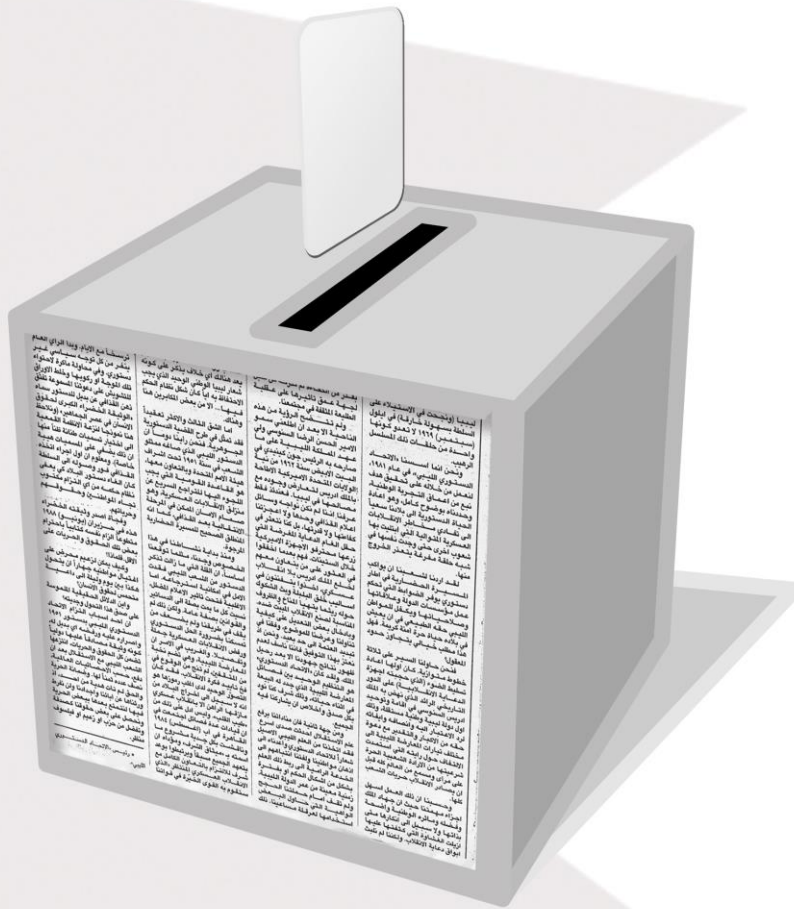




معهد الإعلام الأردني • Jordan Media Institute

نتائج رصد تغطية وسائل الإعلام الأردنية لانتخابات النيابة 2016 التقرير الأول 25/8/2016 الى 16/8/2016



USAID
من الشعب الأمريكي



معهد الإعلام الأردني • Jordan Media Institute

fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES

المخلص التنفيذي

هذا هو تقرير الرصد الأول الذي يصدره معهد الإعلام الأردني وهو واحد من بين أربعة تقارير سيصدرها المعهد تباعا لرصد التغطيات الانتخابية في وسائل الإعلام المختلفة، ويغطي التقرير الفترة الزمنية من 16 / 8 / 2016 الى مساء 25 / 8 / 2016 بينما ستصدر التقارير الأخرى تباعا وضمن جداول زمنية متزامنة مع التقدم في فترة الدعاية الانتخابية؛ حيث سيغطي التقرير الثاني الفترة من 26 / 8 / 2016 وحتى صباح يوم الصمت الانتخابي 2016/ 9/ 19، وسيغطي التقرير الثالث الفترة من صباح يوم 2016/9/19 وحتى 27 / 9 / 2016 متضمنة تغطية يوم الإقتراع والنتائج ، ثم سيتم إصدار التقرير النهائي العام الذي يجل ويضم كامل تفاصيل عملية الرصد ونتائجها.

اعتمد الرصد منهجية الرصد الكيفي والكمي، وشملت عينة الوسائل اختيار 20 وسيلة إعلامية وفقا لأسس ومعايير واضحة تم فيها مراعاة تعددية نمط الملكية (عامة أو حكومية، خاصة ، ومجتمعية)، وتعددية نمط السياسات التحريرية وموقفها من السلطة التنفيذية، ونمط الجمهور المستهدف وقوة الانتشار والنفوذ.

وتم اختيار أربع صحف يومية تمثل الصحافة المطبوعة وهي: صحف الرأي، والدستور، والغد، والسبيل. وتم اختيار أربع إذاعات هي الإذاعة الأردنية "البرنامج العام"، وإذاعة حياة اف ام، والبلد، وصوت الجنوب، واختيرت أربع قنوات تلفزيونية هي التلفزيون الأردني "الرسمي"، والحقيقة الدولية ، واليرموك، ورؤيا. وتم اختيار ثمانية مواقع إخبارية تمثل الصحافة الإلكترونية وهي : عمون، خبرني، سرايا، الوكيل، هلا نيوز، جفرا نيوز، البوصلة، وجراءه نيوز.

لقد أحصى الراصدون (3183) مادة إعلامية وإعلانية مكررة في جميع وسائل الإعلام التي تم رصدها غطت هذه المرحلة من الانتخابات ؛ توزعت على (1845) مادة إخبارية وبنسبة (59,1%)، و (723) مادة رأي وبنسبة (23,2%)، و(19) ردا وتصحيحا وبنسبة (0,6%)، و (534) مادة للدعاية الانتخابية وبنسبة (17,1%).

وكشفت عملية الرصد ان المواد الإخبارية هي الأكثر إستخداما من بين القوالب الصحفية التي استخدمتها وسائل الإعلام المرصودة" وبعدد مواد بلغت (1845) مادة إخبارية تمثل (59,1 %) من مجموع التغطيات الإعلامية في الصحافة المطبوعة والتلفزيون والإذاعات والصحافة الإلكترونية.

وجاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الأولى بنسبة 79%، من حيث استخدام المواد الإخبارية وحلت الصحافة الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة (69,3 %)، ثم المحطات الإذاعية ثالثا وبنسبة (41 %)، والتلفزيون في المرتبة الرابعة وبنسبة (16,9%).

وتم رصد (723) مادة رأي مكررة بنسبة (23,2%) كانت التلفزيونات صاحبة المرتبة الأولى فيها وبنسبة (29 %) ثم الإذاعات في المرتبة الثانية بنسبة (25 %)، والصحافة المطبوعة في المرتبة الثالثة بنسبة (19%) ثم الصحافة الإلكترونية بنسبة (17,6%).

وبلغت النسبة العامة للردود والتصحيحات (0,6 %) حيث حلت الإذاعات في المرتبة الأولى وبنسبة (20%) بينما جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الرابعة .

وبلغ عدد المواد الدعاية والإعلانية (534) مادة وبنسبة (17,1%) حصل التلفزيون على أعلى نسبة منها

(52 %) ثم محطات الإذاعة بنسبة (14 %) ثم الصحافة الإلكترونية (13 %) بينما كانت حصة الصحافة المطبوعة في أدنى مستوى لها إذ لم تحصل إلا على (1 %) فقط من الدعاية الانتخابية، مما يكشف عن تكريس أزمة الصحافة المطبوعة التي لم تحصل على حصتها التقليدية من الدعاية الانتخابية التي تعودت الحصول عليها في كل موسم انتخابي.

أولاً: حجم التغطية الانتخابية :

وجاءت أكثر وسائل الإعلام تغطية للانتخابات حسب عدد موضوعات التغطية والمساحة المخصصة للانتخابات الصحافة المطبوعة ثم التلفزيونات، فالصحافة الإلكترونية ثم الإذاعات، وبحسب وحدة القياس الخاصة بكل وسيلة فقد غطت الصحافة المطبوعة الانتخابات النيابية خلال الأيام العشرة الأولى التي يغطيها هذا التقرير بعدد مواد (1479) مادة، ثم التلفزيونات بعدد (756) مادة، ثم الصحافة الإلكترونية بعدد (541) مادة ثم الإذاعات بعدد (407) مادة.

ومن حيث المساحة فقد بلغت مساحة التغطية في الصحافة المطبوعة (43732 سم²) كان أعلاها في الدستور بمساحة (12146 سم²)، وأدناها في السبيل (8969 سم²)، بينما كانت ساعات البث التلفزيوني لتغطية الانتخابات أعلى منها في الإذاعات إذ بلغت ساعات البث التي تم رصدها في التلفزيونات الأربعة 29 ساعة و 35 دقيقة و 25 ثانية، كان أعلاها في قناة رؤيا بمدة زمنية بلغت (11) ساعة وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بساعات بث بلغت (2) ساعة و (29 دقيقة) و (25) ثانية، وتم خلال إجمالي ساعات البث إذاعة ونشر

(357) مادة إعلامية مكررة كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (37 %) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة

(10 %) .

وبلغ مجموع ساعات البث الإذاعي للمواد المتعلقة بالانتخابات للإذاعات عينة الرصد ما مجموعه (18) ساعة ودقيقة واحدة و (56) ثانية كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بعدد (6 ساعات و 14 دقيقة) وبنسبة (35 %) وأدناها في إذاعة حياة أف ام بساعة واحدة و 18 دقيقة و 56 ثانية وبنسبة (7 %)، وتم بث (351) مادة خلال ساعات التغطية كان أعلاها في الإذاعة الأردنية ونسبة (43 %)، وأدناها في إذاعة حياة أف ام بنسبة (8 %).

وبلغت مساحة التغطية في الصحافة الإلكترونية (من حيث عدد الكلمات) (110155) كلمة كان أعلاها في سرايا بنسبة (26 %) وبعدها كلمات (28792) وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة (7 %) وبعدها كلمات (7929)، تم خلالها نشر (426) مادة كان أعلاها في سرايا بـ (114) مادة تمثل نسبة (27 %) من حيث الموضوعات والمواد وأدناها في جفرا نيوز وجراءه نيوز بـ (21) مادة لكل منهما وبنسبة مشتركة بلغت (5 %).

ثانيا : الموضوعات والقضايا الانتخابية :

تباينت اهتمامات الوسائل الإعلامية التي تم رصدها تجاه الموضوعات ذات الأولوية لكل منها، وجاءت أول خمس موضوعات ذات الأهمية فيها على النحو التالي:

الصحافة المطبوعة:

وفيما يلي الإهتمامات الخمس الأولى في الصحافة المطبوعة:

- 1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: أعلاها في الغد بنسبة (15,6%) وأدناها في الدستور بنسبة (7,3%).
- 2 - أنشطة المرشحين: أعلاها في الغد بنسبة (24,3%) وأدناها في الرأي بنسبة (8,6%).
- 3 - التوعية والتعريف: أعلاها في الرأي بنسبة (23,2%) وأدناها في السبيل بنسبة (11,1%).
- 4 - الأعمال اللوجستية والإدارية الانتخابية: أعلاها في السبيل بنسبة (23,7%) وأدناها في الرأي بنسبة (5,8%).
- 5 - المشاركة الانتخابية العامة : أعلاها في الدستور بنسبة (35,8%) وأدناها في السبيل بنسبة (1,4%).

الإذاعات:

- 1 - الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة: أعلى الموضوعات تغطية بنسبة إجمالية (27,9%) أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (51,6%) وأدناها في إذاعتي صوت الجنوب وإذاعة البلد بنسبة (4,3%) لكل منهما.
- 2 - التوعية والتعريف بالانتخابات: أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (13,9%) وأدناها في إذاعتي البلد وحياة اف أم بنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.
- 3 - أنشطة المرشحين: أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (6,3%) وأدناها في الإذاعة الأردنية بنسبة (2,5%).
- 4 - شؤون الكوتا المرأة: أعلاها في إذاعة البلد بنسبة (13,4%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام بنسبة صفر (0,0%).
- 5 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: أعلاها في إذاعة حياة اف ام بنسبة (2,6%)، وأدناها في الإذاعة الأردنية بنسبة (0,2%).

القنوات التلفزيونية:

ثالثاً: الموضوعات والقضايا في التغطية الانتخابية التلفزيونية:

وفيما يلي أهم خمسة موضوعات وقضايا طرحتها القنوات التلفزيونية التي تم رصدها.

1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية : بنسبة إجمالية (26%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (5,9%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (0,5%).

2 - التوعية والتعريف بالانتخابات: وجاءت في الترتيب الثاني بنسبة إجمالية (12,9%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (6,6%) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (2,1%).

3 - شؤون انتخابية أخرى: أعلاها في قناة اليرموك بنسبة (11,3%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (0,5%).

4 - المشاركة الانتخابية العامة: أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (7,4%) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (3,3%).

5 - نزاهة الانتخابات: أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (10%) وأدناها في قناة اليرموك وبنسبة صفر (0,0%).

أما أقل الموضوعات تغطية في القنوات التلفزيونية فهي:

1 - الحقوق السياسية والمدنية، و القضايا الامنية والعنف المرتبط بالانتخابات: وجاءت نسبتها العامة صفر (0,0%) في القنوات التلفزيونية الأربعة.

2 - نتائج الانتخابات : بلغت نسبتها العامة (0,6%) كانت اليرموك هي القناة الوحيدة التي ابدت اهتماما بهذا الموضوع.

3 - استطلاع رأي وتحليل احصاء : بلغت نسبة الاهتمام بهذا الموضوع (0,6%) وكانت قناة اليرموك هي الوحيدة أيضا التي اهتمت بهذا الموضوع.

4 - المقاطعة الانتخابية: أبدت قناتا اليرموك ورؤيا اهتماما بهذا الموضوع وبنسبة عامة (0,8%) بينما لم تبدي قناتا التلفزيون الأردني والحقيقة الدولي أي اهتمام وبنسبة (0,0%).

5 - حقوق الأقليات: تساوت قناتا التلفزيون الأردني ورؤيا بالاهتمام بهذا الموضوع بمادتين مكررتين لكل منهما وبلغت النسبة العامة لهذا الموضوع (1,1%) بينما لم تهتم قناتا اليرموك والحقيقة الدولية به وبنسبة (0,0%).

الصحافة الإلكترونية:

- 1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: أعلى الموضوعات تغطية واحتلت نسبة إجمالية (31%) أعلاها في جراه نيوز بنسبة (58,8%) وأدناها في الوكيل بنسبة (14,3%).
- 2 - الأعمال اللوجستية والإدارية الانتخابية: ثاني المواد اهتماما في الصحافة الإلكترونية بنسبة عامة (14%) كان أعلاها في هلا نيوز بنسبة (43,1%) وأدناها في عمون بنسبة (3,4%).
- 3 - أنشطة المرشحين : أعلاها في خبرني بنسبة (18,8%) وأدناها في جراه نيوز وجفرا نيوز بنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.
- 4 - المخالفات الانتخابية والشؤون الانتخابية الأخرى : أعلاها في البوصلة بنسبة (12,3%) وأدناها في جراه نيوز بنسبة (2,9%)، بينما كان الموقع الأكثر اهتماما بالشؤون الانتخابية الأخرى الوكيل بنسبة (14,3%) وأدناها جراه نيوز بنسبة صفر (0,0%).
- 5 - المشاركة الانتخابية العامة: أعلاها في البوصلة بنسبة (10,5%) وأدناها في الوكيل بنسبة صفر (0,0%).

