



**ملخص تقرير**  
**مراقبة التغطية الإعلامية**  
**للانتخابات النيابية**

**2007**

# الملخص التنفيذي لتقرير مراقبة التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية 2007

يضع مركز عمان لدراسات حقوق الإنسان تقرير مراقبة التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية لعام 2007، حرصاً منه على إتباع أعلى المعايير الدولية لإنتاج عملية انتخابية بشكل ديمقراطي، على أساس أن التغطية الإعلامية للانتخابات تعتبر جزءاً هاماً وذو صلة وثيقة بالعملية الأساسية التي تبناها المركز إلى جانب المشاركة مع التحالف الأردني لمنظمات المجتمع المدني في الجهود التي بذلها التحالف من أجل "مراقبة الانتخابات" وهو ما لم يتسنى لها القيام به نظراً لعدم سماح الحكومة لمؤسسات المجتمع المدني بمراقبة الانتخابات بشكل مباشر واقتصار دورها على المتابعة من خارج مراكز الاقتراع.

ويأتي هذا التقرير، الذي يعتبر الأول من نوعه في الأردن، في سياق النشاط المكثف الذي قام به المركز منذ الإعلان عن السير في إجراء انتخابات المجلس النيابي الخامس عشر، وكان أمام المركز تحدٍ كبير للقيام بسلسلة نشاطات تكاملية في هذه الانتخابات من المراقبة والرصد والدراسة لمختلف جوانبها وفحص مدى انطباق المعايير الدولية للانتخابات الحرة والنزيهة لاشاعة المنهجية العلمية في التأثير الايجابي الهادف إلى خدمة المجتمع ومؤسسة البرلمان الأردني وتطوير القوانين ذات الصلة بالانتخابات، إلى جانب التركيز على تطوير الأداء الإعلامي عبر مراقبته وإظهار الإيجابيات التي قام بها من جهة و إظهار السلبيات الإعلامية في تغطية الانتخابات وتسليط الضوء عليها من أجل الحد منها في الانتخابات القادمة.

وشكل مركز عمان لدراسات حقوق الإنسان منذ التأكيد الرسمي على إجراء الانتخابات النيابية فريقاً متخصصاً لرصد التغطية الإعلامية للانتخابات ضم عدداً من الإعلاميين والباحثين والنشطاء في ميادين حقوق الإنسان والمجتمع المدني المحلي في الأردن.

وأعد المركز خطة عمل متكاملة لإنجاح مشروعه، الذي يعد الأول من نوعه في الأردن، وبإمكانيات محلية ودون تمويل من أحد، وذلك بعد إجراء دراسة معمقة لطرق وآليات الرصد ذات العلاقة بالمعايير الدولية في التغطية الإعلامية للانتخابات، واخذ بالاعتبار الخصوصية السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يتمتع بها الأردن.

وأسس المركز بمشاركة فريق التقرير منهجية للرصد ذات شقين "نوعي" و"كمي"، وانطلاقاً من طبيعة النسيج السياسي والاجتماعي الأردني تقرر رصد ومتابعة التغطيات الإعلامية لـ (13) جهة وفئة تم رصدها على مرحلتين: المرحلة الأولى وهي ما تم تسميتها بفترة ما قبل الدعاية الإعلانية للمرشحين وجاءت ما بين 15 سبتمبر ولغاية 23 أكتوبر، أما المرحلة الثانية فقد استمر الرصد بها منذ اليوم الأول لانطلاقة الحملات الدعائية للمرشحين رسمياً في 24 أكتوبر ولغاية 19 تشرين الثاني/نوفمبر، أي إلى ما قبل يوم الاقتراع في 20 تشرين الثاني/نوفمبر.

وقام فريق التقرير برصد التغطية الإعلامية للانتخابات لفحص مدى التزام الصحافة الأردنية بالمعايير العالمية في تغطية الانتخابات، وهي:

- عدالة وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بإعطاء المساحات بتساوي لكافة المرشحين والمرشحات في التعبير عن توجهاتهم وبرامجهم الانتخابية دون انحياز.
- مدى حصول الجمهور على المعلومات الكافية بالمرشحين.
- التزام الصحافة بالموضوعية والحيادية والمصادقية في تغطيتها لكافة جوانب وأطراف العملية الانتخابية.
- مدى التزام الجهات الرسمية واللجنة العليا بالانتخابات بالحياد والمساواة بين وسائل الإعلام في التصريحات الرسمية المتعلقة بالانتخابات، ومدى التزامها بالمعايير الدولية المتعلقة بحرية الصحافة أثناء فترة الانتخابات.
- مدى تمكن الأطراف المشاركة في الانتخابات سواء (احزاب، تيارات، مستقلين ...) في الوصول لوسائل الإعلام المختلفة - العامة والمستقلة - لإيصال الأفكار والبرامج الانتخابية للجمهور.
- مدى تمكن الجمهور من الحصول على معلومات إضافية حول مجريات العملية الانتخابية والمرشحين والقوائم وبرامجهم، عن طريق وسائل الإعلام، حتى يتسنى لهم اتخاذ قرارات واعية يوم الاقتراع.
- مدى نجاعة الإطار القانوني، لاسيما قانون الانتخابات العامة وقانون المطبوعات والنشر، في تفعيل أداء وسائل الإعلام والصحافيين.

وللخروج بنتائج مهنية تم العمل على استخراج النسب المئوية للمضمون الإعلامي بشكل عام، وتم قياس إيجابية أو حيادية المضمون من خلال النسب المستخرجة بالاعتماد على اختيار قسمين للتقرير، هما (نوع المادة) وهي ذات علاقة بالمهارات الصحفية، و(نوعية التغطية) وهي ذات علاقة بالجهات والأطراف المرصودة في التقرير.

#### منهجية الرصد وآلية التوثيق

استندت عملية الرصد على مزيج من المعايير الدولية المتخصصة في التغطية الإعلامية للانتخابات بحيث تمت مراجعة عدة معايير دولية للخروج بطريقة تلائم الخصوصية الأردنية، ولم يتجاوز فريق التقرير المعايير الأساسية بل حاول قدر الإمكان الالتزام بها والعمل عليها بمهنية وطريقة علمية دقيقة باتخاذ أسلوب الرصد الكمي والنوعي.

وقام فريق التقرير برصد الصحافتين اليومية والأسبوعية وذلك باستعمال معايير منهجية عالمية تشمل تحاليل كمية ونوعية، لرصد وتحليل أداء وسائل الإعلام وتغطيتها للعملية الانتخابية.

وتم التركيز على رصد وتحليل التغطية الإعلامية بالاستناد إلى مواد قانونية ذات الصلة المباشرة بالانتخابات الموجودة في الدستور الأردني وقانون الانتخابات والقوانين ذات الصلة بحرية الصحافة والدليل الانتخابي لعام 2007 إضافة إلى أحكام الدعاية الانتخابية والمبادئ والمعايير الدولية ذات الصلة مثل حق المرشحين في الوصول للإعلام والتمتع بفرص متكافئة، والشكل الذي حظي به المرشحون في التغطية الإعلامية، وحق الجمهور في الوصول إلى المعلومة، والتغطية الإعلامية العادلة والمتوازنة والموضوعية، لاسيما من حيث التزام الإعلام بقانون الانتخابات

وأحكام الدعاية الانتخابية، إضافة إلى الضغوط والمعوقات التي تعترض أداء الصحافيين لعملهم أثناء العملية الانتخابية.

