قواعد البثّ الإعلامي في العراق (معرفة وتطبيق)

أ.م.د. منتهى هادي التميمي1

2– م.م. أحمد ستار العنزي2

1– أستاذ مساعد دكتور، الإعلام، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، العراق

2– مدرس مساعد، الإعلام، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، العراق

المستخلص

تناول هذا البحث المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة ومدى تطبيقها من قبل القائم بالاتصال في العراق في ضوء لائحة قواعد البثّ الإعلامي الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات سنة 2019. وتمثلت مشكلة البحث في الكشف عن مستوى معرفة القائم بالاتصال بهذه المعايير، ومدى مراعاته لها في الممارسة المهنية. وبرزت أهمية البحث في بيان العلاقة بين محددات الهيأة المنظمة، وسياسة الوسيلة الإعلامية، وقيم القائم بالاتصال، بما يسهم في تقديم صورة متوازنة ومعتدلة للأحداث. واعتمد البحث المنهج المسحي ضمن الدراسات الوصفية، وشمل عينة من العاملين في الإذاعات والقنوات الفضائية المحلية والعربية والدولية المرخصة في العراق. وتوصل البحث إلى أن ضعف المعرفة باللوائح والمدونات المهنية يسهم في زيادة التخبط والانحياز وإضعاف الدقة والشفافية في الخطاب الإعلامي، كما أن الرصد الإعلامي والإجراءات التنظيمية لم تكن كافية للحد من التجاوزات بسبب نفوذ الجهات المالكة وضعف الإجراءات القانونية الرادعة.

الكلمات المفتاحية: قواعد البثّ الإعلامي، القائم بالاتصال، هيأة الإعلام والاتصالات، المعايير المهنية، الإعلام العراقي

Research Title: The Extent of the Communicator's Knowledge and Application of Iraqi Media Broadcasting Rules

1- Assoc. Prof. Dr. Muntaha Hadi Al-Tamimi
2- Asst. Lecturer Ahmed Sattar Al-Anzi
1- Media, Department of Media, College of Arts, University of Baghdad, Iraq
2- Media, Department of Media, College of Arts, University of Baghdad, Iraq

Abstract:

This study examines the general standards governing audio-visual programs and the extent to which they are applied by media communicators in Iraq in light of the Media Broadcasting Rules issued by the Iraqi Communications and Media Commission in 2019. The research problem centers on identifying the level of awareness communicators have of these standards and the degree of their professional compliance with them. The study is

significant because it explores the relationship between regulatory requirements, media outlet policies, and the communicator's professional values in shaping balanced and responsible media performance. Using a descriptive survey method, the research targeted workers in licensed Iraqi radio stations and local, Arab, and international satellite channels operating in Iraq. The findings indicate that limited awareness of professional codes and broadcasting regulations contributes to confusion, bias, and reduced accuracy and transparency in media discourse. The study also shows that monitoring and regulatory procedures alone were insufficient to fully prevent violations because of ownership influence and weak legal deterrence.
Keywords: media broadcasting rules, communicator, Communications and Media Commission, professional standards, Iraqi media

المقــدمة

لعلَّ عبارة عالم الاجتماع (Robert Merton) روبيرت مارتن: "نحن لا نؤكد أن ما نقوله هو الحقيقة، لكنه على الأقل ذو معنى". ورد الأمبريقيين "نحن لا نؤكد أن ما نقوله ذو معنى، ولكن على الأقل موجود في الواقع" (سعودي، 2016، صفحة 28). يقربنا كثيرًا من طريقة التعاطي بين هيأة الإعلام والاتصالات (الجهة المانحة لتراخيص البثّ)، والوسيلة الإعلامية، إذ تفرض الأولى الالتزام بلائحة قواعد البثّ الإعلامي بما تحويه من معايير تطبيقية تصل إلى حد المثالية في بعض فقرتها. بالمقابل تفرض الوسيلة الإعلامية بموجب سياستها إملاءات على القائم بالاتصال وإن كان بعضها يخالف لوائح ومدونات السلوك المهني. بينما يكون الإعلامي أمام مفترقات طرق، فهل يتنازل – مقابل انتمائه لمؤسسته – عن بعض اتجاهاته الخاصة؟، أم يكون قادرًا على استخدام بعض السمات والمهارات لإحداث شيء من التوازن بين ما تفرضه لائحة قواعد البثّ الإعلامي من جهة، وما تلزمه به سياسة الوسيلة الإعلامية من جهة أخرى؟

وجاء هذا البحث بثلاثة مباحث، تضمّن الأول الإطار المنهجي للبحث. وقد تضمّن الثاني الدراسة النظرية للبحث. أما المبحث الثالث فإنه تضمن الدراسة التطبيقية، من خلال عرض الجداول (وإيراد تصميم الأشكال بيانيًا في الملاحق)، والتي أوضحت الخصائصَ والحقائقَ الديمغرافية لعينة الدراسة، وبينت معلوماتِ المبحوثين بشأن المدونات، ولائحة قواعد البثّ الإعلامي، وركزت تلك الجداول والأشكال على اتجاهات المبحوثين إزاء مواد لائحة قواعد البثّ الإعلامي. وخلُص البحث إلى قراءة في أبرز النتائج، ليُختَتَمَ بالاستنتاجات التي توصل إليها الباحث.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولًا: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتلخص مشكلة البحث بالممارسة العملية في المؤسسات الإعلامية وتواصله مع الجهات ذات العلاقة، لذا يمكن صياغة المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس الآتي:

- ما طبيعة اتجاهات القائم بالاتصال بالمعايير العامة للبرامج المسموعة والمرئية وفق لائحة قواعد البثّ الإعلامي الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات (2019)؟
- **ثانيًا: أهمية البحث**

تنطلق أهمية البحث من أهمية الدور الذي يشغله القائم بالاتصال واتجاهاته إزاء مراعاة المعايير والتوجيهات التطبيقية المنصوص عليها في اللائحة التي أقرها مجلس أمناء هيأة الإعلام والاتصالات بقراره المرقم (8) بتأريخ (2019/5/16).