ثالثا: الفاعل السياسي:

أظهرت نتائج الرصد ان الهيئة المستقلة للانتخابات ظلت الفاعل السياسي الرئيسي الأول في تغطية وسائل الإعلام للانتخابات لكونه هي المصدر الرئيسي للمعلومات وهي التي تتولى إدارة الانتخابات والإشراف عليها وبالتالي فهي الفاعل السياسي الاول في التغطية ، وتاليا أهم خمسة فاعلين سياسيين في وسائل الإعلام المرصودة:

الصحافة المطبوعة:

حل الخبراء والمختصون أولا وكان أعلاها في الغد بنسبة (25,1%)، وأدناها في السبيل بنسبة (7,4%)، ثم الهيئة المستقلة وكان أعلاها في السبيل بنسبة (12,2%)، وأدناها في الرأي بنسبة (10,6%)، ثم القوائم والكتل، كان أعلاها في السبيل بنسبة (18,2%)، وأدناها في الدستور بنسبة (9,6%)، والمجتمع المدني، وكان أعلاها في الغد بنسبة (22,7%)، وأدناها في السبيل بنسبة (10,5%)، وحلت الحكومة خامسا وكان أعلاها في الدستور بنسبة (33,5%) وأدناها في السبيل بنسبة (8,7%).

الإذاعات:

جاءت الهيئة المستقلة للانتخابات في مقدمة الفاعلين السياسيين في تغطية الإذاعات كان أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (14%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (2,4%)، وحل الخبراء والمختصين ثانياً كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (9,8%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وإذاعة البلد وبنسبة مشتركة بلغت (0,2%) لكل منهما.

وجاءت الحكومة في المرتبة الثالثة كان أعلاها في إذاعة البلد وبنسبة (10,4%) وأدناها في إذاعة صوت الجنوب وبنسبة (1,1%)، ثم مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني رابعاً أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (5,5%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة صفر (0,0%)، ثم القوائم والكتل خامساً أعلاها في إذاعة البلد وبنسبة (1,5%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم.

قنوات التلفزيون:

ظلت الهيئة المستقلة للانتخابات الفاعل السياسي الأول في تغطية القنوات التلفزيونية للانتخابات أعلاها في التلفزيون الأردني وبنسبة (10,5%) وأدناها في قناتي اليرموك والحقيقة الدولية وبنسبة متساوية بلغت (2,2%) لكل منهما، ثم أخبار القوائم والكتل الانتخابية فكان أعلاها في قناة اليرموك بنسبة (6,4%)، وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة صفر (0,0%).

وحل النخبون في المرتبة الثالثة كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (12,1%)، وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (2,6%)، في المرتبة الرابعة أنشطة الجهات المراقبة للانتخابات أعلاها كان في قناة رؤيا وبنسبة (16,2%) وأدناها في كل من التلفزيون الأردني وقناة الحقيقة الدولية وبنسبة (4%) لكل منهما، وجاء الخبراء والمختصون خامساً وبنسبة (5,9%) أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (3,6%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية.

الصحافة الإلكترونية:

جاءت الهيئة المستقلة للانتخابات في المرتبة الأولى في الصحافة الإلكترونية من حيث الفاعل السياسي بنسبة إجمالية (30%) كان أعلاها في هلا نيوز (56,9%) وأقلها في خبرني (17,4%).

وحلت القوائم والكتل الانتخابية في المرتبة الثانية من حيث الفاعلية السياسية في المواقع الإلكترونية وبنسبة عامة (28%) كان أعلاها في خبرني (52,2%) وأدناها في الوكيل (9,5%).

وحلت جهات أخرى في المرتبة الرابعة أعلاها في سرايا (15,8%) وأدناها في جراه نيوز وجفرا نيوز بنسبة صفر (0,0%) لكل منهما، وفي المرتبة الخامسة جاءت أنشطة الجهات الرقابية على الانتخابات كان أعلاها في الوكيل (14,3%) وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة صفر (0,0%).

خامساً: اتجاهات التغطية الصحفية: (هذه الفئة لا تقيس الحياد بالمعنى المهني بل تقيس طبيعة اتجاهات التغطية هل ذهبت التغطيات نحو قضايا إيجابية أو سلبية أو محايدة ، ارجو اعادة تحرير التحليل على هذا الاساس.

محايد:

جاءت النسبة العامة لحياد الصحافة المطبوعة في التغطية الانتخابية في المرتبة الأولى بنسبة (48,6%) كان أعلاها في الغد بنسبة (24,3%) وأدناها في الدستور بنسبة (11,4%)،

وجاءت التغطية المحايدة في الإذاعات المرصودة بالمرتبة الأولى بنسبة عامة (52,7%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (9,7%) وأدناها في إذاعة حياة أم بنسبة (1,3%).

وجاء الحياد في المرتبة الثانية في القنوات التلفزيونية بنسبة عامة (28%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة

(4,2%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (0,8%) فقط.

وجاءت التغطية المحايدة في المرتبة الثانية في الصحافة الإلكترونية بنسبة عامة (31%) كان أعلاها في جفرا نيوز بنسبة (47,6%) وأدناها في موقع الوكيل بنسبة (23,8%).

إيجابي:

بلغت النسبة العامة للتغطية الإيجابية (28,2%) أعلاها في الدستور بنسبة (19,1%) وأدناها في الغد بنسبة (5,8%)، وبلغت نسبتها العامة في الإذاعات (33,9%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة

(6,5%) وأدناها في إذاعة حياة أم بنسبة (1,3%)، ووصلت النسبة العامة للتغطية الإيجابية في القنوات التلفزيونية (51,5%) أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (8,5%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (1,7%).

وبلغت النسبة العامة للتغطية الإيجابية في الصحافة الإلكترونية (37%) كان أعلاها في موقع هلا نيوز بنسبة (47%) وأدناها في موقعي الوكيل وهلا نيوز بنسبة (28,6%) لكل منهما.

سلبى:

بلغت النسبة العامة للتغطية السلبية في الصحافة المطبوعة (22,1%) أعلاها في الدستور بنسبة (20,7%) وأدناها في السبيل بنسبة (9,6%)، وفي الإذاعات (13,4%) أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة

(4,7%)، وأدناها في إذاعة حياة أم بنسبة (0,2%)، وفي القنوات التلفزيونية (11,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (2,8%) وأدناها في التلفزيون الأردني بنسبة (0,4%)، وفي الصحافة الإلكترونية

(28%) كان أعلاها في موقع الوكيل بنسبة (47,6%) وأدناها في موقع جراه نيوز بنسبة (17,6%)،

سادسا: التوازن:

الاعتماد على مصدر او عرض رأي واحد:

وصلت النسبة العامة للاعتماد على مصدر واحد او رأي واحد في تغطية الصحافة المطبوعة إلى (72,5%) كان أعلاها في الغد بنسبة (20,3%) وأدناها في السبيل بنسبة (10,9%)، وبلغت في الإذاعات (66,4%) أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (5,8%) وأدناها في إذاعة حياة أم بنسبة (1,6%)، وفي التلفزيونات (47,3%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (3,8%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة

(1%)، وفي الصحافة الإلكترونية (64,7%) وأدناها في موقع هلا نيوز وبنسبة (27,5%).

الاعتماد على مصدرين أو عرض رأيين أو أكثر:

بلغت النسبة العامة للاعتماد على مصدرين أو أكثر أو عرض رأيين أو أكثر في الصحافة المطبوعة (11,1%) أعلاها في السبيل وبنسبة (14,7%) وأدناها في الدستور وبنسبة (5,9%)، وبلغت في الإذاعات (5,7%) أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (2,9%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام وبنسبة صفر (0,0%)، وفي التلفزيونات (41,5%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (13,7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (2,8%)، وفي الصحافة الإلكترونية (19%) كان أعلاها في موقع الوكيل وبنسبة (38,1%) وأدناها في موقع خبرني وبنسبة (11,6%).

الموضوع لا يحتمل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً:

بلغت النسبة العامة لعدم احتمال الموضوع الصحفي إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً في الصحافة المطبوعة (5,3%) أعلاها في السبيل وبنسبة (22%) وأدناها في الرأي وبنسبة (2,9%)، وفي الإذاعات (36,3%)، وفي القنوات التلفزيونية (6,7%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني وبنسبة (7,5%)، وأدناها في قناة اليرموك وبنسبة (0,6%)، وفي الصحافة الإلكترونية (12%) أعلاها في الوكيل وبنسبة (28,6%) وأدناها في سرايا وجراءه نيوز وبنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

عدم الاعتماد على مصادر:

بلغت النسبة العامة للموضوعات التي لا يوجد فيها مصادر أو الموضوعات المجهلة أو المجهولة المصدر في الصحافة المطبوعة (10,2%) أعلاها في الدستور وبنسبة (33,7%) وأدناها في الغد وبنسبة (2,1%)، وفي الإذاعات وبنسبة (3,4%) وتعود جميعها لإذاعة صوت الجنوب، وأدناها في إذاعة صوت البلد، وفي القنوات التلفزيونية (4,5%) كان أعلاها في قناتي رؤيا واليرموك وبنسبة مشتركة واحدة بلغت (2,8%)، وأدناها في كل من التلفزيون الأردني وقناة الحقيقة الدولية وبنسبة صفر (0,0%) لكل منهما، وفي الصحافة الإلكترونية (22%) كان أعلاها في موقع خبرني وبنسبة (31,9%) وأدناها في موقع الوكيل.

سابعاً: الهوية الجغرافية للتغطية:

الموضوعات الوطنية العامة :

تصدرت الإذاعات الوسائل الإعلامية الأخرى بالإهتمام بتغطية القضايا الوطنية وبنسبة تغطية عامة بلغت

(73,2%) أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (8,1%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام وبنسبة (1,5%)، ثم في القنوات التلفزيونية (67,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (2%)، و (61,6%) في الصحافة المطبوعة كان أعلاها في جريدة الدستور وبنسبة (18,7%) وأدناها في جريدة الرأي وبنسبة (13,2%).

وحلت الصحافة الإلكترونية في المرتبة الرابعة بنسبة عامة (57%) أعلاها في موقع جراءه نيوز وبنسبة

(82,4%) وأدناها في موقع جفرا نيوز وبنسبة (33,3%).

الاهتمام بتغطية المحافظات:

الصحافة المطبوعة:

تباينت اهتمامات وسائل الإعلام المرصودة بتغطية اخبار الإنتخابات في المحافظات، وقد كشفت نتائج الرصد ان العاصمة عمان ظلت هي المحافظة الأكثر اهتماما من قبل وسائل الإعلام، وإن كانت تقدمت عليها محافظات اخرى لطبيعة ومكان صدور الوسيلة الإعلامية.

الإذاعات:

تقدمت محافظة معان على العاصمة عمان في التغطية الإذاعية بنسبة عامة (14,2%) وتعود جميعها لإذاعة صوت الجنوب التي بثت منفردة (50) مادة، بينما لم تبث باقي الإذاعات المرصودة أية مادة تتعلق بمحافظة معان.

ومن الملاحظ ان السبب الرئيسي وراء الضعف الكبير في تغطية الإذاعات المرصودة للإنتخابات في المحافظات لكونها إذاعات محلية باستثناء الإذاعة الأردنية التي بلغ مجموع المواد الإنتخابية التي بثتها والخاصة بالمحافظات (152) مادة كان منها (134) مادة تتعلق بالموضوعات الوطنية العامة بينما بثت لجميع المحافظات (18) مادة فقط من بينها (4) مواد للعاصمة عمان.

القنوات التلفزيونية:

أظهرت تغطية القنوات التلفزيونية للنشاطات الإنتخابية في المحافظات تباينا واضحا ففي الوقت الذي تحظى فيه العاصمة عمان بالنسبة الأكبر من التغطية فإن باقي المحافظات تحظى بنسب تغطيات قليلة جدا لا تتناسب بالمطلق مع النشاطات الإنتخابية التي تشهدها تلك المحافظات مما يعني ان القنوات التلفزيون تركّز في تغطياتها على العاصمة وتهمل باقي المحافظات الأخرى.

وبحسب نتائج الرصد فان التلفزيون الأردني الرسمي هو فقط من يبدي اهتماما بتغطية الإنتخابات في المحافظات بينما يتراجع اهتمام باقي القنوات الأخرى التي تم رصدها بمثل هذه التغطية لتركز فقط على تغطية العاصمة عمان فقط.

الصحافة الإلكترونية:

حظيت العاصمة عمان بالنسبة الأعلى من تغطيات الصحافة الإلكترونية (25%) كان أعلاها في موقع جفرا نيوز وبنسبة (57,1%) وأدناها في موقع جراءه نيوز وبنسبة (2,9%).

ويلاحظ ان اهتمام الصحافة الإلكترونية بباقي المحافظات الأردنية ظل في ادنى مستوياته، ولم تحظ معظمها بتغطية واسعة او حتى مقبولة قياسا بما تحظى به العاصمة عمان، ولم تحظى معظم المحافظات إلا بموضوع واحد وبعضها لم يحظى باي تغطية إطلاقا مثل محافظة العقبة، مما يعني انحصار اهتمام الصحافة الإلكترونية في العاصمة فقط ربما لكون جميع المواقع الإلكترونية التي تم رصدها تصدر في العاصمة عمان وتتخذها مقرا لها.

ثامنا: النوع الاجتماعي:

يقصد بهذه الفئة الكشف عن مدى حضور النوع الاجتماعي الفعلي في إنتاج المحتوى الإعلامي أي حجم حضور الاناث والذكور كمنتجين للمحتوى الإعلامي سواء كتاب او معدو مواد إعلامية او مقدمين في الاذاعات او على محطات التلفزيون او ضيوف او مصادر للمحتوى .

الذكور:

كشفت نتائج الرصد أن حصة الذكر في وسائل الإعلام هي الأكبر من حيث الإهتمام بالتغطية، وفي الصحافة المطبوعة فإن حصة الذكر من التغطية كانت اعلى من حصة الأنثى بثلاثة أضعاف وبنسبة عامة (61,9%) للذكر كان أعلاها في جريدة الدستور بنسبة (17,3%)، وأدناها في جريدة السبيل بنسبة (10,9%).

وبلغت النسبة العامة لحصة الذكر في الإذاعات (75,5%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (8,1%) وأدناها في اذاعتي حياة اف ام والبلد بنسبة مشتركة لكل منهما بلغت (1,6%).

وتقاطعت نسبة حضور الذكر في القنوات التلفزيونية مع حضوره في الإذاعات فقد بلغت نسبته في القنوات التلفزيونية (75,6%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (5,8%) وأدناها قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (1,9%)،

وبلغت نسبة حضور الذكر في الصحافة الإلكترونية (51%) كان أعلاها في موقع جفرا نيوز وبنسبة

(66,7%) وأدناها في موقع الوكيل بنسبة (23,8%)

الإناث:

ظلت الأنثى في أدنى سلم أولويات التغطيات الانتخابية في وسائل الإعلام من خلال التمييز في النوع الاجتماعي "الجندي" وقد حظيت الأنثى بالنسبة الأدنى من الإهتمام في الصحافة المطبوعة (6,1%) كان أعلاها في جريدة الغد بنسبة (22,7%) وأدناها في جريدة السبيل بنسبة (5,5%)،

وبلغت نسبة حضور الأنثى في الإذاعات (8%) كان أعلاها في اذاعة صوت الجنوب بنسبة (8%) وأدناها في اذاعتي حياة اف ام والإذاعة الأردنية

وشكل ظهور الأنثى في القنوات التلفزيونية النسبة الأدنى (4,5%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (6,7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية .

ووصلت نسبة ظهور الأنثى في الصحافة الإلكترونية الى (7%) كان أعلاها في موقع البوصلة بنسبة

(17,5%) وأدناها في موقع جراه نيوز .

المختلط (ذكر وأنثى):

بلغت نسبة الاهتمام المختلط بين الذكر والأنثى في الصحافة المطبوعة (20,6%) كان أعلاها في جريدة الرأي بنسبة (19,7%) وأدناها في جريدة الدستور بنسبة (7,8%)، كما بلغت نسبة الحضور المختلط في الإذاعات (4,6%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (1,7%) وأدناها في حياة اف ام بنسبة (0,2%) فقط.

