قواعد البثّ الإعلامي في العراق (معرفة وتطبيق)

أ.م.د.منتهى هادي التميمي
م. م أحمد ستار العنزي

المستخـــــلص

أ.م.د. منتهى هادي التميمي
أحمد ستار العنزي

تناول هذا البحث المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة، ومدى تطبيقها من قبل القائم بالاتصال. وتتلخص مشكلة البحث بالسؤال: ما معرفة القائم بالاتصال بالمعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة ، الصادرة عن هيأة الإعلام والاتصالات (2019) ضمن لائحة قواعد البثّ الإعلامي؟ وما مدى مراعاته والتزامه بها؟. أما الأهمية الميدانية فتتجلى 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، ويهدف البحث إلى **توضيح اتجاهات القائم بالاتصال إزاء المعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة،** والتعرف على مدى اطلاع القائم بالاتصال على اللوائح والمدونات، وبيان الأسباب لعدم معرفته بتلك اللوائح وتطبيقها .

وقد اعتمد البحث دراسة القائم بالاتصال وفق المنهجية المسحية في البحوث الوصفية المختصة بدراسة أحوال مجتمع معين، وعليه فإن البحث شمل العاملين في الإذاعات العراقية والقنوات الفضائية المحلية والعربية والدولية الحاصلة على الترخيص الرسمي للعمل في العراق والبالغ عددهم (169) مبحوثًا.

ويمكن إجمال ما توصل إليه الباحث بما يأتي:

1. عدم علم القائم بالاتصال بوجود لوائح ومدونات خاصة بالمعايير العامة للبرامج المرئية والمسموعة عزز حالة التخبط والانحياز وأبعد الخطاب الإعلامي عن الدقة والشفافية في نقل المعلومات وتغطية الشؤون السياسية.
2. إن وجود الرصد الإعلامي وتسجيل المخالفات وأرشفة كل ما تبثه وسائل الإعلام المرخصة من خطاب يعنى بالشأن العراقي، لم يحد بشكل كامل من

تجاوزات القائم بالاتصال على المعايير العامة؛ ذلك لنفوذ الجهات المالكة لوسائل الإعلام، وضعف الإجراءات القانونية الرادعة.

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

Prof. Dr. Muntaha Hide Al-Tememe

Ahmed Star Al-Enzi

This research dealt with the general standards of audio-visual programs، and the extent of their application by the communicator. The research problem is summarized in the question: What is the knowledge of the person communicating with the general standards for audio-visual programs? Which issued by the Media and Communications Commission in 2019 within the list of media broadcasting rules, and What is the extent of his observance and commitment to it? As for the field importance، it is manifested by finding objective approaches between each of the determinants of the media and communications Commission، the policy of the media outlet، and the values of the communicator based on the public's need to obtain a balanced and moderate picture of the event. The person who contacts the regulations and codes، and explains the reasons for his lack of knowledge of these regulations and their application?

The research adopted the study of the communicator according to the survey methodology in descriptive research specialized in studying the conditions of a particular society، and accordingly، the research included workers in Iraqi radio stations, local، Arab, and international satellite channels that obtained the official license to work in Iraq، whose number is (169) .

The researcher's findings can be summarized as follows :

1. The communicator's lack of awareness of the existing regulations and codes related to the general standards of audio-visual programs reinforced the state of confusion and bias and distanced the media discourse from accuracy and transparency in conveying information and covering political affairs.
2. The existence of media supervision ،recording violations ،and archiving all discourses broadcast by licensed media outlets concerned with Iraqi affairs did not completely limit the abuses of the caller on general standards; this is due to the influence of the media owners ،and the weakness of deterrent legal procedure.

