

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

د. ولاء إبراهيم العقاد*

المقدمة:

حظيت الحياة السياسية في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، باهتمام غير مسبوق من قبل المواطنين المصريين داخل مصر وخارجها، حيث عادت الحياة السياسية تنبض من جديد بعد التغيير الجذري الذي شهده المجتمع المصري بوجه عام في ذلك الوقت، وبعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ زاد هذا الاهتمام بالاستحقاقات السياسية المتتالية التي شهدتها مصر في هذه الفترة ولاسيما بالعملية الانتخابية والتصويت في الانتخابات سواء الرئاسية أو البرلمانية أو حتى الاستفتاءات، خاصة من قبل الإناث كأحد أهم قطاعات المجتمع وأصبحنا نراهم بإصرار أمام اللجان الانتخابية إدراكا بأن الانتخابات السياسية فاعلا أساسيا واستراتيجيا لتحقيق الديمقراطية داخل أي مجتمع يسعى لتحقيق مناخ ديمقراطي، ولأن الانتخابات النيابية أو البرلمانية أحد أهم أشكال الانتخابات السياسية ليس في مصر فقط بل في العالم بوجه عام، فإن متابعتها وتغطية أخبارها إعلاميا وتلفزيونيا يحظى أيضا بقدر كبير من تلك الأهمية لدى المتابعين لها من جماهير المشاهدين منذ انطلاقتها وحتى إعلان نتائجها غير الرسمية ثم الرسمية.

ولقد كان التلفزيون والقنوات الفضائية على وجه الخصوص من أهم الأدوات الرئيسية التي تسهم في خلق البيئة المعلوماتية التي تتم في إطارها أية انتخابات بشكل عام، ولقد ساعدت تقنيات البث الرقمي أيضا في إيجاد حلول مناسبة لازدحام البث من خلال توسيع الخدمة عبر القنوات الفضائية والتي أدى تزايدها إلى تنوع المضامين البرمجية المختلفة وزيادة البرامج الحوارية كأحد أهم المضامين البرمجية على الخريطة البرمجية للقنوات الفضائية المختلفة.

ولما كان البرامج الحوارية من أكثر الأشكال البرمجية اهتماما من قبل الباحثين في هذا الشأن وذلك لما تحظى به من نسب مشاهدات مرتفعة كما جاء في نتائج الدراسات الإعلامية في هذا الصدد^(١)، وكذلك لما يحتويه هذا الشكل البرمجي المهم من

* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية والعربية – جامعة الأزهر

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

تنوع في الفقرات مما يجعله يحظى بقدرة خاصة على جذب الانتباه، ومن ثم قدرة كبيرة على التأثير في جماهير المشاهدين، ونظرا لما تتمتع به المشاركة السياسية بشكل عام والمشاركة في الانتخابات البرلمانية والرئاسية بشكل خاص من اهتمام من قبل الباحثين في مجالى السياسة والإعلام على وجه الخصوص، فإن التغطية التلفزيونية لهذا النوع من الأحداث السياسية تحظى بأهمية خاصة لدى الباحثين أيضا، حيث يتجلى ذلك في كم الدراسات الإعلامية التي تعد في رصد وتحليل التغطيات الإعلامية على اختلاف توجهاتها لأحداث الانتخابات المختلفة وكذا الدراسات التي تعني بدراسات اتجاهات الجماهير من المتلقين نحو تلك التغطيات أو نحو المرشحين أو نحو العملية الانتخابية ككل والوعي السياسي المرتبط بها وهو ما سيتضح فيما بعد من استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية .

وبناء على ذلك فإن الدراسة الحالية تسعى إلى التعرف على أبعاد التغطيات التي قدمتها الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لانتخابات مجلس النواب التي انطلقت في جمهورية مصر العربية في أكتوبر ٢٠٢٠ والوقوف على مدى نجاح القنوات الفضائية المصرية في تقديم تغطية شاملة وموضوعية لهذا الإستحقاق السياسي المهم .

مشكلة الدراسة :

تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في الوقوف على الأطر والأساليب المستخدمة في التغطيات التي قدمتها الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لانتخابات مجلس النواب التي أجريت في جمهورية مصر العربية في أكتوبر ٢٠٢٠، وكذا الوقوف على مدى نجاح القنوات الفضائية المصرية في تقديم تغطية شاملة وموضوعية للانتخابات هذا العام ودرجة تأثير نمط ملكية هذه القنوات في التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية التي تبث من خلالها.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة :

التغطيات الإعلامية : الأساليب والأطر التي تم تناول وتغطية الانتخابات البرلمانية المصرية من خلالها في فقرات البرامج الحوارية المذاعة على القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة .

البرامج الحوارية: البرامج الحوارية المسائية التي تبث على القنوات الفضائية المصرية سواء الحكومية منها أو الخاصة.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

القنوات الفضائية المصرية: القنوات الفضائية المصرية فقط الحكومية والخاصة .
الانتخابات البرلمانية: انتخابات مجلس النواب المصري التي أجريت في مصر في
أكتوبر ٢٠٢٠ .

الدراسات السابقة:

تناولت الباحثة الدراسات التي تناولت علاقة الانتخابات السياسية بالقنوات
التلفزيونية:

١- دراسة (Rodriguez- Vazquez & Others, 2020)^(١)، والتي هدفت إلى
المقارنة بين أطر التغطية التلفزيونية لانتخابات ٢٠١٦ في القنوات الحكومية
ونظيرتها في القنوات الخاصة المستقلة وذلك من خلال مقارنة أداء قناتين من
القنوات التلفزيونية إحداهما حكومية والأخرى مستقلة، وقد خلصت الدراسة في
نتائجها إلى وجود اختلافات في اختيار الأخبار المتعلقة بالانتخابات والتي تقدمها
القناتان، حيث أثبتت النتائج اهتمام القناة الحكومية بتغطية الأخبار الخارجية عن
الأخبار المحلية، كما أوضحت أن القناة الحكومية اهتمت بالزوايا الإيجابية لأداء
الحكومة في تناول الأخبار التي تقدمها بينما اهتمت القنوات الخاصة بالزوايا
والإطار السلبي فقط لتلك الأخبار.

٢- دراسة (Sokolova, Diana, 2020)^(٢)، والتي هدفت إلى تحليل التغطية
الإخبارية المسائية لانتخابات مجلس (الدوما) الروسي لعام ٢٠١٦ وذلك بهدف
التعرف على الاختلافات بين أطر تغطية انتخابات مجلس (الدوما) في روسيا لعام
٢٠١٦ من خلال مقارنتها بين قناة حكومية وأخرى خاصة أو مستقلة، وذلك من
خلال التحليل الكمي لأطر الحملات الإعلامية المقدمة على تلك القنوات عينة
الدراسة خلال الأشهر الثلاثة السابقة لإجراء الانتخابات، وقد توصلت الدراسة في
نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين تغطية القناتين لانتخابات الدوما وبرامج
المرشحين وبين تغطية القضايا التي تتعلق بالاقتصاد الروسي، السياسة الروسية،
الجيش والرفاهية الاجتماعية في روسيا، بينما لم تثبت علاقة بين التغطية وبين
القضايا التي تتعلق بالتكنولوجيا والإرهاب والرياضة في روسيا .