ووصل نسبة المواد التلفزيونية التي ظهر فيها المرأة والرجل بشكل مختلط (16,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (5,3%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (0,6%)، بينما بلغت النسبة في الصحافة الإلكترونية (23%) أعلاها في موقع الوكيل بنسبة (33,3%) وأدناها في موقع سرايا وبنسبة (18,4%).

مدخل

مقدمة

تأتي انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر في بيئة سياسية وإعلامية شهدت تحولات واسعة على مستويات متعددة أهمها ان الانتخابات تجري وفق قانون جديد انهى مبدأ الصوت الواحد الذي سيطر على الانتخابات البرلمانية الأردنية منذ عام 1993 ، كما ان الانتخابات تجري بدون مقاطعة سياسية منظمة.

اما على صعيد البيئة الإعلامية تأتي هذه الانتخابات في وقت ازدادت فيه قوة تأثير الإعلام ودوره الغامض في مراحل الانتقال السياسي وما بعد الثورات الشعبية التي شهدتها عددا من المجتمعات العربية، وعلى المستوى الوطني يشهد الإعلام الأردني خلال السنوات الأخيرة نمواً كمياً ونوعياً واسعاً.

ويقصد بالرصد الإعلامي عملية منهجية منتظمة لمراقبة أداء وسائل الإعلام، تقدم وصفا وتقييماً موضوعياً لمحتوى وسائل الإعلام بشكل مهني وعلمي، وتقوم عملية الرصد بوظائف التقييم والمتابعة والتوثيق، بهدف ضمان حق الجمهور في المعرفة والوصول الحر للمعلومات بنزاهة وعدل.

أهداف الرصد ومراقبة التغطية الإعلامية .

تتلخص الاهداف الفرعية للرصد والمراقبة بما يلي :

- رصد ومراقبة مدى تطبيق القوانين والأنظمة واللوائح الانتخابية من قبل وسائل الإعلام (فرص الوصول الحر والمباشر للمعلومات، الإعلانات والدعاية الانتخابية، فترة وقف الدعاية الانتخابية).
- رصد ومراقبة مدى التزام وسائل الإعلام بالقواعد المهنية والمبادئ الأخلاقية الإعلامية في التغطية الانتخابية .
- رصد ومراقبة مدى التزام وسائل الإعلام بضمان حق الجمهور الأردني في الاطلاع والمعرفة بمختلف مراحل العملية الانتخابية ومدى توفير منابر للنقاش الحر والنزيه والمتعدد والقيام بدور تثقيفي .
- تحديد القضايا المطروحة في الحملات الانتخابية.
- التعرف إلى القوى الفاعلة في الانتخابات وسماتها.
- التعرف إلى سمات المضمون الخاص بالانتخابات.
- ترسيخ ممارسة علمية ومهنية في رصد ومراقبة الأداء المهني للإعلام، ووفق أفضل الممارسات المهنية.

مراحل الرصد

هذا هو تقرير الرصد الأول الذي يصدره معهد الإعلام الأردني وهو واحد من بين اربعة تقارير سيصدرها المعهد تباعا لرصد التغطيات الانتخابية في وسائل الإعلام المختلفة، ويغطي هذا التقرير الفترة الزمنية من 16 / 8 / 2016 الى مساء 25 / 8 / 2016 بينما ستصدر التقارير الأخرى تباعا وضمن جداول زمنية متزامنة مع التقدم في فترة الدعاية الانتخابية حيث سيغطي التقرير الثاني الفترة من 26 / 8 / 2016 وحتى يوم الصمت الانتخابي 2016/ 9/19، وسيغطي التقرير الثالث الفترة من صباح يوم 2016/9/19 وحتى 2016 / 9/ 27 متضمنة تغطية يوم الإقتراع والنتائج ، ثم سيتم إصدار التقرير النهائي العام

الإطار القانوني والمرجعي

تلتزم وتستند عملية رصد وتقييم تغطية وسائل الإعلام الأردنية لانتخابات مجلس النواب السابع عشر على الأطر والمرجعيات الآتية :

أولاً: المنظومة القانونية الأردنية: وتشمل قانون الانتخاب الأردني رقم (6) لعام 2016 وتحديدا المادة (20) و المادة (21) والمادة (22)، وقانون المطبوعات والنشر وقانون المرئي والمسموع والتعليمات التنفيذية الصادرة عن الهيئة المستقلة للانتخاب .

ثانياً: منظومة التنظيم الذاتي للمجتمع الإعلامي الأردني: الميثاق الصحفي الأردني، مدونة المبادئ الرئيسية للتغطية الإعلامية للانتخابات النيابية 2016

ثالثاً: المواثيق الأممية: الميثاق العالمي لحقوق الإنسان المادة 19 والمادة 21، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، المواد 19، 20، 21، 25.

رابعاً: القواعد المهنية والمعايير الدولية الصادرة عن المجالس والمؤسسات الخبيرة التي تمثل الممارسات الفضلى في تغطية الانتخابات في العالم .

العينات :

يقصد برصد التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية لغايات هذه الدراسة التغطية التي تقوم بها وسائل الإعلام الأردنية باللغة العربية وتشمل الوسائل التالية :

- الصحافة المطبوعة اليومية .
- الإذاعات الأردنية المرخصة بموجب القانون .
- محطات التلفزيون المرخصة بموجب القانون
- مواقع الصحافة الالكترونية المسجلة بموجب القانون .
- أ- **عينات الوسائل :** تم تحديد عينة وسائل الإعلام الممثلة لوسائل الإعلام بالطريقة القصدية وفق المعايير التالية :
- تعددية نمط الملكية (عامة أو حكومية، خاصة ، ومجتمعية)
- تعددية نمط السياسات التحريرية وموقفه من السلطة التنفيذية.
- نمط الجمهور المستهدف وقوة الانتشار والنفوذ.

وفي ضوء هذه المعايير تم تحديد العينة وتشمل 20 وسيلة إعلامية على النحو التالي:

الصحافة اليومية المطبوعة: الرأي، والدستور، والغد، والسبيل.

الإذاعات : الإذاعة الأردنية "الرسمية"، وإذاعة حياة اف ام، والبلد، وصوت الجنوب،

القنوات التلفزيونية: التلفزيون الأردني "الرسمي"، والحقيقة الدولية ، واليرموك، ورؤيا.

الصحافة الإلكترونية: عمون، خبرني، سرايا، الوكيل، هلا نيوز، جفرا نيوز، البوصلة، وجراه نيوز.

ب- العينات الزمنية:

- الصحافة: خمسة أعداد أسبوعيا من كل صحيفة (الأحد ، الاثنين ،الثلاثاء ، الأربعاء والخميس).
- الإذاعات: ثلاث ساعات يوميا تمثل أوقات الذروة التقريبية في الاستماع.
- التلفزيون: ثلاث ساعات يوميا تمثل أوقات الذروة التقريبية في المشاهدة.
- المواقع الإلكترونية: خمسة أيام في الأسبوع (الأحد ، الاثنين ، الثلاثاء ، الأربعاء، الخميس) .

نتائج الرصد

توصل الرصد إلى (3183) مادة إعلامية وإعلانية في جميع وسائل الإعلام تم رصدها خلال مرحلة التسجيل (16 الى 24 / 8 / 2016) توزعت على (1845) مادة إخبارية وبنسبة (59,1%)، و 723 مادة رأي وبنسبة (23,2%)، و (19) رداً وتصحيحاً وبنسبة (0,6%)، و (534) مادة للدعاية الانتخابية وبنسبة (17,1%) .

وجاءت أكثر وسائل الإعلام تغطية للانتخابات حسب عدد موضوعات التغطية الصحافة المطبوعة ثم التلفزيونات، والصحافة الإلكترونية ثم الإذاعات، وبحسب وحدة القياس الخاصة بكل وسيلة فقد غطت الصحافة المطبوعة الانتخابات النيابية خلال الأيام العشرة الأولى التي يغطيها هذا التقرير بعدد مواد (1479) مادة، ثم التلفزيونات بعدد (756) مادة، ثم الصحافة الإلكترونية بعدد (541) مادة ثم الإذاعات بعدد (407) مادة.

ومن حيث المساحة فقد بلغت مساحة التغطية في الصحافة المطبوعة (43732 سم²) كان أعلاها في الدستور بمساحة (12146 سم²)، وأدناها في السبيل (8969 سم²)، بينما كانت ساعات البث التلفزيوني لتغطية الانتخابات أعلى منها في الإذاعات فقد بلغت ساعات البث التي تم رصدها في التلفزيونات الأربعة 29 ساعة و 35 دقيقة و 25 ثانية، كان أعلاها في قناة رؤيا بمدة زمنية بلغت (11) ساعة وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بساعات بث بلغت (2) ساعة و (29 دقيقة) و (25) ثانية، وتم خلال إجمالي ساعات البث إذاعة ونشر

(357) مادة إعلامية مكررة كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (37%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (10%) .

وبلغ مجموع ساعات البث الإذاعي للمواد المتعلقة بالانتخابات للإذاعات عينة الرصد ما مجموعه (18) ساعة ودقيقة واحدة و (56) ثانية كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بعدد (6 ساعات و 14 دقيقة) وبنسبة (35%) وأدناها في إذاعة حياة أف ام بساعة واحدة و 18 دقيقة و 56 ثانية وبنسبة (7%)، وتم بث (351) مادة خلال ساعات التغطية كان أعلاها في الإذاعة الأردنية ونسبة (43%)، وأدناها في إذاعة حياة أف ام بنسبة (8%) .

وبلغت مساحة التغطية في الصحافة الإلكترونية (من حيث عدد الكلمات) (110155) كلمة كان أعلاها في سرايا بنسبة (26%) وبعدد كلمات (28792) وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة (7%) وبعدد كلمات (7929)، تم خلالها نشر (426) مادة كان أعلاها في سرايا بـ (114) مادة تمثل نسبة (27%) من حيث الموضوعات والمواد وأدناها في جفرا نيوز وجراءه نيوز بـ (21) مادة لكل منهما وبنسبة مشتركة بلغت (5%) .

ويكشف الجدول رقم (1) ان المواد الإخبارية هي أكثر القوالب والأشكال الصحفية التي اعتمدتها وسائل الإعلام المرصودة في تغطية مرحلة التسجيل والدعاية الانتخابية،

أحصى الراصدون (1845) مادة إخبارية تمثل (59,1%) من مجموع التغطيات الإعلامية في الصحافة المطبوعة والتلفزيون والإذاعات والصحافة الإلكترونية لتكون المواد الإخبارية هي القلب الرئيسي الأكثر استخداماً في تغطيات الانتخابات .

وجاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الأولى بنسبة 79%، من حيث استخدام المواد الإخبارية وحلت الصحافة الإلكترونية في المرتبة الثانية من حيث استخدام القلب الإخباري وبنسبة

(69,3 %)، ثم المحطات الإذاعية في المرتبة الثالثة وبنسبة (41 %)، وجاء التلفزيون في المرتبة الرابعة والأخيرة وبنسبة (16,9 %).

وتم رصد (723) مادة رأي مكررة وبنسبة (23,2%) كانت التلفزيونات صاحبة المرتبة الأولى وبنسبة (29%) ثم الإذاعات في المرتبة الثانية بنسبة (25 %)، والصحافة المطبوعة في المرتبة الثالثة بنسبة (19%) ثم الصحافة الإلكترونية بنسبة (17,6%).

وأشارت نتائج الرصد الى تدني اهتمام وسائل الإعلام والجمهور بالردود والتصحيحات اذا لم تتجاوز نسبة حضور هذه الممارسة اكثر من 06،%

وبلغ عدد المواد الدعائية والإعلانية (534) مادة وبنسبة (17,1 %) حصلت التلفزيونات على اعلى نسبة منها وبنسبة (52 %) ثم محطات الإذاعة بنسبة (14%) ثم الصحافة الإلكترونية (13 %) بينما كانت حصة الصحافة المطبوعة في أدنى مستوى لها إذ لم تحصل إلا على (1%) فقط، مما يكشف عن تكريس أزمة الصحافة المطبوعة التي لم تحصل على حصتها التقليدية من الدعاية الانتخابية التي تعودت الحصول عليها في كل موسم انتخابي.

جدول رقم (1)

التوزيع النسبي للمحتوى الإعلامي لتغطية الانتخابات حسب نوع المادة الإعلامية والإعلانية .

Total		القوالب_والأشكال								العينة_الرئيسية
		الدعاية الانتخابية		الردود والتصحيحات		مواد الرأي		المواد الإخبارية		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
24	756	52.0	393	2	16	29.0	219	17	128	محطات التلفزيون
13	407	34	139	0	0	25	103	41	165	محطات الإذاعة
46	1479	1	15	0	2	19	287	79	1175	الصحافة المطبوعة
17	541	13	70	0	1	18	95	69	375	الصحافة الالكترونية
100	3183	17.1	534	.6	19	23.2	723	59.1	1845	Total

الصحافة المطبوعة:

اولا : حجم التغطية الانتخابية :

بلغ عدد الموضوعات الانتخابية التي نشرتها الصحافة المطبوعة التي تم رصدها (1479) موضوعا و (531) مادة صحفية وفقا لمعطيات الجدول رقم (3)، حيث تصدرت الدستور الصحافة المطبوعة من حيث مجموع عدد ومساحة الموضوعات والمواد الصحفية الانتخابية التي تمت تغطيتها بمساحة إجمالية بلغت (12146 سم²) ونسبة (28%)، والغد في المرتبة الثانية بمساحة إجمالية (11938 سم²) ونسبة (27%) .

وجاءت الرأي الثالثة بمساحة إجمالية بلغت (10679 سم²) ونسبة (24%)، بينما حلت السبيل في المرتبة الرابعة بمساحة (8969 سم²) ونسبة (21%) .

جدول رقم (2) عدد ومساحة المواد التي غطت الانتخابات حسب الصحيفة

الصحيفة	عدد الموضوعات *	%	عدد المواد الصحفية	%	المساحة	%
الرأي	350	24	151	28	10679	24
الغد	400	27	152	29	11938	27
الدستور	144	28	149	28	12146	28
السبيل	300	20	79	15	8969	21
المجموع	1464	100	531	100	43732	100

* عدد الموضوعات المقرب إلى 30 سم² كحد أعلى لكل موضوع

توصل الرصد الى 1479 مادة إعلامية وإعلانية مكررة في الصحف المطبوعة الأربع التي تم رصدها موزعة على المواد الإخبارية، ومواد الرأي، والردود والتصحيحات، والدعاية الانتخابية حيث تصدرت الدستور الصحف المطبوعة بنسبة (28,2%)، تلتها الغد بنسبة (27%)، ثم الرأي بنسبة (24,1%) ثم السبيل في المرتبة الرابعة بنسبة (20,6%) .

ووفقا لمعطيات الجدول رقم (2) فقد تصدرت المواد الإخبارية إهتمام الصحف المطبوعة وبمجموع (1063) مادة مكررة ونسبة (71,9%)، حيث جاءت الغد في المرتبة الأولى بنسبة (19%) تلتها السبيل بنسبة (16,3%) والرأي في المرتبة الثالثة بنسبة (15,2%) وحلت الدستور في المرتبة الرابعة بنسبة (12,6%) .

وحلت الدستور في المرتبة الأولى من حيث مواد الرأي بنسبة (24,2%) والسبيل في المرتبة الرابعة بنسبة (3%)، كما تساوت الدستور والغد في عدد الردود والتصحيحات بنسبة (5,3%) .

وحصلت الرأي (2%) من مواد الدعاية الانتخابية، والسبيل بنسبة (1,6%)، والدستور (0,7%) ثم الغد بنسبة (0%) .