الفصل الأول
الإطار المنهجي للبحث

المقـــــدمة

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" (سـعودي، 2016، صـفحة 28). يقربنا كثيرًا من طريقة التعاطي بين هيأة الإعلام والاتصـالات (الجهة المانحة لتراخيص البثّ)، والوسـيلة الإعلامية، إذ تفرض الأولى الالتزام بلائحة قواعد البثّ الإعلامي بما تحويه من معايير تطبيقية تصل إلى حد المثالية في بعض فقرتها. بالمقابل تفرض الوسـيلة الإعلامية بموجب سـياسـتها إملاءات على القائم بالاتصـال وإن كان بعضـها يخالف لوائح ومدونات السـلوك المهني. بينما يكون الإعلامي أمام مفترقات طرق، فهل يتنازل – مقابل انتمائه لمؤسسته – عن بعض اتجاهاته الخاصة؟، أم يكون قادرًا على اسـتخدام بعض السـمات والمهارات لإحداث شـيء من التوازن بين ما تفرضـه لائحة قواعد البثّ الإعلامي من جهة، وما تلزمه به سياسة الوسيلة الإعلامية من جهة أخرى؟

وجاء هذا البحث بثلاثة مباحث، تضـمّن الأول الإطار المنهجي للبحث. وقد تضـمّن الثاني الدراسـة النظرية للبحث. أما المبحث الثالث فإنه تضـمن الدراسـة التطبيقية، من خلال عرض الجداول (وإيراد تصـميم الأشـكال بيانيًا في الملاحق)، والتي أوضـحت الخصـائصَ والحقائقَ الديمغرافية لعينة الدراسـة، وبينت معلوماتِ المبحوثين بشـأن المدونات، ولائحة قواعد البثّ الإعلامي، وركزت تلك الجداول والأشـكال على اتجاهات المبحوثين إزاء مواد لائحة قواعد البثّ الإعلامي. وخلُص البحث إلى قراءة في أبرز النتائج، ليُختَتَمَ بالاسـتنتاجات التي توصـل إليها الباحث.

المبحث الأول
الإطار المنهجي للبحث

أولًا: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتلخص مشـكلة البحث بالممارسـة العملية في المؤسـسـات الإعلامية وتواصـله مع الجهات ذات العلاقة، لذا يمكن صياغة المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس الآتي:

- ما طبيعة اتجاهات القائم بالاتصـال 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 يشـغله القائم بالاتصـال واتجاهاته إزاء مراعاة المعايير والتوجيهات التطبيقية المنصـــوص عليها في اللائحـة التي أقرها مجلس أمنـاء هيأة الإعلام والاتصالات بقراره المرقم (8) بتأريخ (2019/5/16).

و تتمثل الأهمية العلمية في رفد البحث للمكتبة الإعلامية بدراســـة علمية جديدة عن لائحة قواعد البثّ الإعلامي، وتتجلى أهميته الميدانية بإيجاد مقاربات موضـــوعية 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 الدراســة بشـكل رئيس إلى **معرفة طبيعة اتجاهات القائم بالاتصـال إزاء المعايير العامة للبرامج المرئية والمسـموعة**، الصـادرة عن هيأة الإعلام والاتصـالات (2019) ضـمن **لائحة قواعد البثّ الإعلامي، فضـــلًا عن** التعرف على مدى معرفة القائم بالاتصـــال 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، اشـــتمل المحور الأول على معلومات المبحوثين بشـأن المدونات ولائحة قواعد البثّ الإعلامي. أما المحاور الثمانية الأخرى فقد تمحور تحول التســاؤل الرئيس للبحث، وفقًا لما نصّـــت 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 تسـعة خبراء في مجال الاختصـاص لغرض الحكم على صـلاحيتها للتطبيق، وبعد إجراء التعديلات عليها كانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (89.95%) وهي نسبة جيدة جدًا من الاتفاق*.