## المنهجية:

### ○ الرصد الكمي

1) تم تحديد الصحف المطبوعة التي شملها الرصد على أساس قوة انتشارها وتأثيرها على الجمهور، وبالرغم من وجود صحف ومواقع ليست ذات تأثير شملها الرصد إلا أن قرار تضمينها جاء لمزيد من المصداقية والحيادية وللخروج بنتائج أشمل، وتم تصنيف الصحف إلى قسمين:  
أ - الصحف اليومية، وشملت: الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم، الأنباط، الديار.  
ب - الصحف الأسبوعية، وشملت: الحدث، المجد، الحقيقة الدولية، الشاهد، المحور، الجزيرة، الإخبارية، اللواء، الوطن، البيداء، المواجهة، شيخان، الحياة، الكلمة.

2) تم تصميم استبيانات الرصد بحيث تراعي التصنيف الذي اعتمده فريق الرصد وأضاف عليه أثناء متابعته اليومية في التوثيق، وتم توزيع التصنيف على نوعين هما:  
أولاً) نوع المادة الإعلامية، وتشمل: خبر - تقرير - تحقيق - قراءة - استطلاع - دراسة - معلومات - توعية - إعلان - أخرى.

ثانياً) نوعية التغطية، وتشمل: تصريحات رسمية - الحركة الإسلامية - العشائرية - المجتمع المدني - المعارضة - الأحزاب - المحافظات - الكوتا النسائية - المرشحين - الناخبين - شراء الأصوات - الشباب - الإعلام.

أما الاستبيانات الخاصة بالصحف اليومية والأسبوعية فقد احتوت على الفراغات التالية والتي قام الراصدون بتوثيقها وتعبئتها يوماً بيوم خلال مرحلتي الرصد:  
الصحيفة - الجزء - الصفحة - العنوان - الكاتب - المساحة - منقول - التصنيف - ملاحظات

ويتحفظ مركز عمان عن ابداء تقييماته حيال النتائج النهائية لكل صحيفة أو مؤسسة صحفية وذلك بهدف إعطاء الجمهور الحق في التقييم النهائي على نتائج هذه الدراسة. إلا أن فريق التقرير قام بدراسة معايير خاصة بالصحافة الاردنية، باستشارة عدد من الخبراء الإعلاميين الذين قاموا بتقييم المستويات المثوية والتي من شأنها الاقتراب إلى أكبر قدر ممكن من تحديد حيادية أو انحياز أو إيجابية الإعلام في تغطيته للانتخابات، وأخذ بالاعتبار النظر - قبل تحديد المعطيات ونسبها المثوية - للنتائج التي ظهرت بعد عملية الرصد بشكل كامل لفترتي التغطية، واستخدم في ذلك طريقة التكامل والتفاضل الرياضية.

ويعتبر المركز أن في نتائج التقرير مؤشرات سلبية في الإعلام المحلي في تغطيته للانتخابات، حيث بالمقارنة مع المعايير الدولية المشار إليها في النقاط السابقة أعلاه يتبين أن الصحافة المحلية بشقيها اليومية والأسبوعية لم تتمتع بالحيادية الكافية والعدالة في تغطيتها الإعلامية للانتخابات، خاصة فيما يتعلق بإعطاء الحجم والمساحات العادلة لكافة أطراف العملية الانتخابية وللمرشحين على اختلاف أيديولوجياتهم وثقافتهم السياسية والاجتماعية وانتماءاتهم سواء الحزبية أو العشائرية، ولوحظ

بالنتيجة تغليب أطراف وشرائح معينة من المرشحين على اطراف أخرى كما تظهر المؤشرات الرقمية في تفاصيل التقرير.

وفي التحليل النوعي خرج التقرير بجملة من النقاط والنتائج الإيجابية والسلبية، إلا أن النتائج السلبية، في المحصلة النهائية طغت على الإيجابية خاصة في تغطيات الصحافة الأسبوعية.

ويظهر التقرير أن الصحف اليومية نقلت الحراك الرسمي في الانتخابات عن وكالة الأنباء الأردنية "بترا" بشكل "كمي" و"نوعي"، فيما شغلت تعليقات القراء وآراء المواطنين في الانتخابات سواء بشكل "سلبى" أو "إيجابي" أو "محايد" حيزاً في الصفحات المخصصة لعموم القراء. كما يشير التقرير إلى أن المقالات والأخبار في العشائرية والحركة الإسلامية وتصريحات الحكومة و"المال السياسي" شكلت أبرز التغطيات النوعية والكمية في الانتخابات، كما لاحظ التقرير ضعف الحديث عن "المرأة" و"الشباب" واهتمت في معظم الصحف الأسبوعية وبعض الصحف اليومية بالحديث عن نشاطات "المجتمع المدني" في الانتخابات و"المحافظات".

ويشير التقرير إلى ظهور مبادرات إعلامية جديدة في تغطية الحراك الانتخابي، حيث خصصت الصحافة اليومية والأسبوعية ملاحق وأقسام داخلية خاصة بتغطية الانتخابات نتيجة بروز عامل المنافسة بين الصحف، ولوحظ أن التغطية الإعلامية لانتخابات 2007 قد تفوقت كماً ونوعاً عنها في انتخابات 2003 ويعود ذلك إلى حقيقة صدور عدد من الصحف اليومية والأسبوعية والمواقع الإلكترونية الجديدة.

ويوثق التقرير إنتشار الدعاية الانتخابية للمرشحين قبل بدء الموعد الرسمي للدعاية الانتخابية وخالفت بذلك نصوص القانون المنظمة للعملية الانتخابية، كما ظهرت إعلانات مرشحي العشائر والعائلات الكبرى الانتخابية بشكل "كمي" قبل بدء الموعد الرسمي للدعاية الانتخابية للمرشحين.

وتظهر نتائج التقرير الرقمية إلى غياب التحليلات والجهد الاستقصائي عن مضامينه، ووجود تباين في تعامل الصحف مع تصريحات الناطق الرسمي حول الانتخابات.

ويلاحظ التقرير وجود خلط بين الإعلان والإعلام بشكل مباشر، كما يلاحظ أن أبرز ما غطته الصحف اليومية والأسبوعية في الانتخابات من قضايا لاقت حراكاً إعلامياً كان ينصب على القضايا التالية:

- غياب البرامج الانتخابية للمرشحين.
- غياب المشاركة الحزبية.
- قضية شراء الأصوات أو المال السياسي.
- تنافس العشائرية.
- مشاركة الإسلاميين.

ويسجل التقرير في شأن الدعايات الإعلانية للمرشحين في الصحافتين اليومية والأسبوعية وجود عدد من المخالفات المهنية والقانونية أبرزها استخدام العلم الأردني والآيات القرآنية واسم صاحب الجلالة الملكي في الإعلان الانتخابي، رغم أن تلك الإعلانات تقدم للصحيفة كما هي عليه في النشر ولا

تتدخل الصحف في مضمونها أو شكلها الإخراجي إلا إذا طلب منها ذلك، في الوقت الذي لا يجيز فيه القانون استخدام الشعارات والرموز العامة والدينية في الدعاية الانتخابية للمرشحين.