جدول رقم (3)

التوزيع النسبي للمحتوى الإعلامي لتغطية الانتخابات حسب نوع المادة الإعلامية والإعلانية:

Total		القوالب_ والأشكال								العينة_ الفرعية
		الدعاية الانتخابية		الردود والتصحيحات		مواد الرأي		المواد الإخبارية		
%	ت	%	ت			%	ت	%	ت	
24.1	357	2.0	7	5.3	1	11.2	93	15.2	256	الرأي
27.0	400	.0	0	0.0	0	9.7	80	19.0	320	الغد
28.2	417	.7	3	5.3	1	24.2	201	12.6	212	الدستور
20.6	305	1.6	5	0.0	0	3.0	25	16.3	275	السبيل
100.0	1479	1.0	15	0	2	27.0	399	71.9	1063	Total

ثالثاً : الموضوعات والقضايا الانتخابية :

تكشف نتائج الجدول رقم (4) عن أهم الموضوعات التي أولتها الصحافة المطبوعة اهتمامها وقامت بالتركيز عليها في الفترة الزمنية التي يغطيها هذا التقرير، إذ جاء اهتمام الصحف بالدرجة الأولى بموضوع إجراءات تسجيل المرشحين وهي ذات الفترة التي يختص هذا التقرير بتغطيتها، وجاء الإهتمام بأنشطة المرشحين في المرتبة الثانية، ثم توعية الناخبين وتعريفهم بقانون الانتخاب وإجراءات الانتخاب، والإجراءات اللوجستية المصاحبة للعملية الانتخابية ونزاهة الانتخابات والكويت النسائية والحملة الدعائية للهيئة المستقلة للانتخابات.. الخ.

ويلاحظ في هذه الفترة قلة اهتمام الصحافة المطبوعة باستطلاعات الرأي والمال السياسي "الأسود"، والبرامج الانتخابية والمقاطعة والحقوق المدنية والسياسية وحقوق الأقليات وغيرها من القضايا الموضوعات الأخرى التي أبدت الصحافة المطبوعة فتوراً تجاهها وعدم الإهتمام بها.

وفيما يلي الإهتمامات الخمس الأولى في الصحافة المطبوعة:

1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: أعلاها في الغد بنسبة (6,15%) وأدناها في الدستور بنسبة (3,7%).

2 - أنشطة المرشحين: أعلاها في الغد بنسبة (3,24%) وأدناها في الرأي بنسبة (6,8%).

3 - التوعية والتعريف: أعلاها في الرأي بنسبة (2,23%) وأدناها في السبيل بنسبة (1,11%).

4 - الأعمال اللوجستية والإدارية الانتخابية: أعلاها في السبيل بنسبة (7,23%) وأدناها في الرأي بنسبة (8,5%).

5 - المشاركة الانتخابية العامة : أعلاها في الدستور بنسبة (8,35%) وأدناها في السبيل بنسبة (4,1%).

جدول رقم (4)
التوزيع النسبي لعدد الموضوعات والقضايا التي طرحتها المواد الصحفية حسب الصحيفة

الصحافة المطبوعة										الموضوعات_ القضايا
المجموع		السبيل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2.9	42	5.2	4	37.7	29	3.9	3	7.8	6	المواقف السياسية الرسمية العامة
8.6	126	1.4	3	35.8	77	5.6	12	15.8	34	المشاركة الانتخابية العامة
1.0	14	0.0	0	60.9	14	0.0	0	0.0	0	المقاطعة الانتخابية
3.3	48	13.8	11	18.8	15	6.3	5	21.3	17	نزاهة الانتخابات
1.5	22	16.7	8	10.4	5	6.3	3	12.5	6	الفساد الانتخابي(المال السياسي الانتخابي الاسود)
1.2	17	5.3	2	7.9	3	10.5	4	21.1	8	البرامج الانتخابية
11.9	174	11.1	32	13.5	39	12.5	36	23.2	67	التوعية والتعريف بالانتخابات
3.1	45	6.5	7	14.0	15	0.0	0	21.5	23	المخالفات الانتخابية
0.3	5	0.0	0	33.3	3	0.0	0	22.2	2	نتائج الانتخابات
13.5	197	16.4	48	18.2	53	24.3	71	8.6	25	أنشطة المرشحين
3.2	47	1.3	1	39.7	31	11.5	9	7.7	6	الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة
0.1	2	11.1	1	0.0	0	11.1	1	0.0	0	حقوق الأقليات والمجموعات الخاصة
5.7	84	5.6	7	12.8	16	34.4	43	14.4	18	شؤون الكوتا المرأة
2.7	40	9.8	5	23.5	12	35.3	18	9.8	5	شؤون الشباب
0.6	9	0.0	0	29.4	5	23.5	4	0.0	0	الحقوق السياسية والمدنية
11.6	170	23.7	65	16.1	44	16.4	45	5.8	16	الاعمال اللوجستية والادارية الانتخابية
19.4	284	13.4	75	7.3	41	15.6	87	14.5	81	اجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية
0.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	16.7	2	القضايا الامنية والعنف المرتبط بالانتخابات
7.6	111	13.4	26	4.6	9	24.7	48	14.4	28	شؤون انتخابية اخرى
1.7	25	12.8	5	7.7	3	28.2	11	15.4	6	استطلاع رأي وتحليل وإحصاء
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	Total

رابعاً: الفاعل السياسي:

كشفت نتائج الرصد أن أهم فاعل سياسي في تغطية الصحافة المطبوعة في الفترة الزمنية التي يغطيها هذا التقرير هم الخبراء والمختصون، ثم الهيئة المستقلة للانتخابات، وفي المرتبة الثالثة حلت أخبار القوائم والكتل ثم مؤسسات المجتمع المدني والحكومة والأحزاب المشاركة، وجميعها تمثل قوى سياسية فاعلة ومؤثرة في العملية الانتخابية.

ويلاحظ وفقاً لمعطيات الجدول رقم (5) أن الناخبين وهم أساس العملية الانتخابية لم يحظوا بتغطيات واسعة مما يكشف عن عدم إهتمام الصحافة المطبوعة بقضايا وتوجهات الناخبين في هذه المرحلة ، فضلاً عن عدم إيلاء العشائر حصتها الكافية من التغطيات بالرغم من كونها أحد أبرز الجهات المؤثرة في الانتخابات.

وفيما يلي نتائج التوزيع النسبي لأهم خمسة فاعلين سياسيين كما طرحتها الصحافة المطبوعة.

- 1 - الخبراء والمختصون: أعلاها في الغد بنسبة (25,1%) وأدناها في السبيل بنسبة (7,4%).
- 2 - الهيئة المستقلة: أعلاها في السبيل بنسبة (12,2%)، وأدناها في الرأي بنسبة (10,6%).
- 3 - القوائم والكتل: أعلاها في السبيل بنسبة (18,2%)، وأدناها في الدستور بنسبة (9,6%).
- 4 - المجتمع المدني: أعلاها في الغد بنسبة (22,7%)، وأدناها في السبيل بنسبة (10,5%).
- 5 - الحكومة: أعلاها في الدستور بنسبة (33,5%) وأدناها في السبيل بنسبة (8,7%).

جدول رقم (5)

التوزيع النسبي لعدد الفاعل السياسي كما طرحتها الموضوعات الصحفية حسب الصحيفة

الصحافة المطبوعة										الفاعلون
المجموع		السبيل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.6	23	2.0	1	27.5	14	5.9	3	9.8	5	الملك
19.9	291	12.2	78	10.8	69	11.9	76	10.6	68	الهيئة المستقلة
8.3	121	8.7	15	33.5	58	12.1	21	15.6	27	الحكومة
0.2	3	11.1	1	22.2	2	0.0	0	0.0	0	المؤسسات الأمنية
0.3	4	0.0	0	12.5	1	25.0	2	12.5	1	الداخلية والمحافظون
5.6	82	19.0	23	22.3	27	19.8	24	6.6	8	الأحزاب المشاركة
14.3	209	10.5	29	21.7	60	22.7	63	20.6	57	المجتمع المدني
1.4	21	3.2	1	38.7	12	19.4	6	6.5	2	العشائر
21.0	307	7.4	33	17.0	76	25.1	112	19.2	86	الخبراء والمختصون
0.3	5	14.3	1	42.9	3	0.0	0	14.3	1	ذوي الإعاقة ومؤسساتهم
1.5	22	8.1	6	6.8	5	1.4	1	13.5	10	انشطة الجهات المراقبة للانتخابات
4.0	59	10.3	12	19.0	22	14.7	17	6.9	8	الناخبون
17.7	259	18.2	85	9.6	45	14.3	67	13.3	62	القوائم والكتل
1.8	26	5.9	4	16.2	11	10.3	7	5.9	4	اخرى
2.2	32	23.9	11	19.6	9	2.2	1	23.9	11	امانة عمان والبلديات
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	المجموع

خامسا: اتجاهات الحياد في التغطية الصحفية:

لا يقصد بقياس الحياد هنا المعنى المهني بل قياس طبيعة اتجاهات التغطية وفيما إذا كانت قد ذهبت نحو قضايا ايجابية او سلبية او محايدة، وقد كشفت نتائج الرصد أن حيادية الصحافة المطبوعة تمثلت في (712) مادة لم تظهر فيها الصحافة المطبوعة اية مواقف أو توجهات لوم تطلق فيها أية احكام ، وبلغت النسبة العامة للمواد المحايدة من حيث اتجاهات التغطية (48,6 %) كان أعلاها في الغد وبنسبة (24,3 %) وأدناها في الدستور وبنسبة (11,4 %)، وبلغت النسبة العامة للتغطية الإيجابية (28,2 %)، وبلغت نسبة التغطية السلبية (22,1 %).

وبلغت نسبة التغطية الإيجابية (28,2 %) أعلاها في الدستور وبنسبة (19,1 %) وأدناها في الغد وبنسبة (5,8 %)، وبلغت نسبة التغطية السلبية (22,1 %) أعلاها في الدستور وبنسبة (20,7 %) وأدناها في السبيل وبنسبة (9,6 %).

وجاءت (أخرى) في المرتبة الرابعة بنسبة (1,1 %) أعلاها في الدستور وبنسبة (21,5 %) وأدناها في الرأي بنسبة صفر (0,0 %).

الشكل رقم (6)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب اتجاهات الصحافة المطبوعة في التغطية الانتخابية

الصحافة المطبوعة										اتجاهات_التغطية
المجموع		السبيل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
22.1	323	9.6	52	20.7	112	17.2	93	12.2	66	سلبي
28.2	413	11.8	104	19.1	168	5.8	51	10.2	90	ايجابي
48.6	712	13.6	143	11.4	120	24.3	255	18.5	194	محايد
1.1	16	1.5	1	21.5	14	1.5	1	0.0	0	أخرى
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	Total

سادسا: التوازن:

تكشف نتائج الجدول رقم (7) عن معطيات مدى التزام الصحافة المطبوعة بتحقيق مبادئ وقيم التوازن في التغطيات الانتخابية فقد جاء الاعتماد على مصدر واحد أو رأي واحد في تغطية الصحافة المطبوعة للانتخابات بنسبة مرتفعة جدا وصلت إلى (72,5 %) كان أعلاها في الغد وبنسبة (20,3 %) وأدناها في السبيل وبنسبة (10,9 %) .

وحلت المواد التي اعتمدت على مصدرين أو أكثر أو عرض رأيين أو أكثر ثانيا بنسبة (11,1 %) كان أعلاها في السبيل وبنسبة (14,7 %) وأدناها في الدستور وبنسبة (5,9 %).

وجاء في المرتبة الثالثة عدم الاعتماد على أي مصدر بنسبة (10,2 %) كان أعلاها في الدستور وبنسبة (33,7 %) وأدناها في الغد وبنسبة (2,1 %).

وفي المرتبة الرابعة جاء عدم احتمال الموضوع الصحفي إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً وبنسبة (5,3 %) كان أعلاها في السبيل بنسبة (22 %) وأدناها في الرأي وبنسبة (2,9 %).

الشكل رقم (7)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب التوازن في التغطية الإخبارية

الصحافة المطبوعة										التوازن
المجموع		السبيل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
72.5	1061	10.9	179	16.2	266	20.3	333	17.3	283	
11.1	163	14.7	62	5.9	25	10.6	45	7.3	31	يعتمد على مصدرين أو أكثر أو يعرض رأيين أو أكثر
5.3	78	22.0	38	13.3	23	6.9	12	2.9	5	الموضوع لا يحتمل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً
10.2	149	6.9	20	33.7	97	2.1	6	9.0	26	لا يعتمد على مصادر أخرى
0.9	13	7.7	1	23.1	3	30.8	4	38.5	5	
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	Total

سابعا: الهوية الجغرافية للتغطية:

حظي اهتمام الصحافة المطبوعة بالموضوعات الوطنية العامة بنسبة كبيرة جدا في تغطياتها الانتخابية

(61,6 %) أعلاها في الدستور بنسبة (18,7 %) وأدناها في الرأي بنسبة (13,2 %).

وبكشف الجدول رقم (8) أن محافظة إربد حظيت بأعلى نسبة إهتمام في التغطية من حيث الهوية الجغرافية متقدمة بذلك على العاصمة عمان بنسبة (7,3 %) كان أعلاها في الغد وبنسبة (38,3 %) وأدناها في السبيل وبنسبة (10,2 %).

وحلت العاصمة عمان في المرتبة الثانية بنسبة (5,6%) أعلاها في الغد بنسبة (12,3%) وأدناها في الدستور بنسبة (4,1%).

وجاءت المواد المختلطة في المرتبة الثالثة بنسبة (5,1%) أعلاها في الرأي نسبة (19,7%) وأدناها في الدستور بنسبة (12%).

وجاءت محافظة الكرك في المرتبة الرابعة بنسبة (4%) أعلاها في الغد بنسبة (41,5%) وأدناها في السبيل بنسبة صفر (0,0%).

وحلت محافظة الزرقاء في المرتبة الخامسة بنسبة (2,7%) كان أعلاها في الغد بنسبة (21,2%) وأدناها في الدستور بنسبة (13,5%).

وبحسب معطيات الجدول رقم (8) فان اهتمام الصحافة المطبوعة كان قليلا تجاه تغطية المحافظات الأخرى لتكون دوائر البدو "الشمال والجنوب والوسط" الأقل إهتماما وبنسبة متدنية جدا تصل الى (0,4%) ، ثم محافظة المفرق بنسبة (0,8%).

وحظيت محافظة جرش بنسبة (2,3%) ، وعجلون بنسبة (2,2%) ، وحظيت محافظتي الطفيلة ومعان بنسبة متساوية بلغت (2%) ، تلتهما محافظة العقبة بنسبة (1,9%) ، ثم البلقاء ومادبا بنسبة متساوية (1%) لكل منهما.

الشكل رقم (8)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب الهوية الجغرافية في التغطية الانتخابية

الصحافة المطبوعة										الهوية الجغرافية
المجموع		السبيل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
61.6	902	13.6	218	18.7	299	10.9	174	13.2	211	موضوعات وطنية عامة
5.6	82	9.9	24	4.1	10	12.3	30	7.4	18	العاصمة
1.0	14	0.0	0	12.0	3	28.0	7	16.0	4	محافظة البلقاء
2.7	39	17.3	9	13.5	7	23.1	12	21.2	11	محافظة الزرقاء
1.0	14	8.3	2	4.2	1	37.5	9	8.3	2	محافظة مادبا
7.3	107	10.2	13	18.8	24	38.3	49	16.4	21	محافظة أربد
2.3	34	2.5	1	15.0	6	42.5	17	25.0	10	محافظة جرش
2.2	32	6.5	3	15.2	7	19.6	9	28.3	13	محافظة عجلون
0.8	11	16.0	4	0.0	0	28.0	7	0.0	0	محافظة المفرق
4.0	58	0.0	0	13.8	9	41.5	27	33.8	22	محافظة الكرك
2.0	29	0.0	0	21.9	7	62.5	20	6.3	2	محافظة الطفيلة
2.0	29	1.1	1	16.0	15	4.3	4	9.6	9	محافظة معان
1.9	28	27.3	9	9.1	3	39.4	13	9.1	3	محافظة العقبة
0.4	6	0.0	0	55.6	5	0.0	0	11.1	1	دوائر البدو(شمال،وسط،جنوب)
5.1	75	13.7	16	12.0	14	18.8	22	19.7	23	مختلط
0.3	4	0.0	0	100.0	4	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	Total

ثامنا: النوع الاجتماعي:

يقصد بهذه الفئة الكشف عن مدى حضور النوع الاجتماعي الفعلي في إنتاج المحتوى الإعلامي أي حجم حضور الاناث والذكور كمنتجين للمحتوى الإعلامي سواء كتاب او معدو مواد إعلامية او مقدمين في الاذاعات او على محطات التلفزيون او ضيوف او مصادر للمحتوى .

