

The Palestinian Initiative for the Promotion of **Global Dialogue and Democracy**. MIFTAH  
المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية



## رصد التغطية الإعلامية لانتخابات الرئاسة الفلسطينية 2005

بالتعاون مع



المركز للسياسات الإعلامية والتنمية

تقرير أولي - 10 يناير 2005

## تمهيد:

قامت المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية، "مفتاح" وبالتعاون مع المركز للسياسات الاعلامية والتنمية- لندن، برصد التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية للرئاسة الفلسطينية لعام 2005. وقد امتدت فترة الرصد من 25 ديسمبر 2004 وحتى 7 يناير 2005 (الفترة القانونية للحملات الانتخابية حسب تعليمات لجنة الانتخابات المركزية) عبر تطبيق معايير دولية، بالإضافة للمعايير الواردة في قانون الانتخابات الفلسطيني رقم 13 لعام 1995.

الهدف من هذا المشروع تقييم أداء وطريقة عمل الإعلام أثناء تغطيته للحملات الانتخابية، مع تركيز خاص على قياس تغطية الإعلام باستخدام المبادئ المعيارية التي تشمل حق المرشحين في الوصول للإعلام، وحقهم في الحصول على تغطية متوازنة وغير منحازة.

قام الفريق بتوظيف منهجية الرصد باستعمال أدوات قياس كمية ونوعية متعارف عليها دولياً لرقابة الإعلام. كما قام الفريق أيضاً بمراجعة الإطار القانوني الذي يحدد دور الإعلام في تغطية الحملات الانتخابية، لتقييم فعاليته.

يجب التنويه إلى أن الرصد التزم بالفترة القانونية التي أعلنتها لجنة الانتخابات المركزية لبدء وانتهاء الحملات الانتخابية.

قام بعملية الرصد فريق فلسطيني، يتألف من طلاب الإعلام في جامعتي بير زيت والقدس، وقام بتدريب الفريق الخبير الدولي "دافيد وارد" مدير المركز للسياسات الإعلامية والتنمية في لندن، بالاشتراك مع وفاء عبد الرحمن - مديرة برنامج الديمقراطية والحكم الصالح بمؤسسة "مفتاح" والتي أشرفت على التحليل النوعي للتقرير.

## منهجية تحليل التغطية الإعلامية:

قامت وحدة الرصد بمراقبة التغطية الإعلامية للانتخابات من أجل تقييم:

- مدى تمكن المرشحين والأحزاب السياسية من الحصول على فرص متكافئة في الإعلام.
- الشكل الذي حظي به المرشحون بالتغطية الإعلامية وهل تمت بطريقة متساوية وغير متحيزة.
- مدى التزام الإعلام والسلطة الفلسطينية بالقوانين والتعليمات الخاصة بالتغطية الإعلامية والحملات الانتخابية، ومدى الالتزام بالمعايير الدولية وقانون الانتخابات الفلسطيني.
- تأثير قانون الإعلام الفلسطيني على أداء مؤسسات الإعلام في تغطية الانتخابات

خلال عملية الرصد، ما بين 25 ديسمبر 2004 و 7 يناير 2005، قام فريق العمل برصد كل من وسائل الإعلام التالية:

### 1. الإعلام المرئي:

اشتمل على رصد كل من تلفزيون "فلسطين" باعتباره التلفزيون الرسمي، وتلفزيون "وطن" كتلفزيون خاص يغطي أرجاء كبيرة من فلسطين، هذا بالإضافة إلى محطتين فضائيتين عربيتين هما "الجزيرة" و"العربية" لما لهما من تأثير في تشكيل الرأي العام الفلسطيني وبسبب نسبة المشاهدة العالية التي تحظيان بها محلياً. وقد رصدت هذه المحطات بشكل يومي وتحديداً في ساعات الذروة المسائية، الممتدة من الساعة السادسة مساءً وحتى الساعة الحادية عشر قبل منتصف الليل.

### 2. الصحافة المطبوعة:

قام الفريق برصد جريدتي "الأيام" و"القدس" اليومييتين لسعة انتشارهما، وثانياً كونهما تتبعان الإعلام الخاص المطبوع. هذا بالإضافة إلى جريدة "الحياة الجديدة" المدعومة من قبل السلطة الفلسطينية. كذلك تم رصد الصفحة الإلكترونية لوكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" كونها وكالة الأنباء الرسمية.

### 3. الإعلام المسموع:

اكفى الفريق برصد ساعات الذروة الصباحية ل"صوت فلسطين"، الإذاعة الفلسطينية الرسمية والتي تبدأ الساعة السابعة صباحاً وحتى الحادية عشر.

اعتمدت عملية التحليل الكمي على تحديد وتعريف اللاعب الرئيسي، وقد تم تعريفه من قبل فريق العمل على أنه إما مرشح الرئاسة أو الحزب السياسي، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هناك أربعة مرشحين مستقلين، ولكن الفريق اتفق على عدم تصنيف أو اعتبار أي لاعبين آخرين مثل الأحزاب السياسية التي لم تطرح مرشحاً أو مثل الشخصيات السياسية والاجتماعية المستقلة.

بعد تحديد اللاعب الأساسي، قام الفريق بقياس الوقت والمساحة الممنوحة لكل لاعب أساسي (مرشحو وأحزاب سياسية)، كذلك قام الفريق بقياس نبرة التغطية حسب ثلاث درجات تتراوح ما بين إيجابية أو سلبية أو محايدة وذلك بهدف تقييم النبرة العامة لوسائل الإعلام تجاه المتنافسين والأحزاب السياسية. تمت وحدة قياس المساحة المخصصة في الصحافة المطبوعة بالمليمتر، أما الوقت المخصص في التلفزيونات والراديو فتم بالثواني.

من أجل التحليل الكمي لتغطية الجرائد اليومية، فقد تم تقسيم الجرائد إلى صفحات عنونت كالاتي: الاقتصاد، الثقافة، الفنون والتسلية، صفحة متخصصة بمواضيع انتخابية، صفحة أولى، أخبار خارجية، شؤون محلية، شؤون دولية، دين، رياضة وآخر تصنيف كان غير ذلك.

صنف الشكل الذي تم به تغطية الأخبار بناء على:

الخبر الرئيسي (headline)، مقالات، رأي الجريدة، صور، اعلانات مدفوعة، كاريكاتور، خبر صحفي وأخيراً التقرير الاخباري.

ولم يتم تقييم التغطية الإعلامية على أنها سلبية أو إيجابية، إلا بعد اتفاق أعضاء الفريق على أن هذا التقييم قاطع وغير قابل للشك.