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتســـاق الداخلي يهدف للوصـــول إلى الاتفاق في النتائج، حيث تم اســتخدام اســتمارات أفراد العينة كافة والبالغ عددها (169) وتم تقســيم فقرات المقياس البالغ عددها (42) فقرة إلى نصـفين، يضـم الأول الفقرات الزوجية ويضـم الثاني الفقرات الفردية، وتم اســـتخراج معامل ارتباط بيرســـون بين درجات النصـــفين فبلغ (0.79) وباستخدام معادلة سـبيرمان براون التصـحيحية 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 النفسـي والعصـبي 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 عصـبي 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:

*ملحق (3) الخبراء والمحكمون، صفحة (ق)

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

ويقصـد بالقائم بالاتصـال – إجرائيًا – هو أي شـخص أو فريق منظم يرتبط مباشـرة بنقل المعلومات عبر الوسـيلة الإعلامية، أو أي فرد آخر له علاقة بتسـيير أو مراقبة نشـر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية. وهم العاملون في الإذاعات والفضائيات العراقية والعربية والأجنبية المرخصة.

تاسعًا: الدراسات السابقة

لم يسـبق أبدًا أن تم تناول موضـوع البحث مباشـرة وهو **[اتجاهات القائم بالاتصـال إزاء لائحة قواعد البثّ الإعلامي (المعايير العامة للبرامج المرئية والمســـموعة)]** 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 الصـحافة العراقية في حقل الأخبار تحديدًا، والمعايير التي يسـتند 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

اســـتنادًا إلى قانون هيأة الإعلام والاتصـــالات في جمهورية العراق، تعد هيأة الإعلام والاتصـالات المنظم الحصـري والمسـتقل لقطاع البثّ والإرسـال والاتصـالات السـلكية 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).

تأسـست الهيأة بموجب الأمر (65) لسـنة (2004) النافذ، وتعد الهيأة الأولى من نوعها في الشـرق الأوسـط من ناحية التنظيم المتداخل بين قطاعي الإعلام والاتصـالات، 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 والاتصـالات في العراق ضـمن المعايير الدولية الحديثة عبر منح التراخيص للقنوات الإذاعية والتلفزيونية والفضـائية، من أجل تنظيم سياسـة إعلامية تهدف إلى ضـمان عمل المحطات المرخصـة على إشـاعة 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 وضـعتها في لائحة تراخيص تشـترط الموافقة عليها قبل منح الترخيص، يأتي في مقدمتها رصـانة المادة المنقولة إلى المتلقي واحترام التنوع العرقي والثقافي والديني والدقة والإنصاف وعدم التحيز.

ب- منح تراخيص البثّ: وضـعت الهيأة عن طريق قسـم التراخيص ووفق اسـتمارات خاصـة أعدت لهذا الغرض الأسـس والضـوابط التي تتطلبها عملية الحصـول على ترخيص فيما يخص المحطات الإذاعية أو القنوات التلفزيونية الأرضـية أو الفضـائية، وحدد قسـم 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

يتضـمن هذا الفصـل ترتيب وتحليل معلومات الاسـتبانة لغرض معرفة **[اتجاهات القائم بالاتصـال إزاء لائحة قواعد البثّ الإعلامي (المعايير العامة للبرامج المرئية والمسـموعة)]**، 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) اسـتمارات، و(22) اسـتمارة لم تعد. وبعد المعالجة الإحصـائية للإجابات وفق النظام الإحصـائي 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
2	معد / محرر	28	%16.6	2
3	مدير قسم	23	%13.6	3
4	مندوب / مراسل	23	%13.6	3 مكرر
5	مدير عام أو بدرجته	8	%4.7	4
6	مدير إذاعة / تلفزيون	8	%4.7	4 مكرر
7	منتج / برديوسر	3	%1.8	5
	المجموع	169	%100	--

يتبين من خلال الجدول والشـــكل (2) أن وظيفة (مقدم / مذيع) جاءت أولًا بعدد (76) مبحوثًا، وبنســـبة (45%). وجاءت ثانيًا (معد / محرر) بعدد (28)، وبنســـبة (16.6%). وتشـــاركت في ثالثًا (مدير قســـم)، و (مراســـل) بعدد (23) مبحوثًا لكل وظيفة، وبنســـبة (13.6%). وأيضًـــا تشـــاركت 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

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

البرامج) بعدد (3) مبحوثين وبنســـبة (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) وبنســـبة (20.7%). وعدد العاملين في القنوات الفضائية (134) مبحوثًا وبنسبة (79.3%). وهذا ما يوضحه الجدول والشكل (3).