٣- دراسة (سامية موسى، ٢٠١٦)^(٣)، وهدفت إلى التعرف على دور البرامج
الحوارية في التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان ٢٠١٥ وعلاقتها باتجاهات

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

شباب الجامعات نحو المرشحين السياسيين، وذلك من خلال تحليل تغطية برنامجين أحدهما يذاع في قناة حكومية والآخر في قناة خاصة في الفترة من (١٧ أكتوبر إلى ٤ ديسمبر ٢٠١٥)، ومن خلال إجراء دراسة على عينة من الشباب الجامعي قوامها ٤٠٠ مفردة، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى ارتفاع نسبة اتجاه الإيجابية للتغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بين فقرات البرنامجين عينة الدراسة، كما أوضحت أنه على مستوى الإشباع التي تتحقق نتيجة التعرض للبرامج الحوارية التي تغطي العملية الانتخابية على القناتين عينة الدراسة، فقد كان القدرة على فهم الواقع الانتخابي في المركز الأول بنسبة بلغت ٣٠.٤ %.

٤- دراسة (وسام نصر، ٢٠١٦)^(٥)، وهدفت إلى الوقوف على مدى اهتمام النخبة الإعلامية والسياسية بمتابعة تغطية الفضائيات المصرية لانتخابات البرلمان لعام ٢٠١٥ وكذا رصد تقييمها لأكثر البرامج الحوارية التي شاب أدائها بعض الانتهاكات أثناء التغطيات الإعلامية التي قدمتها، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى عدم وجود علاقة بين نوع النخبة ودرجة الاهتمام بالمتابعة، كما أشارت النتائج إلى توافر معدلات عالية من التجاوزات في أداء الفضائيات الخاصة وكان أبرز هذه التجاوزات المبالغة وانتهاك الصمت الانتخابي، فضلا عن إظهار عزوف نصف العينة من النخبة عن المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥.

٥- دراسة (Pingley, Allison، 2015)^(٦)، والتي هدفت إلى قياس الاختلافات بين محتوى الحملات الانتخابية الرئاسية الأمريكية في كل من الوسائل التقليدية والإعلام الإلكتروني أو ما يعرف بالإعلام الجديد، وذلك من خلال تحليل مضمون برامج واستراتيجيات المرشحين التي يقدمونها من خلال كل من الإعلانات التلفزيونية وتويتر أثناء الستة أشهر التي سبقت انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام ٢٠١٢ والتي خاضها كل من أوباما وروماني، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى ثبوت فرضية وجود اختلاف بين محتوى رسائل الحملات الانتخابية لكلا المرشحين عبر الإعلانات التلفزيونية عنها في تغريدات تويتر.

٦- دراسة (Rhea, David. and Chattopadhyay, Sumana.)^(٧)، والتي استهدفت تطبيق نظرية الملكية على الإعلانات السياسية التلفزيونية التي أذيعت أثناء حملات الدعاية لمرشحي انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠١٢

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

(أوباما ورومنى)، وذلك من خلال تحليل مضمون ١٧٥ إعلان سياسي تلفزيوني (٨٢) إعلان للمرشح الجمهوري، (٩٣) إعلان للمرشح الديمقراطي، وقد أسفرت الدراسة عن توفير رؤى جديدة تتعلق بدور نظرية الملكية في الإعلان السياسي الرئاسي المذاع على التلفزيون .

٧- دراسة (عدلي رضا وآخرون، ٢٠١٤)^(٨)، وهدفت إلى التعرف على مدى التزام وسائل الإعلام القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بمعايير الأداء المهني في تغطيتها لأخبار الانتخابات، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى التزام القنوات الحكومية التابعة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون بالمعايير المهنية أثناء التغطية في حين حاولت القنوات الخاصة التطوير من حيث الأداء المهني وإن ظهر بعض القصور والملاحظات السلبية على تغطياتها لأخبار الانتخابات من حيث التحيز وعدم احترام فترة الصمت الانتخابي .

٨- دراسة (سهام عبد الخالق، ٢٠١٤)^(٩)، والتي استهدفت التعرف على الموضوعات التي تم طرحها في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية فيما يتعلق بالتيارات الإسلامية ورصد مفردات الخطاب الإعلامي الذي تم تناولها من خلاله فيما يتعلق بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١١ كأول انتخابات تجرى بعد ثورة ٢٥ من يناير ٢٠١١، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى عدم رصد اتجاهات إيجابية نحو التيارات الإسلامية .

٩- دراسة نهى العبد، (٢٠١٤)^(١٠) والتي هدفت إلى الوقوف على مدى الانتهاكات الواردة في البرامج الحوارية ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤ وتأثيرها على اتجاهات كل من النخبة والجمهور العام من خلال دراسة عينة من الجمهور قوامها ٤٨٠ مفردة من الجمهور العام و١٤٠ مفردة من جمهور النخبة، وقد خلصت النتائج إلى وجود علاقة دالة بين الاعتماد على البرامج الحوارية وشبكات التواصل الاجتماعي في حصول المبحوثين على معلومات بشأن الانتخابات الرئاسية، كما توصلت إلى وجود تأثير في قرار المبحوثين المتعرضين لهذه المضامين الإعلامية فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية .

١٠- دراسة إلهام يونس أحمد (٢٠١٣)^(١١)، والتي استهدفت تقييم أداء قناة cbc في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية في انتخابات الرئاسة ٢٠١٢ وذلك من خلال

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

معايير التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية بين المرشحين، وتوصلت الدراسة إلى أن قناة cbc كانت تقوم بعرض البرنامج الانتخابي لكل مرشح بشكل أمين، حيث كانت تواجه المرشح بالملفات المكتوبة في برنامجه، كما أن القناة لم تفصح عن مصادرها في المعلومات التي كانت تتلقاها عن المرشحين.

١١- دراسة (محمد فؤاد، ٢٠١٣)^(١٢)، والتي هدفت إلى التعرف على مدى فاعلية وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية التي تم استخدامها من قبل المرشحين لرئاسة جمهورية مصر العربية ٢٠١٢، ومدى تأثير هذه الوسائل والأساليب الدعائية على السلوك السياسي للناخبين، وخلصت الدراسة إلى تصدر التلفزيون الوسائل التي اعتمدها الناخبون لمتابعة الدعاية الانتخابية لمرشحي رئاسة الجمهورية 2012، كما جاءت القنوات الفضائية الخاصة المصرية في مقدمة القنوات التي اعتمدها الناخبون في التعرف على المرشحين وبرامجهم الانتخابية، وكانت قناة الحياة في مقدمة القنوات التي اعتمدها الناخبون خلال الحملات الانتخابية للتعرف على المرشحين وبرامجهم الانتخابية، كما جاءت البرامج الحوارية مع المرشحين لرئاسة الجمهورية في صدارة البرامج التي حرص أفراد العينة على مشاهدتها للتعرف على المرشحين وبرامجهم الانتخابية.