الجدول الأول: الجرائد التي رصدت

اسم الجريدة	الملكية	الفترة
الأيام	خاصة	05/1/7- 04/12/25
الحياة الجيدة	رسمية (ملكية أكثر من 51%)	05/1/7- 04/12/25
القدس	خاصة	05/1/7- 04/12/25

الجدول الثاني: المحطات التي رصدت 05/1/7- 05/12/25

الفترة	الملكية	القناة
23:00 - 18:00	عامة	تلفزيون فلسطين
23:00 - 18:00	خاصة	تلفزيون وطن
23:00 - 18:00	خاصة عربية	الجزيرة
23:00 - 18:00	خاصة عربية	العربية
11:00-7:00	عامة	صوت فلسطين
05/1/7- 04/12/25	ملكية عامة	الصفحة الإلكترونية لوكالة الأنباء الفلسطينية "وفا" - ملكية عامة

فريق المراقبين:

عبير اسماعيل  
فاطمة برقايوي  
غسان أبو عيد  
علاء فريد كراجه  
غادة غريب خليل  
محمد علوي  
ايفا الأفغاني  
لمى أبو سمية  
محمد نواهضة

محمد حميدة      ريم عبد الحميد  
ثابت زراع      ياسين مصطفى علي عباس  
رصد صوت فلسطين: موسى قوس

## النتائج الأولية:

### الوصول للإعلام الرسمي

أعطت المادة رقم 57 الفقرة رقم (1) من قانون الانتخابات رقم 13 لعام 1995، الصلاحية للجنة الانتخابات المركزية للتنسيق والترتيب مع الإعلام الرسمي من أجل منح مساحة متكافئة ومجانية للمرشحين السبعة. وقد قامت لجنة الانتخابات بالاتصال براديو وتلفزيون فلسطين وقدمت المعلومات الكافية عن واجبهما تجاه المرشحين، أما الاتفاق على موعد بث دعاية المرشحين، فقد جرت عبر قرعة بحضور ممثلي المرشحين، وقد تم تحضير اضاءات دعائية لمدة عشر دقائق لكل مرشح بنيت لمدة سبع ليال وتوقفت قبل الاقتراع بيوم واحد.

كما تم انتاج برنامج حوارى يستضيف كل مرشح لمدة ساعة ونصف بث في ساعات الذروة المسائية. وتم تمويل هذا البرنامج جزئياً من قبل لجنة الانتخابات المركزية وبرعاية شركتين خاصتين هما: "شركة الاتصالات الفلسطينية" وفندق "جراند بارك برام الله". وأعيد بث كل حلقة ثانية الساعة العاشرة والنصف مساءً.

كان محتوى مادة البث للمرشحين مستقلاً، ولم يتم التدخل في تحريره رغم أنه تم فحص المقابلات قبل بثها للتأكد من التزام المحتوى بالقانون الفلسطيني الذي يمنع القبح والتشهير. هذا، بالرغم أنه من غير الواضح وجود أية نصوص تتعلق بقانون الاعلام حول الإعلام المرئي والمسموع. ولم يكن هناك أي شكوى تتعلق بهذه التغطية. هذا النظام كان ناجحاً في ضمان بلوغ المرشحين للإعلام الرسمي وحصولهم على تغطية مجانية متساوية وهو نظام بناء، حيث أن جميع من يهمهم قيموه على أنه ناجح بشكل كبير.

اعتبر الإعلام الرسمي أن لديه مشكلة كبيرة في تغطية أنشطة الانتخابات في برامج العادية. وهذه الإشكاليات هي مجموعة متداخلة من العوامل، أحدها أولوية الأخبار التي كانت تغطي أبو مازن كون يشغل منصباً رسمياً كرئيس لمنظمة التحرير الفلسطينية. كذلك اشتكى الإعلام الرسمي من شح المصادر والامكانيات، بالإضافة الى العراقيل التي تضعها اسرائيل أمام المراسلين والحوار التي تمنع الإعلام الرسمي من نقل الحدث بالصورة من موقعه، حيث لم يتمكن تلفزيون فلسطين من نقل معداته للبث المباشر من المناطق المختلفة بسبب الحواجز، وهذه الاخيرة شكلت مشكلة جديّة واجهت الإعلام في تقديم تغطية متوازنة للحملات الانتخابية.

لم يكن الوضع التنظيمي للإعلام الرسمي واضحاً، وافترق إلى قانون واضح ومستقل، وبالتالي لم يكن هناك وضوح في دور المؤسسة في خدمة الناخب الفلسطيني. انقسم أصحاب الاهتمام - بمعنى المرشحين، الإعلاميين والأحزاب السياسية، حول تقييم تغطية راديو وتلفزيون فلسطين. بعضهم قال أن المؤسسة حاولت جاهدة أن تكون منصفة ومحيدة ومتوازنة، وأبدوا تفهمهم للتغطية المكثفة لأبي مازن باعتباره رئيس منظمة التحرير، في حين أن مجموعة أخرى اعتبرت هذه التغطية غير مبررة وانها انحياز واضح لأبي مازن مرشح الحزب الحاكم "فتح".

### الوصول للإعلام الخاص:

أعطيت واحدة من أهم القضايا خلال تغطية الانتخابات، للحملات السياسية مدفوعة الأجر، سواء في المحطات الخاصة، التلفزة أو الراديو الخاص أو الجرائد. في التلفزيونات الخاصة التي تم رصدها، كان هناك تغطية بسيطة للانتخابات باستثناء الإعلانات السياسية المدفوعة وباستثناء التغطية العالية لتلفزيون "وطن".

تلفزيون وطن بث برنامج كل ليلة للمرشحين خلال ساعات الذروة، وهو عبارة عن مساهمة إيجابية في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية. أبو مازن رفض رد دعوة "وطن" لاستضافته حسب ما قال تلفزيون "وطن".

لم يسمح لتلفزيون فلسطين بالقيام بالدعاية السياسية مدفوعة الأجر. وما بدا انه وصول غير كامل كليا لساعات البث في التلفزيونات التجارية، عني أن الدعاية السياسية مدفوعة الأجر شكلت عاملا رئيسيا في التغطية من قبل القنوات مثل "وطن". ولم تكن هناك أية نسب معيارية من قبل السلطات للدعاية السياسية في الصحافة أو الاعلام المرئي والمسموع. واشتكى العديد من مكاتب المرشحين من الحصاص التي كانت مفرطة لدرجة كبيرة عن حصص الدعاية الاعتيادية في الصحافة، وفي بعض الحالات وصلت حد المنع بسبب الحجم الصغير لبعض ميزانيات المرشحين.

وكان الدفع لقاء الدعاية السياسية واضحا في الصحافة. وكان هناك تحركا مشجعا من قبل صحيفة واحدة على الأقل عبر نشر الدعاية المجانية لبعض المرشحين غير المحظوظين من الناحية المالية.

### القنوات الفضائية:

تكنم أهمية القنوات العربية الفضائية، تحديدا الجزيرة والعربية، في تغطيتهما للانتخابات الفلسطينية. ويمكن فهم ذلك، في أن مراسلي القنوات العربية يتمتعون بتسهيلات لحركتهم ولوصولهم للمعلومات والاحداث لا يتمتع بها الصحفيون المحليون.

الجزيرة امتنعت عن بث اعلانات مدفوعة لاي من المرشحين. العربية كانت القناة الفضائية الوحيدة التي قبلت بث اعلانات مدفوعة حيث بثت دعاية انتخابية لمرشح الرئاسة مصطفى البرغوثي والتي قال عنها مكتب حملته الانتخابية بأنها مولت من قبل منح مالية فلسطينية. القناتان انتقدتا من قبل الذين تمت مقابلتهم، حيث قالوا بأن هنالك تغطية زائدة للمرشح أبو مازن. الجزيرة من جانبها عرضت برنامج على شكل "spot" في نشرة اخبارها حصاد اليوم الساعة العاشرة مساء. البرنامج كان جزءا من تغطية الانتخابات، عرض فيه شعارات المرشح للانتخابات الرئاسة، ومقابلة معه. كانت مدة المقابلات مختلفة لكن التباين الاساسي كان مع ابو مازن الذي تمتع بمقابلة اطول بشكل واضح من المرشحين الاخرين.