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 والشـــكل (7) أن النســـبة 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
عدم بث أو إعادة بث 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.	(جوهري) قابل للتطبيق	68	%63
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	31	%28.7
	غير قابل للتطبيق	9	%8.3
المجموع		108	%100
عدم بثّ مواد تشكل تهديدًا للنظام الديمقراطي في العراق، أو تساهم في تعطيل الانتخابات أو غيرها من الممارسات الديمقراطية التي كفلها الدستور العراقي.	(جوهري) قابل للتطبيق	64	%59.3
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	32	%29.6
	غير قابل للتطبيق	12	%11.1
المجموع		108	%100
عدم بثّ مواد تمجد الجرائم على جميع أشكالها وصورها ، أو إلى إشعال فتيل فتنة مجتمعية والانتباه بشكل خاص إلى الخطب والتصريحات التي تصدر عن شخصيات سياسية أو دينية أو عشائرية أو إعلامية تحرض الجمهور على العنف.	(جوهري) قابل للتطبيق	69	%63.9
	(شكلي يمكن تطبيقه إلى حد ما	30	%27.8
	غير قابل للتطبيق	9	%8.3
المجموع		108	%100
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	(جوهري) قابل للتطبيق	72	%66.7
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	27	%25
	غير قابل للتطبيق	9	%8.3
المجموع		108	%100

- **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

الخاصـة. وجاءت اسـتجابات الإعلاميين بعدد (68) من مجموع (108) وبنسـبة (63%) بأنها (جوهرية) وقابلة للتطبيق. بينما رأى (31) منهم، وبنســـبة (28.7%) بأنها (شـــكلية) ويمكن تطبيقها إلى حد ما. وانخفض عدد الذين يرونها (غير قابلة للتطبيق) إلى (9) إعلاميين، وبنسـبة (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 الإســـاءة إلى الرموز المقدســـة للطوائف الدينية أو يحرض على الكراهية والتعليقات المثيرة التي تتسـم بالغضـب أو التهديد أو الدعوات للانتقام أو الأخذ بالثأر. أكد (72) من الإعلاميين على ضـــرورة تطبيقها كونها (جوهرية) وبنســـبة بلغت (66.7%). وذهب (27) منهم إلى إمكانية تطبيقها إلى حدٍ ما، واعتبروها معاييرًا (شـكلية) وبلغت نسـبتهم (25%). وذهب عدد قليل إلى عدم قابلية تطبيقها، وهم تسعة إعلاميين بنسبة (8.3%).

2. تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني

- **تغطية أعمال العنف والاضـطرابات وقضـايا الأمن الوطني:** أكدت الهيأة أن التغطية من مسـؤولية 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

جدول (8) تغطية أعمال العنف والاضطرابات وقضايا الأمن الوطني

التطبيقات العملية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية
على كافة الجهات الإعلامية المرخصة أن لا تبثّ 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.	(جوهري) قابل للتطبيق	65	%60.2
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	35	%32.4
	غير قابل للتطبيق	8	%7.4
المجموع		108	%100
الابتعاد عن بثّ أخبار تكشف تحركات القوات الأمنية أثناء الاشتباكات نظرًا لما توفره من معلومات للجهات الإجرامية قد تستغلها لصالحها، وبالتالي تزيد من صعوبة مهمة القوات الأمنية.	(جوهري) قابل للتطبيق	70	%64.8
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	29	%26.9
	غير قابل للتطبيق	9	%8.3
المجموع		108	%100
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.	(جوهري) قابل للتطبيق	58	%53.7
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	40	%37
	غير قابل للتطبيق	10	%9.3
المجموع		108	%100