١٢- دراسة نشوة سليمان محمد عقل (٢٠١٣)^(١٣)، والتي هدفت إلى تحليل أطر الخطاب الإعلامي لأبرز مرشحي الرئاسة المصرية وكذلك أسس الاستراتيجيات الإقناعية التي تبناها للوصول إلى ذلك المنصب، شمل مجتمع الدراسة جميع المواد الإعلامية (أحاديث تلفزيونية – مناظرات) تتعلق بمرشحي الرئاسة ٢٠١٢ (١٣ مرشحاً) والتي عرضت على جميع قنوات التلفزيون المصري، وقد توصلت الدراسة إلى ارتباط الأطر المرجعية في خطاب المرشح الرئاسي محمد مرسي بطبيعة القضايا التي تعرض لها، كما كشفت عن توظيف الإطار البصري والخطابي المشحون بالطابع الشعبي في حديث المرشح الرئاسي حمدين صباحي، أما في حديث المرشح الرئاسي أحمد شفيق، فلوحظ في حديثه التركيز على مفهوم الجودة والإدارة، والقدرة على السيطرة على الأمور.

١٣- دراسة (رباب هاشم، ٢٠١٢)^(١٤)، والتي هدفت إلى التعرف على أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار الجماهيرية التلفزيونية المقدمة في

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

القنوات الفضائية الحكومية والخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢ ومعرفة المستوى المهني للقائمين بالاتصال في هذه البرامج سواء على مستوى الإعداد أو التقديم أو الإخراج بأسلوب الحصر الشامل لحلقات البرامج عينة الدراسة وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين نمط ملكية القناة ودرجة المسؤولية الإخلاقية في إدارة الحوار لصالح البرنامج المذاع على القناة الحكومية.

١٤-دراسة (Brenda, Oneil, 2010)^(١٥)، والتي هدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم به المعلومات المتاحة على وسائل الإعلام على اتجاهات الفرد السياسية، ومشاركته في الأحداث السياسية في المجتمع، وذلك من خلال إجراء الدراسة على عينة من المجتمع الكندي قوامها ٢٤٩٥١ مفردة، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى أن الاعتماد على التلفزيون وحده يرتبط بمستويات منخفضة من مشاركة الباحثين السياسية في المجتمع .

التعليق على الدراسات السابقة :

١- أوضحت الدراسات السابقة العربية والأجنبية أهمية البرامج الحوارية كأحد الأشكال البرمجية المهمة في تغطية الانتخابات كأكبر حدث سياسي في المجتمع وهو ما جعل الباحثون يهتمون بدراسة هذا الشكل وكيفية التغطية والمعالجة التي يقدمها للانتخابات بشكل عام .

٢- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح وتجاهلت بعض الدراسات المنهج المقارن رغم قيامها بمقارنة أبعاد التغطيات المقدمة في القنوات الحكومية بالقنوات الخاصة، كما لم تشر أية دراسة إلى استخدامها منهج الدراسات الارتباطية رغم تناول جميع الدراسات العلاقات بين متغيرات الدراسة على اختلافها، وهو ما تداركته الدراسة الحالية بحيث اعتمدت الباحثة على المناهج الثلاثة في إجراء الدراسة.

٣- اهتمت الدراسات الأجنبية فقط بدراسة أطر التغطية التلفزيونية للانتخابات سواء الرئاسية منها أو البرلمانية، بينما لم تهتم الدراسات العربية بدراسة الأطر الخاصة بالتغطية التلفزيونية لهذا الحدث السياسي المهم، بينما اهتمت دراسة عربية واحدة فقط بتحليل أطر الخطاب لمرشحين الرئاسة وهي دراسة (نشوة عقل، ٢٠١٣).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

٤- اهتمت بعض الدراسات العربية بدراسة اتجاهات الجمهور العام أو جمهور النخبة نحو معالجة القنوات الفضائية أو البرامج الحوارية بالموضوعات المتعلقة بحدث الانتخابات سواء البرلمانية أو الرئاسية، بينما عمدت دراسات أخرى إلى دراسة محتوى التغطيات التلفزيونية نفسها ودراسة ابعاد هذه التغطيات، كما اهتمت دراسات أخرى بالجمع بين دراسة المحتوى الإعلامي للتغطيات وكذا دراسة اتجاهات الجمهور بأنواعه نحوها.

وبناء على العرض السابق تأتي الدراسة الحالية لدراسة الأساليب والأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الانتخابات البرلمانية وذلك في ظل عدم اهتمام الباحثين في الدراسات العربية بدراسة الأطر الإعلامية المستخدمة في التغطيات التلفزيونية لأحداث الانتخابات، باستثناء دراسة (نشوة عقل، ٢٠١٣)، والتي اهتمت بتحليل أطر الخطاب لمرشحين الرئاسة في الانتخابات الرئاسية المصرية، أما الدراسة الحالية فهي تهتم بدراسة هذه الأطر الإعلامية وأساليب التغطية المستخدمة في برنامجي (التاسعة، كلمة أخيرة) وذلك من خلال تطبيق نظرية تحليل الأطر الإعلامية من خلال مقارنة هذه الأطر والأساليب بين البرامج الحوارية في ظل متغير نمط ملكية القنوات التي تقدم من خلالها البرامج بين الحكومي والخاص، كما تهتم الدراسة الحالية كذلك برصد حجم اهتمام القنوات الفضائية على اختلاف نمط ملكيتها بحدث الانتخابات البرلمانية مقارنة بالانتخابات السابقة، وهو ما يعكس حجم الاهتمام بتقديم الدور المنوط بها من حيث الجماهير على المشاركة فيها.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية:

- ١- تنطلق أهمية الدراسة الحالية من أهمية أحداث الانتخابات السياسية سواء الرئاسية أو البرلمانية خاصة في المجتمع المصري بعد التغييرات السياسية المتلاحقة التي أحلت به منذ عام ٢٠١١ على وجه الخصوص، ومن ثم أهمية رصد المعلومات التي تصل إلى جموع المواطنين عن العملية الانتخابية حتى يتسنى لهم اتخاذ القرار المناسب حول اختيار المرشح المناسب.
- ٢- تكمن أهمية الدراسة في أهمية البرامج الحوارية كأحد أهم الأشكال البرمجية التي يمكنها أن تؤدي دورا مهما في تقديم معلومات وتغطية شاملة للحملات الانتخابية

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

وإجراء العملية الانتخابية بشكل متكامل ومن ثم يتضح أهمية رصد أبعاد وأطر التغطيات التي تقدمها هذه البرامج لتكوين وعي كامل لدى الجمهور بالمعلومات اللازمة عن العملية الانتخابية.