و تتمثل الأهمية العلمية في رفد البحث للمكتبة الإعلامية بدراسة علمية جديدة عن لائحة قواعد البثّ الإعلامي، وتتجلى أهميته الميدانية بإيجاد مقاربات موضوعية بين كل من محددات هيأة الإعلام والاتصالات وسياسة الوسيلة الإعلامية وقيم القائم بالاتصال على أساس حاجة الجمهور للحصول على صورة متوازنة ومعتدلة عن الأحداث.

ثالثًا: أهداف البحث

تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة طبيعة اتجاهات القائم بالاتصال إزاء المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة، الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات (2019) ضمن لائحة قواعد البثّ الإعلامي، فضلًا عن التعرف على مدى معرفة القائم بالاتصال بلوائح ومدونات البثّ الإعلامي.

رابعًا: منهج البحث ونوعه

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تعطي تصورًا دقيقًا عن العلاقات لمتبادلة بين مجتمع ما واتجاهاته، إزاء قضايا واقعية، ولا يكتفي بوصفها فقط بل يتضمن الكثير من التقصي والتعبير عن حلول لها بشكل رياضي (كميّ) لإعطاء مدلول علمي دقيق (القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، 2012، الصفحات 99-102)، وقد استخدم الباحث منهج المسح بالعينة لجمع المعلومات المرتبطة بالموضوع ميدانيًا ومحاولة الحصول على إجابات دقيقة لتساؤلات البحث.

خامسًا: حدود البحث ومجالاته

هنالك ثلاثة مجالات أساسية في البحث هي:

1. زمانية: حدد الباحث المجال الزمني للفترة (2019/7/12-6/13)، وهي مدة إعداد استمارة الاستبيان وتوزيعها وجمعها وتحليل نتائجها.

2. مكانية: وتتمثل الحدود المكانية بالإذاعات والقنوات الفضائية العراقية في بغداد والمحافظات ومكاتب القنوات الفضائية العربية والدولية في بغداد شرط حصولهم على رخصة للبثّ.

أ- بشرية: وقد تحددت بالأفراد العاملين في الإذاعات والقنوات الفضائية ممن تنطبق عليهم صفة القائم بالاتصال وفق ما محدد في التعريف الإجرائي.

سادسًا: إجراءات البحث عينته ومجتمعه

أ- ويتمثل مجتمع البحث بالعاملين في مهام إعلامية في الإذاعات والقنوات الفضائية العراقية ومكاتب الفضائيات العربية والدولية الحاصلة على الترخيص.

ب- عينة البحث: تم اختيار عينة عددها (200) مبحوث بطريقة قصدية غرضية من الوسط الإعلامي، ومن مختلف الصفات والمهن الإعلامية من العاملين في الإذاعات والفضائيات المرخصة في العراق، وبعد توزيع استمارة الاستبانة عليهم تم استرجاع (178) استمارة، أي هناك (22) استمارة لم تتم إعادتها. واستُبعدت (9) استمارات لعدم اكتمال ملء الحقول فيها، وبذلك يكون مجموع الاستمارات التي خضعت لإجراء الدراسة هي (169) استمارة فقط وفق النظام الإحصائي المتقدم (SPSS).

1. المقابلة: اعتمد الباحث المقابلة العلمية، سواء بهدف الحصول على معلومات معمقة عن كيفية الاتفاق بين الهيأة والمؤسسة الإعلامية حول تطبيق قواعد البثّ الإعلامي.
2. استمارة الاستبيان: تضمنت (42) سؤالًا بالصيغ الثلاث (الأسئلة المفتوحة، المغلقة المفتوحة والمغلقة)، جرى معالجتها إحصائيًا، وقد توزعت على تسعة محاور فبعد المعلومات الديمغرافية لعينة البحث، اشتمل المحور الأول على معلومات المبحوثين بشأن المدونات ولائحة قواعد البثّ الإعلامي. أما المحاور الثمانية الأخرى فقد تمحور تحول التساؤل الرئيس للبحث، وفقًا لما نصّت عليه المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة.
3. المقياس: تم استخدام مقياس ثلاثي لقياس اتجاهات القائمين بالاتصال، وهو ما استقر عليه رأي الخبراء والمحكمين، إذ اشتمل المقياس على البدائل التالية:

- (جوهري) قابل للتطبيق- (شكلي) يمكن تطبيقه إلى حدٍ ما- غير قابل للتطبيق)

ت- الصدق والثبات: اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري، إذ تم عرض استمارة الاستبانة على تسعة خبراء في مجال الاختصاص لغرض الحكم على صلاحيتها للتطبيق، وبعد إجراء التعديلات عليها كانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (89.95%) وهي نسبة جيدة جدًا من الاتفاق*.