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
تمتنع المؤسسة عن بثّ مواد لا تراعي مشاعر ذوي الاحتياجات الخاصة، أو تنتقص من إعاقاتهم بطريقة قد تؤدي إلى الانتقاص منهم، أو الاستهانة بهم، أو تعيق عملية اندماجهم في المجتمع.	(جوهري) قابل للتطبيق	83	%76.9
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	20	%18.5
	غير قابل للتطبيق	5	%4.6
المجموع		108	%100
مواد أو افلام 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.	(جوهري) قابل للتطبيق	78	%72.2
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	19	%17.6
	غير قابل للتطبيق	11	%10.2
المجموع		108	%100
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.	(جوهري) قابل للتطبيق	76	%70.4
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	21	%19.4
	غير قابل للتطبيق	11	%10.2
المجموع		108	%100
تلتزم الجهات الإعلامية المرخصة احترام جميع فئات المجتمع وأذواقه المختلفة من خلال تحذير الجمهور قبيل بثّ 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.	(جوهري) قابل للتطبيق	72	%66.7
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	30	%27.8
	غير قابل للتطبيق	6	%5.6
المجموع		108	%100

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%). واســتجاب (20) إعلاميًا بمســتوى أقل، (شــكلي) 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 فاضــحة مخلة بالآداب أو خادشــة بشــكل واضــح للحياء أو الذوق. جاء (جوهري) قابل للتطبيق بنســبة (72.2%)، وبتكرار (78) مبحوثًا. ويمكن تطبيقه إلى حد ما (شــكلي) بنســبة (17.6%)، وبتكرار (19) مبحوثا. وغير قابل للتطبيق بنســبة (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 أســاس 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 المرخصــة احترام جميع فئات المجتمع وأذواقه المختلفة من خلال تحذير الجمهور قبيل بث برامج قد تحتوي على مشــاهد عنف أو إيحاءات أو مشــاهد حميمة، أو أي محتوى قد يعد غير مقبول من بعض فئات المجتمع أو مواد تروج بصــورة مباشرة أو غير مباشرة للتدخين أو المخدرات أو المشروبات الكحولية أو أعمال الشعوذة والدجل. اســتجاب (66.7%) من الإعلاميين وعددهم (72)، أنه (جوهري) قابل للتطبيق. وبنســبة (27.8%) وعددهم (30) مبحوثًا، أنه (شــكلي) وقابل للتطبيق نوعًا ما. وبنســبة (5.6%) وعددهم (6) مبحوثين، أنه غير قابل للتطبيق. كما أشــارت لذلك بيانات الجدول والشكل (9)

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

التوجيهات التطبيقية	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية
يجب أن لا تسمح الجهات الإعلامية المرخصة لنفسها أو من يشارك من ضيوفها بالانزلاق بقصد أو من دون قصد إلى أن تكون منبرًا للتشهير أو الادعاءات الكاذبة أو الخصومات الشخصية.	(جوهري) قابل للتطبيق	65	%60.2
	(شكلي) يمكن تطبيقه إلى حد ما	39	%36.1
	غير قابل للتطبيق	4	%3.7
المجموع		108	%100

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

أكدّ (65) من الإعلاميين على ضـرورة تطبيقها كونها (جوهرية) وبنسـبة بلغت (60.2%). وذهب (39) منهم إلى إمكانية تطبيقها إلى حد ما واعتبروها معاييرًا (شـكلية) وبلغت نسـبتهم (36.1%). وذهب عدد قليل إلى عدم قابلية تطبيقها، وهم أربعة إعلاميين بنسـبة (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 الأسـباب التي تدعو القائم بالاتصـال إلى اللامبالاة إزاء المعايير العامة هي سـياسـة الضـبط التي تفرضـها البيئة الداخلية (المؤسـسـة الإعلامية) لتحقيق أهدافها عبر اتباع آليات

الاقتراب الانتقائي من المعلومات، إذ إن القائم بالاتصـــال غالبا ما يغير اختياراته في بناء وتقييم الرسالة الإعلامية حسب عوامل قوة الوسيلة التي يعمل بها أو ضعفها.