٣- كما تكمن أهمية هذه الدراسة في توظيف المنهج المقارن في الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف والقصور بين التغطيات التي تقدمها البرامج الحوارية في كل من الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

٤- وتتمثل أهمية الدراسة الحالية كذلك في أن دراسة أساليب التغطيات التي تقدمها القنوات الفضائية للأحداث السياسية المختلفة خاصة من خلال البرامج الحوارية من شأنها تقديم رؤية منهجية علمية للفائمين بالاتصال في هذه القنوات والبرامج المذاعة من خلالها للأساليب التي يستخدمونها من خلال رصد تفاصيل الأداء المهني لهم من مختلف جوانبه، الأمر الذي يمكنهم من مراقبة هذه الجوانب وتعديل أدائهم المهني من خلال ما يقدمونه من تغطيات مستقبلية للأحداث السياسية المختلفة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:

- ١- تحليل التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية التي أجريت في مصر في شهر أكتوبر ٢٠٢٠ والتي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة في القنوات الفضائية المصرية .
- ٢- توظيف التحليل الكيفي من أجل التعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين كيفية استخدام وتوظيف أساليب وأطر معالجة الموضوعات التي تقدمها البرامج الحوارية المذاعة في الفضائيات الحكومية والخاصة.
- ٣- المقارنة بين أسلوب عرض التغطيات والأطر التي تم تناول العملية الانتخابية من خلالها في البرامج الحوارية عينة الدراسة التي تعرض على القنوات الحكومية مقارنة بذات التغطيات التي عرضت في البرامج المذاعة في القنوات الخاصة.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

٤- التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية عينة الدراسة في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بمعايير الأداء المهني في تغطيتها لأخبار الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٢٠ .

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما المساحة الزمنية التي أفردتها البرامج الحوارية عينة الدراسة في كل من القنوات الحكومية والخاصة لانتخابات مجلس النواب المصري والتي أجريت في شهر أكتوبر من عام ٢٠٢٠؟
- ٢- ما الهدف من تغطية الموضوعات المتعلقة بالانتخابات التي تم طرحها في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية عينة الدراسة في كل من القنوات الحكومية والخاصة؟
- ٣- ما الأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة في تغطية الانتخابات البرلمانية (أكتوبر ٢٠٢٠)؟
- ٤- ما اتجاه التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية من خلال البرامج الحوارية عينة الدراسة في كل من القنوات الحكومية والخاصة؟
- ٥- ما درجة التزام مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة بالمعايير المهنية أثناء تغطية الموضوعات التي تطرحها عن الانتخابات؟

فروض الدراسة :

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الهدف من عرض الموضوعات حول الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج .
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها .

وقد تفرع من هذا الفرض الرئيسي عدة فروض فرعية على النحو التالي :

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ترتيب عرض الموضوعات في الحلقة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإيضاح في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإيضاح المستخدمة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين شمولية تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات الضيوف المشاركين في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ في البرامج الحوارية ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه تغطية الموضوعات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التزام مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة بالمعايير المهنية في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وقد تفرع عن هذا الفرض أربعة فروض فرعية تتمثل في:
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أسلوب مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوعية مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المداعة من خلالها.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انصات مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة للضيوف المشاركين في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المداعة من خلالها.

نوع الدراسة :

انطلاقاً من أن الدراسات الوصفية هي التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها وبغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً^(٦)، فإنه يمكن اعتبار الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية؛ نظراً لأنها تستهدف مقارنة أطر تغطية البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الحكومية والقنوات الفضائية الخاصة.

المناهج المستخدمة في الدراسة :

١- منهج المسح :

تعتمد الباحثة من خلال هذه الدراسة على منهج مسح المضمون وذلك للتعرف على أهم الموضوعات التي تقدمها هذه البرامج وكذا الأساليب والأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠٢٠، وذلك من خلال استخدام التحليل الكمي والذي يهدف إلى استخدام التكرارات والأرقام لوصف البيانات في شكل دقيق وموضوعي، وكذلك استخدام التحليل الكيفي الذي يهتم فيه الباحثون بالتعرف على طبيعة الظاهرة موضوع الدراسة وكيفية حدوثها من خلال محاولة فهم المعاني والإشارات التي تدل عليها^(٧).

٢- المنهج المقارن:

كما اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن الذي يقارن بين الأطر المستخدمة وأوجه الشبه والاختلاف بين الأساليب المستخدمة في التغطيات التي قدمتها البرامج

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

عينة الدراسة في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة لانتخابات البرلمان المصري لعام
٢٠٢٠.

٣- منهج الدراسات الارتباطية:

والذى يسعى الباحثون من خلاله إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التى تم
الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التى أدت إلى حدوث الظاهرة والوصول
إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف المحيطة بالظاهرة وتحديد
اتجاه العلاقة بين متغيراتها^(١٨)، وقد تم توظيف هذا المنهج فى الدراسة الحالية من خلال
جمع البيانات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وعرض هذه البيانات فى
صورة تعكس حركة المتغيرات ثم دراسة الفروق والعلاقات بين تلك البيانات والحقائق
التي جمعها والتوصل إليها لمعرفة مدى الارتباط أو الاختلاف فيما بينها.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى أحد الأشكال البرمجية التلفزيونية المهمة التى
جذبت اهتمام قطاع عريض من جماهير المشاهدين على اختلاف طبقاتهم منذ ظهورها
عام ٢٠٠٢، وهو برامج الحوارية التى تذاغ على الفضائيات المصرية الحكومية
والخاصة.

عينة الدراسة:

الإطار الزمنى للدراسة:

بدأت المرحلة الأولى للانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠٢٠ من ٢١ إلى ٢٣
أكتوبر ٢٠٢٠ بتصويت المصريين فى الخارج ثم تصويت المصريين فى الداخل فى
٢٤ و ٢٥ من الشهر نفسه، وأعلنت النتائج النهائية بعد جولة الإعادة فى ٣٠ نوفمبر
٢٠٢٠، كما بدأت المرحلة الثانية للانتخابات فى تصويت المصريين فى الخارج فى
الفترة من ٤ إلى ٦ نوفمبر ٢٠٢٠ وفى الداخل فى ٧ و٨ نوفمبر وقد أعلنت النتائج
النائية بعد جولة الإعادة فى ١٤ ديسمبر ٢٠٢٠ مما يعنى أن المدة الزمنية التى
استغرقتها الانتخابات بكامل إجراءاتها حتى إعلان النتيجة استغرقت حوالي سبعة
أسابيع، ونظرا إلى ما أشارت إليه نتائج بعض دراسات الأطر إلى أن المدى الزمنى
الأمثل لبروز القضايا فى التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام يتراوح ما بين أربع، وست

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

أسابيع^(١٩)، فإن الباحثة قامت بتحديد المدى الزمني للدراسة بمدة تسع أسابيع لتشمل أسبوعا قبل انطلاق الانتخابات لرصد تغطية الحملات الانتخابية في البرامج عينة الدراسة قبل التصويت وقبل فترة الصمت الانتخابي، وبذلك يكون الإطار الزمني للدراسة في الفترة من ١٤ أكتوبر وحتى ١٥ ديسمبر ٢٠٢٠.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة العمدية وتتمثل فيما يلي:

١- برنامج (التاسعة) الذي يذاع على القناة الفضائية المصرية ممثلة لنمط الملكية الحكومي ويقدمه الإعلامي (وائل الإبراشي) من السبت إلى الأربعاء أسبوعيا، والذي بدأ إذاعة أولى حلقاته في ٢٢ فبراير ٢٠٢٠ في إطار التطوير الذي يشمل القناة الأولى الفضائية.