ويوثق التقرير أن الصحف الأسبوعية نشرت قائمة بالمرشحين المفترضين قبل الإعلان رسمياً عن قائمة المرشحين، وكذلك الحال نشرت بعض الصحف قائمة بالفائزين المفترضين وبحسب التحليل الكمي للعشائرية والحركة الإسلامية لوحظ التركيز الاعلامي على العشائرية من جهة بشكل قياسي التركيز على الحركة الإسلامية مقارنة بمكونات النسيج السياسي الأخرى.

ويشير التقرير إلى إبراز نجوم المرشحين من رجال الأعمال ومن نواب سابقين لهم تاريخ حافل في المجلس النيابي بصورة واضحة في الصحافتين اليومية والأسبوعية.

وفي الدعايات الإعلانية للمرشحين يسجل التقرير توظيف البعد الوطني والقضية الفلسطينية والقومية بشكل واضح في عدد من الإعلانات الانتخابية للمرشحين، ويظهر محاولات إعلامية لبعض المرشحين لاستغلال المناسبات الوطنية والدينية في الدعاية الانتخابية، فيما استخدم مرشحون طريقة بيانات التأييد من قواعدهم الانتخابية ظهرت على شكل إعلانات مدفوعة.

ويشير التقرير إلى أن الصحف وخاصة اليومية أبرزت التعاون بين الحكومة ومنظمات المجتمع المدني في موضوع مراقبة الانتخابات، في الوقت الذي اصطدمت فيه هذه المنظمات مع الحكومة حول مفهوم الرقابة والذي اقتصرته الحكومة على المتابعة، مما دفع التحالف الاردني لمنظمات المجتمع المدني عقد مؤتمر صحفي اعلن فيه عدم القيام بالمراقبة وفقاً لهذا الفهم الذي يتعارض مع المفهوم الدولي لموضوع المراقبة وأصدرت بياناً رسمياً بذلك نشر في الصحافتين اليومية والأسبوعية، فيما تم إبراز دور الحكومة في مكافحة ظاهرة شراء الأصوات بنسبة عالية في الصحافتين اليومية والأسبوعية.

ويسجل التقرير ظهور إعلانات مدفوعة يظهر فيها ترويج واضح لمرشحين من خلال الإعلان عن تبرعات لجمعيات خيرية أو افتتاح يوم طبي مجاني.

ويشير التقرير إلى وجود مساحات كمية للجهات المرصودة رمزت إلى تغييب الأحزاب وتعليقات المعارضة وتعليقات المجتمع المدني ومنظمات حقوق الإنسان رغم أن الأخيرة حازت على نسبة عالية من التغطية إلا أنها جاءت بشكل إخباري حول النشاطات وورش العمل والندوات التي قامت بها في الانتخابات دون إبراز تعليقاتها وآراءها بشكل مباشر.

النتائج الكمية في التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية 2007

من 15 سبتمبر ولغاية 19 نوفمبر 2007

الصحافة اليومية

(أ) نوع المادة

جدول رقم (25): المجموع الكلي لعدد المواد الإعلامية ونسبها المئوية في الصحف اليومية حسب نوع المادة - المهارات الصحفية -:

النسبة المئوية	العدد	المادة الإعلامية
43.01	3606	خبر
7.12	771	تقرير
18.15	1897	مقال
0.13	24	تحقيق
1.21	39	قراءة
0.40	12	استطلاع
0.13	3	دراسة
1.48	30	معلومات
1.48	28	توعية
20.97	1240	إعلان
2.96	50	دعاية انتخابية
0.13	92	لقاء صحفي
2.82	80	أخرى
%100	7872	المجموع

يظهر الجدول الجانبي رقم (25) المجموع الكلي لعدد المواد الإعلامية وقد بلغت 7872 مادة إعلامية وإعلانية متنوعة ونسبها المئوية بالنسبة للمهارات الصحفية التي استخدمت في التغطية الإعلامية لانتخابات 2007 بالنسبة للصحف اليومية، حيث يأتي بالترتيب وبشكل تنازلي الخبر بالدرجة الأولى ثم المقال، الإعلان، التقرير، اللقاء الصحفي، أخرى، الدعاية الانتخابية، القراءات، المعلومات، التوعية، التحقيق الصحفي، الاستطلاع، الدراسات.

(ب) نوع التغطية (الجهات المرصودة)

جدول رقم (26): المجموع الكلي لعدد نوعية التغطية الإعلامية ونسبها المئوية في الصحف اليومية حسب الجهات المرصودة:

النسبة المئوية	العدد	نوعية التغطية
13.8	4730	تصريحات رسمية
9.9	3394	الحركة الإسلامية
15.5	5315	العشائرية

18.2	6236	المجتمع المدني
2.3	801	المعارضة
2.9	993	الأحزاب
7.3	2516	المحافظات
1.9	647	الكويتا النسائية
17.8	6107	المرشحين
2.7	942	الناخبين
4.5	1560	شراء الأصوات
1.0	357	الشباب
0.2	65	الإعلام
1.9	657	مستقلين
100.0%	34320	المجموع

يظهر الجدول الجانبي رقم (26) المجموع الكلي لعدد التغطية الإعلامية وقد بلغت 34320 مادة إعلامية وإعلانية متنوعة ونسبها المئوية بالنسبة للجهات المرصودة التي تم تحديدها من قبل فريق الرصد، حيث يأتي بالترتيب وبشكل تنازلي (المجتمع المدني، المرشحين، العشائرية، التصريحات الرسمية، الحركة الإسلامية، المحافظات، شراء الأصوات، الأحزاب، الناخبين، المعارضة، مستقلين، الكويتا النسائية، الشباب، الإعلام).

### الصحافة الأسبوعية (أ) نوع المادة

جدول رقم (27): المجموع الكلي لعدد المواد الإعلامية ونسبها المئوية في الصحف الأسبوعية حسب نوع المادة – المهارات الصحفية –:

النسبة المئوية	العدد	المادة الإعلامية
44.7	540	خبر
11.5	139	تقرير
22.1	267	مقال
0.4	5	تحقيق
0.9	11	قراءة
0.2	3	استطلاع
0.1	1	دراسة
0.3	4	معلومات



0.7	8	توعية
14.5	175	إعلان
0.6	7	دعاية انتخابية
1.4	17	لقاء صحفي
2.6	31	أخرى
100	1208	المجموع

يظهر الجدول الجانبي رقم (27) المجموع الكلي لعدد المواد الإعلامية بالنسبة للمهارات الصحفية في الصحف الأسبوعية وقد بلغت 1208 مادة إعلامية وإعلانية متنوعة ونسبها المئوية، حيث يأتي بالترتيب وبشكل تنازلي (الخبر، المقال، الإعلان، التقرير، اللاء الصحفي، أخرى، القراءات، التوعية، الدعاية الانتخابية، التحقيق، المعلومات، الاستطلاع، الدراسات).