العربية كانت تغطي الانتخابات في نشراتها الانتخابية، وتحديدا في تغطية نشاطات أبو مازن مع تغطية هامشية للمرشحين: مصطفى البرغوثي وبسام الصالحي وتيسير خالد. التغطية الثانية الأهم في العربية، كانت عبر الاعلان مدفوع الأجر لمصطفى البرغوثي.

### الاطار القانوني للاعلام والانتخابات:

بالرغم من أن الارضية التقنية لاعلام حر ومستقل، قد أنشأت في الصحافة عددا من القضايا القانونية، الا أن هنالك إختلافات وعدم ملائمة في القانون، لا تسمح له بالتمائل مع المعايير الدولية في هذا المجال. أيضا، من غير الواضح والى أي حد يشمل القانون الصحفي قطاع الاعلام المرئي والمسموع. وهنالك أيضا اختلاف في الرؤية حول أي قانون ، إن وجد، يمكن أن ينظم الاعلام المرئي والمسموع. وبشكل عام، القانون غامض، غير محدد، وبعيد عن تنظيم مبادئ الاعلام المستقل الذي يمكن أن يخدم المواطنين وقضية التطور الديمقراطي في فلسطين. شكل ذلك نقطة ضعف أساسية عند وضع المعايير والالتزامات لمراقبة التغطية الاعلامية للانتخابات. ومن غير الواضح بشكل خاص، اذا كان هنالك قانون له علاقة بالاعلام المرئي والمسموع. إنه لمن المهم أن توضح هذه المسألة وتعديل ايضا بالسرعة الممكنة لضمان اطار قانوني يصون دور الاعلام، ليس فقط في مسألة " التقارير الاخبارية عن الانتخابات"، وإنما أن يكون أيضا قادرا على تزويد المواطنين بمساحة كبيرة من النفاذية والبرامجية.

### لجنة الانتخابات المركزية:

ينظر الجميع للجنة الانتخابات المركزية على انها تتمتع بقدر كبير من الاخلاق والاستقلالية. وبرغم ذلك، انتقدت لعدم تعاطيها مع خروقات قانون الانتخابات. وقدم العديد من المرشحين شكاوى بشكل عام، على ما اعتبروه تغطية زائدة لابومازن في التلفزيون والصحافة واعتبروا ان شكاويهم لم يجر التعامل معها بشكل ملائم. واعترفت وزارة الاعلام نفسها، بأنها تعتقد أن عدد الخروقات التي تمت أكثر من تلك التي وصلتها من لجنة الانتخابات المركزية.

ببساطة، كان الموضوع الأساسي المتعلق بدور لجنة الانتخابات المركزية، يتعلق بعدم تمتع لجنة الانتخابات المركزية بأدوات أو بقوة كافية لتنظيم الانتخابات والتغطية الاعلامية لها. ولهذا، استمرت الانتهاكات خلال مدة الحملة الاعلامية. وضح ذلك أحد الذين قابلناهم قائلاً " الخروقات استمرت، ولجنة الانتخابات المركزية غير فعالة لان الاعلام لا يكثرث بهم لعدم وجود قانون يجبر الاعلام على احترام تعليماتها". بشكل عام، كانت وجهة نظر من قابلناهم: "لجنة الانتخابات المركزية تصرفت بطريقة مستقلة، لكنها لا تمتلك القوة القانونية ولا القوة التنفيذية وهذا قلص من قدرتها على تنفيذ قانونها الانتخابي بشكل واضح.

### الضغط على الصحفيين:

كانت حركة الصحفيين مقيدة بفعل استمرار الحواجز العسكرية الاسرائيلية. وسائل الاعلام الاكبر تغلبت على ذلك الى حد ما، بتوظيف صحفيين في مناطق جغرافية متنوعة تمكنهم من تغطية المناطق المختلفة في فلسطين. وينظر للفضائيات العربية الكبيرة على أنها تتمتع بظروف افضل من الاعلام المحلي ومن الصحفيين المحليين، حيث أن لهم قدرة افضل على الوصول الى المناطق والمرشحين ايضا. عبر الصحفيون أيضا عن شكاوهم من الضغط الذي يتعرضون له من المرشحين ومكاتبهم، سواء من ناحية اتهامهم بالتحيز لمرشح أو التحيز ضد مرشح نون غيره.

### فترة توقف الحملات الاعلامية:

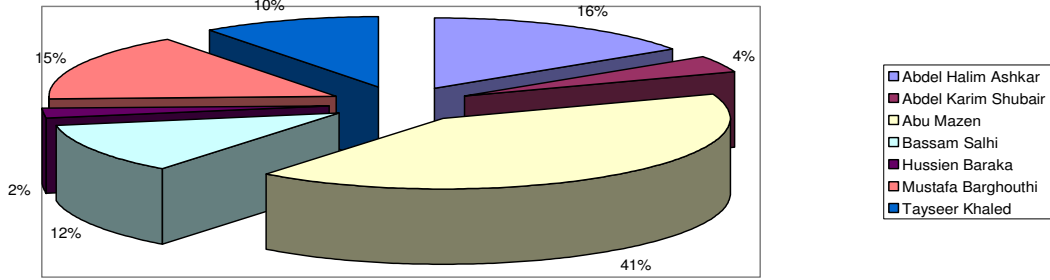
خرقت جميع الصحف فترة توقف الحملات الاعلامية لمدة 24 ساعة قبل يوم الانتخاب. يوم 2005/1/8، حملت جميع العناوين تغطية اعلامية للمرشحين. تمتع ابومازن ومصطفى البرغوثي بأكبر تغطية في ذلك اليوم. كان هنالك ايضا اعلانات انتخابية في الصحف، صحيح أنها لم تكن مباشرة لكن قصد منها تسويق المرشح بشكل غير مباشر في فترة التوقف عن الحملات الانتخابية.

### تغطية الصحافة المطبوعة:

أظهرت جميع الصحف نفس الاتجاهات في عملية تغطية المرشحين خلال فترة الدعاية الانتخابية. ابومازن هو المرشح الذي تمتع بأكبر قدر من التغطية من بين جميع المرشحين للانتخابات. صحيفة "الايام" هي الصحيفة الوحيدة التي تمتع جميع المرشحين فيها بأكبر قدر من التغطية، بالرغم من ذلك كان ابومازن هو المرشح الذي حصل على تغطية أعلى. اذا خصمنا مساحة التغطية الاعلانية المدفوعة للمرشحين في الصحف، يبقى ابومازن يحتل المساحة الاعلامية في التغطية من بين جميع المرشحين وبنسبة مساحة أكبر من مجموع المرشحين.

الرسم البياني الأول: مساحة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي في جريدة الأيام بما فيها الاعلانات المدفوعة الأجر

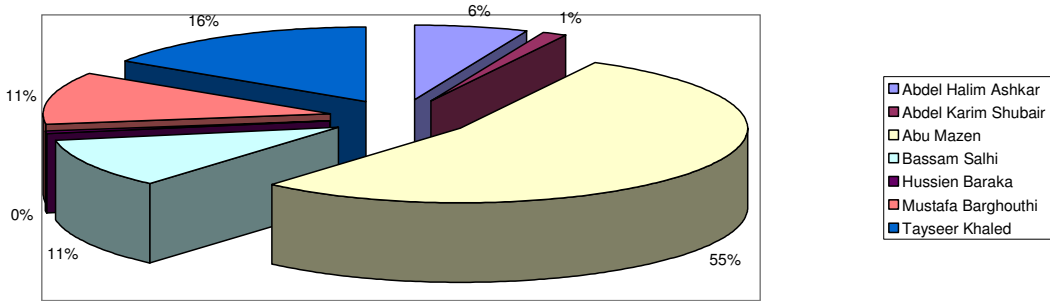
Al Ayyam



خصت جريدة الأيام مساحة معتبرة لأبي مازن خلال مدة الحملة الانتخابية الرسمية، حيث حصل على ما نسبته 41% وهذا يشمل الإعلانات المدفوعة الأجر، في حين جاء المرشح عبد الحليم الأشقر بما نسبته 16%.