٢- برنامج (كلمة أخيرة) الذي يذاع على قناة (ON) ممثلة لنمط الملكية الخاص ويقدمه الإعلامية لميس الحديدي من السبت إلى الثلاثاء بواقع أربعة حلقات أسبوعيا، والذي بدأ إذاعة أولى حلقاته في ٤ أكتوبر ٢٠٢٠.

مبررات اختيار العينة :

وتبرر الباحثه اختيار برنامج (التاسعة) ممثلا عن البرامج المذاعة في الفضائيات الحكومية نظرا لأنه البرنامج الحواري المسائي الأشهر إن لم يكن الوحيد الذي يذاع على القنوات الحكومية ويناقش فقرات متنوعة من سياسية واجتماعية واقتصادية وفنية، كما تبرر اختيار برنامج (كلمة أخيرة) ممثلا عن الفضائيات الخاصة ضمن العينة بأنه البرنامج الأكثر مشاهدة من قبل جماهير المشاهدين (طبقا لنتائج الدراسة الاستطلاعية عن أكثر البرامج الحوارية في القنوات الخاصة التي يتعرض لها الجمهور) رغم حداثة تاريخ إذاعته فقد بدأ بث أولى حلقاته في ٤ أكتوبر ٢٠٢٠ وهو ما ترجمه الباحثة إلى جماهيرية المذيعه لميس الحديدي والتي غابت عن الشاشات الفضائية المصرية فترة عامين كاملين وكان برنامج (كلمة أخيرة) هو نافذتها على الشاشات المصرية مرة أخرى عبر قناة (ON).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (١)

خصائص العينة من خلال البرنامجين عينة الدراسة

البرنامج						خصائص العينة
الإجمالي		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
%١٠٠	٩٢	%٣٩.٢	٣٦	%٦٠.٨	٥٦	إجمالي عدد الحلقات
%١٠٠	١٠٢٠٠.٤	%٢٤.٥	٢٤٩٣.١	%٧٥.٥	٧٧٠٧.٣	إجمالي زمن الحلقات بالدقيقة
%١٠٠	٣١	%٣٩.٢	١٨	%٦٠.٨	١٣	إجمالي عدد الفقرات
%١٠٠	٤٧٦.٣	%٦٠.٣	٢٧٨.٢	%٣٩.٧	١٨٩.١	إجمالي زمن الفقرات بالدقيقة

برنامج (كلمة أخيرة) فاقت مساحة التغطية من خلال برنامج (التاسعة) وذلك على الرغم من طول المدة الزمنية للحلقة الواحدة من برنامج التاسعة والتي وصلت إلى قرابة الثلاث ساعات بينما نجد أن المدة الزمنية للحلقة الواحدة من برنامج (كلمة أخيرة) تصل إلى الساعة والنصف على أقصى تقدير وبالرغم من ذلك نجد المساحة المخصصة لتغطية الانتخابات فيه فاقت المساحة المخصصة لبرنامج (التاسعة)، وقد أشارت بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة المدة الزمنية للفقرات التي تناولت موضوعات الانتخابات في برنامج (كلمة أخيرة) بلغت ٦٠.٣% مقابل ٣٩.٧% فقط لبرنامج (التاسعة).

الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور المصري بلغ قوامها ٤٠ مفردة، وذلك لتحديد أكثر البرامج الحوارية التي يشاهدها الجمهور المصري بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، حيث اشتملت الدراسة الاستطلاعية على سؤال للمبحوثين - مع إمكانية اختيارهم لأكثر من بديل - (اختر مما يلي أكثر برنامج من البرامج الحوارية التي تشاهدها في القنوات الفضائية المصرية الخاصة؟) وتم وضع عشرة إجابات ليختار من بينها المبحوثون.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

هذا وقد خلصت نتائج الدراسة الاستطلاعية إلى تفوق برامج (كلمة أخيرة – آخر النهار – على مسؤوليتي) على الترتيب على بقية بدائل السؤال من البرامج الحوارية الأخرى، ومن ثم تم توجيه الأسئلة لمفردات البحث عن تلك البرامج بعينها، كما تفوق برنامج كلمة أخيرة رغم حدائته من حيث الإذاعة على برنامجي (آخر النهار وعلى مسؤوليتي).

وبناء على نتائج هذه الدراسة الأولية تم اختيار عينة الدراسة التحليلية من الفضائيات الخاصة في برنامج (كلمة أخيرة) الذي يذاع على قناة (أون) العامة .

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على استمارة تحليل المحتوى أو المضمون (**Content Analysis**) - رغم اختلاف الباحثين في كونها منهج أم أداة بحثية لجمع البيانات^(١٠)، ويعرف تحليل المضمون بأنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تصنيف وتبويب المواد الإعلامية بهدف الوصول إلى دلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل وهو يعتمد أساساً على تقدير الباحث ويتم تقسيم المحتوى إلى فئات واضحة وتحدد نتائج التحليل تكرار ظهور وحدات التحليل في السياق^(١١)، وعلى ذلك فإن الباحثة تقوم باستخدام استمارة تحليل المضمون في وصف التغطيات الإعلامية التي تقدمها البرامج الحوارية عينة الدراسة وهي برنامجي (التاسعة، كلمة أخيرة) للانتخابات البرلمانية المصرية التي أجريت في أكتوبر ٢٠٢٠، وذلك بهدف الوصول إلى تحليل مضمون كمي للموضوعات المتعلقة بالانتخابات التي اهتمت البرامج الحوارية بتغطيتها وكذا معرفة الأطر الإعلامية المستخدمة في تغطية تلك الموضوعات، بالإضافة إلى عمل تحليل المضمون الكيفي لأبرز تلك الموضوعات وأساليب تغطيتها من أجل تحقيق المقارنة بين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تذاع من خلالها البرامج عينة الدراسة من حيث أساليب وأطر تغطية الانتخابات البرلمانية من خلالها.