### (ب) نوع التغطية (الجهات المرصودة)

جدول رقم (28): المجموع الكلي لعدد نوعية التغطية الإعلامية ونسبها المئوية في الصحف الأسبوعية حسب الجهات المرصودة:

النسبة المئوية	العدد	نوعية التغطية
17.7	480	تصريحات رسمية
13.6	369	الحركة الإسلامية
10.0	271	العشائرية
5.1	137	المجتمع المدني
0.7	19	المعارضة
2.4	64	الأحزاب
7.9	215	المحافظات
0.7	19	الكويت النسائية
34.1	923	المرشحين
1.6	42	الناخبين
2.1	56	شراء الأصوات
0.1	4	الشباب
0.4	11	الإعلام
3.6	98	مستقلين
100	2708	المجموع

يظهر الجدول رقم (28) المجموع الكلي لعدد نوعية المواد الإعلامية ونسبها المئوية حسب الجهات المرصودة التي تم تصنيفها في هذا التقرير وبلغت 2708 مادة إعلامية وإعلانية، ويأتي بالترتيب بشكل تنازلي (المرشحين، التصريحات الرسمية، الحركة الإسلامية، العشائرية، المحافظات،

المجتمع المدني، المستقلين، الأحزاب، شراء الأصوات، الناخبين، المعارضة، الكوتا النسائية، الإعلام، الشباب).

### المجموع الكلي في التغطية الإعلامية للصحافتين اليومية والأسبوعية

جدول رقم (29): المجموع الكلي لعدد المواد الإعلامية – المهارات الصحفية – ونسبها المئوية في الصحافتين اليومية والأسبوعية:

النسبة المئوية	العدد	المادة الإعلامية
45.7	4146	خبر
10.0	910	تقرير
23.8	2164	مقال
0.3	29	تحقيق
0.6	50	قراءة
0.2	15	استطلاع
0.0	4	دراسة
0.4	34	معلومات
0.4	36	توعية
15.6	1415	إعلان
0.6	57	دعاية انتخابية
1.2	109	لقاء صحفي
1.2	111	أخرى
100	9080	المجموع

يظهر الجدول رقم (29) المجموع الكلي في التغطية الإعلامية ونسبها المئوية حسب المهارات الصحفية وبلغت 2708 مادة إعلامية وإعلانية، ويأتي بالترتيب بشكل تنازلي (الخبر، المقال، الإعلان، التقرير، أخرى، اللقاء الصحفي، الدعاية الانتخابية، القراءات، التوعية، المعلومات، التحقيق، الاستطلاع، الدراسات).

جدول رقم (30): المجموع الكلي لعدد نوعية التغطية الإعلامية ونسبها المئوية في الصحافتين اليومية والأسبوعية بالنسبة للجهات المرصودة:

النسبة المئوية	العدد	نوعية التغطية
14.1	5210	تصريحات رسمية
10.2	3763	الحركة الإسلامية
15.1	5586	العشائرية
17.2	6373	المجتمع المدني

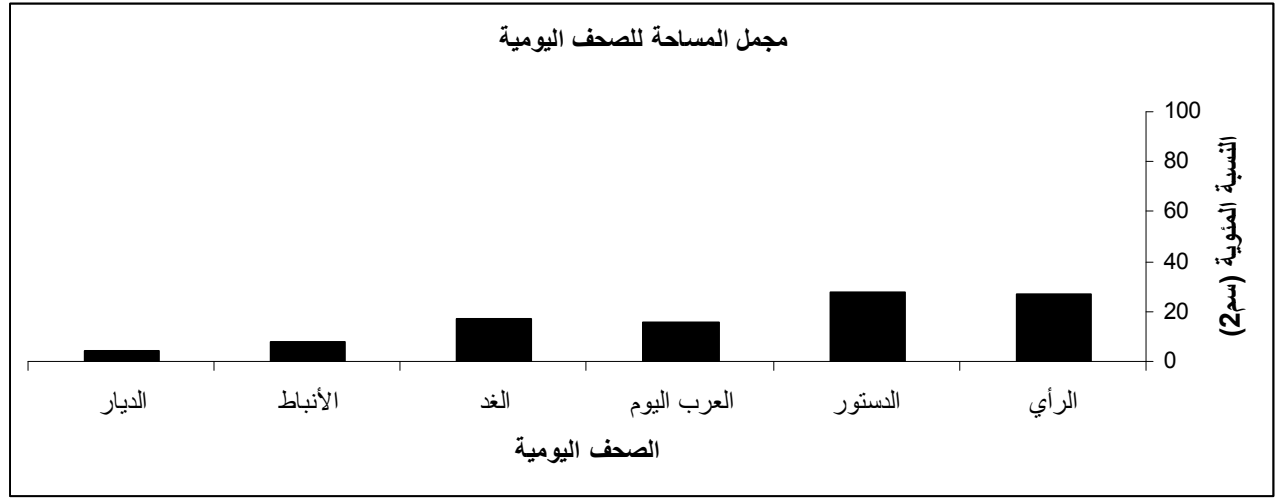
2.2	820	المعارضة
2.9	1057	الأحزاب
7.4	2731	المحافظات
1.8	666	الكويتا النسائية
19.0	7030	المرشحين
2.7	984	الناخبين
4.4	1616	شراء الأصوات
1.0	361	الشباب
0.2	82	الإعلام
2.0	755	مستقلين
100	37034	المجموع

يظهر الجدول رقم (30) المجموع الكلي في التغطية الإعلامية ونسبها المئوية حسب الجهات المرصودة وبلغت 37034 مادة إعلامية وإعلانية، ويأتي بالترتيب بشكل تنازلي (المرشحين، المجتمع المدني، العشائرية، التصريحات الرسمية، الحركة الإسلامية، المحافظات، شراء الأصوات، الأحزاب، الناخبين، المعارضة، المستقلين، الكويتا النسائية، الشباب، الإعلام).

### المجموع الكلي في التوزيع "الكمي" للمساحات الإعلامية في الانتخابات مقاسة بـ"سنتمتر 2" الصحافة اليومية

جدول رقم (31) والرسم البياني التابع له أدناه: المجموع الكلي للتوزيع "الكمي" لعدد المواد الإعلامية ومساحاتها في الصحف اليومية مقاسة بالسنتمتر مربع:

الصحيفة	عدد المواد	%	المساحة	%
الرأي	1900	24.1	26269	27.2
الدستور	2118	26.9	27075	28.0
العرب اليوم	1441	18.3	1536	15.9
الغد	1264	16.1	16232	16.8
الأنباط	691	8.8	7264	7.5
الديار	458	5.8	4321	4.5
المجموع	7872	100	82697	100



