق محمد الدليمي. (2012). الخبر في وسائل الاعلام . عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

عبد النبي خزعل. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية (المجلد ط1). بيروت: دار النهضة العربية.

عبد النبي خزعل. (2010). فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية (المجلد ط1). لبنان: دار النهضة العربية.

فاروق ابو زيد. (د.ت). فن الخبر الصحفي (المجلد ط2). القاهرة: دار عالم الكتب.

محمد حسام الدين. (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

محمد سلمان الحتو. (2012). مناهج كتابة الأخبار الاعلامية وتحريرها. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

محمود منصور هيبه. (2006). الخبر الصحفي وتطبيقاته . الاسكندرية: دن.

مهند حميد عبيد، و حمزة خالد مطشر. (2023). التدريب الإعلامي ودوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية. وقائع المؤتمر العلمي السابع (العلوم الإنسانية بين التحديات الراهنة والأفاق المستقبلية) كلية الآداب

المجلد: 17 العدد: 2 الجزء 1 في (2025 /4/1) Lark Journal

جامعة واسط /1 /7 /2023، (صفحة المجلد 2، عدد 50). مجلة لارك.

<https://doi.org/10.31185/lark.Vol2.Iss50.3164>

وهيب. (2009).

1.