ويوضح الجدول رقم (9) التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب إنتاج المحتوى الإعلامي للنوع الاجتماعي في التغطية الانتخابية، وتكشف النتائج أن حصة الذكر كانت الأعلى في إنتاج المحتوى الإعلامي من حضور الأنثى في تغطيات الصحافة المطبوعة بحوالي ثلاثة أضعاف حضورها، وبنسبة (61,9%) للذكر أعلاها في الدستور بنسبة (17,3%)، وأدناها في السبيل بنسبة (10,9%).

وبلغت نسبة حصة الأنثى في إنتاج المحتوى الإعلامي النسبة الأدنى بمجموع (6,1%) كان أعلاها في الغد بنسبة (22,7%) وأدناها في السبيل بنسبة (5,5%)، وتقدم عليها "المختلط بين الذكر والأنثى وبنسبة (20,6%) كان أعلاها في الرأي بنسبة (19,7%) وأدناها في الدستور بنسبة (7,8%).

وجاءت نسبة "لا ذكر ولا أنثى" في المواد والموضوعات التي لم تظهر فيها أية إشارة للنوع الاجتماعي متقدمة ايضا على "الأنثى" بمجموع (11,4%) كان أعلاها في الدستور بنسبة (25,7%) وأدناها في الرأي بنسبة (4,2%).

جدول رقم (9)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب الحضور الفعلي للنوع الاجتماعي في التغطية الانتخابية

الصحافة المطبوعة										النوع_الاجتماعي
المجموع		السييل		الدستور		الغد		الرأي		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
6.1	90	5.5	9	14.7	24	22.7	37	12.3	20	الأنثى
61.9	906	10.9	172	17.3	272	15.3	241	14.0	221	الذكر
20.6	301	15.2	74	7.8	38	19.1	93	19.7	96	مختلط(ذكر وأنثى)
11.4	167	14.5	45	25.7	80	9.3	29	4.2	13	لا يوجد ذكر ولا انثى
100.0	1464	11.8	300	16.3	414	15.8	400	13.8	350	Total

ثانيا : محطات الإذاعة

أولاً: القوالب والأشكال الصحفية:

بلغ عدد المواد والموضوعات التي تم رصدها في أربع محطات إذاعية هي حياة اف أم، و البلد، و الإذاعة الأردنية وإذاعة صوت الجنوب (407) مادة توزعت على (171) مادة وبنسبة (42%) للإذاعة الأردنية، ثم(119) مادة لإذاعة صوت الجنوب وبنسبة (29,2%)، و (90) مادة لإذاعة البلد وبنسبة (22,1%) ثم (27) مادة وبنسبة (6,6%) لإذاعة حياة اف أم.

ووفقا لمعطيات الجدول رقم (10) فقد جاءت المواد الإخبارية في صدارة القوالب الإذاعية من حيث المحتوى الإعلامي بنسبة إجمالية (40,5%) كان أعلاها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (96,3%) وأدناها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (21,1%).

وجاءت الدعاية الانتخابية في المرتبة الثانية من حيث القوالب الصحفية بنسبة إجمالية (34%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (73%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة صفر (0,0%).

وحلت مواد الرأي في المرتبة الثالثة من حيث القوالب الصحفية بنسبة عامة (25,3%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب وبنسبة (50%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (3,7%).

ولم يسجل الراصدون أية ردود او تصحيحات في الإذاعات الأربع عينة الرصد.

جدول رقم (10)

التوزيع النسبي للمحتوى الاعلامي التغطية الانتخابيات حسب نوع المادة الاعلامية والاعلانية .

Total		القوالب_والاشكال								العينة_ الفرعية
		الدعاية الانتخابية		الردود والتصحيحات		مواد الرأي		المواد الاخبارية		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
6.6	27	.0	0	.0	0	3.7	1	96.3	26	اذاعة حياة اف ام
22.1	90	21	29	.0	0	10.0	9	57.8	52	اذاعة البلد
42.0	171	73	102	0	0	19.3	33	21.1	36	الاذاعة الاردنية
29.2	119	6	8	.0	0	50.4	60	42.9	51	اذاعة صوت الجنوب
100.0	407	34	139	0	0	25.3	103	40.5	165	Total

ثانيا: حجم التغطية الإذاعية:

ويوضح الجدول رقم (11) حجم التغطيات الإذاعية من خلال العدد والمدة الزمنية للمواد التي غطت الانتخابات، إذ بلغ مجموع ساعات البث الإذاعي للمواد المتعلقة بالانتخابات للإذاعات عينة الرصد ما مجموعه (18) ساعة ودقيقة واحدة و (56) ثانية كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بعدد ساعات (6ساعات و 14 دقيقة) وبنسبة(35%) وأدناها في إذاعة حياة أف أم بساعة واحدة و 18 دقيقة و 56 ثانية وبنسبة (7%)، بينما جاءت الإذاعة الأردنية في المرتبة الثالثة بعدد (5 ساعات و 24 دقيقة) وبنسبة (30%) ثم إذاعة البلد ببث 5 ساعات و 5 دقائق وبنسبة (28%).

اما بالنسبة لعدد المواد الإعلامية التي تم بثها عبر الإذاعات الأربع عينة الرصد فقد بلغ مجموعها (351) مادة كان أعلاها في الإذاعة الأردنية ونسبة (43%)، وأدناها في إذاعة حياة اف ام بنسبة (8%) بينما جاءت إذاعة صوت الجنوب في المرتبة الثانية من حيث عدد المواد الانتخابية ونسبة (32%) تلتها في المرتبة الثالثة إذاعة البلد بنسبة (17%).

جدول رقم (11)

العدد والمدة الزمنية للمواد الإذاعية التي غطت الانتخابات حسب المحطة

الإذاعة	عدد المواد الإعلامية	%	المدة	%
الإذاعة الأردنية	152	43	5:24:00	30
إذاعة البلد	61	17	5:05:00	28
إذاعة صوت الجنوب	111	32	6:14:00	35
إذاعة حياة اف ام	27	8	1:18:56	7
المجموع	351	100	18:01:56	100

ثالثا: الموضوعات والقضايا في التغطية الانتخابية:

يوضح الجدول رقم (12) التوزيع النسبي لعدد الموضوعات والقضايا التي طرحتها المواد الإذاعية حسب المحطة الإذاعية وفيما يلي أبرز الموضوعات والقضايا الخمس الأولى التي طرحتها المحطات الإذاعية:

1 - الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة: حظيت الهيئة الإعلامية المستقلة للانتخابات باكثر عدد موضوعات في الإذاعات وبنسبة (27,9%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (51,6%) وأدناها في إذاعة صوت الجنوب وإذاعة البلد بنسبة (4,3%) لكل منهما.

2 - التوعية والتعريف بالانتخابات: جاءت موضوعات التوعية والتعريف بقانون الانتخابات في المرتبة الثانية من حيث أهمية الموضوعات وبنسبة إجمالية (26,5%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (13,9%) وأدناها في إذاعة البلد وحياة اف ام بنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

3 - أنشطة المرشحين: حلت تغطية أنشطة المرشحين في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية (10,8%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (6,3%) وأدناها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (2,5%).

4 - شؤون الكوتا المرأة: جاءت الموضوعات والمواد الخاصة بكوتا المرأة في المرتبة الرابعة وبنسبة إجمالية (9,1%) كان أعلاها في إذاعة البلد بنسبة (13,4%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام وبنسبة صفر (0 و0%).

5 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: جاءت تغطية إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية بالمرتبة الخامسة بنسبة عامة (8,5%) كان أعلاها في إذاعة حياة اف ام وبنسبة (2,6%)، وأدناها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (0,2%).

جدول رقم (12)

التوزيع النسبي لعدد الموضوعات والقضايا التي طرحتها المواد الإذاعية حسب المحطة الإذاعية

محطات إذاعية										الموضوعات_القضايا
إذاعة حياة اف ام		إذاعة البلد		الإذاعة الأردنية		إذاعة صوت الجنوب				
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.0	0	0.0	0	0.0	0	4.3	3	0.9	3	المواقف السياسية الرسمية العامة
.5	1	0.0	0	3.3	7	4.3	9	4.8	17	المشاركة الانتخابية العامة
0.0	0	4.3	1	0.0	0	8.7	2	0.9	3	المقاطعة الانتخابية
0.0	0	1.2	1	7.1	6	1.2	1	2.3	8	نزاهة الانتخابات
4.3	2	0.0	0	2.1	1	0.0	0	0.9	3	الفساد الانتخابي(المال السياسي الانتخابي الاسود)
0.0	0	0.0	0	10.0	4	5.0	2	1.7	6	البرامج الانتخابية
0.0	0	0.0	0	5.8	17	13.9	41	16.5	58	التوعية والتعريف بالانتخابات
.9	1	4.6	5	.9	1	.9	1	2.3	8	المخالفات الانتخابية
0.0	0	22.2	2	0.0	0	0.0	0	0.6	2	نتائج الانتخابات
.7	2	3.9	11	2.5	7	6.3	18	10.8	38	أنشطة المرشحين
.6	1	4.3	7	51.6	83	4.3	7	27.9	98	الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	حقوق الأقليات والمجموعات الخاصة
0.0	0	13.4	18	7.5	10	3.0	4	9.1	32	شؤون الكوتا المرأة
4.0	2	0.0	0	6.0	3	0.0	0	1.4	5	شؤون الشباب
0.0	0	0.0	0	5.6	1	22.2	4	1.4	5	الحقوق السياسية والمدنية
1.5	4	3.7	10	2.2	6	1.5	4	6.8	24	الاعمال اللوجستية والادارية الانتخابية
2.6	14	.9	5	.2	1	1.9	10	8.5	30	اجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	القضايا الامنية والعنف المرتبط بالانتخابات
0.0	0	0.0	0	2.6	5	2.1	4	2.6	9	شؤون انتخابية اخرى
0.0	0	2.6	1	0.0	0	2.6	1	0.6	2	استطلاع رأي وتحليل وإحصاء
1.0	27	2.3	61	5.9	152	4.3	111	100.0	351	Total

رابعاً: الفاعل السياسي :

يستعرض الجدول رقم (13) التوزيع النسبي لعدد الفاعلين السياسيين كما طرحتها الموضوعات الإذاعية حيث ظلت الهيئة المستقلة للانتخابات في مقدمة الفاعلين السياسيين ونسبة إجمالية (43,6%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية ونسبة (14%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم ونسبة (2,4%).

وجاء الخبراء والمختصون في المرتبة الثانية ونسبة إجمالية (19,1%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (9,8%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وإذاعة البلد ونسبة مشتركة بلغت (0,2%) لكل منهما.

وحلت الحكومة في المرتبة الثالثة ونسبة إجمالية (10,8%) كان أعلاها في إذاعة البلد ونسبة (10,4%) وأدناها في إذاعة صوت الجنوب ونسبة (1,1%)، وحلت مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني في المرتبة الرابعة ونسبة إجمالية (8,3%)، أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (5,5%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم ونسبة صفر (0,0%).

وجاءت القوائم والكتل في المرتبة الخامسة ونسبة إجمالية (4%) فقط، كان أعلاها في إذاعة البلد ونسبة (1,5%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم ونسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (13)

التوزيع النسبي لعدد الفاعل السياسي كما طرحتها الموضوعات الإذاعية حسب المحطة الإذاعية

محطات إذاعية										الفاعلون
المجموع		إذاعة صوت الجنوب		الإذاعة الاردنية		إذاعة البلد		إذاعة حياة اف ام		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.4	5	6.7	3	4.4	2	0.0	0	0.0	0	الملك
43.6	153	2.5	18	14.0	100	2.5	18	2.4	17	الهيئة المستقلة
10.8	38	1.1	2	6.0	11	10.4	19	3.3	6	الحكومة
0.6	2	12.5	1	0.0	0	0.0	0	12.5	1	المؤسسات الأمنية
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	الداخلية والمحافظون
3.7	13	9.2	11	0.0	0	0.0	0	1.7	2	الأحزاب المشاركة
8.3	29	5.5	15	1.1	3	4.0	11	0.0	0	المجتمع المدني
1.1	4	12.9	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	العشائر
19.1	67	9.8	43	5.0	22	.2	1	.2	1	الخبراء والمختصون
0.9	3	25.0	2	12.5	1	0.0	0	0.0	0	ذوي الإعاقة ومؤسساتهم
2.0	7	1.3	1	6.3	5	1.3	1	0.0	0	انشطة الجهات المراقبة للانتخابات
2.8	10	2.7	3	4.4	5	1.8	2	0.0	0	الناخبون
4.0	14	1.1	5	.4	2	1.5	7	0.0	0	القوائم والكتل
0.9	3	3.0	2	0.0	0	1.5	1	0.0	0	اخرى
0.9	3	2.1	1	2.1	1	2.1	1	0.0	0	امانة عمان والبلديات
100.0	351	4.3	111	5.9	152	2.3	61	1.0	27	Total

خامساً: الحياد في اتجاهات التغطية:

بلغت النسبة العامة للتغطية المحايدة في الإذاعات المرصودة (52,7%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (9,7%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (1,3%).

ووفقاً لمعطيات الجدول رقم (14) فإن التغطيات الإيجابية في الإذاعات المرصودة بلغت نسبتها (33,9%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب وبنسبة (6,5%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (1,3%).

وجاءت التغطية السلبية في المرتبة الثالثة وبنسبة عامة (13,4%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب وبنسبة (4,7%)، وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (0,2%).

الشكل رقم (14)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب اتجاهات الحيادية في التغطية الانتخابية للإذاعات

محطات الإذاعية										اتجاهات_التغطية
المجموع		إذاعة صوت الجنوب		الإذاعة الاردنية		إذاعة البلد		إذاعة حياة اف ام		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
13.4	47	4.7	25	1.7	9	2.3	12	.2	1	سلبي
33.9	119	6.5	57	3.8	33	2.1	18	1.3	11	ايجابي
52.7	185	2.6	29	9.7	110	2.7	31	1.3	15	محايد
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	351	4.3	111	5.9	152	2.3	61	1.0	27	Total

سادساً: التوازن:

يكشف الجدول رقم (15) التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب التوازن في التغطية الإخبارية للإذاعات، حيث جاء الإعتماد على مصدر أو رأي واحد في صدارة التغطيات الإذاعية المرصودة وبنسبة إجمالية (66,4%) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب وبنسبة (5,8%) وأدناها في إذاعة حياة اف أم وبنسبة (1,6%).

وبلغت نسبة المواد التي تعتمد على مصدرين أو أكثر من رأي واحد (5,7%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية وبنسبة (2,9%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام وبنسبة صفر (0,0%).

وبلغ إجمالي نسبة المواد التي لا تحتل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً (24,5%) كانت جميعها تعود للإذاعة الأردنية وبنسبة (36,3%)، فيما بلغ عدد المواد التي لا تعتمد على أي مصدر (12) مادة وبنسبة (3,4%) وتعود جميعها لإذاعة صوت الجنوب.