هذا وتحدد الباحثة وحدات وفئات التحليل الواردة في استمارة تحليل المضمون على النحو التالي:

أ- وحدات التحليل:

١- وحدة الموضوع أو الفكرة:

وهي تعتبر أكثر وحدات التحليل استخداماً في مواد الاتصال والشائعات والنكت، ويعتبر الموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة أو عبارة أو فقرة تتضمن الفكرة التي تدور حول مسألة معينة^(٢٢)، وفي هذه الدراسة تستخدم الباحثة هذه الوحدة للحصول على موضوعات الانتخابات البرلمانية المختلفة من العبارات والجمل الواردة في مضمون البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.

٢- وحدة قياس الزمن:

وهي وحدة تستخدمها الباحثة للتعرف على الزمن الذي استغرقته تغطية الموضوع المتعلق بالانتخابات من خلال البرنامج، وذلك بغرض الوقوف على مدى الاهتمام الذي تمنحه البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية لتغطية هذا الحدث السياسي المهم وهو الانتخابات البرلمانية، وعادة ما تقاس هذه الوحدة بالدقيقة و الثانية بالنسبة للمواد المسموعة والمرئية.

ب- فئات التحليل:

وتتمثل فئات الشكل والمضمون فيما يلي:

- ١- اسم القناة التي تقوم ببث البرنامج.
- ٢- نمط ملكية القناة.
- ٣- اسم البرنامج.
- ٤- الزمن الإجمالي لها.
- ٥- طبيعة الموضوع التي يتناوله البرنامج عن الانتخابات البرلمانية.
- ٦- الزمن الإجمالي للموضوع الذي يتناول الانتخابات.
- ٧- ترتيب عرض الموضوع بين فقرات البرنامج (مقدمة – وسط – نهاية).
- ٨- قالب الفنى الذى قدمت من خلاله الموضوع (حديث مباشر – حوار – مناقشة – تقرير ميداني - أكثر من قالب).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- ٩- المستوى اللغوى السائد فى الموضوع (عامية – فصحي العصر – مزيج بين الفصحى والعامية – أكثر من مستوى).
- ١٠- اتجاه تغطية الموضوع (مؤيد – موضوعي – معارض).
- ١١- مسارات البرهنة والإقناع المستخدمة فى تغطية الموضوع (الاستشهاد بنص صريح من القرآن والسنة – نسب وإحصاءات – أمثال وحكم – أحداث تاريخية – تصريحات رسمية – أكثر من أسلوب).
- ١٢- مدى التوازن فى تغطية الموضوع (يشرح وجهة نظر واحدة – أكثر من وجهة نظر – غير واضح).
- ١٣- أهم الأطر المستخدمة فى تغطية الموضوع (الصراع - الأسباب – الحلول – الاهتمامات الإنسانية – الإطار الأخلاقي – المناقشة – المسؤولية – الاستعراضى – أكثر من إطار).
- ١٤- أساليب تغطية الموضوع (عرض مختلف جوانب القضية – تمثيل الضيوف – إعطاء فرص متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها – أسلوب مقدم البرنامج نحو القضية: هجومي/ موضوعي/دفاعي – التزام مقدم البرنامج بمعايير العمل الإعلامى: إبدائه لرأيه الشخصى / استخدام ألفاظ غير لائقة / مدى مقاطعة الضيف/ مدى الإنصات للضيف – عناصر الإبراز المستخدمة فى المعالجة : مادة فيلمية / تقرير ميدانى مصور / صور ثابتة / عناوين مكتوبة / عرض صفحات من الصحف/ رسوم جرافيك / أكثر من عنصر / لم يستخدم).
- ١٥- سمات الضيوف المشاركين فى تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات (مسئول حكومي – مسئول حزبي – نائب برلماني حزب وطني – نائب معارض – نائب مستقل – إعلامي – رياضي – فنان – كاتب أو مفكر – عالم – نقابي – خبير متخصص – عالم دين – أخرى).
- ١٦- وسائل مشاركة الضيوف (الحضور فى الاستوديو – المداخلات التلفزيونية – أخرى).
- ١٧- طبيعة النقاش حول الموضوع (متوافق – خلافي).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

١٨- وسائل مشاركة الجمهور في البرنامج (مداخلات تليفونية – رسائل SMSs – لقاءات خارج الاستوديو – الموقع الإلكتروني للبرنامج – أخرى – لا توجد مشاركة).

١٩- دوافع مشاركة الجمهور (إبداء الرأي – تقديم اقتراح – إطراء على البرنامج – نقد البرنامج – أخرى).

المعالجات إحصائية للدراسة:

أجريت المعالجة الإحصائية من خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) اختصاراً لـ "Statistical Package For The Social science"، وذلك بالجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :-
١- التكرارات البسيطة والجداول المتضمنة للنسب المئوية.

٢- اختبار (تي تست) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، ويُرمز له باختبار (ت) في متن الرسالة.

اختبار كا^٢ (كارلبيسون) ويستخدم مربع كاي لاختبار الفروض والمعنوية للبيانات الاسمية وذلك للعينة الواحدة والعينات المختلفة، ويستخدم كا^٢ لحساب دلالة فروق التكرار أو البيانات العددية التي يمكن تحويلها إلى تكرار مثل النسب والاحتمالات.

هذا وقد اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل .

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة المحكمين من الخبراء والمتخصصين للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة^(*)، كما تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة على ضوء اقتراحات السادة المحكمين حتى أصبحت صالحة للتطبيق في صورتها النهائية.

١- إجراءات الثبات :

قامت الباحثة باستخدام أسلوب إعادة الاختبار والذي يتفق خبراء تحليل المضمون على أنه أنسب طريقة لقياس ثبات التحليل في الدراسة التحليلية^(٢٣)، حيث قامت الباحثة بسحب تسع حلقات من البرامج الحوارية عينة الدراسة المتمثلة في برنامجي (التاسعة، كلمة أخيرة) بواقع خمس حلقات من برنامج (التاسعة)، وأربع حلقات من برنامج (كلمة أخيرة)، وتم عرضها على اثنين من المرمزين^(**) اللذين قاما بتحليل هذه العينة مرة أخرى للتأكد من ثبات التحليل الأول وباستخدام معادلة هولستي لمعرفة مدى تطابق التحليل بين المرمز رقم (١) والرمز رقم (٢) لقياس معامل الثبات:

٢ ت

ن + ١ ن

تبين أن معامل الثبات = ٨٩.١% مما يدل على تطابق التحليل الأول مع التحليل

الثاني.

مدخل الأطر الإعلامية:

يقترَب مدخل تحليل الأطر تقترَب من نظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات Agenda Setting لأن كليهما يركز على القضايا والموضوعات المعروضة على الجمهور من خلال وسائل الإعلام، فيتعرف الجمهور عليها ثم يصدر أحكامه عنها ويشكل اتجاهاته نحوها^(٢٤)، وإن كانت نظرية تحليل الأطر تختلف عن وضع الأجندة في كون الثانية تقوم باختيار القضايا التي تشغل الساحة الإعلامية بينما تقوم نظرية تحليل الإطار بالتركيز على جوانب معينة من قضية ما دون الجوانب الأخرى لتحقيق أغراض بعينها^(٢٥)، كما أنها تقوم بدفع تلك الجوانب إلى المقدمة في عرض القضية ودفع الجوانب الأخرى إلى الخلفية^(٢٦).