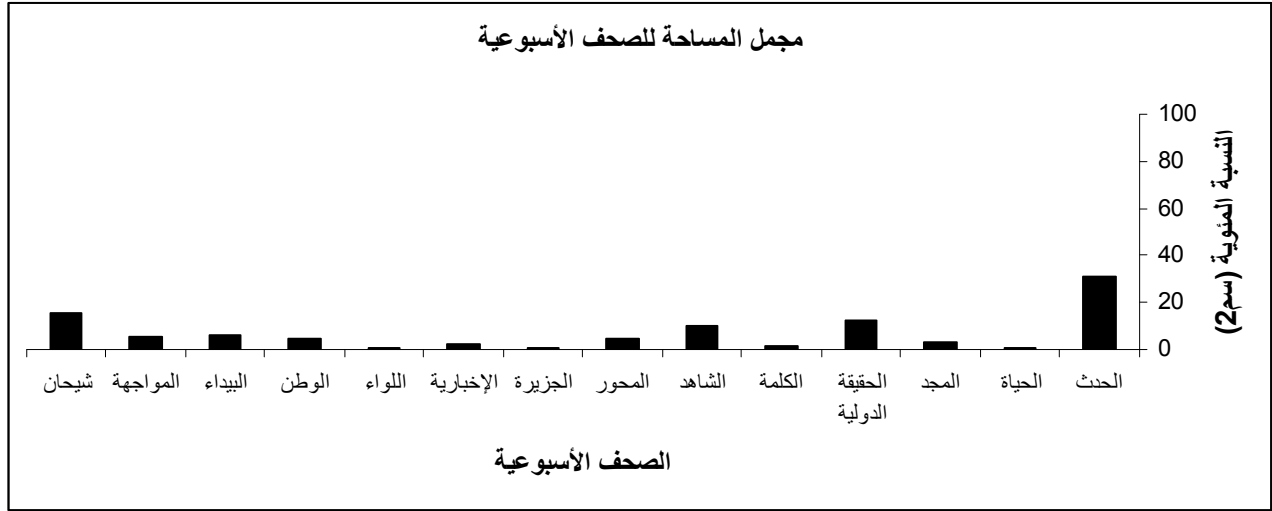
يظهر الجدول أعلاه رقم (31) عدد المواد الإعلامية والإعلانية ومساحاتها في الصحف اليومية مقاسة بالسنتيمتر مربع في مجمل فترة الرصد، حيث بلغ مجموع المواد الإعلامية (7872) مادة موزعة على (82697) سنتيمتر مربع، وبالترتيب فقد حازت صحيفة الدستور على أعلى نسبة تغطية، تلتها صحيفة الرأي ثم العرب اليوم بعدد المواد والغد بمساحات التغطية، ثم صحيفة الأنباط وأخيراً صحيفة الديار.

### الصحافة الأسبوعية

جدول رقم (32) والرسم البياني التابع له أدناه: المجموع الكلي للتوزيع "الكمي" لعدد المواد الإعلامية ومساحاتها في الصحف الأسبوعية مقاسة بالسنتيمتر مربع:

الصحيفة	عدد المواد	%	المساحة	%
الحدث	199	16.5	5075.67	30.7
الحياة	6	0.5	150.5	0.9
المجد	18	1.5	506.32	3.1
الحقيقة الدولية	389	32.2	2086.62	12.6
الكلمة	12	1.0	289.32	1.8
الشاهد	97	8.0	1708.02	10.3
المحور	32	2.6	745.3	4.5
الجزيرة	4	0.3	157.87	1.0
الإخبارية	23	1.9	418.3	2.5
النواء	6	0.5	119.47	0.7
الوطن	30	2.5	828.25	5.0

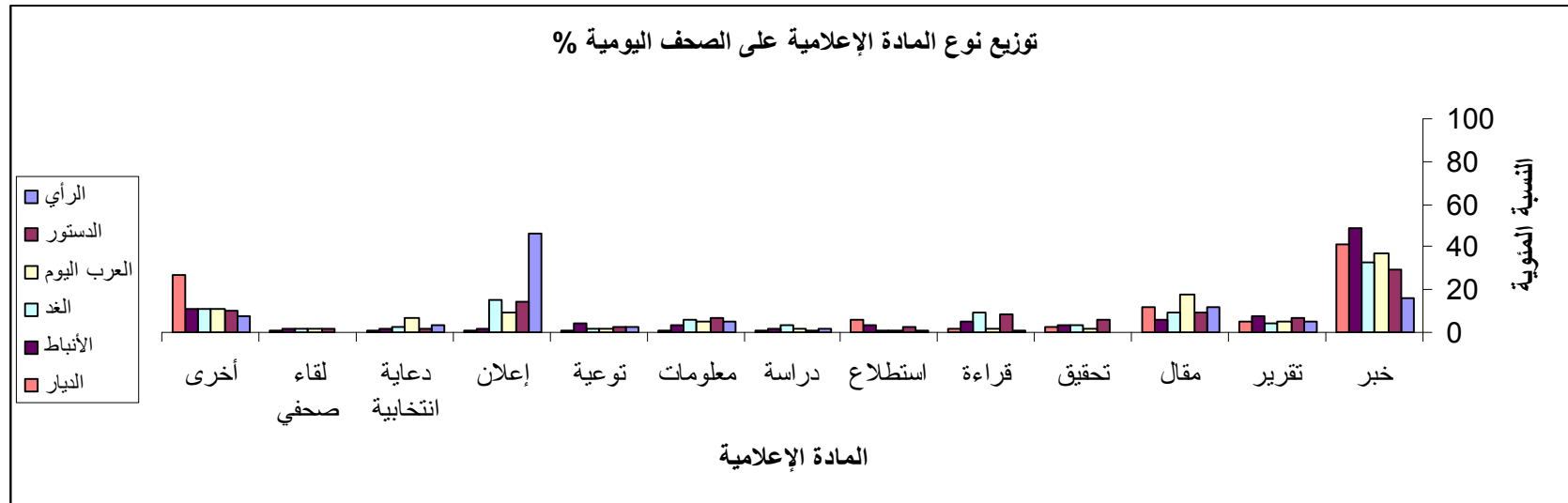
6.0	986.07	2.6	32	البيداء
5.2	856.68	2.2	26	المواجهة
15.7	2594.02	27.6	334	شيحان
100	16522.41	100	1208	المجموع



يظهر الجدول رقم (32) عدد المواد الإعلامية والإعلانية ومساحاتها في الصحف الأسبوعية مقاسة بالسنتيمتر مربع في مجمل فترة الرصد، حيث بلغ مجموع المواد الإعلامية (1208) مادة موزعة على (16522.41) سنتيمتر مربع، وبالترتيب فقد حازت صحيفة الحدث على المرتبة الأولى من حيث مساحات التغطية فيما حصلت الحقيقة الدولية على الدرجة الأولى من حيث عدد المواد تلتها في ذلك صحيفة شيحان، فكانت الصحف الثلاث هي الأكثر تغطية للانتخابات، ويتبعها في ذلك الصحف التالية مرتبة بشكل تنازلي (الشاهد، البيداء، المواجهة، الوطن، المحور، المجد، الإخبارية، الكلمة، الجزيرة، الحياة، اللواء).