*ملحق (3) الخبراء والمحكمون، صفحة (ق)

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي يهدف للوصول إلى الاتفاق في النتائج، حيث تم استخدام استمارات أفراد العينة كافة والبالغ عددها (169) وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها (42) فقرة إلى نصفين، يضم الأول الفقرات الزوجية ويضم الثاني الفقرات الفردية، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين فبلغ (0.79) وباستخدام معادلة سبيرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (0.91) وهذا يعد معامل ثبات عاليا يتسم بالاستقرار.

ثامنًا: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1. الاتجاه: هو حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي تنظم من خلال خبرة الفرد وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثيرها هذه الاستجابة. ويعرفه آخرون بأنه استعداد أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة (المعايطة، 2010، صفحة 164).

2. **القائم بالاتصال:**

يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة، أو الرأي، أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها (عبد الحميد، 2004، صفحة 29). ويعرفه (حسن مكاوي) بأنه الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده (هذه الرموز تكوّن الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين) (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 44).

ويقصد بالقائم بالاتصال – إجرائيًا – هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات عبر الوسيلة الإعلامية، أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية. وهم العاملون في الإذاعات والفضائيات العراقية والعربية والأجنبية المرخصة.

تاسعًا: الدراسات السابقة

لم يسبق أبدًا أن تم تناول موضوع البحث مباشرة وهو [اتجاهات القائم بالاتصال إزاء لائحة قواعد البثّ الإعلامي (المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة)] لكن هناك عددًا من الدراسات لها صلة غير مباشرة، ومن بينها الآتي:

أ- دراسة أوسم ماجد غانم البو محمد (البو محمد، 2017) (تطبيق معايير خدمة البثّ العام في شبكة الإعلام العراقي – دراسة على عينة من نشرات الأخبار) وهي رسالة ماجستير قدمت

عام 2017 في جامعة بغداد، كلية الإعلام مشكلة الدراسة تلخصت بالسؤال: هل تطبق الشبكة معايير خدمة البثّ العام. وقد خلصت الدراسة إلى أن مفهوم "خدمة البثّ العام" بعيد عن معرفة العاملين في شبكة الإعلام العراقي وهو غير واضح، وأن العاملين لا يميزون على وفق أي أنموذج تعمل مؤسستهم وما هي واجباتها. كما بينت الدراسة أن العاملين يتعرضون لضغوطات متنوعة ومراقبات سياسية تؤثر في عملهم. ولا تتوفر لديهم معايير إرشادية كافية تناسب تطلعات الجمهور المحلي من وسيلتهم وتميزها بين الوسائل الأخرى.

ب- دراسة لقاء مكي العزاوي (العزاوي، 1995) (حارس البوابة في الصحافة العراقية – دراسة حول القائمين بالأخبار) وهي أطروحة دكتوراه قدمت عام (1995) في جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، وقد بحثت الدراسة الظروف والآليات التي تخضع لها عملية حراسة البوابات الإعلامية في الصحافة العراقية في حقل الأخبار تحديدًا، والمعايير التي يستند إليها القائمون بالأخبار عند اتخاذ قرارات النشر أو الإهمال، واستنتجت أن المعايير التي تصلح للنشر هي المعايير السياسية الدعائية وبنسبة مقدارها (54.66%)، وأن عمليات انتقاء الأخبار في الصحافة العراقية، يحكمها هاجس التقييد بالنهج السياسي للدولة.

ت- دراسة السيد بخيت (هاشم، 2006، صفحة 19،20) (العمل الصحفي في مصر، دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين) والكتاب في الأصل أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة القاهرة كلية الإعلام ، ويعنى برصد العوامل المشكلة لبيئة العمل الصحفي في مصر وتحليلها من حيث الضغوط المؤثرة على الصحفيين المصريين والعوامل التنظيمية للعمل الصحفي، والخصائص الثقافية والاجتماعية للصحفيين مجال البحث، وقدم الباحث أنموذجًا تصوريًا للقوى الاجتماعية والإيديولوجية والتنظيمية والسيكولوجية التي تؤثر على اختيار القائم بالاتصال للمضمون الإعلامي، وعلى ستة مستويات منها: المستوى الدولي، المستوى الاجتماعي الإيديولوجي، المستوى التنظيمي لوسائل الإعلام كمنظمات لها أهدافها وبناءاتها الداخلية، وتركيباتها الإدارية، ومعاييرها المؤسسية، المستوى الروتيني والمستوى الفردي.

المبحث الثاني: القائم بالاتصال ولائحة قواعد البثّ الإعلامي (المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة) الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات (2019)

أولًا: سياسة الوسيلة والقائم بالاتصال:

ليس هنالك خلاف حول تأثير سياسات المؤسسة على القائم بالاتصال ورؤيته للأحداث والوقائع وتفسيره لها. لأن هذا التأثير لن يحدث نتيجة علاقات العمل فقط ، ولكنه يكون نتيجة لآليات الانتماء

والعمل والعلاقات والتنظيم داخل المؤسسة، التي تطبّع الفرد بطابع المؤسسة وأهدافها وسياستها. بل إن هذه الآليات يمكن أن تصل إلى مستوى الضبط لما يتناوله القائم بالاتصال أو يتجنبه من أفكار أو موضوعات أو تفسير للوقائع والأحداث (عبد الحميد، 2004، صفحة 456، 457). إن هذه العلاقة تعطي صورة واضحة عن الاقتراب الانتقائي من المعلومات، وتجعل القائم بالاتصال ينفذ سياسة المؤسسة الإعلامية بغض النظر إن كانت تراعي المعايير التطبيقية في لائحة قواعد البثّ الإعلامي أم لا. من هنا تبرز ضرورة الاهتمام بالقائم بالاتصال في شتى جوانب الممارسة الإعلامية بما يعزز الحفاظ على توازن اتجاهاته المهنية.