الشكل رقم (15)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب التوازن في التغطية الاخبارية للإذاعات

محطات إذاعية										التوازن
المجموع		إذاعة صوت الجنوب		الإذاعة الاردنية		إذاعة البلد		إذاعة حياة اف ام		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
66.4	233	5.8	97	3.2	54	3.3	55	1.6	27	يعتمد على مصدر واحد أو يعرض رأي واحد
5.7	20	.5	2	2.9	12	1.5	6	0.0	0	يعتمد على مصدرين أو أكثر أو يعرض رأيين أو أكثر
24.5	86	0.0	0	36.3	86	0.0	0	0.0	0	الموضوع لا يحتمل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً
3.4	12	4.5	12	0.0	0	0.0	0	0.0	0	لا يعتمد على مصادر أخرى
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
100.0	351	4.3	111	5.9	152	2.3	61	1.0	27	Total

سابعا: الهوية الجغرافية للتغطية الإذاعية.

تكشف معطيات الجدول رقم (16) التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب الهوية الجغرافية للتغطية الإذاعية للانتخابات، حيث بلغ عدد الموضوعات الوطنية العامة (275) مادة إعلامية وإعلانية مكررة ونسبة (73,2 %) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية ونسبة (8,1 %) وأدناها في إذاعة حياة اف ام ونسبة (1,5 %).

ويكشف الجدول تقدم محافظة معان على العاصمة عمان ونسبة (14,2 %) وتعود جميعها لإذاعة صوت الجنوب، بينما لم تبث بقي الإذاعات المرصودة أية مادة تتعلق بمحافظة معان.

وبلغ إجمالي نسبة تغطية الانتخابات في العاصمة (6 %) كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب ونسبة (5,3 %) وأدناها في إذاعة حياة اف ام والبلد ونسبة مشتركة لكل منهما بلغت (0,8 %).

وبحسب معطيات الجدول فان باقي المحافظات في المملكة حصلت على نسب تغطية متدنية جدا وهناك (6) محافظات كانت نسبة تغطية النشاط الانتخابي فيها صفر (0,0 %) وهي محافظات العقبة، وجرش، والبلقاء، والزرقاء، وعجلون، والطفيلة.

ومن الملاحظ ان السبب الرئيسي وراء الضعف الكبير في تغطية الإذاعات المرصودة للانتخابات في المحافظات راجع لكونها إذاعات محلية باستثناء الإذاعة الأردنية التي بلغ مجموع المواد الانتخابية التي بثتها والخاصة بالمحافظات (152) مادة كان منها (134) مادة تتعلق بالموضوعات الوطنية العامة بينما بثت لجميع المحافظات (18) مادة فقط من بينها (4) مواد للعاصمة عمان.

الشكل رقم (16)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب الهوية الجغرافية للتغطية الإذاعية للانتخابات .

محطات اذاعية										الهوية_ الجغرافية
المجموع		اذاعة صوت الجنوب		الاذاعة الاردنية		اذاعة البلد		اذاعة حياة اف ام		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
73.2	257	2.6	43	8.1	134	3.4	56	1.5	24	موضوعات وطنية عامة
6.0	21	5.3	13	1.6	4	.8	2	.8	2	العاصمة
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة البلقاء
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة الزرقاء
1.7	6	3.6	1	14.3	4	3.6	1	0.0	0	محافظة مادبا
0.9	3	0.0	0	.8	1	1.6	2	0.0	0	محافظة أربد
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة جرش
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة عجلون
1.1	4	0.0	0	13.8	4	0.0	0	0.0	0	محافظة المفرق
0.3	1	0.0	0	1.5	1	0.0	0	0.0	0	محافظة الكرك
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة الطفيلة
14.2	50	53.2	50	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة معان
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	محافظة العقبة
0.3	1	0.0	0	100.0	1	0.0	0	0.0	0	المخيمات
0.9	3	0.0	0	25.0	3	0.0	0	0.0	0	دوائر البدو(شمال،وسط،جنوب)
1.4	5	3.4	4	0.0	0	0.0	0	.9	1	مختلط
0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	أخرى
100.0	351	4.3	111	5.9	152	2.3	61	1.0	27	Total

ثامنا: النوع الاجتماعي:

ظلت حصة الذكر هي الأعلى في اهتمام التغطيات الإذاعية للانتخابات بنسبة (75,5%) وفقا لمعطيات الجدول رقم (17) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (8,1%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام والبلد بنسبة مشتركة لكل منهما بلغت (1,6%)، مقابل (8%) فقط للأنثى كان أعلاها في إذاعة صوت الجنوب بنسبة (8%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام والإذاعة الأردنية بنسبة مشتركة لكل منهما بلغت صفر (0,0%)،

وبلغت نسبة المواد المختلطة "ذكر وأنثى" (4,6%) كان أعلاها في الإذاعة الأردنية بنسبة (1,7%) وأدناها في إذاعة اف ام بنسبة (0,2%) فقط.

ووصلت نسبة المواد التي لا يوجد فيها ذكر أو أنثى (12%) كان أعلاها في إذاعة البلد بنسبة (5,6%) وأدناها في إذاعة حياة اف ام بنسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (17)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب الحضور الفعلي للنوع الاجتماعي في التغطية الإذاعية للانتخابات

محطات إذاعية										النوع_الاجتماعي
المجموع		إذاعة صوت الجنوب		الإذاعة الاردنية		إذاعة البلد		إذاعة حياة اف ام		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
8.0	28	8.0	13	0.0	0	9.3	15	0.0	0	الأنثى
75.5	265	4.8	79	8.1	134	1.6	26	1.6	26	الذكر
4.6	16	.8	4	1.7	8	.6	3	.2	1	مختلط(ذكر وأنثى)
12.0	42	4.9	15	3.3	10	5.6	17	0.0	0	لا يوجد ذكر ولا انثى
100.0	351	4.3	111	5.9	152	2.3	61	1.0	27	Total

ثالثا : محطات التلفزيون :

أولا : القوالب والأشكال الصحفية.

سجل الراصدون (750) مادة إعلامية وإعلانية في التلفزيونات الأربعة التي تم رصدها (التلفزيون الأردني، قناة الحقيقة الدولية، قناة رؤيا، قناة اليرموك) من حيث المواد الإخبارية، ومواد الرأي، والردود والتصحيحات، والدعاية الانتخابية.

وجاءت قناة الحقيقة الدولية في المرتبة الأولى بنسبة (49,9 %) تلتها قناة رؤيا بنسبة (20,1 %)، ثم التلفزيون الأردني بنسبة (15,9 %) ثم قناة اليرموك في المرتبة الرابعة بنسبة (14,1 %).

وبموجب معطيات الجدول رقم (18) فقد تراجعت المواد الإخبارية في التلفزيونات الى المرتبة الثالثة لصالح الدعاية الانتخابية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية (52,4 %) كان أعلاها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (90,4 %)، وأدناها في التلفزيون الأردني بنسبة (12,6 %).

وحلت مواد الرأي في المرتبة الثانية من حيث قوالب التغطية الانتخابية في التلفزيونات بنسبة إجمالية

(29,1 %) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (72 %) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (29,4 %).

وحلت المواد الإخبارية في المرتبة الثالثة بنسبة عامة (16,4 %) كان أعلاها في قناة اليرموك بنسبة

(51,8 %) وأدناها في قناة رؤيا بنسبة (28 %).

وجاءت الردود والتصحيحات في المرتبة الرابعة بنسبة (2 %) كانت جميعها في قناة اليرموك.

جدول رقم (18)

التوزيع النسبي للمحتوى الإعلامي لتغطية الانتخابات حسب نوع المادة الإعلامية والإعلانية .

Total		القوالب والاشكال								العينة_ الفرعية
		الدعاية الانتخابية		الرودود والتصحيحات		مواد الرأي		المواد الاخبارية		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
15.9	119	12.6	15	.0	0	70.2	73	29.8	31	التلفزيون الاردني
49.9	374	90.4	338	.0	0	69.4	25	30.6	11	قناة الحقيقة الدولية
20.1	151	12.6	19	.0	0	72.0	95	28.0	37	قناة رؤيا
14.1	106	19.8	21	18.8	16	29.4	25	51.8	44	قناة اليرموك
100.0	750	52.4	393	2	16	29.1	218	16.4	123	Total

ثانيا: رصد حجم التغطية التلفزيونية .

بحسب نتائج الجدول رقم (19) فقد بلغ عدد الساعات والمدد الزمنية التي تم رصدها في التلفزيونات الأربعة 29 ساعة و35 دقيقة و 25 ثانية، كان أعلاها في قناة رؤيا بمدة زمنية بلغت (11) ساعة وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بساعات بث بلغت (2) ساعة و(29 دقيقة) و (25) ثانية.

وتم خلال إجمالي ساعات البث إذاعة ونشر (357) مادة إعلامية مكررة كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (37%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (10%) .

جدول رقم (19)

العدد والمدة الزمنية للمواد التلفزيونية التي غطت الانتخابات حسب المحطة التلفزيونية

القناة	العدد	%	المدة الزمنية	%
التلفزيون الاردني	104	29	09:01:00	30
قناة الحقيقة الدولية	36	10	02:29:25	8
قناة رؤيا	132	37	11:00:00	37
قناة اليرموك	85	24	07:05:00	24
المجموع	357	100	29:35:25	100

ثالثاً: الموضوعات والقضايا في التغطية الانتخابية التلفزيونية:

وفيما يلي أهم خمسة موضوعات وقضايا طرحتها القنوات التلفزيونية التي تم رصدها وفقاً لنتائج الجدول رقم (20).

1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: جاء اهتمام القنوات التلفزيونية بإجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية في المرتبة الأولى من حيث الإهتمام بنسبة إجمالية (26%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (5,9%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (0,5%).

2 - التوعية والتعريف بالانتخابات: جاء اهتمام القنوات التلفزيونية بالتوعية والتعريف بالانتخابات في المرتبة الثانية بنسبة (12,9%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (6,6%) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (2,1%).

3 - شؤون انتخابية أخرى: جاء موضوع الشؤون الانتخابية الأخرى في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية (9,2%) كان أعلاها في قناة اليرموك بنسبة (11,3%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية بنسبة (0,5%).

4 - المشاركة الانتخابية العامة: احتلت موضوعات المشاركة في الانتخابات المرتبة الرابعة بنسبة إجمالية (12,3%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (7,4%) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (3,3%).

5 - نزاهة الانتخابات: جاء اهتمام القنوات التلفزيونية بنزاهة الانتخابات في المرتبة الخامسة بنسبة إجمالية (6,4%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (10%) وأدناها في قناة اليرموك بنسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (20)

التوزيع النسبي لعدد الموضوعات والقضايا التي طرحتها المواد التلفزيونية حسب المحطة التلفزيونية

العينة_ الفرعية										الموضوعات_ القضايا
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الاردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
4.2	15	3.9	3	9.1	7	2.6	2	3.9	3	المواقف السياسية الرسمية العامة
12.3	44	3.3	7	3.7	8	6.0	13	7.4	16	المشاركة الانتخابية العامة
.8	3	4.3	1	8.7	2	.0	0	.0	0	المقاطعة الانتخابية
6.4	23	.0	0	15.0	12	3.8	3	10.0	8	نزاهة الانتخابات
3.4	12	2.1	1	16.7	8	.0	0	6.3	3	الفساد الانتخابي(المال السياسي الانتخابي الاسود)
2.8	10	18.4	7	5.3	2	.0	0	2.6	1	البرامج الانتخابية
12.9	46	2.1	6	4.2	12	3.1	9	6.6	19	التوعية والتعريف بالانتخابات
4.2	15	1.9	2	6.5	7	1.9	2	3.7	4	المخالفات الانتخابية
.6	2	.0	0	22.2	2	.0	0	.0	0	نتائج الانتخابات
1.7	6	1.0	3	1.0	3	.0	0	.0	0	أنشطة المرشحين
4.2	15	2.6	2	14.1	11	.0	0	2.6	2	الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة
1.1	4	.0	0	22.2	2	.0	0	22.2	2	حقوق الأقليات والمجموعات الخاصة
3.1	11	2.4	3	4.0	5	.8	1	1.6	2	شؤون الكوتا المراه
1.1	4	.0	0	7.8	4	.0	0	.0	0	شؤون الشباب
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	الحقوق السياسية والمدنية
5.3	19	.4	1	2.9	8	.7	2	2.9	8	الاعمال اللوجستية والادارية الانتخابية
26.1	93	4.5	25	5.9	33	.5	3	5.7	32	اجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	القضايا الامنية والعنف المرتبط بالانتخابات
9.2	33	11.3	22	3.1	6	.5	1	2.1	4	شؤون انتخابية اخرى
.6	2	5.1	2	.0	0	.0	0	.0	0	استطلاع رأي وتحليل وإحصاء
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

رابعاً: الفاعل السياسي:

ظلت الهيئة المستقلة للانتخابات الفاعل السياسي الأول في تغطية القنوات التلفزيونية للانتخابات (الجدول رقم 21) وبنسبة عامة (40,3%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني وبنسبة (10,5%) وأدناها في قناتي اليرموك والحقيقة الدولية وبنسبة متساوية بلغت (2,2%) لكل منهما.

وجاءت أخبار القوائم والكتل الانتخابية في المرتبة الثانية من حيث الفاعلين السياسيين وبنسبة عامة (17,9%) كان أعلاها في قناة اليرموك بنسبة (6,4%)، وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة صفر (0,0%).

وحل النخبون في المرتبة الثالثة من حيث الفاعلية السياسية بنسبة (9,5%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (12,1%)، وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (2,6%)، وجاءت في المرتبة الرابعة أنشطة الجهات المراقبة للانتخابات بنسبة (7%) أعلاها كان في قناة رؤيا بنسبة (16,2%) وأدناها في كل من التلفزيون الأردني وقناة الحقيقة الدولية وبنسبة (4%) لكل منهما.

واحتل الخبراء والمختصون المرتبة الخامسة وبنسبة (5,9%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (3,6%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (21)

التوزيع النسبي لعدد الفاعلين السياسيين كما طرحتها الموضوعات التلفزيونية حسب المحطة التلفزيونية

العينة الفرعية										الفاعلون
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الأردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
3.4	12	7.8	4	9.8	5	2.0	1	3.9	2	الملك
40.3	144	2.2	14	7.6	49	2.2	14	10.5	67	الهيئة المستقلة
2.2	8	.0	0	3.5	6	1.2	2	.0	0	الحكومة
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	المؤسسات الأمنية
.3	1	12.5	1	.0	0	.0	0	.0	0	الداخلية والمحافظون
3.9	14	5.8	7	3.3	4	2.5	3	.0	0	الأحزاب المشاركة
5.6	20	3.6	10	2.2	6	.0	0	1.4	4	المجتمع المدني
.3	1	.0	0	.0	0	.0	0	3.2	1	العشائر
5.9	21	.7	3	3.6	16	.0	0	.4	2	الخبراء والمختصون
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	ذوي الإعاقة ومؤسساتهم
7.0	25	6.8	5	16.2	12	5.4	4	5.4	4	انشطة الجهات المراقبة للانتخابات
9.5	34	2.6	3	4.3	5	10.3	12	12.1	14	الناخبون
17.9	64	6.4	30	5.1	24	.0	0	2.1	10	القوائم والكتل
2.2	8	7.4	5	4.4	3	.0	0	.0	0	اخرى
1.4	5	6.5	3	4.3	2	.0	0	.0	0	امانة عمان والبلديات
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

خامساً: الحياد في اتجاهات التغطية.

حصلت التغطية الإيجابية على أعلى نسبة في اتجاهات الحيادية في التغطيات الانتخابية في القنوات التلفزيونية وبنسبة عامة (51,5%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (8,5%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (1,7%).