4. كشـفت هذه الدراسـة أنه في حال التثقيف إزاء لائحة القواعد والمعايير التطبيقية عن إمكانية تحول القائم بالاتصـــال من مجرد مراعٍ إلى (مبدع) لو توافرت له الشـروط الخاصـــة 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.

المصادر والمراجع

اولًا: <u>المصادر العربية والمعربة</u>:

1- بوب ماتيوز، و وليز روس. (2016). الدليل العلمي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية (المجلد 1). (محمد الجوهري، المترجمون) القاهرة: المركز القومي للترجمة.

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

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

4- ســامية الجندي. (2001). القضــايا المعاصــرة لعلم النفس الاجتماعي. القاهرة: جامعة الأزهر.

5- ســعد الدين إبراهيم. (1980). اتجاهات الرأي العام العربي نحو مســألة الوحدة (المجلد الأولى). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

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

7- كامل القيم. (2012). مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية. بغداد ، بيروت: مركز حمورابي للبحوث والدراسات الإستراتيجية.
8- محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط3). القاهرة: عالم الكتب.
9- محمد عبد العال النعيمي، عبد الجبار توفيق البياتي، و غازي جمال خليفة. (2015). طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
10- مختار أبو بكر. (2016). أسس ومناهج البحث العلمي في الدراسات الإدارية والإنسانية. نيو لينك الدولية للنشر والتدريب.
11- موفق الحمداني، و آخرون. (2006). مناهج البحث العلمي ، أساسيات البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق.

ثانيًا: <u>البحوث والدراسات والمحاضرات العربية والمعربة:</u>

1- حمدان خضر سالم، و جاسم محمد شبيب. (تموز – آب – أيلول، 2018). طرق مواجهة الشائعات. مجلة الباحث الإعلامي.
2- شريف سعيد حميد السعدي. (تموز – آب – أيلول، 2018). تعرض الجمهور للفضائيات الإخبارية. الباحث الإعلامي.
3- مجلة الطفولة والتنمية. (2004). مجلة الطفولة والتنمية. (15)، صفحة 60.

ثالثًا: <u>الرسائل والاطاريح الجامعية:</u>

1- آمال سعودي. (2016). القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية. المسيلة: رسالة ماجستير.
2- أوسم ماجد البو محمد. (2017). تطبيق معايير خدمة البثّ العام في شبكة الإعلام العراقي (الإصدار رسالة ماجستير). بغداد: لم تنشر.
3- إيمان أحمد حسون. اتجاهات مواقع التواصل. رسالة ماجستير غير منشورة.
4- سامية أحمد هاشم. (2006). انعكاس البيئة الإعلامية على القائم بالاتصال (الإصدار أطروحة دكتوراه). بغداد: لم تنشر.
5- سيف سعدي عفتان الدليمي. (2014). مهارات القائم بالاتصال في الإعلام المرئي العراقي (الإصدار رسالة ماجستير غير منشورة). بغداد.

6- لقاء مكي العزاوي. (1995). حارس البوابة في الصـــحافة العراقية – دراســـة حول القائمين بالأخبار (الإصدار أطروحة دكتوراه). بغداد: لم تنشر.
7- محمد جبار زغير. (2012). اتجاهات جمهور مدينة بغداد إزاء المنظمات غير الحكومية بعد عام 2003. بغداد: رسالة ماجستير غير منشورة.

رابعًا: <u>القوانين والمطبوعات:</u>

1- الخطة الإستراتيجية للسنوات الأربع 2015-2018. هيأة الإعلام والاتصالات.
2- قانون نقابة الصحفيين رقم 178. (لسنة 1969 المادة 34).
3- قراءة أولية في القوانين العراقية المتعلقة بوسـائل الإعلام وحرية التعبير والاتصـالات ، توجيهات عامة. (2004 ، 2009). هيأة الإعلام والاتصالات.
4- لائحة قواعد البثّ الإعلامي. (2019). هيأة الإعلام والاتصالات.