الرسم البياني الثاني: مساحة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي في جريدة الحياة الجديدة بما فيها الاعلانات المدفوعة الأجر

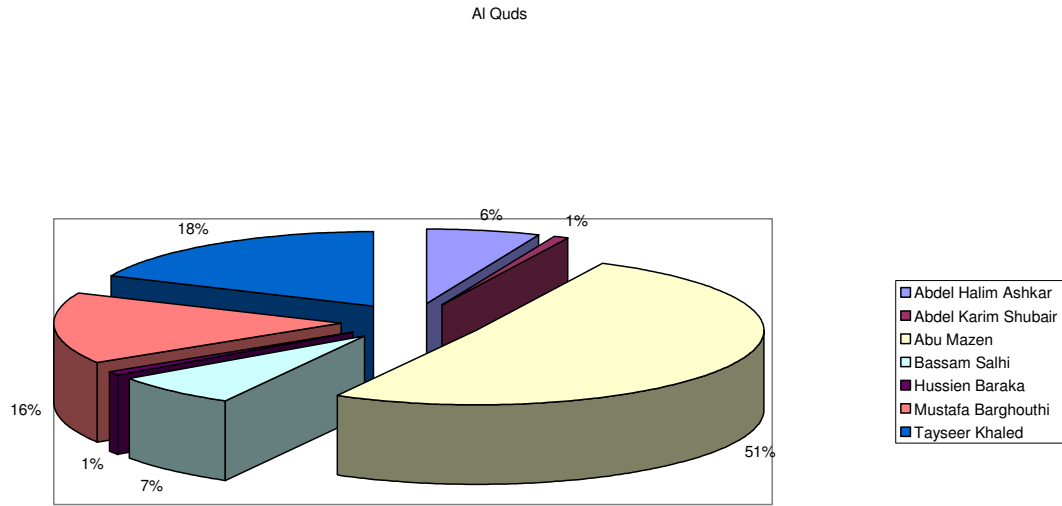
Al Hayat Al Jadida



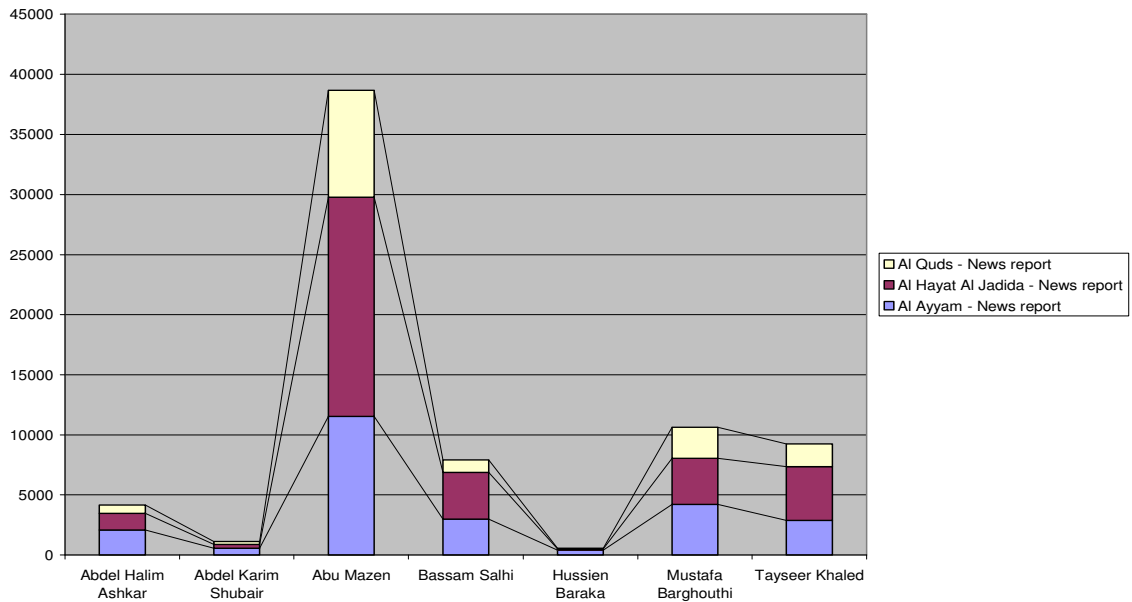
خصت الحياة الجديدة نسبة أكبر لأبي مازن حيث وصلت ما نسبته 55% من التغطية الإعلامية المخصصة للمرشحين وأحزابهم بما في ذلك الإعلانات المدفوعة الأجر، وكما هو الحال في جريدة الأيام هناك قسم من

التغطية الإخبارية مخصص لمرشحين آخرين، تأتي تغطية جريدة "القدس" في منطقة وسطى بين الجريدتين حيث وصلت نسبة تغطية أبو مازن حوالي 51%.

الرسم البياني الثالث: مساحة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي في جريدة القدس بما فيها الاعلانات المدفوعة الأجر



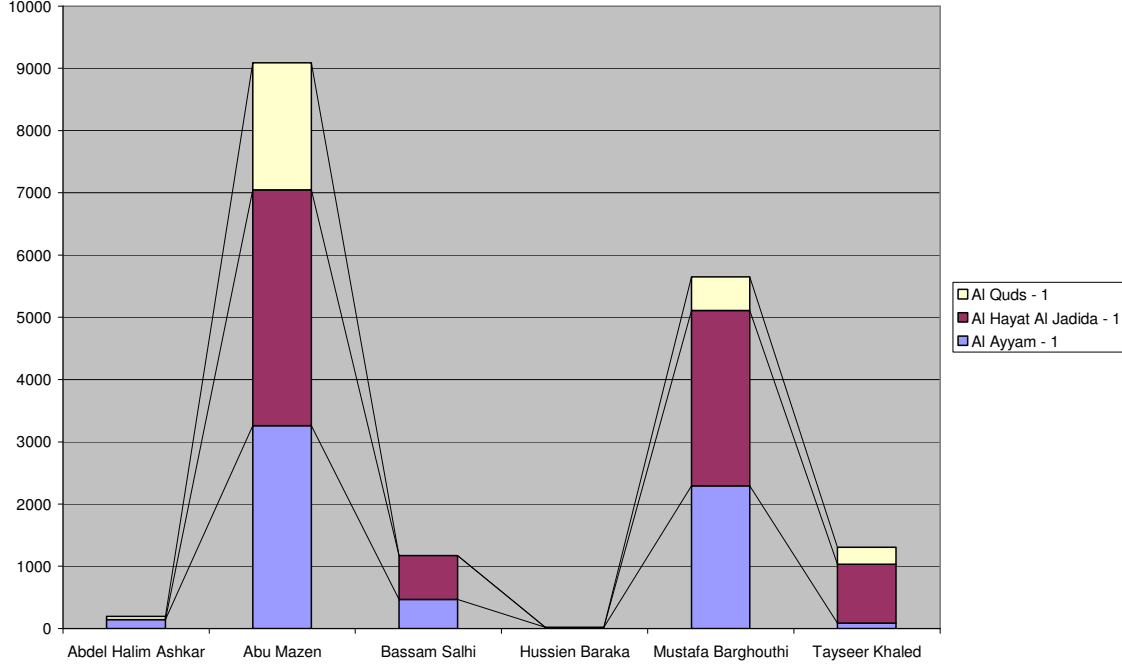
الرسم البياني الرابع: التقارير الإخبارية في الصحافة المطبوعة التي تغطي مرشحي الرئاسة