وجاء الحياد في المرتبة الثانية وبنسبة (28 %) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (4,2 %) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (0,8%) فقط، كما حلت التغطية السلبية في المرتبة الثالثة وبنسبة (11,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (2,8%) وأدناها في التلفزيون الأردني بنسبة (0,4%).

وجاءت (أخرى) في المرتبة الرابعة وبنسبة (8,7%) كان أعلاها في قناة اليرموك وبنسبة (26,2%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (1,5%).

الشكل رقم (22)

التوزيع النسبي لعدد المواد حسب اتجاهات الحيادية في التغطية الانتخابية لمحطات التلفزيون

العينة الفرعية										اتجاهات_التغطية
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الاردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
11.8	42	2.4	13	2.8	15	2.2	12	.4	2	سلبي
51.5	184	3.4	30	7.3	64	1.7	15	8.5	75	ايجابي
28.0	100	2.4	25	4.2	44	.8	8	2.2	23	محايد
8.7	31	26.2	17	13.8	9	1.5	1	6.2	4	أخرى
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

سادساً: التوازن :

كشف الجدول رقم (23) المتعلق بالتوزيع النسبي لعدد المواد حسب التوازن في التغطية الانتخابية لمحطات التلفزيون أن النسبة الأكبر من التغطيات اعتمدت على مصدر واحد أو عرضت رأياً واحداً فقط وبنسبة عامة بلغت (47,3%) مما يشكل إخلالاً بمبدأ التوازن في التغطيات الانتخابية، كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (3,8%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (1%).

وبلغت النسبة العامة للتغطيات التلفزيونية التي تعتمد على مصدرين أو أكثر أو تعرض رأيين أو أكثر

(41,5%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (13,7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (2,8%).

ووصلت النسبة العامة للموضوعات التي لا تحتل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً (6,7%) كان أعلاها في التلفزيون الأردني بنسبة (7,5%)، وأدناها في قناة اليرموك بنسبة (0,6%).

وبلغت النسبة العامة للموضوعات التي لا تعتمد على أية مصادر (4,5%) كان أعلاها في قناتي رؤيا واليرموك وبنسبة مشتركة واحدة بلغت (2,8%) ، وأدناها في كل من التلفزيون الأردني وقناة الحقيقة الدولية وبنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

الشكل رقم (23)

التوزيع النسبي لعدد المواد حسب التوازن في التغطية الانتخابية لمحطات التلفزيون

العينة الفرعية										التوازن
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الاردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
47.3	169	2.6	42	3.8	63	1.0	17	2.9	47	يعتمد على مصدر واحد أو يعرض رأي واحد
41.5	148	8.0	34	13.7	58	2.8	12	10.4	44	يعتمد على مصدرين أو أكثر أو يعرض رأيين أو أكثر
6.7	24	.6	1	1.7	3	4.0	7	7.5	13	الموضوع لا يحتمل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً
4.5	16	2.8	8	2.8	8	.0	0	.0	0	لا يعتمد على مصادر
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	أخرى
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

سابعا: الهوية الجغرافية للتغطية التلفزيونية.

يوضح الجدول رقم (24) أن الموضوعات الوطنية العامة حظيت بمساحة أوسع في التغطيات التلفزيونية وبنسبة إجمالية (67,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (2%).

ويكشف الجدول عن حجم التباين الكبير في اهتمام القنوات التلفزيونية في تغطية النشاطات الانتخابية في المحافظات ففي الوقت الذي تحظى فيه العاصمة عمان بالنسبة الأكبر من التغطية والاهتمام فإن باقي المحافظات تحظى بنسبة تغطيات أقل لا تتناسب مع النشاطات الانتخابية التي تشهدها تلك المحافظات مما يعني أن القنوات التلفزيون تركّز في تغطياتها على العاصمة وتهمل باقي المحافظات الأخرى.

وبحسب معطيات الجدول فإن النسبة العامة للتغطية الانتخابية للعاصمة عمان بلغت (10,4 %) كان أعلاها في قناة اليرموك بنسبة (9,9%) وأدناها في كل من التلفزيون الأردني وقناة الحقيقة الدولية وبنسبة مشتركة بلغت (1,2%) لكل منهما.

ويكشف الجدول أن التلفزيون الأردني الرسمي هو فقط من يبدي اهتماما بتغطية الانتخابات في المحافظات بينما يتراجع اهتمام باقي القنوات الأخرى لتركز فقط على تغطية العاصمة عمان فقط.

الشكل رقم (24)

التوزيع النسبي لعدد المواد حسب الهوية الجغرافية للتغطية التلفزيونية للانتخابات

العينة الفرعية										الهوية الجغرافية
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الاردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
67.8	242	2.7	43	7.0	112	2.0	32	3.4	55	موضوعات وطنية عامة
10.4	37	9.9	24	2.9	7	1.2	3	1.2	3	العاصمة
1.4	5	8.0	2	4.0	1	.0	0	8.0	2	محافظة البلقاء
1.1	4	3.8	2	1.9	1	.0	0	1.9	1	محافظة الزرقاء
.6	2	.0	0	4.2	1	4.2	1	.0	0	محافظة مادبا
2.2	8	5.5	7	.0	0	.0	0	.8	1	محافظة أربد
.3	1	.0	0	.0	0	.0	0	2.5	1	محافظة جرش
3.6	13	.0	0	2.2	1	.0	0	26.1	12	محافظة عجلون
3.6	13	.0	0	4.0	1	.0	0	48.0	12	محافظة المفرق
.8	3	1.5	1	1.5	1	.0	0	1.5	1	محافظة الكرك
.8	3	6.3	2	3.1	1	.0	0	.0	0	محافظة الطفيلة
3.4	12	1.1	1	1.1	1	.0	0	10.6	10	محافظة معان
1.4	5	3.0	1	.0	0	.0	0	12.1	4	محافظة العقبة
.6	2	.0	0	.0	0	.0	0	22.2	2	دوائر البدو (شمال،وسط،جنوب)
2.0	7	1.7	2	4.3	5	.0	0	.0	0	مختلط
.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	أخرى
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

ثامنا: النوع الاجتماعي:

يكشف الجدول رقم (25) عن الحضور الكبير للذكر "النوع الاجتماعي" في التغطيات التلفزيونية على حساب الأنثى، فقد بلغت النسبة العامة لعدد ظهور الذكر في الموضوعات التي تم رصدها (75,6%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (5,8%) وأدناها قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (1,9%)، فيما وصلت النسبة الإجمالية لظهور الأنثى في القنوات التلفزيونية (4,5%) كان أعلاها في قناة رؤيا بنسبة (6,7%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية التي كانت نسبة ظهور المرأة فيها صفر (0,0%).

وبلغت النسبة العامة للظهور المختلط "الذكر والأنثى" المرأة والرجل بشكل مختلط (16,8%) كان أعلاها في قناة رؤيا وبنسبة (5,3%) وأدناها في قناة الحقيقة الدولية وبنسبة (0,6%)، بينما وصلت النسبة العامة للمواد التي لم يظهر فيها الذكر أو الأنثى (3,1) كان أكثرها في كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا وبنسبة مشتركة لكل منهما بلغت (1,3%) وأدناها في قناة اليرموك وبنسبة صفر (0,0%).

التوزيع النسبي لعدد المواد والمدة الزمنية حسب الحضور الفعلي للنوع الاجتماعي في التغطية التلفزيونية للانتخابات

العينة الفرعية										النوع الاجتماعي
المجموع		قناة اليرموك		قناة رؤيا		قناة الحقيقة الدولية		التلفزيون الأردني		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
4.5	16	1.2	2	6.7	11	.0	0	1.8	3	الأنثى
75.6	270	4.3	68	5.8	91	1.9	30	5.1	81	الذكر
16.8	60	3.1	15	5.3	26	.6	3	3.3	16	مختلط(ذكروأنثى)
3.1	11	.0	0	1.3	4	1.0	3	1.3	4	لا يوجد ذكر ولا أنثى
100.0	357	3.4	85	5.2	132	1.4	36	4.1	104	Total

رابعاً: الصحافة الالكترونية

اولا: القوالب و الأشكال الصحفية:

أحصى المراقبون (541) مادة إعلامية وإعلانية في المواقع الإلكترونية الثمانية التي تم رصدها (سرايا، وخبرني، وعمون، والوكيل، وجراءه نيوز، وجفرا نيوز، والبوصلة، وهلا نيوز) موزعة على أربعة قوالب صحفية هي المواد الإخبارية، ومواد الرأي والرودود والتصحيحات، والدعاية الانتخابية.

ووفقا لمعطيات الجدول رقم (26) فإن سرايا نشر (126) مادة مكررة وبنسبة (23%) تلاه عمون ب (100) مادة مكررة وبنسبة (18,5%) ثم في المرتبة الثالثة خبرني بنشر (93) مادة مكررة بنسبة (17,2%) وفي المرتبة الرابعة البوصلة بنشر (59) مادة إعلامية وإعلانية مكررة وبنسبة (10,9%) وبفارق بسيط عن هلا نيوز الذي نشر (56) مادة مكررة وبنسبة (10,4%).

وتساوى جفرا نيوز وجراة نيوز في عدد المواد التي تم نشرها بواقع (43) مادة إعلامية إعلانية مكررة لكل منهما وبنسبة مشتركة بلغت (7.9%) لكل منهما.

ووفقا لنتائج الجدول فإن المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية الثمانية هي الأكثر استخداما ونسبة إجمالية (69,3 %) كان أعلاها في سرايا بنسبة (75,4 %) من مجموع المواد التي نشرها، وأدناها في جفرا نيوز بنسبة (34,9 %) قياسا بمجمل المواد التي تم رصدها لهذا الموقع.

وجاءت مواد الرأي في المرتبة الثانية وبنسبة (17,6%) كان أعلاها في عمون وبنسبة (25%) وأدناها في خبرني وبنسبة (8,6%).

وتم رصد تصحيح واحد فقط في عمون، فيما بلغت النسبة العامة للدعاية الانتخابية (12,9%) كان أعلاها في جفرا نيوز وبنسبة (52,2 %) وأدناها في أربعة مواقع مجتمعة وبنسبة صفر (0,0%) لكل منها وهي خبرني، والوكيل، وجراة نيوز، والبوصلة.

جدول رقم (26)

التوزيع النسبي للمحتوى الاعلامي التغطية الانتخابيات حسب نوع المادة الاعلامية والاعلانية .

Total		القوالب_والاشكال								العينة_ الفرعية
		الدعاية الانتخابية		الردود والتصحیحات		مواد الرأي		المواد الاخبارية		
%	ت	%	ت			%	ت	%	ت	
23.3	126	2.4	3	.0	0	22.2	28	75.4	95	سرايا
17.2	93	.0	0	.0	0	8.6	8	91.4	85	خبرني
18.5	100	40.0	40	1.0	1	25.0	25	34.0	34	عمون
3.9	21	.0	0	.0	0	9.5	2	90.5	19	الوكيل
7.9	43	.0	0	.0	0	16.3	7	83.7	36	جراه نيوز
7.9	43	51.2	22	.0	0	14.0	6	34.9	15	جفرا نيوز
10.9	59	.0	0	.0	0	15.3	9	84.7	50	البوصلة
10.4	56	8.9	5	.0	0	17.9	10	73.2	41	هلا نيوز
100.0	541	12.9	70	.2	1	17.6	95	69.3	375	Total

ثانيا : حجم التغطية الانتخابية :

يكشف الجدول رقم (27) عن عدد المواد والكلمات التي غطت الإنتخابات حسب المواقع الإلكترونية الثمانية، فقد بلغ عدد المواد التي نشرتها تلك المواقع (426) مادة كان أعلاها في سرايا بعدد (114) مادة تمثل نسبة (27%) وأدناها في جفرا نيوز وجراءه نيوز ب (21) مادة لكل منهما وبنسبة مشتركة بلغت (5%).

ومن حيث عدد الكلمات المستخدمة في تغطيات المواقع الإلكترونية فقد بلغ مجملها (110155) كلمة كان أعلاها في سرايا بنسبة (26%)، وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة (7%).

جدول رقم (27)

عدد المواد وعدد الكلمات التي غطت الانتخابات حسب الموقع الإلكتروني

الموقع	العدد	%	عدد الكلمات	%
عمون	59	14	16824	15
سرايا	114	27	28792	26
خبرني	69	16	10947	10
الوكيل	21	5	5435	5
جراي نيوز	34	8	8489	8
جفرا نيوز	21	5	7929	7
البوصلة	57	13	13815	13
هلا نيوز	51	12	17924	16
المجموع	426	100	110155	100

ثالثا : الموضوعات والقضايا الانتخابية :

تكشف تفاصيل الجدول رقم (28) عن عدم اهتمام غالبية المواقع الإلكترونية بمعظم الموضوعات والقضايا ذات المساس المباشر بالعملية الانتخابية والتي يعتمدها فريق الرصد مثل المال الانتخابي باستثناء ثلاثة مواقع "سرايا، خبرني، عمون"، فضلا عن انخفاض واضح في اهتمام تلك المواقع بقضايا المواقف السياسية العامة، والمقاطعة الانتخابية، ونزاهة الانتخابات، والبرامج الانتخابية، ونتائج الانتخابات، والحملة الإعلامية للهيئة المستقلة للانتخابات، وحقوق الأقليات وكوتا المرأة .. الخ فقد أظهرت المواقع الإلكترونية عدم اهتمام كاف بهذه القضايا والموضوعات.

فيما يلي القضايا الخمس الرئيسية التي استحوذت على اهتمام المواقع الإلكترونية:

1 - إجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية: تصدرت تغطية إجراءات تسجيل المرشحين والقوائم الانتخابية إهتمام المواقع الإلكترونية وبنسبة إجمالية (31%) أعلاها في جراي نيوز بنسبة (58,8%) وأدناها في الوكيل وبنسبة (14,3%).

2 - الأعمال اللوجستية والإدارية الانتخابية: جاءت الأعمال اللوجستية في المرتبة الثانية بنسبة عامة (14%) كان أعلاها في هلا نيوز بنسبة (43,1%) وأدناها في عمون وبنسبة (3,4%).

3 - أنشطة المرشحين: جاءت أنشطة المرشحين في المرتبة الثالثة وبنسبة عامة (10%) أعلاها في خبرني وبنسبة (18,8%) وأدناها في جراي نيوز وجفرا نيوز وبنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

4 - المخالفات الانتخابية والشؤون الانتخابية الأخرى : تساوى إهتمام المواقع الإلكترونية بالمخالفات الانتخابية والشؤون الانتخابية الأخرى وبنسبة عامة بلغت (40 %)، كتن أعلاها في البوصلة وبنسبة (12,3%) وأدناها في جراي نيوز وبنسبة (2,9%)، بينما كان الموقع الأكثر اهتماما بالشؤون الانتخابية الأخرى الوكيل وبنسبة (14,3%) وأدناها جراي نيوز وبنسبة صفر (0,0%).