إن حراسة البوابة هي العملية التي يتم فيها تعرض عدد هائل من الرسائل الإعلامية للغربلة والتشكيل حتى تصل في النهاية إلى عدد محدود من الرسائل يتم توصيلها عبر وسائل الإعلام، ويقصد بحراسة البوابة في غرف الأخبار، الاختيار بين عدد هائل من الموضوعات والصور للوصول إلى المحتوى الذي يمثل الحجم المطلوب للأخبار في المؤسسة الإعلامية، ويمكن اعتبار عملية حراسة البوابة بأنها إعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث، وتحويله إلى رسالة إعلامية (مكاوي و السيد، 1998، الصفحات 173-184).

ثانيًا: لائحة قواعد البثّ الإعلامي

استنادًا إلى قانون هيأة الإعلام والاتصالات في جمهورية العراق، تعد هيأة الإعلام والاتصالات المنظم الحصري والمستقل لقطاع البثّ والإرسال والاتصالات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية ووسائل الإعلام في العراق وإجازتها.

تستند هذه اللائحة إلى مبدأ احترام حرية التعبير، كما نصت عليها الفقرة أولًا من المادة (38) من الدستور العراقي، والمادة (19) من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، والمادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. وتهدف القواعد التي تحتويها هذه اللائحة في الوقت نفسه إلى ترسيخ هدف الإنصاف والدقة والتوازن واللياقة وعدم التمييز ونشر القيم الحضارية والإنسانية المستشفّة من مبدأ الحرية وحقوق الإنسان وأولوية المصلحة العامة. تهدف الهيأة من خلال هذه اللائحة إلى تنظيم أشكال التعبير بما لا يسمح بالتحريض على العنف أو الكراهية واللاتسامح العرقي أو القومي أو الديني أو الفكري وكل ما يؤدي إلى تغذية النزاعات والصراعات وصنع الأزمات في الإعلام المرئي والمسموع.

تضم اللائحة وصفا عامًا للمبادئ والقواعد الأساسية الملزمة لجميع الجهات الإعلامية المرخصة من قبل الهيأة، إضافة إلى شرح مفصل لكيفية تطبيقها. وتلتزم جميع الجهات الإعلامية المرخصة بالمبادئ وبطرق تطبيقها. إلا أن التغطية الإعلامية والأوضاع العامة في البلد تواجه تغييرات مستمرة ولا يمكن للهيأة أن تغطي جميع التطبيقات لهذه المبادئ، لذا فالهيأة تؤكد على ضرورة الالتزام بالمبادئ وروحها حتى وإن لم تضع توجيهات تطبيقية لها، وستتابع الهيأة أداء الجهات الإعلامية المرخصة وتحاسبها على ضوء المبادئ.

تخضع هذه اللائحة وخاصة التوجيهات التطبيقية لها لمتابعة الهيأة في ضوء الظروف المتغيرة ويحق للهيأة تعديلها أو الإضافة عليها كما تراه مناسبًا وفي هذه الحالات ستتواصل الهيأة مع الجهات الإعلامية المرخصة لتزويدهم بالنص المعدل.

تلتزم الهيأة بمبادئ الموضوعية والشفافية وعدم التمييز في تعاملها مع الجهات الإعلامية المرخصة وفقًا لصلاحياتها في اتخاذ الإجراءات المناسبة ووفقًا لجسامة الخرق المرتكب. وتفترض الهيأة التزام الجهات الإعلامية المرخصة بجميع القوانين النافذة أو التي تُقر لاحقًا وخصوصًا تلك المتعلقة بالإعلام (لائحة قواعد البث الإعلامي، 2019، صفحة 4).

ثالثًا: المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة

وردت تسعة أبواب في لائحة قواعد البثّ الإعلامي الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات، احتوى الباب الثاني منها على ثمان مواد من المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة، وهو الباب الأكبر في اللائحة، إذ ستتم استبانة رأي العاملين في الفضائيات والإذاعات حول مدى معرفتهم بهذه التوجيهات وتطبيقها في عملهم. انظر (لائحة قواعد البث الإعلامي، 2019، الصفحات 4-22).

1. منع التحريض على العنف والكراهية.
   - الحفاظ على السلم الأهلي والأمن الوطني.
   - تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني.
2. اللياقة والآداب والذوق العام.
3. المواد الكاذبة والباطلة.
4. الدقة والنزاهة والشفافية في نقل المعلومات.
   - تغطية الشؤون السياسية والحكومية.
5. مراعاة حق الخصوصية في التغطية الإعلامية.
6. المواد والبرامج الدينية.
7. حق طرح الرأي مع عدم المشاركة في التضليل أو التشهير.
8. الفواصل والإعلانات.

رابعًا: هيأة الإعلام والاتصالات

أ- النشأة والتطور: ولدت فكرة إنشاء هيأة الإعلام والاتصالات خلال مؤتمر دولي عقد في العاصمة اليونانية أثينا في (حزيران 2003). فقد اعتمد المؤتمر إطارًا وثائقيًا لإصلاح الإعلام العراقي، وعرف لاحقًا بـ (إطار أثينا) والذي شكل الأساس لقانون إنشاء الهيأة بعد التشاور مع مجلس

الحكم العراقي آنذاك واختصاصيين عراقيين في قطاعي الإعلام والاتصالات (قراءة أولية في القوانين العراقية المتعلقة بوسائل الإعلام وحرية التعبير والاتصالات ، توجيهات عامة، 2004 ، 2009، صفحة الغلاف الأخير).