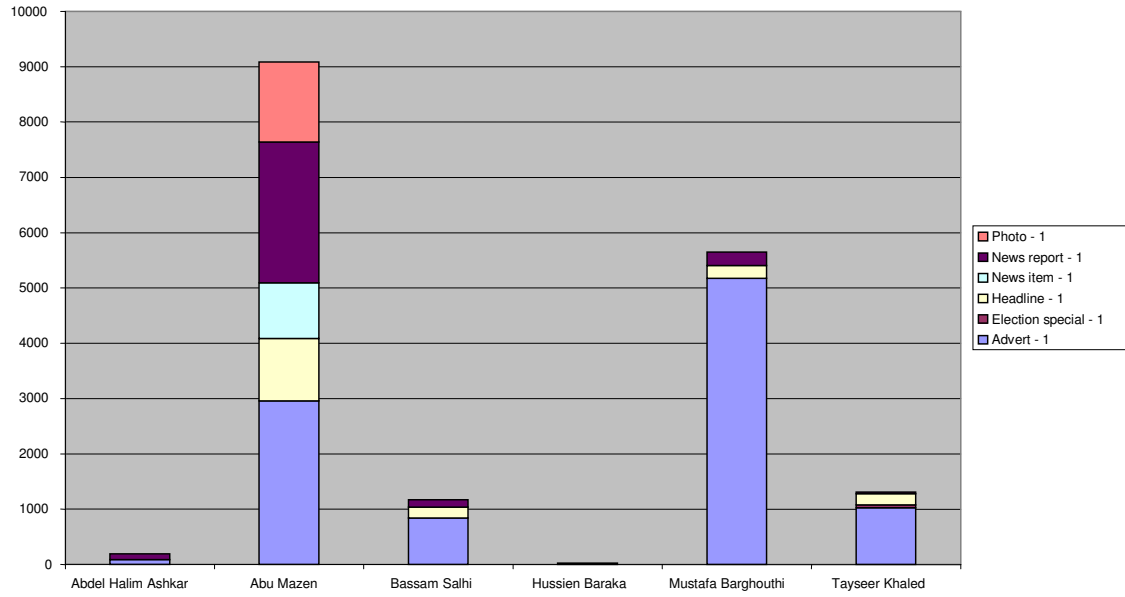
هناك عامل أساسي تحكم في حجم تغطية الصحافة المطبوعة وهو المنصب الرسمي الذي يحتله أبو مازن كرئيس لمنظمة التحرير الفلسطينية بواجباته السياسية التي يجب أن يقوم بها أثناء الحملة الانتخابية. هذه الواجبات تم تغطيتها بكثافة لأنها أعطيت أولوية عليا جعلت التغطية لصالح حملة أبي مازن عالية

الرسم البياني الخامس: مشاركة المرشحين لعناوين الصفحة الأولى لكل مرشح في الجرائد اليومية

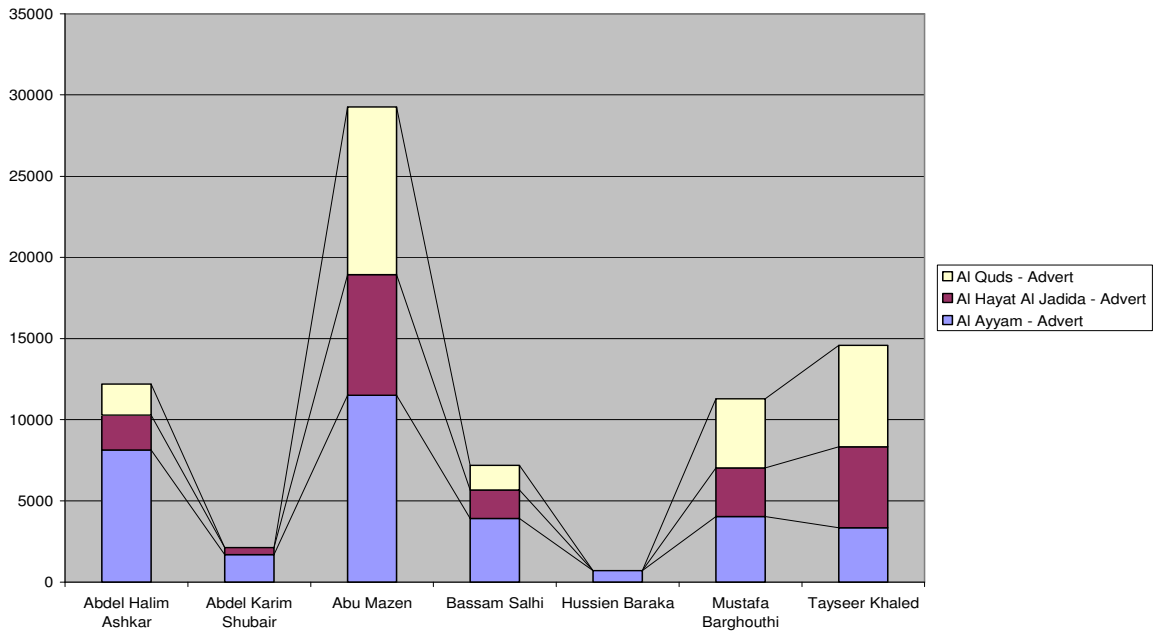


تمتع أبو مازن وبدرجة أقل مصطفى الصالحي بأغلبية التغطية في الصفحة الأولى سواء عبر الإعلانات مدفوعة الأجر أو عبر التغطية الإخبارية. كان أبو مازن موضوع الخبر الرئيسي تقريباً في جميع الصحف، بينما اعتمدت حملة مصطفى البرغوثي على الإعلان المدفوع الأجر ليحتل الصفحة الأولى.

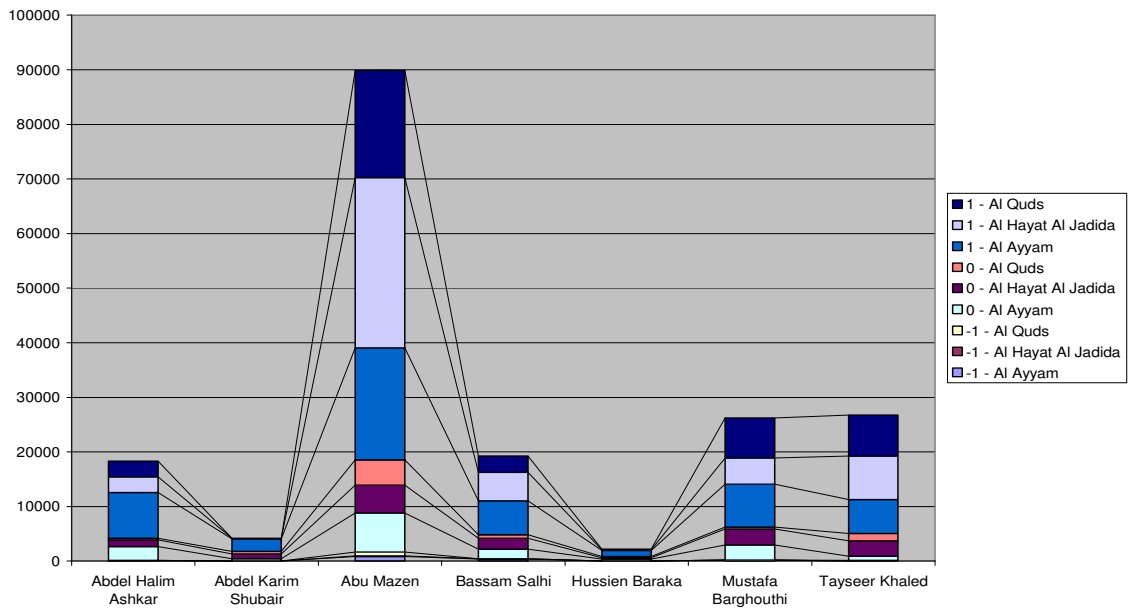
الرسم البياني السادس: نصيب وشكل تغطية الصفحة الأولى لكل مرشح