هذا وتتبنى الباحثة في الدراسة الحالية الأطر بتصنيفها الذي قام به Semekto & Valken Burg والذي يتمثل في خمسة أطر رئيسية على النحو التالي:

١- إطار المسؤولية : والذي يقدم موضوع ما من خلال تحميل المسؤولية عن أسبابها أو حلولها إما إلى الحكومة أو فرد ما أو مجموعة ما^(٢٧).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- ٢- **إطار الصراع:** "والذى يؤكد على الصراع بين الأفراد والجماعات والمؤسسات كأحد وسائل جذب الجمهور وإثارة اهتمامه، وهو الإطار الأكثر شيوعاً في وسائل الأخبار الأمريكية"^(٢٨).
- ٣- **إطار الاهتمامات الإنسانية:** وهو الإطار الذى يراعى الناحية الوجدانية الإنسانية فى التغطية الإعلامية، وهو أكثر الأطر بالإضافة إلى إطار الصراع شيوعاً فى التغطية الإعلامية من أجل جذب الجمهور إلى تلك التغطية^(٢٩).
- ٤- **إطار النتائج الاقتصادية:** "ينقل هذا لإطار حدث ما أو مشكلة ما أو قضية ما من خلال نتائجها الاقتصادية على فرد ما أو مجموعة ما"^(٣٠).
- ٥- **الإطار الأخلاقى:** وهو الإطار الذى يضع الموضوع أو القضية فى شكل قالب دينى أو أخلاقى وهو إطار يراعى الموضوعية كأحد أهم المعايير المهنية بتقديم اقتباسات أو استنتاجات، وقد لوحظ أن هذا لإطار يكون أكثر رسوخاً وتذكراً فى أذهان جماهير المتلقين بشكل يفوق المضمون الإخبارى^(٣١).
- وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة قامت بالاستغناء عن إطار النتائج الاقتصادية الذى أشار إليه التصنيف وقامت بإضافة أطر أخرى مثل أطر الأسباب والحلول والمنافسة وكذا الإطار الاستعراضى الذى استحدثته الباحثة فى هذه الدراسة نظراً لورود استخدامه بشكل كبير من خلال البرامج الحوارية عينة الدراسة فى التغطية التى قدمتها تلك البرامج خلال فترة الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠٢٠، ويعتمد استخدام هذا الإطار على وصف واستعراض تفاصيل محتوى جوانب القضية المعروضة بشكل متكافئ ودون التركيز على جوانب معينة دون الأخرى وهو ما جعل الباحثة تطلق عليه وصف الاستعراضى.

الانتخابات ونمط ملكية وسائل الإعلام:

تعتبر الانتخابات هى الآلية الأنسب لتوفير أفضل الفرص لإشراك الجمهور في اتخاذ القرار وتحديد السياسات العامة وذلك لإقامة نظام ديمقراطى سليم، كما أنها تعد الوسيلة الوحيدة المعترف بها لتداول السلطة فى المجتمعات الديمقراطية والتي تمنح الشرعية السياسية لإدارة الدولة لخدمة الشعب، حيث أنها تعد المنتج النهائى لمجموع الخطوات الديمقراطية كما إنها تعكس مدى التزام الدولة بمفاهيم ومبادئ الحريات العامة^(٣٢).

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

وتبرز الحملات الانتخابية في الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحددة رسمياً وقانونياً، بموجب قانون الانتخابات حيث يتقدم المرشحون خلالها بعرض برامجهم وسياساتهم على الناخبين؛ فالحملات الانتخابية لأي مرشح تعد مهمة وضرورية بشكل كبير لأن الجمهور العام يحتاج دائماً إلى أن يدرك أن الانتخابات أصبحت قريبة، ومن ثم فيجب تجنيد المؤيدين وتحريكهم للعمل لصالح الحملة الانتخابية للمرشح، فضلاً عن ضرورة إقناع المترددين بأهمية التصويت في اتجاه معين، إلى جانب أهمية محاولة تغيير أو تحويل بعض الاتجاهات المعارضة رغبة في الفوز بالنتيجة النهائية للانتخابات^(٣٣).

وفي هذا الإطار تؤدي وسائل الإعلام بوجه عام دوراً مؤثراً في المجتمعات القائم نظامها السياسي على الديمقراطية والتعدد السياسي والحزبي، حيث تزداد هذه الوسائل أهمية ويتم استخدامها بصورة متزايدة في الحملات السياسية والانتخابية حيث تعد الدعاية الانتخابية والتهييج السياسي أحد الأدوار الأساسية لوسائل الاتصال في هذه المجتمعات بل إنها تعد من العوامل المؤثرة والحاسمة في ترجيح مرشح على مرشح في العملية الانتخابية^(٣٤)، الأمر الذي تبرز معه أهمية الإعلام بوسائله المختلفة في دعم المشاركة السياسية للأفراد في أي مجتمع، مما يحفز الأنظمة المختلفة على محاولة السيطرة عليها وتوجيهها لخدمة مصالحها.

وتعد المعايير الدولية للممارسة الإعلامية المهنية من أهم المرجعيات لوسائل الإعلام لممارسة دورها خلال الفترات الانتخابية لتحقيق مزيد من دعم مشاركة الجمهور السياسية، ومن أهم تلك المعايير مراعاة الدقة والموضوعية والشمولية في التغطية من مختلف الجوانب^(٣٥)، ولذلك نجد إمكانية أن تتحول وسائل الإعلام في الوقت ذاته إلى أن تكون سبباً رئيسياً لعزوف الأفراد عن المشاركة في العملية الانتخابية ككل، في حال عدم تمكنها من إظهار أكبر قدر من هذه المعايير كالموضوعية مثلاً أو التوازن في العرض وغيرها من المعايير الأخرى^(٣٦).