تأسست الهيأة بموجب الأمر (65) لسنة (2004) النافذ، وتعد الهيأة الأولى من نوعها في الشرق الأوسط من ناحية التنظيم المتداخل بين قطاعي الإعلام والاتصالات، وهي هيأة مستقلة ماليًا وإداريًا ترتبط بمجلس النواب وحسب المادة (103/ثانيًا) من دستور جمهورية العراق (الخطة الإستراتيجية للسنوات الاربع 2015-2018، صفحة 3)، مهمتها تنظيم وتطوير الإعلام والاتصالات في العراق ضمن المعايير الدولية الحديثة عبر منح التراخيص للقنوات الإذاعية والتلفزيونية والفضائية، من أجل تنظيم سياسة إعلامية تهدف إلى ضمان عمل المحطات المرخصة على إشاعة المفاهيم الديمقراطية في حرية الرأي والتعبير الملتزم والخطاب المهني. وضرورة أن تتحمل مسؤولية أدائها، وتسعى الهيأة إلى التأكد من عدم تقاطع برامجها مع المعايير التي وضعتها في لائحة تراخيص تشترط الموافقة عليها قبل منح الترخيص، يأتي في مقدمتها رصانة المادة المنقولة إلى المتلقي واحترام التنوع العرقي والثقافي والديني والدقة والإنصاف وعدم التحيز.

ب- منح تراخيص البثّ: وضعت الهيأة عن طريق قسم التراخيص ووفق استمارات خاصة أعدت لهذا الغرض الأسس والضوابط التي تتطلبها عملية الحصول على ترخيص فيما يخص المحطات الإذاعية أو القنوات التلفزيونية الأرضية أو الفضائية، وحدد قسم التراخيص الخطوات المطلوب اتخاذها من أجل هذه الغاية (http://www.cmc.iq/ar-iq، 2019).

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية

نتائج استبانة القائم بالاتصال في الإذاعات والقنوات الفضائية

يتضمن هذا الفصل ترتيب وتحليل معلومات الاستبانة لغرض معرفة [اتجاهات القائم بالاتصال إزاء لائحة قواعد البثّ الإعلامي (المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة)]، الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات (2019)، إذ أجرت الباحثة استبيانًا مكونًا من (42) سؤالًا موزعًا على تسعة محاور، وتم توزيع (200) استمارة اعتمدت منها (169) استمارة بعد إهمال (9) استمارات، و(22) استمارة لم تعد. وبعد المعالجة الإحصائية للإجابات وفق النظام الإحصائي المتقدم (SPSS)، كانت النتائج كالآتي:

أولًا: الخصائص والحقائق الديمغرافية لعينة الدراسة

1. النوع الاجتماعي:

جدول (1) المبحوثون حسب متغير النوع الاجتماعي

ت	الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
1	ذكر	118	%69.8
2	أنثى	51	%30.2
المجموع		169	%100

توزعت عينة الدراسة إلى (118) مبحوثًا من الذكور وبنسبة (69.8%). و (51) من الإناث وبنسبة (30.2%). كما موضح في الجدول والشكل* رقم (1).

2. الوظيفة أو الصفة الإعلامية

جدول (2) المبحوثون حسب الوظيفة أو الصفة الإعلامية

ت	الوظيفة الإعلامية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	مقدم / مذيع	76	%45	1

يتبين من خلال الجدول والشكل (2) أن وظيفة (مقدم / مذيع) جاءت أولًا بعدد (76) مبحوثًا، وبنسبة (45%). وجاءت ثانيًا (معد / محرر) بعدد (28)، وبنسبة (16.6%). وتشاركت في ثالثًا (مدير قسم)، و (مراسل) بعدد (23) مبحوثًا لكل وظيفة، وبنسبة (13.6%). وأيضًا تشاركت في رابعًا (مدير عام أو بدرجته) و (مدير إذاعة أو مدير قناة فضائية) بعدد (8) وبنسبة (4.7%). وفي خامسًا جاءت (منتج النشرة الاخبارية أو برديوسر البرامج) بعدد (3) مبحوثين وبنسبة (1.8%). ولم تظهر وظيفة (الفاحص) في العينة رغم تحديدها من قبل الخبراء عند تحكيم الاستبانة.

3. نوع المؤسسة الإعلامية:

جدول (3) المبحوثون حسب نوع المؤسسة الإعلامية

ت	الوسيلة الإعلامية	التكرارات	النسبة المئوية
1	قناة فضائية	134	%79.3
2	إذاعة	35	%20.7
المجموع		169	%100

إن عدد العاملين في الإذاعات(35) وبنسبة (20.7%). وعدد العاملين في القنوات الفضائية (134) مبحوثًا وبنسبة (79.3%). وهذا ما يوضحه الجدول والشكل (3).

*تنظر الأشكال كلها الوارد ذكرها في هذا الفصل، في (الملاحق).

ثانيًا: معلومات المبحوثين بشأن مدونات السلوك المهني

1. مدى الاطلاع على المدونات:

جدول (4) اطلاع المبحوثين على المدونات

ت	الاطلاع	التكرارات	النسبة المئوية
1	نعم	108	%63.9
2	لا	61	%36.1
المجموع		169	%100

تبين من خلال الجدول والشكل (7) أن النسبة الأعلى من المبحوثين مطلعين على مدونات السلوك المهني وعددهم (108)، وبنسبة (63.9%). مقابل (61) مبحوثًا لم يطلعوا عليها، ونسبتهم (36.1%).