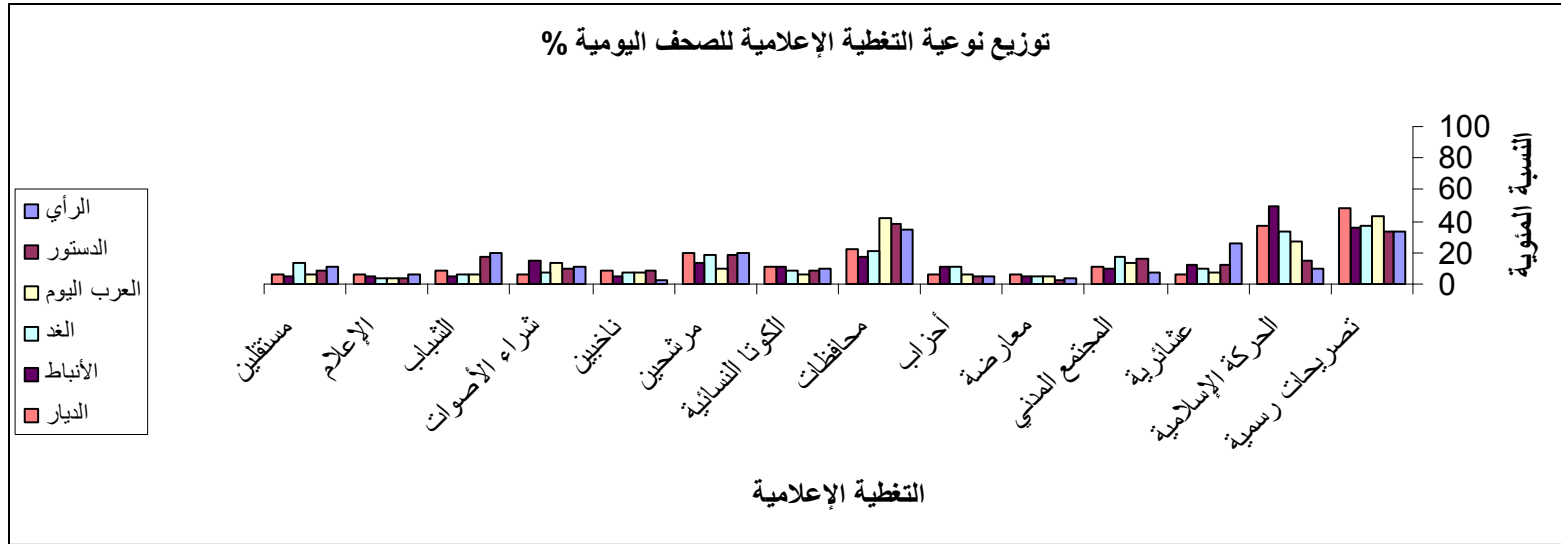
جدول رقم (33): المجموع الكمي لنوع المواد الإعلامية - المهارات الصحفية - على الصحف اليومية بالنسبة المئوية (%)

المجموع	أخرى	لقاء صحفي	دعاية انتخابية	إعلان	توعية	معلومات	دراسة	استطلاع	قراءة	تحقيق	مقال	تقرير	خبر	المادة
100	7.15	0	3.5	46.2	2.8	5.4	1.55	0.85	0.7	0	11.45	4.9	15.6	الرأي
100	10.15	1.4	1.7	13.95	2.4	6.55	0.8	2.9	8.45	5.55	9.5	6.5	29.75	الدستور
100	10.85	1.6	6.85	9.45	1.6	4.85	2.1	0.5	1.6	1.6	17.35	5.1	37	العرب اليوم
100	10.55	1.4	2.4	14.85	1.9	6.05	3.3	0.7	9.35	3.45	9.4	4.3	32.95	الغد
100	10.95	1.8	1.8	1.8	3.8	3.55	1.8	3.55	5.35	3.5	5.8	7.8	49	الأنباط
100	26.5	1.05	1.2	1.25	0.5	1	0.5	6.05	2.1	2.25	11.6	5	41	الديار



جدول رقم (34): المجموع الكلي في التوزيع الكمي لنوع التغطية الإعلامية - الجهات المرصودة - على الصحف اليومية بالنسبة المئوية (%)

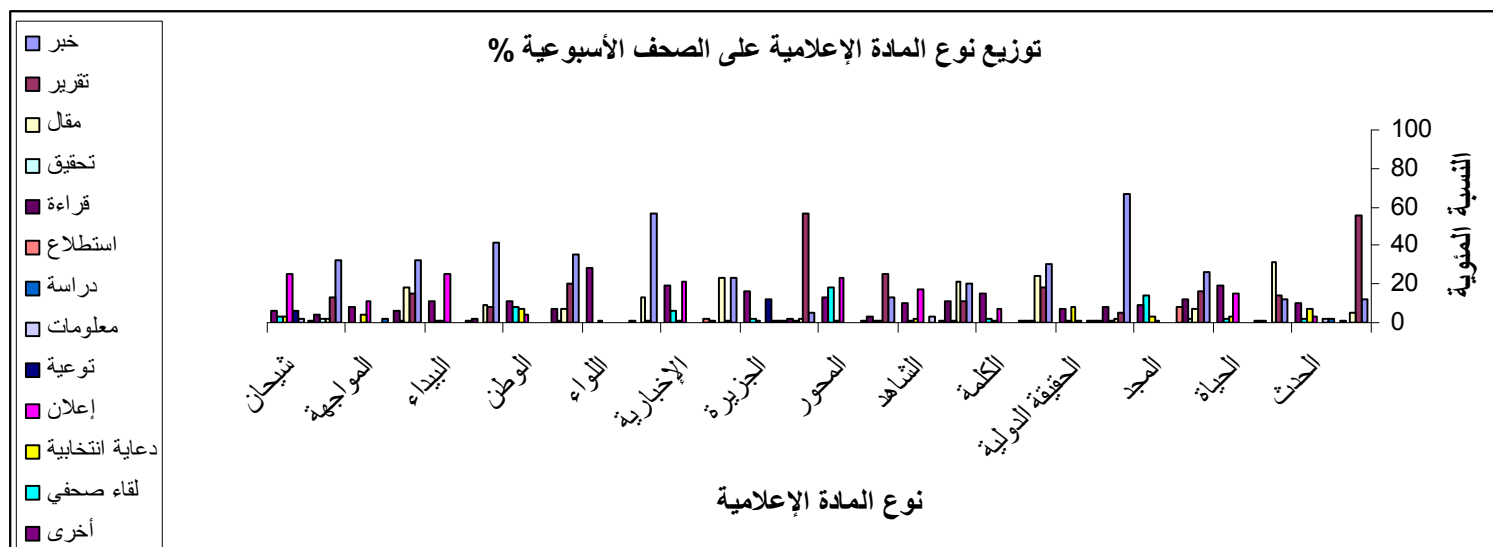
نوعية التغطية	تصريحات رسمية	الحركة الإسلامية	عشائرية	المجتمع المدني	معارضة	أحزاب	محافظات	الكويت النسائية	مرشحين	ناخبين	شراء الأصوات	الشباب	الإعلام	مستقلين	المجموع
الرأي	33.2	10.1	25.9	7.2	3.7	5.4	34.6	10.1	20.1	2.5	10.9	19.4	6.2	10.7	100
الدستور	33.6	15.1	12.2	16.5	1.9	5.2	38.6	8.9	18.9	8.9	10.3	17.9	3.3	8.4	100
العرب اليوم	43.3	26.7	7.3	14	4.9	6.5	42	6.5	10	7.5	14	5.7	4.1	6.5	100
الغد	36.9	33.4	10.2	17.7	4.7	11.1	21	8.6	18.7	6.9	7.8	6.3	3.8	13.2	100
الأنباط	35.6	49.3	12.2	10.2	4.8	11.2	17.6	11.2	13.9	4.8	14.9	4.6	4.8	4.8	100
الديار	48.1	37	5.6	11.3	5.6	5.6	22.5	11.3	19.7	8.5	5.6	8.5	5.6	5.6	100



جدول رقم (35): المجموع الكلي في التوزيع الكمي لنوع المواد الإعلامية - المهارات الصحفية - على الصحف الأسبوعية بالنسبة المئوية (%)