5 - المشاركة الانتخابية العامة: جاءت المشاركة الانتخابية في المرتبة الخامسة وبنسبة إجمالية (5%) كان أعلاها في البوصلة وبنسبة (10,5%) وأدناها في الوكيل وبنسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (28)
التوزيع النسبي لعدد الموضوعات والقضايا التي طرحتها المواد الصحفية حسب الموقع

الصحافة الالكترونية																		الموضوعات_القضايا
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراة نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2	10	0	0	0	0	4.8	1	0	0	0	0	10.2	6	2.9	2	0.9	1	المواقف السياسية الرسمية العامة
5	22	5.9	3	10.5	6	4.8	1	8.8	3	0	0	6.8	4	2.9	2	2.6	3	المشاركة الانتخابية العامة
1	3	0	0	1.8	1	0	0	0	0	0	0	1.7	1	1.4	1	0	0	المقاطعة الانتخابية
1	5	2	1	0	0	0	0	5.9	2	0	0	0	0	2.9	2	0	0	نزاهة الانتخابات
2	10	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6.8	4	2.9	2	2.6	3	الفساد الانتخابي(المال السياسي الانتخابي الاسود)
2	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.7	1	1.4	1	4.4	5	البرامج الانتخابية
4	17	0	0	3.5	2	4.8	1	0	0	14.3	3	10.2	6	1.4	1	3.5	4	التوعية والتعريف بالانتخابات
9	40	7.8	4	12.3	7	14.3	3	2.9	1	19	4	11.9	7	10.1	7	6.1	7	المخالفات الانتخابية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	نتائج الانتخابات
10	44	5.9	3	1.8	1	0	0	0	0	4.8	1	5.1	3	18.8	13	20.2	23	أنشطة المرشحين
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.9	1	الحملة الإعلامية للهيئة المستقلة
1	3	2	1	0	0	4.8	1	0	0	0	0	0	0	1.4	1	0	0	حقوق الأقليات والمجموعات الخاصة
2	7	0	0	1.8	1	0	0	0	0	4.8	1	6.8	4	0	0	0.9	1	شؤون الكوتا المراه
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.4	1	0	0	شؤون الشباب
1	4	0	0	3.5	2	0	0	2.9	1	0	0	0	0	0	0	0.9	1	الحقوق السياسية والمدنية
14	59	43.1	22	7	4	9.5	2	14.7	5	23.8	5	3.4	2	7.2	5	12.3	14	الاعمال اللوجستية والادارية الانتخابية
31	133	13.7	7	45.6	26	33.3	7	58.8	20	14.3	3	22	13	30.4	21	31.6	36	اجراءات التسجيل للمرشحين والقوائم الانتخابية
2	10	3.9	2	0	0	0	0	0	0	4.8	1	0	0	0	0	6.1	7	القضايا الامنية والعنف المرتبط بالانتخابات
9	40	1.8	6	10.5	6	19	4	0	0	14.3	3	11.9	7	10.1	7	6.1	7	شؤون انتخابية اخرى
2	10	2	1	1.8	1	4.8	1	5.9	2	0	0	1.7	1	4.3	3	0.9	1	استطلاع رأي وتحليل وإحصاء
1000	426	1000	51	100	57	1000	21	100	34	1000	21	100	59	1000	69	1000	114	Total

رابعاً: الفاعل السياسي:

يكشف الجدول رقم (29) أن الفاعل السياسي الأول بالنسبة لتغطية المواقع الإلكترونية للانتخابات هي الهيئة المستقلة للانتخابات وبنسبة إجمالية (30%) كان أعلاها في هلا نيوز (56,9%) وأقلها في خبرني (17,4%).

وحلت القوائم والكتل الانتخابية في المرتبة الثانية من حيث الفاعلية السياسية في المواقع الإلكترونية وبنسبة عامة (28%) كان أعلاها في خبرني (52,2%) وأدناها في الوكيل (9,5%).

وجاء الخبراء المختصون في المرتبة الثالثة بنسبة عامة (11%) كان أعلاها في عمون (35,6%) وأدناها في البوصلة (3,5%).

وحلت جهات أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة عامة (7%) كان أعلاها في سرايا (15,8%) وأدناها في جراه نيوز وجفرا نيوز بنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

وفي المرتبة الخامسة جاءت أنشطة الجهات الرقابية على الانتخابات وبنسبة عامة (6%) أعلاها في الوكيل (14,3%) وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة صفر (0,0%).

جدول رقم (29)

التوزيع النسبي لعدد الفاعل السياسي كما طرحتها الموضوعات الصحفية حسب الموقع

الصحافة الإلكترونية																		الفاعلون
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراه نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	5	0	0	0	0	4.8	1	0	0	0	0	1.7	1	2.9	2	0.9	1	الملك
30	128	56.9	29	29.8	17	33.3	7	38.2	13	28.6	6	30.5	18	17.4	12	22.8	26	الهيئة المستقلة
4	16	0	0	5.3	3	14.3	3	0	0	9.5	2	3.4	2	1.4	1	4.4	5	الحكومة
1	3	2	1	0	0	4.8	1	0	0	4.8	1	0	0	0	0	0	0	المؤسسات ت الأمنية
1	3	0	0	1.8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1.4	1	0.9	1	الداخلية والمحافظون
3	11	9.8	5	5.3	3	0	0	2.9	1	0	0	1.7	1	0	0	0.9	1	الأحزاب المشاركة
4	16	2	1	7	4	4.8	1	0	0	14.3	3	1.7	1	4.3	3	2.6	3	المجتمع المدني
1	5	0	0	0	0	4.8	1	0	0	0	0	0	0	4.3	3	0.9	1	العشائر
11	46	3.9	2	3.5	2	14.3	3	14.7	5	4.8	1	35.6	21	4.3	3	7.9	9	الخبراء والمختصون
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ذوي الإعاقة ومؤسساتهم
6	25	5.9	3	10.5	6	0	0	5.9	2	14.3	3	5.1	3	4.3	3	4.4	5	أنشطة الجهات المراقبة للانتخابات
2	10	0	0	3.5	2	0	0	2.9	1	0	0	1.7	1	2.9	2	3.5	4	الناخبون
28	121	13.7	7	26.3	15	19	4	35.3	12	9.5	2	11.9	7	52.2	36	33.3	38	القوائم والكتل
7	30	5.9	3	5.3	3	0	0	0	0	4.8	1	5.1	3	2.9	2	15.8	18	اخرى
2	7	0	0	1.8	1	0	0	0	0	9.5	2	1.7	1	1.4	1	1.8	2	امانة عمان والبلديات
100	426	100	51	100	57	100	21	100	34	100	21	100	59	100	69	100	114	Total

خامساً: اتجاهات الحياد في التغطية الصحفية:

يوضح الجدول رقم (30) التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة بحسب اتجاهات الحيادية في تغطية الصحافة الإلكترونية للانتخابات، وقد اظهر الجدول ان التغطية الإيجابية جاءت بالدرجة الأولى وبنسبة إجمالية (37%) أعلاها في هلا نيوز (47%) وأدناها في الوكيل وهلا نيوز (28,6%) لكل منهما.

وجاءت التغطية المحايدة في المرتبة الثانية وبنسبة إجمالية (31%) أعلاها في جفرا نيوز (47,6%) وأدناها في الوكيل (23,8%).

وحلت التغطية السلبية في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية (28%) أعلاها في الوكيل (47,6%) وأدناها في جراه نيوز (17,6%)، فيما جاءت (أخرى) في المرتبة الرابعة وبنسبة إجمالية (4%) أعلاها في جراه نيوز (8,8%) وأدناها في أربعة مواقع وبنسبة صفر لكل منها (0,0%) وهي عمون، والوكيل، وجفرا نيوز، وهلا نيوز.

الشكل رقم (30)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب اتجاهات الحيادية في التغطية الانتخابية

الصحافة الالكترونية																		اتجاهات الـ تغطية
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراه نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28	11 9	35. 3	1 8	29. 8	1 7	23. 8	5	17. 6	6	47. 6	1 0	28. 8	1 7	20. 3	1 4	28. 1	32	سلبي
37	15 6	47. 1	2 4	29. 8	1 7	28. 6	6	38. 2	1 3	28. 6	6	28. 8	1 7	39. 1	2 7	40. 4	46	ايجابي
31	13 3	17. 6	9	33. 3	1 9	47. 6	1 0	35. 3	1 2	23. 8	5	42. 4	2 5	33. 3	2 3	26. 3	30	محايد
4	18	0	0	7	4	0	0	8.8	3	0	0	0	0	7.2	5	5.3	6	أخرى
10 0	42 6	10 0	5 1	10 0	5 7	10 0	2 1	10 0	3 4	10 0	2 1	10 0	5 9	10 0	6 9	10 0	11 4	Total

سادساً: التوازن:

يوضح الجدول رقم (31) التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة بحسب مبادئ وقيم التوازن في التغطية الإخبارية حيث جاء الاعتماد على مصدر واحد أو عرض رأي واحد في المرتبة الأولى في الصحافة الإلكترونية وبنسبة إجمالية (48%) أعلاها في جراه نيوز (64,7%) وأدناها في هلا نيوز (27,5%).

وجاء عدم الاعتماد على أية مصادر في المرتبة الثانية بنسبة إجمالية (22%) أعلاها في خبرني (31,9%) وأدناها في الوكيل صفر (0,0%).

وحل الاعتماد على مصدرين أو أكثر أو عرض رأيين أو أكثر في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية (19%) أعلاها في الوكيل (38,1%) وأدناها في خبرني (11,6%).

وحل الموضوع الذي لا يحتمل إلا مصدرا واحدا أو رأيا واحدا في المرتبة الرابعة بنسبة إجمالية (12%) أعلاها في الوكيل (28,6%) وأدناها في سرايا وجراه نيوز وبنسبة صفر (0,0%) لكل منهما.

الشكل رقم (31)
التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب التوازن في التغطية الاخبارية

الصحافة الالكترونية																		التوازن
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراه نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
48	204	27.5	14	47.4	27	57.1	12	64.7	22	33.3	7	45.8	27	53.6	37	50.9	58	يعتمد على مصدر واحد أو يعرض رأي واحد
19	81	11.8	6	35.1	20	14.3	3	11.8	4	38.1	8	11.9	7	11.6	8	21.9	25	يعتمد على مصدرين أو أكثر أو يعرض رأيين أو أكثر
12	49	51	26	1.8	1	4.8	1	0	0	28.6	6	22	13	2.9	2	0	0	الموضوع لا يحتمل إلا مصدراً واحداً أو رأياً واحداً
22	92	9.8	5	15.8	9	23.8	5	23.5	8	0	0	20.3	12	31.9	22	27.2	31	لا يعتمد على مصادر أخرى
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
100	426	100	51	100	57	100	21	100	34	100	21	100	59	100	69	100	114	Total

سابعا: الهوية الجغرافية للتغطية:

بلغت النسبة العامة للموضوعات الوطنية العامة في الصحافة الإلكترونية (57%) أعلاها في جراه نيوز بنسبة (82,4%) وأدناها في جفرا نيوز (33,3%).

وبحسب معطيات الجدول رقم (32) فقد حظيت العاصمة عمان بالنسبة الأعلى من التغطيات وبنسبة عامة

(25%) كان أعلاها في جفرا نيوز (57,1%) وأدناها في جراه نيوز (2,9%).

وجاءت التغطيات المختلطة في المرتبة الثالثة بنسبة عامة (7%) أعلاها في خبرني بنسبة (9%) وأدناها في جفرا نيوز وبنسبة صفر (0,0%)، فيما جاءت محافظة اربد في المرتبة الرابعة بنسبة (3%) فقط.

ويلاحظ ان اهتمام الصحافة الإلكترونية بباقي المحافظات الأردنية ظل في أدنى مستوياته، ولم تحظ معظم هذه المحافظات بتغطية واسعة او حتى مقبولة قياسا بما تحظى به العاصمة عمان، مما يعني حصر اهتمام الصحافة الإلكترونية في العاصمة فقط، وربما يكون السبب وراء ذلك لكون جميع المواقع الإلكترونية التي تم رصدها تصدر في العاصمة عمان وتتخذها مقرا لها.

الشكل رقم (32)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب الهوية الجغرافية للتغطية في التغطية الانتخابية

الصحافة الالكترونية																		الهوية_ الجغرافية
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراءه نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
57	24 4	72. 5	3 7	68. 4	3 9	33. 3	7	82. 4	2 8	52. 4	1 1	50. 8	3 0	42 9	2 9	55. 3	63	موضوعات وطنية عامة
25	10 6	19. 6	1 0	8.8 5	57. 1	1 2	2.9	1 1	23. 8	5	35. 6	2 1	30. 4	2 1	27. 2	31	العاصمة	
1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	4.8	1	1.7	1	4.3	3	0.9	1	محافظة البلقاء
2	8	0	0	3.5	2	0	0	0	0	0	0	1.7	1	4.3	3	1.8	2	محافظة الزرقاء
1	6	0	0	1.8	1	0	0	2.9	1	0	0	0	0	0	0	3.5	4	محافظة مادبا
3	11	2	1	5.3	3	4.8	1	2.9	1	4.8	1	0	0	1.4	1	2.6	3	محافظة أربد
1	5	0	0	1.8	1	4.8	1	0	0	0	0	0	0	1.4	1	1.8	2	محافظة جرش
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4.8	1	0	0	0	0	0	0	محافظة عجلون
0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	محافظة المفرق
1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.1	3	0	0	0.9	1	محافظة الكرك
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	محافظة الطفيلة
1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.7	1	2.9	2	0	0	محافظة معان
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	محافظة العقبة
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.9	1	دوائر البدو(شمال،وسط، جنوب)
7	30	3.9	2	10. 5	6	0	0	8.8	3	9.5	2	3.4	2	13	9	5.3	6	مختلط
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
10 0	42 6	10 0	5 1	10 0	5 7	10 0	2 1	10 0	3 4	10 0	2 1	10 0	5 9	10 0	6 9	10 0	11 4	Total

ثامنا: النوع الاجتماعي:

ظلت المرأة (الأنثى) تتعرض لتمييز واضح في تغطيات الصحافة الإلكترونية للانتخابات النيابية قياسا بالذكور، وهو ما تكشفه معطيات الجدول رقم (33)، فقد حظي الرجل "الذكر" بالنسبة الأعلى من الإهتمام ونسبة إجمالية (51%) كان أعلاها في جفرا نيوز (66,7%) وأدناها في الوكيل (23,8 %) فيما حظيت المرأة "الأنثى " بأدنى نسبة إهتمام في الصحافة الإلكترونية قياسا بما تمتعت به من إهتمام في الصحافة المطبوعة وفي الإذاعات والقنوات التلفزيونية ، إذ بلغت النسبة العامة لحضور الأنثى في الصحافة الإلكترونية

(7%) كان أعلاها في البوصلة (17,5%) وأدناها في جراة نيوز ونسبة صفر (0,0%).

وحلت المواد المختلطة بين ذكر وأنثى في المرتبة الثانية في الصحافة الإلكترونية بنسبة عامة (23 %) كان أعلاها في الوكيل (33,3 %) وأدناها في سرايا (18,4%)،

وجاءت الموضوعات الصحفية الخالية من أية إشارة للنوع الاجتماعي في المرتبة الثالثة بنسبة عامة (20%) كان أعلاها في هلا نيوز (7,1%) وأدناها في جفرا نيوز (4,8%).

جدول رقم (33)

التوزيع النسبي لعدد المواد والمساحة حسب الحضور الفعلي للنوع الاجتماعي في التغطية الانتخابية

الصحافة الالكترونية																		النوع_الاجتمه اعي
المجموع		هلا نيوز		البوصلة		جفرا نيوز		جراه نيوز		الوكيل		عمون		خبرني		سرايا		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
7	28	2	1	17.5	10	4.8	1	0	0	4.8	1	8.5	5	4.3	3	6.1	7	الأنثى
51	216	27.5	14	49.1	28	66.7	14	58.8	20	23.8	5	55.9	33	59.4	41	53.5	61	الذكر
23	96	23.5	12	19.3	11	23.8	5	32.4	11	33.3	7	18.6	11	26.1	18	18.4	21	مختلط(ذكروأ نثى)
20	86	47.1	24	14	8	4.8	1	8.8	3	38.1	8	16.9	10	10.1	7	21.9	25	لا يوجد ذكر ولا أنثى
100	426	100	51	100	57	100	21	100	34	100	21	100	59	100	69	100	114	Total