ثالثًا: اتجاهات المبحوثين إزاء التطبيقات العملية للمعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة

1.منع التحريض على العنف والكراهية

جدول (5) ضمان منع التحريض على العنف والكراهية

التطبيقات العملية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية

- التطبيقات العملية لضمان منع التحريض على العنف والكراهية: أكدت هيأة الإعلام والاتصالات في لائحة قواعد البثّ الإعلامي على منع التحريض على العنف أو استعمال صيغ تعبيرية تثير الكراهية بأنواعها كافة، وكالآتي:

أ- عدم بثّ أو إعادة بثّ مواد تهدد السلم الأهلي أو تحرض بشكل مباشر على الإخلال بالأمن العام، مواد تروج لأي شكل من أشكال الإرهاب، أو لأي جماعة تمارس، أو تشجع، على ممارسة العمليات الإرهابية، أو النشاطات الإجرامية، أو تحرض على الاعتداء على الممتلكات العامة أو الخاصة. وجاءت استجابات الإعلاميين بعدد (68) من مجموع (108) وبنسبة (63%) بأنها (جوهرية) وقابلة للتطبيق. بينما رأى (31) منهم، وبنسبة (28.7%) بأنها (شكلية) ويمكن تطبيقها إلى حد ما. وانخفض عدد الذين يرونها (غير قابلة للتطبيق) إلى (9) إعلاميين، وبنسبة (8.3%).

ب- عدم بثّ مواد تشكل تهديدًا للنظام الديمقراطي في العراق، أو تساهم في تعطيل الانتخابات أو غيرها من الممارسات الديمقراطية التي كفلها الدستور العراقي. فقد تصاعدت تكرارات قابلية التطبيق (جوهري) إلى (64) تكرارًا، وبنسبة (59.3%). في حين جاءت تكرارات إمكانية التطبيق إلى حدٍ ما (شكلي) بواقع (32) تكرارًا، وبنسبة (29.6%). بينما تناقضت اتجاهات البعض بأنها (غير قابلة للتطبيق) لتبلغ (12) تكرارًا، وبنسبة (11.1%).

ت- عدم بث مواد تمجد الجرائم على جميع أشكالها وصورها أو تعرضها بطريقة قد تغري أو تشجع على إعادة ارتكابها، أو إلى اشعال فتيل فتنة مجتمعية أو التسبب باستهداف أحد الأفراد أو الجماعات والانتباه بشكل خاص إلى الخطب والتصريحات التي تصدر عن شخصيات سياسية أو دينية أو عشائرية أو إعلامية تحرض الجمهور على العنف. جاءت الاستجابات (جوهرية) وقابلة للتطبيق، بعدد تكرارات (69) فردًا، وبنسبة (63.9%). وهناك من يطبقها إلى حد ما على أنها (شكلية) وهم (30) إعلاميًا، بنسبة (27.8%). وقد ذهب تسعة إعلاميين إلى عدم قابليتها للتطبيق، وكانت نسبتهم (8.3%).

ث- على مقدمي البرامج والأخبار قطع أي تصريح من أي فرد، مهما كان منصبه، يحرض فيه على القتل أو العنف أو الإساءة إلى الرموز المقدسة للطوائف الدينية أو يحرض على الكراهية والتعليقات المثيرة التي تتسم بالغضب أو التهديد أو الدعوات للانتقام أو الأخذ بالثأر. أكد (72) من الإعلاميين على ضرورة تطبيقها كونها (جوهرية) وبنسبة بلغت (66.7%). وذهب (27) منهم إلى إمكانية تطبيقها إلى حدٍ ما، واعتبروها معاييرًا (شكلية) وبلغت نسبتهم (25%). وذهب عدد قليل إلى عدم قابلية تطبيقها، وهم تسعة إعلاميين بنسبة (8.3%).

2. تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني

جدول (8) تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني

التطبيقات العملية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية

- تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني: أكدت الهيأة أن التغطية من مسؤولية إدارات الوسائل الإعلامية المرخصة لا سيَّما عند نقل الأحداث التي قد يؤدي

استخدام لغة عاطفية فيها إلى إشعال أعمال عنف أو اقتتال بين فئات المجتمع أو طوائفه والعمل وفق الآتي:

أ- على الجهات الإعلامية المرخصة كافة، أن لا تبث رسائل الجماعات الإرهابية بشكل مباشر أثناء معالجة أزمة أمنية أو غيرها والامتناع عن الإشارة إلى المصادر الخاصة بالجماعات الإرهابية، أو اعتمادها كمصادر لنقل الأخبار لا سيّما تلك التي تروج لعملياتهم الإرهابية. وجاءت جوهرية وقابلة للتطبيق من قبل (65) مبحوثًا، ونسبتهم (60.2%). وجاءت شكلية وقابلة للتطبيق إلى حدٍ ما من قبل (35) مبحوثًا، ونسبتهم (32.4%). وبخلافهم كانت غير قابلة للتطبيق من ثمانية مبحوثين ونسبتهم (7.4%).