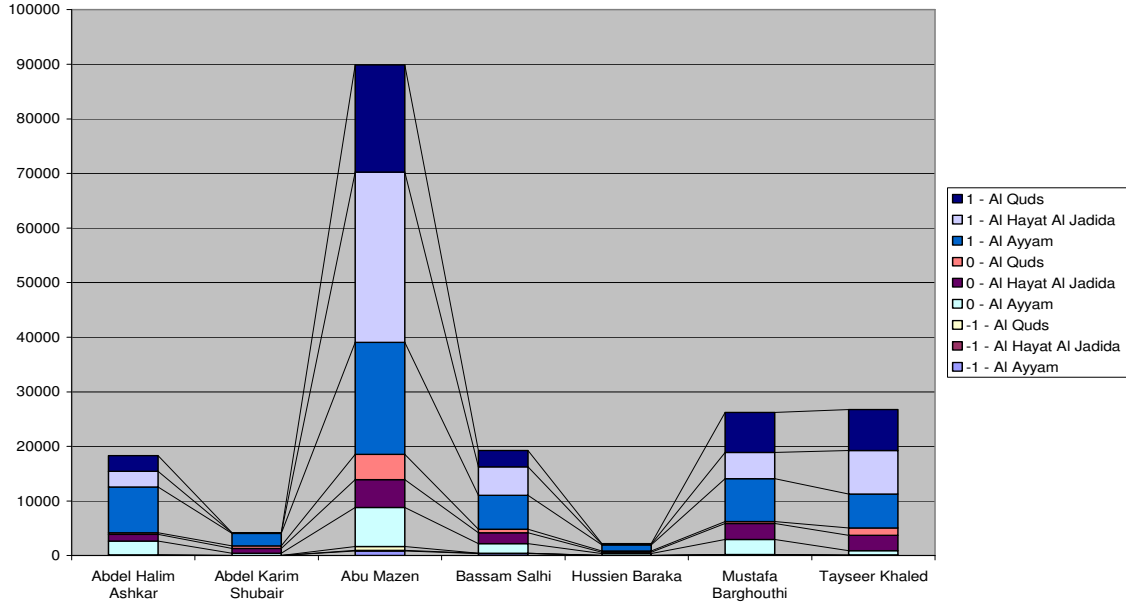


الرسم البياني السابع: حجم التغطية المدفوعة الأجر لكل مرشح في الصحف اليومية



الرسم البياني الثامن: نبرة التغطية الإعلامية للانتخابات والمرشحين في الصحف اليومية



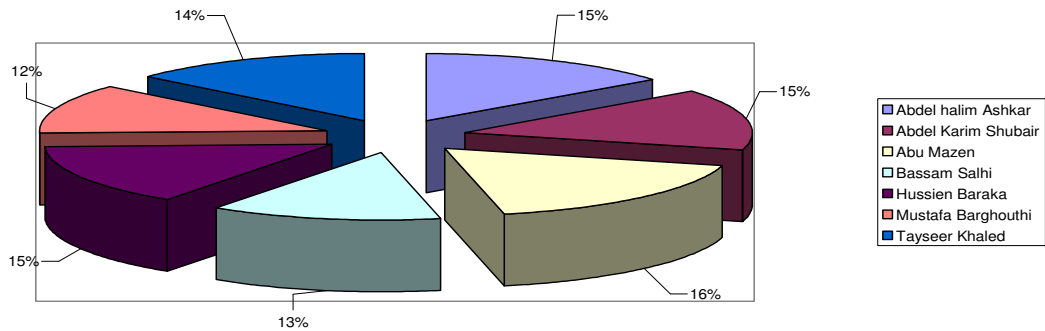


### تغطية الإعلام المرئي والمسموع:

على الرغم من أن أبو مازن ومنصبه الرسمي بالإضافة لحزبه "حركة فتح" سيطروا على أغلب التغطية الإخبارية، إلا أن وجود برنامج تلفزيوني قدم المرشحين للناخبين بشكل متساو ومتوازن يعني أن تغطية تلفزيون فلسطين كانت متوازنة بشكل عام.

الرسم البياني التاسع: حجم التغطية (مدة) الممنوحة لكل مرشح رئاسي في تلفزيون فلسطين

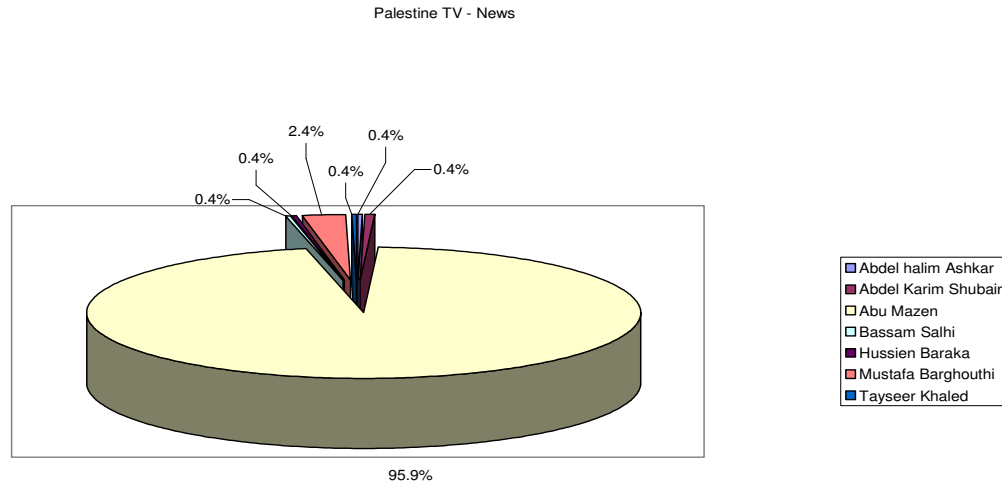
Palestine TV



هذا التوازن يجب أن يفهم في سياق مجانية البث الذي خصص للمرشحين. ولكن وفي ظل عدم وجود أي تغطية تحليلية أو نقدية للانتخابات أو للمرشحين خلال الحملة الانتخابية الرسمية خارج البرنامج المجاني المخصص للمرشحين الذي ضمنه قانون الانتخابات الفلسطيني.