المجموع	أخرى	لقاء صحفي	دعاية انتخابية	إعلان	توعية	معلومات	دراسة	استطلاع	قراءة	تحقيق	مقال	تقرير	خبر	المادة
100	10.1	2.5	7.05	3	0.5	2	2	0	1	0	4.55	55.15	12.1	الحدث
100	19	2	3	15.1	0.5	0.5	0	0.6	1.5	0.5	31	14	11.8	الحياة
100	9.4	14.15	2.65	1	0	0	0.5	8.4	12.5	1.75	6.85	16.15	26.7	المجد
100	6.6	0.95	7.7	0.95	0	0.55	1.25	0.7	8	0.6	2.05	4.9	66.25	الحقيقة الدولية
100	14.8	2.1	1.2	7.05	0	0	0	0.55	1.05	1.45	24	18.5	29.8	الكلمة
100	10.2	1.45	2.1	17.45	0	2.95	0	0.55	11.6	0.95	21.7	11.1	19.95	الشاهد
100	13.6	18.3	1.45	22.95	0	0.45	0	0.95	3.1	0.6	1.45	24.95	12.7	المحور
100	16.4	2.1	0.95	0	11.95	0.55	0.55	1.25	1.95	0.75	2.2	56.4	4.95	الجزيرة
100	19.2	6.45	1.05	21.25	0	0.45	0	1.6	1.1	0.45	23.55	1.45	22.95	الإخبارية
100	28.05	0	0.55	0.45	0	0.45	0	0	0.55	0	12.95	0.55	56.45	اللواء
100	11	8.45	7	3.55	0	0	0	0	7.55	0.55	7	20.5	34.9	الوطن
100	11	1.1	1.1	25.45	0	0	0	0.55	1.9	0.5	8.6	8.45	41.35	البيداء
100	8.5	0.5	4.1	11.5	0	0	2.5	1.1	5.7	1.1	18.6	14.9	31.95	المواجهة
100	6	3.3	3.2	25.4	5.95	1.75	0.5	1.45	4.05	1.55	1.95	13.45	31.95	شبحان

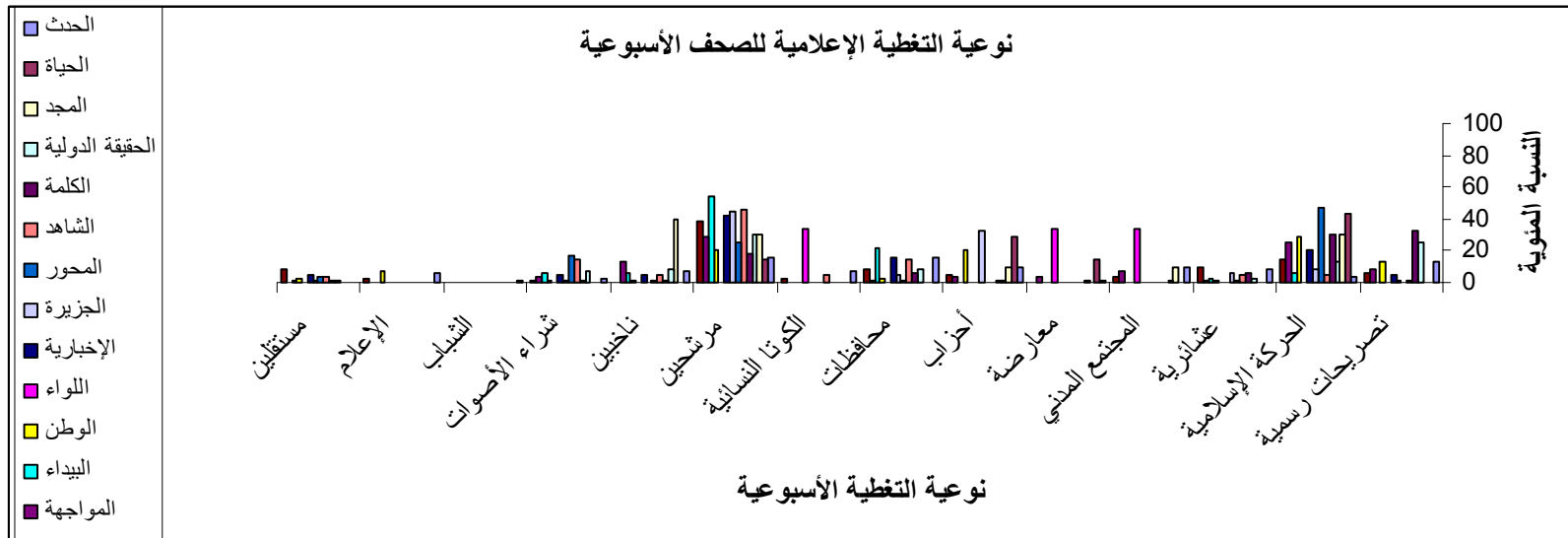




جدول رقم (36): التوزيع الكمي لنوع التغطية الإعلامية - الجهات المرصودة - على الصحف الأسبوعية بالنسبة المئوية (%)

نوعية التغطية	تصريحات رسمية	الحركة الإسلامية	عشائرية	المجتمع المدني	معارضة	أحزاب	محافظات	الكويتا النسائية	مرشحين	ناخبين	شراء الأصوات	الشباب	الإعلام	مستقلين	المجموع
الحدث	13.7	4.1	8.2	9.6	1.4	9.6	15.1	6.8	15.1	6.8	2.7	1.4	5.5	0	100
الحياة	0	43	0	0	14	29	0	0	14	0	0	0	0	0	100
المجد	0	30	0	10	0	10	0	0	30	40	0	0	0	0	100
الحقيقة الدولية	25.5	13	3	1	1.5	1	8	0.5	30	8	7	0	0.5	1	100
الكلمة	32.5	30.5	5.5	0.5	0.5	1	6	0.5	18	1.5	1.5	0.5	0.5	1	100
الشاهد	1	5	5	0	0.5	0.5	14	5	46	5	14	0	0	4	100

100	3.5	0	0	17	1.5	25	0.5	1.5	0.5	0.5	0.5	1	47	0.5	المحور
100	1.5	0	0	1	0.5	44.5	0.5	5	32.5	0	0	5.5	8	1	الجزيرة
100	4.5	0	0	5	5	42.5	0	16	0	0	0	0	21	5	الإخبارية
100	0	0	0	0	0	0	33.3	0	0	33.3	33.3	0	0	0	النواء
100	2	7	0.5	1	1	20.5	0.5	2	20.5	0.5	0.5	1.5	28.5	13.5	الوطن
100	1	0.5	0	6	6	54	0	21.5	0.5	0.5	0.5	3	6	0.5	البيداء
100	0.5	0	0	4	13	29.5	0	1.5	4	4	7.5	1	25.5	9	المواجهة
100	8	2	0.5	1.5	0	39	2	8	4.5	0.5	4	10	14	6	شيحان