ب- الابتعاد عن بث أخبار تكشف تحركات القوات الأمنية اثناء الاشتباكات نظرًا لما توفره من معلومات للجهات الإجرامية قد تستغلها لصالحها، وبالتالي تزيد من صعوبة مهمة القوات الأمنية. وقد رأى (70) إعلاميًا أنها جوهرية وقابلة للتطبيق، ونسبتهم (64.8%). واستجاب (29) إعلاميًا على أنها شكلية ويمكن تطبيقها إلى حدٍ ما، ونسبتهم (26.9%). بينما اختلف معهم تسعة إعلاميين كونها غير قابلة للتطبيق، ونسبتهم (8.3%).

ت- تتجنب القنوات بث مقاطع مصورة من عمليات الاختطاف أو احتجاز الرهائن لأن مثل هذه التغطية تعد تشجيعًا لنشاطات تلك الجماعة وتشجيعًا لخطف المزيد من الأفراد إضافة إلى ما قد يسببه عرض هذه المشاهد من جرح لمشاعر ذوي الضحايا. وقد استجاب الإعلاميون كونها جوهرية وقابلة للتطبيق بعدد (58) مبحوثًا، ونسبة (53.7%). وشكلية وقابلة للتطبيق إلى حد ما، عددهم (40)، وبنسبة (37%). وغير قابلة للتطبيق من قبل (10) مبحوثين وبنسبة (9.3%). وهذا ما يتبين من خلال الشكل (12) والجدول الملحق.

جدول (9) الحفاظ على اللياقة والآداب العامة

التوجيهات التطبيقية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية

ثالثًا :الحفاظ على اللياقة والآداب والذوق العام: أكدت الهيأة ضرورة الالتزام بمعايير اللياقة والآداب والذوق العام في مضمون برامج وسائل الإعلام وأوقات بثها. وعدم بث مواد تتضمن:

أ- تمتنع المؤسسة عن بث مواد لا تراعي مشاعر ذوي الاحتياجات الخاصة، أو تنتقص من اعاقاتهم بطريقة قد تؤدي إلى الانتقاص منهم، أو الاستهانة بهم، أو تعيق عملية اندماجهم في المجتمع. واستجاب (83) إعلاميًا بقابلية تطبيق هذا المعيار (جوهري)، ونسبتهم (76.9%). واستجاب (20) إعلاميًا بمستوى أقل، (شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما، ونسبتهم (18.5%). وخالفهم خمسة إعلاميين، غير قابل للتطبيق، ونسبتهم (4.6%).

ب- مواد أو أفلام أو مسلسلات أو أي برامج درامية أو ترفيهية أو أغانٍ تحتوي على مشاهد أو حوارات إباحية فاضحة مخلة بالآداب أو خادشة بشكل واضح للحياء أو الذوق. جاء (جوهري) قابل للتطبيق بنسبة (72.2%)، وبتكرار (78) مبحوثًا. ويمكن تطبيقه إلى حد ما (شكلي) بنسبة (17.6%)، وبتكرار (19) مبحوثا. وغير قابل للتطبيق بنسبة (10.2%)، وتكرار (11) مبحوثًا.

ت- مواد تؤذي مشاعر مكونات النسيج الاجتماعي العراقي بفئاته الدينية والقومية، وخصوصًا تلك التي تحوي مواد تنتقص من ذلك المكون أو المجموعة على أساس الدين، أو القومية، أو المذهب، أو الطائفة، أو اللغة، أو اللهجة الدارجة، أو اللون، أو الانتماء المناطقي. ومثلت نسبة (70.4%) وبتكرار (76) مبحوثًا، جوهري قابل للتطبيق. ونسبة (19.4%) وبتكرار (21) مبحوثًا، شكلي يمكن تطبيقه إلى حدٍ ما. ونسبة (10.2%) وبتكرار (11) مبحوثا، استجابتهم سلبية غير قابل للتطبيق.

ث- تلتزم الجهات الإعلامية المرخصة احترام جميع فئات المجتمع وأذواقه المختلفة من خلال تحذير الجمهور قبيل بث برامج قد تحتوي على مشاهد عنف أو إيحاءات أو مشاهد حميمة، أو أي محتوى قد يعد غير مقبول من بعض فئات المجتمع أو مواد تروج بصورة مباشرة أو غير مباشرة للتدخين أو المخدرات أو المشروبات الكحولية أو أعمال الشعوذة والدجل. استجاب (66.7%) من الإعلاميين وعددهم (72)، أنه (جوهري) قابل للتطبيق. وبنسبة (27.8%) وعددهم (30) مبحوثًا، أنه (شكلي) وقابل للتطبيق نوعًا ما. وبنسبة (5.6%) وعددهم (6) مبحوثين، أنه غير قابل للتطبيق. كما أشارت لذلك بيانات الجدول والشكل (9)

جدول (10) حق طرح الرأي مع عدم المشاركة في التضليل أو التشهير

التوجيهات التطبيقية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية

3. حق طرح الرأي مع عدم المشاركة في التضليل أو التشهير

أكدّ (65) من الإعلاميين على ضرورة تطبيقها كونها (جوهرية) وبنسبة بلغت (60.2%). وذهب (39) منهم إلى إمكانية تطبيقها إلى حد ما واعتبروها معاييرًا (شكلية) وبلغت نسبتهم (36.1%). وذهب عدد قليل إلى عدم قابلية تطبيقها، وهم أربعة إعلاميين بنسبة (3.7%). والجدول والشكل (10) يبينان تلك التفاصيل.