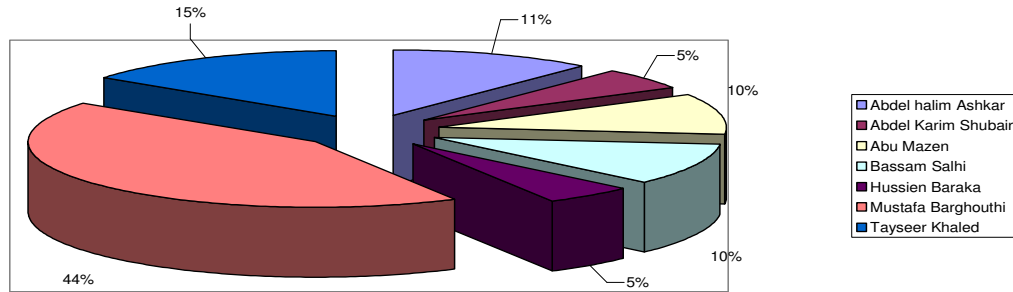
وفي هذا السياق، لم يكن لدى التلفزيون قدرة على الفصل بين المؤسسة (ومصادر المؤسسة) ونشاطات الحملة الانتخابية لأبي مازن وانعكس عدم الوضوح هذا في حجم التغطية لأنشطة أبو مازن في الأخبار والبرامج الأخرى للتلفزيون.

الرسم البياني العاشر: مدة التغطية في نشرات الأخبار التي منحت لكل مرشح رئاسي في نشرات أخبار تلفزيون فلسطين



الرسم البياني الحادي عشر: مدة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي في تلفزيون وطن (تشمل الإعلانات المدفوعة الأجر)

Watan

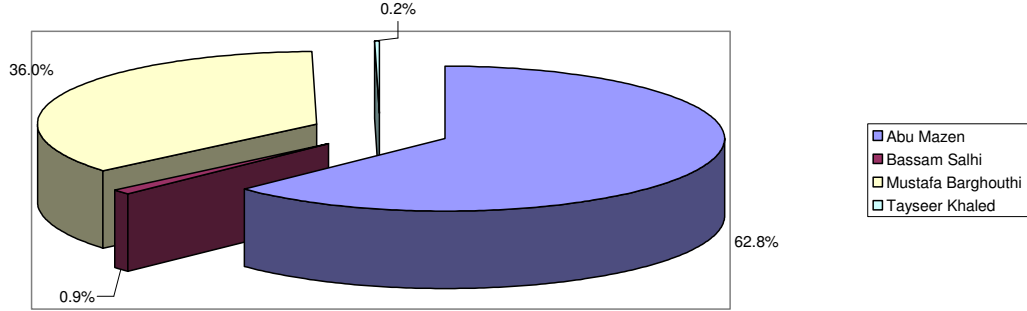


تغطية تلفزيون "وطن" للانتخابات احتوت على ثلاث أقسام: الأول وبشكل كبير نسبياً، كان المساحة الهائلة للإعلانات مدفوعة الأجر للمرشحين. أما القسم الثاني، فكان عبارة عن توفير تلفزيون وطن لمساحة بث لجميع المرشحين عبر برنامج حوار. والقسم الأخير، كان عبارة عن نقل لنشرة الأخبار الرئيسية التي تعرض في "الجزيرة". الحلقة المجانية التي خصصها تلفزيون فلسطين لمرشح الرئاسة مصطفى البرغوثي بثت على "وطن" لعدة مرات. تقلصت تغطية باقي المرشحين لحساب تغطية مصطفى البرغوثي وحملته حيث وصلت مساحة بثه حوالي 44% من مجمل التغطية الإعلامية لتشمل الإعلانات المدفوعة الأجر. لذا تحمل تغطية تلفزيون وطن للانتخابات الرئاسية ثلاث ميزات: الأولى، قامت وبدون شك بالترويج لترشيح مصطفى البرغوثي، ثانياً أن التلفزيون بث الكثير من الإعلانات السياسية مدفوعة الأجر، والتي حسب المرشحين الآخرين أن المحطة كانت حاضرة لاستقبالهم وسهولة الوصول. وأخيراً وفرت اطاراً للمرشحين، بالرغم من أن توفير هذا البث للمرشحين قد ضعف بشكل ما بسبب تكرار تلفزيون "وطن" عرض برنامج مصطفى الحوار في تلفزيون فلسطين.

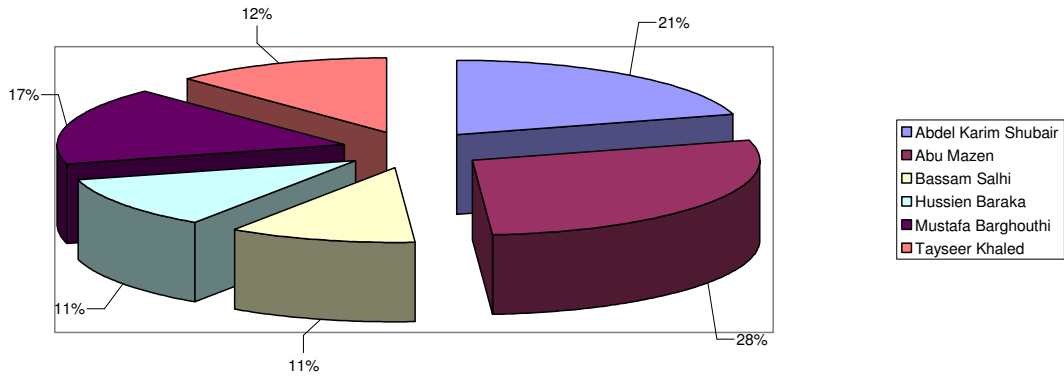
#### القنوات الفضائية العربية:

عند الأخذ بعين الاعتبار أهمية القنوات الفضائية في فلسطين، فإن الفضائيات العربية تستقبل محلياً بعناية خاصة. ووجهت إليها الأنظار في فترة الحملة الانتخابية لأهمية هذه الانتخابات للفلسطينيين، ومع ذلك وعلى الرغم من هذه الأهمية، إلا أن التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية الفلسطينية كانت هامشية في قناة "العربية". حظي أبو مازن على أكبر تغطية في "العربية" وأغلب هذه التغطية كانت لاعتبارات الموقع الوظيفي الذي يحتله كرئيس لمنظمة التحرير الفلسطينية من ناحية، ومن ناحية أخرى لعب الإعلام العربي دوراً واسعاً في تغطية الشؤون الفلسطينية.

الرسم البياني الثالث عشر: مدة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي في قناة العربية وتشمل الإعلان مدفوع الأجر



الرسم البياني الرابع عشرة مدة التغطية الممنوحة لكل مرشح رئاسي على قناة الجزيرة خلال البرنامج الخاص بالمرشحين

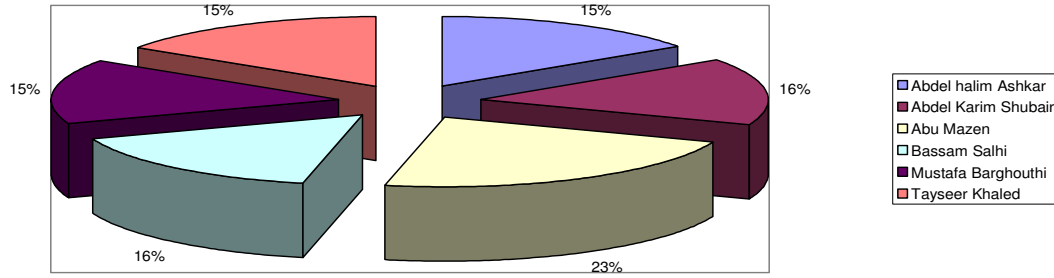


وفرت الجزيرة للانتخابات مساحة بارزة في برامجها. وكان البرنامج اليومي في نشرة الاخبار المسائية للجزيرة الذي استضاف المرشحين، قد شكل ابتكارا ايجابيا ووفر خدمة عامة للمواطنين الفلسطينيين.