## التحليل النوعي في التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية 2007

- ✓ الصحف اليومية ومواقع الإنترنت الإخبارية نقلت الحراك الرسمي في الانتخابات عن وكالة الأنباء الأردنية "بترا" بشكل "كمي" و"توعوي".
- ✓ شغلت تعليقات القراء وآراء المواطنين في الانتخابات سواء بشكل "سلبى" أو "إيجابى" أو "محايد" حيزاً في الصحافتين الإلكترونية والمطبوعة.
- ✓ المقالات والأخبار في العشائرية والحركة الإسلامية وتصريحات الحكومة و"المال السياسي" أبرز التغطيات النوعية والكمية في الانتخابات.
- ✓ غياب الحديث عن "المرأة" و"الشباب" و"المجتمع المدني" و"المحافظات" قد غلبت تغطية فئة دون أخرى في الصحافتين اليومية والأسبوعية.
- ✓ ظهرت مبادرات إعلامية جديدة في تغطية الحراك الانتخابي.
- ✓ وسائل الاتصال الحديثة من بريد إلكتروني وانتشار أجهزة النقال رفعت من نسبة نطاق التغطية الإعلامية للانتخابات في المحافظات مقارنة بانتخابات 2003.
- ✓ الصحافة اليومية والأسبوعية خصصت ملاحق وأقسام داخلية خاصة بتغطية الانتخابات نتيجة بروز عامل المنافسة.
- ✓ تغطية انتخابات 2007 فاقت تغطية انتخابات 2003 نتيجة صدور عدد من الصحف اليومية والأسبوعية والمواقع الإلكترونية الجديدة.
- ✓ الدعاية الانتخابية للمرشحين إنتشرت في الصحافتين الإلكترونية والمطبوعة قبل بدء الموعد الرسمي للدعاية الانتخابية وخالفت بذلك نصوص القانون المنظمة للعملية الانتخابية.
- ✓ ظهرت إعلانات مرشحي العشائر والعائلات الكبرى الانتخابية بشكل "كمي" قبل بدء الموعد الرسمي للدعاية الانتخابية للمرشحين.
- ✓ غياب التحليلات والجهد الاستقصائي عن مضامينه.
- ✓ تباين في تعامل الصحف مع تصريحات الناطق الرسمي حول الانتخابات.

✓ بدأت صحيفة الدستور اليومية بتخصيص مساحات للتغطية الانتخابية تحت عنوان "انتخابات 2007" تبتعتها صحيفة الرأي بصفحات حملت اسم "انتخابات" فيما لحقت الغد والعرب اليوم بتخصيص هذا النوع من الصفحات، حيث روست الغد تلك الصفحات تحت اسم "الطريق إلى البرلمان"، فيما عنونت العرب اليوم صفحاتها الانتخابية تحت عنوان "الانتخابات النيابية 2007".

✓ تغليب الحديث عن مرشحين دون سواهم ظهر في تقارير صحف يومية وأسبوعية.

✓ الخلط بين الإعلان والإعلام ظهر بشكل مباشر في الصحافة الأسبوعية.

✓ مؤسسات المجتمع المدني تعتبر مراقبة الإعلام جزء من مراقبة الانتخابات.

✓ تغطية مواقع الإنترنت الإخبارية اختلفت بشكل ملحوظ عن تغطية الصحافة المطبوعة.

✓ أبرز ما غطته الصحف اليومية والأسبوعية في الانتخابات من قضايا لاقت حراكاً إعلامياً هو:

- غياب البرامج الانتخابية للمرشحين.
- غياب المشاركة الحزبية.
- قضية شراء الأصوات أو المال السياسي.
- تنافس العشائرية ومشاركة الإسلاميين.

✓ شهدت الانتخابات لأول مرة موجة كبيرة في تدريب الصحفيين على مهارات التغطية الإعلامية للانتخابات وقد مارس هذا الدور عدة مؤسسات مجتمع مدني كما قام المجلس الأعلى للإعلام بتكثيف دورات تدريب الصحفيين على التغطية قبل وأثناء مرحلة الدعاية الانتخابية للمرشحين.

✓ لوحظ في الدعايات الإعلانية للمرشحين في الصحفتين اليومية والأسبوعية وجود عدد من المخالفات المهنية والقانونية أبرزها استخدام العلم الأردني والآيات القرآنية واسم صاحب الجلالة الملكي في الإعلان الانتخابي، رغم أن تلك الإعلانات تقدم للصحيفة كما هي عليه في النشر ولا تتدخل الصحف في مضمونها أو شكلها الإخراجي إلا إذا طلب منها ذلك، في الوقت الذي لا يجيز فيه القانون استخدام الشعارات والرموز العامة والدينية في الدعاية الانتخابية للمرشحين، ويبقى السؤال هل يجوز للصحف نشر تلك الإعلانات التي تعتبر مخالفة أم لا؟!.

✓ ظهرت بعض الإعلانات بشكل يختلط على غير الخبرة الإعلامية من القراء على أنه إعلاني أم إخباري نظراً لاحتواء الإعلان على مادة إخبارية واضحة، وقد اقترح موقع "البوابة البرلمانية" التابع لمركز حماية وحرية الصحفيين وضع عبارة "مادة إعلانية" للتوضيح ولإعطاء الصحيفة أكثر موضوعية وحيادية في التعامل مع إعلانات المرشحين.

- ✓ الصحف الأسبوعية نشرت قائمة بالمرشحين المفترضين قبل الإعلان رسمياً عن قائمة المرشحين.
- ✓ لوحظ إبراز بحسب التحليل الكمي للعشائرية والحركة الإسلامية بشكل قياسي مقارنة بمكونات النسيج السياسي الأخرى.
- ✓ ظهر إبراز نجوم المرشحين من رجال الأعمال ومن نواب سابقين لهم تاريخ حافل في المجلس النيابي بصورة واضحة في الصحافتين اليومية والأسبوعية.
- ✓ ظهرت مواد إعلامية ومقالات عبرت عن انتقادها لمجلس النواب وللمرشحين ولأداء الحكومة في فترة الدعاية الانتخابية للمرشحين.
- ✓ تم توظيف البعد الوطني والقضية الفلسطينية والقومية بشكل واضح في عدد من الإعلانات الانتخابية للمرشحين.
- ✓ ظهرت محاولات إعلامية لبعض المرشحين لاستغلال المناسبات الوطنية والدينية في الدعاية الانتخابية.
- ✓ استخدم مرشحون طريقة بيانات التأييد من قواعدهم الجماهيرية ظهرت على شكل إعلانات مدفوعة.
- ✓ أبرزت الصحف وخاصة اليومية التعاون بين الحكومة ومنظمات حقوق الإنسان في موضوع مراقبة الانتخابات، في الوقت الذي اصطدمت فيه منظمات حقوق الإنسان مع الحكومة في هذه القضية وأصدرت بياناً رسمياً بذلك نشر في الصحافتين اليومية والأسبوعية.
- ✓ تم إبراز دور الحكومة في مكافحة ظاهرة شراء الأصوات بنسبة كمية عالية في الصحافتين اليومية والأسبوعية.
- ✓ ظهرت إعلانات مدفوعة يظهر فيها ترويج واضح لمرشحين من خلال الإعلان عن تبرعات لجمعيات خيرية أو افتتاح يوم طبي مجاني.
- ✓ ظهرت في المساحات الكمية للجهات الكمية إشارات لتغيب الأحزاب وتعليقات المعارضة وتعليقات المجتمع المدني ومنظمات حقوق الإنسان رغم أن الأخيرة حازت على نسبة عالية من التغطية إلا أنها جاءت بشكل إخباري حول النشاطات وورش العمل والندوات التي قامت بها في الانتخابات.