النتائج

أهم نتائج البحث

1. عدم علم القائم بالاتصال بوجود لوائح ومدونات خاصة بالمعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة عزز حالة التخبط والانحياز وأبعد الخطاب الإعلامي عن الدقة والنزاهة والشفافية في نقل المعلومات وتغطية الشؤون السياسية.
2. ضعف التعاون والتنسيق المشترك بين أقسام العلاقات العامة في الهيأة والمؤسسات الإعلامية حال دون معرفة القائم بالاتصال بتلك اللوائح.
3. أهم الأسباب التي تدعو القائم بالاتصال إلى اللامبالاة إزاء المعايير العامة هي سياسة الضبط التي تفرضها البيئة الداخلية (المؤسسة الإعلامية) لتحقيق أهدافها عبر اتباع آليات الاقتراب الانتقائي من المعلومات، إذ إن القائم بالاتصال غالبا ما يغير اختياراته في بناء وتقييم الرسالة الإعلامية حسب عوامل قوة الوسيلة التي يعمل بها أو ضعفها.
4. كشفت هذه الدراسة أنه في حال التثقيف إزاء لائحة القواعد والمعايير التطبيقية عن إمكانية تحول القائم بالاتصال من مجرد مراعٍ إلى (مبدع) لو توافرت له الشروط الخاصة باتخاذ القرار بما يتفق مع العوامل والقوى المؤثرة في الداخل والخارج.
5. أضافت هذه الدراسة نتائج ومؤشرات وملاحظات لهيأة الإعلام والاتصالات بشأن لائحة قواعد البثّ الإعلامي من آراء متخصصين في هذا المجال، ومدى تطبيقها من قبل العاملين في المؤسسات الإعلامية.
6. تجلّت الأهمية الميدانية بإيجاد مقاربات موضوعية بين كل من محددات هيأة الإعلام والاتصالات وسياسة الوسيلة الإعلامية وقيم القائم بالاتصال على أساس حاجة الجمهور للحصول على صورة متوازنة ومعتدلة عن الأحداث.

المراجع:

المصادر العربية والمعرّبة

1- أبو بكر، مختار. (2016). أسس ومناهج البحث العلمي في الدراسات الإدارية والإنسانية. نيو لينك الدولية للنشر والتدريب.

2- إبراهيم، سعد الدين. (1980). اتجاهات الرأي العام العربي نحو مسألة الوحدة (المجلد الأول). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

3- الحمداني، موفق، وآخرون. (2006). مناهج البحث العلمي: أساسيات البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق.

4- الجندي، سامية. (2001). القضايا المعاصرة لعلم النفس الاجتماعي. القاهرة: جامعة الأزهر.

5- القيم، كامل. (2012). مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية. بغداد، بيروت: مركز حمورابي للبحوث والدراسات الإستراتيجية.

6- المعايطة، خليل عبد الرحمن. (2010). علم النفس الاجتماعي (المجلد 3). عمان، الأردن: دار الفكر ناشرون وموزعون.

7- النعيمي، محمد عبد العال، البياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة، غازي جمال. (2015). طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

8- بوبو ماتيوز، وروس، وليز. (2016). الدليل العلمي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية (المجلد 1، ترجمة محمد الجوهري). القاهرة: المركز القومي للترجمة.

9- صوان، فرج محمد. (2018). طرائق البحث: مقدمة لطرائق البحث وكيفية إعداد البحوث (المجلد 1). بيروت: منتدى المعارف.

10- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط3). القاهرة: عالم الكتب.

11- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

البحوث والدراسات والمحاضرات العربية والمعرّبة

1- السعدي، شريف سعيد حميد. (2018، تموز–آب–أيلول). تعرض الجمهور للفضائيات الإخبارية. الباحث الإعلامي.

2- سالم، حمدان خضر، وشبيب، جاسم محمد. (2018، تموز–آب–أيلول). طرق مواجهة الشائعات. مجلة الباحث الإعلامي.

3- مجلة الطفولة والتنمية. (2004). مجلة الطفولة والتنمية، (15)، 60.

الرسائل والأطاريح الجامعية

1- البو محمد، أوسم ماجد. (2017). تطبيق معايير خدمة البثّ العام في شبكة الإعلام العراقي (رسالة ماجستير غير منشورة). بغداد.

2- الدليمي، سيف سعدي عفتان. (2014). مهارات القائم بالاتصال في الإعلام المرئي العراقي (رسالة ماجستير غير منشورة). بغداد.

3- زغير، محمد جبار. (2012). اتجاهات جمهور مدينة بغداد إزاء المنظمات غير الحكومية بعد عام 2003 (رسالة ماجستير غير منشورة). بغداد.

4- سعودي، آمال. (2016). القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية (رسالة ماجستير). المسيلة.

5- هاشم، سامية أحمد. (2006). انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال (أطروحة دكتوراه غير منشورة). بغداد.

6- حسون، إيمان أحمد. (د.ت.). اتجاهات مواقع التواصل (رسالة ماجستير غير منشورة).

7- العزاوي، لقاء مكي. (1995). حارس البوابة في الصحافة العراقية: دراسة حول القائمين بالأخبار (أطروحة دكتوراه غير منشورة). بغداد.

القوانين والمطبوعات

1- الخطة الإستراتيجية للسنوات الأربع 2015–2018. (د.ت.). هيأة الإعلام والاتصالات.

2- قراءة أولية في القوانين العراقية المتعلقة بوسائل الإعلام وحرية التعبير والاتصالات: توجيهات عامة. (2009/2004). هيأة الإعلام والاتصالات.

1- قانون نقابة الصحفيين رقم 178 لسنة 1969، المادة 34.

2- لائحة قواعد البثّ الإعلامي. (2019). هيأة الإعلام والاتصالات.