واعتبر المرشحون أن الجزيرة كانت من المحطات التي أعطت فرصة جيدة لهم من أجل الظهور أمام مرشحيهم على الرغم من أن تغطية أبا مازن كانت أكبر من تغطية باقي المرشحين

الرسم البياني الخامس عشر: مدة التغطية الممنوحة لكل مرشح في صوت فلسطين

Voice of Palestine



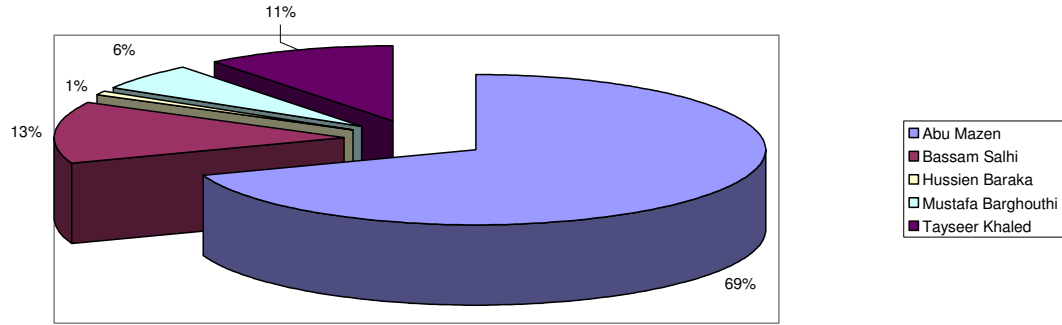
تغطية صوت فلسطين للانتخابات اعتمدت أساساً على الدعاية الانتخابية المجانية للمرشحين لمدة ثلاث دقائق لكل منهم. ويذكر أن أحد المرشحين لم يستعمل حقه في الدعاية المجانية في صوت فلسطين، لذا غاب عنها. غياب التغطية العامة للانتخابات في "راديو فلسطين" عنت بشكل عام أن التغطية كانت متوازنة ومنصفة عبر الوقت المجاني الذي منح للمرشحين (بث بدون تحرير من قبل القائمين على الراديو).

غياب أي ارتباط جدي بتغطية الانتخابات في راديو فلسطين، والغياب الواضح لبرامج تحليلية خاصة بهذا الحدث يعد توجهاً سلبياً يحسب على صوت فلسطين.

الرسم البياني السادس عشر: تغطية مرشحي الرئاسة في الصفحة الإلكترونية لوكالة "وفا" الفلسطينية



Wafa



المعلومات على وكالة الانباء الفلسطينية (وفا)، كانت متحيزة بشكل واضح لمرشح الرئاسة ابومازن، حيث تمتع بما نسبته 69% من مساحة صفحاتها اليومية على موقعها الالكتروني. كان هنالك مؤشر ضئيل على ان (وفا) كانت متوازنة في تغطيتها الاعلامية للمرشحين.

## ملخص لنتيجة المراقبة:

هنالك ضعف واضح في الاطار القانوني بحاجة لتوضيح. وتمت إدارة الانتخابات بروح من الشعور بان هنالك فرصة، وراها المرشحون أنها فرصة لخلق أجندة تسمح ببناء مؤسسات تساعد في تطوير ثقافة سياسية أساسها الانتخابات الديمقراطية. من هذا المنطلق، كانت التغطية الاعلامية أساسية بالنسبة للمرشحين للوصول الى الناخبين. الخوف الرئيسي كان من الانفاق على الاعلام والخوف من أن يتم ذلك دون شفافية توضح حجم ومصادر التمويل للمرشحين. الموضوع الثاني، وهو متعلق بنفس القضية يكمن في أن الاعلانات المدفوعة كانت محكومة لقوانين السوق، والتي شهدت ارتفاعا كبيرا خلال فترة التغطية الاعلامية، مما حرم بعض المرشحين من ذوي الموازنات المحدودة من النفاذ الى الاعلام بشكل أكثر فاعلية. يجب النظر لعدم وجود اطار قانوني ينظم الاعلانات المدفوعة بجدية ويجب منحه الأولوية لتزويد المرشحين بنظام عادل للوصول الى اعلانات مدفوعة مقابل المساحة في الاعلام التجاري.

في الصحافة ايضا، لاحظنا نفس الاتجاهات كما في الاعلانات التلفزيونية، من ناحية عدد الاعلانات المدفوعة للاعلان السياسي. أظهرت الصحافة ميلا واضحا، من ناحية المساحة المخصصة للمرشح أبو مازن.

كان هنالك بعض البرامج الخلاقة في الاعلام التي رحب بها جميع المرشحين. فلقد رحب المرشحون بالبرامج التي خصصتها "الجزيرة" وتلفزيون "وطن" للمرشحين والسماح لهم بايضاح برامجهم والنفاذ للاعلام من خلال ذلك. كما تم الترحيب بتخصيص تلفزيون "فلسطين" لوقت حر للمرشحين وبنه دون تدخل.

بشكل عام الاعلام لم يخدم جميع المرشحين بشكل متوازن من ناحية المساحة. الى حد ما، يمكن إرجاع ذلك إلى ان الانتخابات قد تم السيطرة عليها من قبل مرشحين اثنين مع حصول بقية المرشحين على نسبة هامشية في استطلاعات الرأي. تبقى هنالك ضغوطات على الاعلام في تغطيتهم للحملات الانتخابية تعود الى مجموعة من العوامل:

أولاً: التغطية الإعلامية الانتخابية هي تجربة جديدة على الفلسطينيين وتجربة تعليمية أيضاً لجميع المهتمين في هذا المجال.

ثانياً: عدم وجود إطار قانوني ملائم للإعلام وادوات متطورة لعمل الإعلام خلال الانتخابات، تعني وجود قضايا مثل: "عدم وجود قانون للإعلام المرئي والمسموع، أو قانون للإعلانات المدفوعة"، غير واضحة بحاجة إلى تنظيم بطريقة شفافة ومقنعة من ناحية الأسعار والنفاذية.

ثالثاً: موقع ابومازن في فتح ووظائف ابومازن الإدارية سمحت باعطائه أولوية زائدة في التغطية الإعلامية الإخبارية لنشاطه الإداري في الإعلام العام والصحافة.

كان هنالك علامات كثيرة مشجعة في التغطية الإعلامية للانتخابات والحملات الانتخابية إذا ما أخذنا بالاعتبار الصعوبات التي يواجهها الفلسطينيون في الانتخابات، وهذا يظهر الإرادة لدى الفلسطينيين لدعم تطوير الإعلام الفلسطيني باتجاه العملية الديمقراطية. كان هنالك ضعف كبير في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية وهذا يحتاج إلى معالجة من قبل السلطات الفلسطينية من أجل تحسين الإطار القانوني لمجمل الإعلام الفلسطيني وتزويد الإعلام الخاص والعام بإطار قانوني يتعامل مع مسألة النفاذية للمرشحين لإعطائهم الحق بإيصال برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين ومن أجل الجمهور الذي يحتاج للتعامل مع برامج المرشحين بصورة نقدية ومن أجل أن يكون لديهم الحق في المعرفة من أجل اختيار مرشحهم في الانتخابات المستقبلية.