ونظراً لأن التلفزيون من خلال مضامينه البرمجية المختلفة يعد أداة رئيسية تسهم في خلق البيئة المعلوماتية التي تتم في إطارها أية انتخابات من خلال إتاحة الفرصة للمناظرة والمقارنة بين برامج المرشحين من خلال التغطيات الإعلامية التي يقدمها عن الحدث، والتي تتنوع ما بين تقارير إخبارية وبرامج حوارية تغطي الأنشطة

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

والفعاليات التي يقوم بها كل مرشح^(٣٧)، لذا فإنه من الأهمية بمكان الاهتمام بتقديم تغطيات تليفزيونية للانتخابات تتسم بمعايير الأداء المهني المطلوبة لتحقيق أكبر قدر من التأثير في جماهير المشاهدين من حيث الحث على مشاركتهم في العملية الانتخابية في المقام الأول، خاصة بعد ظهور القنوات الفضائية لما لها من قدرة على التغطية التليفزيونية الفورية للأحداث المختلفة المتعلقة بالعملية الانتخابية وعلى رأسها خطابات وحوارات المرشحين وكذا المناظرات التي تعقد فيما بينهم وكذا إجراءات العملية الانتخابية في أماكن مختلفة بفرورية.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

جدول رقم (٢)

المدة الزمنية التي احتلتها الموضوعات الخاصة بالانتخابات البرلمانية من إجمالي

زمن البرامج الحوارية عينة الدراسة

البرنامج						البرامج لمدة الزمنية
الإجمالي		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
%٤.٦	٤٧٦.٣	%١٢.١	٢٧٨.٢	%٢.٤	١٨٩.١	المدة الزمنية للموضوعات بالدقيقة
%١٠٠	١٠٢٠٠.٤	%١٠٠	٢٤٩٣.١	%١٠٠	٧٧٠٧.٣	إجمالي زمن الحلقات بالدقيقة

توضح بيانات الجدول السابق أن نسبة المدة الزمنية لموضوعات الانتخابات البرلمانية إلى إجمالي المدة الزمنية للحلقات في برنامج (التاسعة) بلغت %٢.٤ فقط، بينما بلغت %١٢.١ في برنامج (كلمة أخيرة) مما يعكس بالفعل أن اهتمام القنوات الخاصة ممثلة في برنامج (كلمة أخيرة) بتغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ فاق اهتمام القنوات الحكومية ممثلة في برنامج (التاسعة) بها بفارق كبير .

هذا وترجع الباحثة لتقليص المساحة الزمنية لتغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في برنامجي العينة بالدرجة الأولى إلى اهتمامهما بتغطية كافة تفاصيل

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

انتخابات الرئاسة الأمريكية بدقة ومتابعة دقيقة على حساب الاهتمام بالانتخابات البرلمانية المصرية وهو ما قام بتدريسه وائل الإبراشي بأن نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية لا تؤثر في المجتمع الأمريكي فقط بل في العالم بأسره، وأضاف أن العالم كله والمجتمع الدولي يراقبها وهو يحبس أنفاسه من شدة أهميتها .

ومما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام أن القنوات التلفزيونية على اختلاف توجهاتها وأنماط ملكيتها لم تعط الاهتمام الكافي لهذا الحدث السياسي المهم على عكس ما كان منها في تغطية الانتخابات البرلمانية السابقة، وهو ما تعكسه دراسة (سامية موسى وآخرون، ٢٠١٦) والتي وصل فيها عدد الفقرات التي تناولت انتخابات البرلمان المصري لعام ٢٠١٥ ٣٩٤ فقرة بمدة زمنية بلغت ٨٤٠٠ دقيقة من برنامجي (مصر تنتخب، والطريق إلى البرلمان) في حين بلغت الفقرات التي تناولت الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠٢٠ في الدراسة الحالية من برنامجي ٠ التاسعة، كلمة أخيرة) وخلال فترة زمنية تزيد عن فترة دراسة دراسة (سامية موسى) ٤٧٦.٣ دقيقة فقط، مما يدل على تراجع الاهتمام من قبل الفضائيات المصرية حكومية وخاصة بهذا الاستحقاق الانتخابي المهم وهو ما يحدث لأول مرة بعد ثورة يناير ٢٠١١ والتي شهدت الحياة السياسية والانتخابية في مصر من بعدها حراك واهتمام واسع من قبل الناخبين ووسائل الإعلام على اختلافها على حد سواء .

جدول رقم (٣)

الهدف من عرض موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				هدف العرض	
	كلمة أخيرة		التاسعة			
%	ك	%	ك	%	ك	
%٥١.٦	١٦	%٥٥.٦	١٠	%٤٦.٢	٦	خبري
%٣٢.٣	١٠	%٣٨.٩	٧	%٢٣.١	٣	تحليلي
%٩.٧	٣	%٥.٦	١	%١٥.٤	٢	إرشادي
%٦.٥	٢	%٠.٠	٠	%١٥.٤	٢	دعائي
%١٠٠.٠	٣١	%١٠٠.٠	١٨	%١٠٠.٠	١٣	الإجمالي

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر الهدف الخبيري في كلا البرنامجين عينة الدراسة، حيث احتل المرتبة الأولى في برنامجي التاسعة وكلمة أخيرة (عينة الدراسة) بنسب بلغت ٤٦.٢%، ٥٥.٦% على الترتيب، يليه في المرتبة الثانية الهدف التحليلي بنسب بلغت ٢٣.١%، ٣٨.٩% على الترتيب كذلك، كما تشير بيانات الجدول إلى اهتمام برنامج كلمة أخيرة المذاع على القناة الفضائية الخاصة بالهدف التحليلي بشكل يفوق اهتمام برنامج التاسعة المذاع على الفضائية الحكومية، كما يتضح من البيانات انعدام التعامل مع الهدف الدعائي من قبل برنامج كلمة أخيرة وهو الأمر غير المتوقع حيث كان من المتوقع إفراد القنوات الفضائية الخاصة مساحة من خلال البرنامج الرئيسي الذي يذاع من خلالها للدعاية للمرشحين في الانتخابات البرلمانية، في حين نجد برنامج التاسعة تناول في إحدى فقراته فقرة كاملة مسجلة للدعاية للمرشح محمد مصطفى السلاب (مرشح مستقبل وطن عن دائرة مدينة نصر ومصر الجديدة) وتم تصوير الفقرة من مكتب المرشح الخاص، هذا فضلا عن اهتمام البرنامج بشكل ملحوظ بالدعاية لنجاح الدولة بمؤسساتها المختلفة في إدارة العملية الانتخابية على أكمل وجه في ظل تحد كبير مثل جائحة كورونا وهو الأمر الذي تكرر بشكل ملحوظ أثناء تغطية برنامج التاسعة على وجه الخصوص.

وهنا تجدر الإشارة إلى تنوع موضوعات تغطية الانتخابات البرلمانية لتحقيق الأهداف المختلفة من التغطيات التي قدمتها برامج العينة بشكل عام سواء في القنوات الحكومية أو الخاصة، فظهرت موضوعات مثل حث الجماهير على المشاركة، الدور المتوقع من البرلمان الجديد، أهمية مشاركة الشباب في العملية الانتخابية بوجه عام سواء كمرشحين أو كناخبين، وإن كان يؤخذ على برنامجي العينة سطحية تناول كافة الموضوعات بشكل عام .

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (4)

ترتيب عرض موضوعات الانتخابات البرلمانية في البرامج عينة الدراسة

ترتيب العرض	البرنامج					
	التاسعة		كلمة أخيرة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مقدمة	٧	٥٣.٨%	١١	٦١.١%	١٨	٥٨.١%
وسط	٣	٢٣.١%	٤	٢٢.٢%	٧	٢٢.٦%
نهاية	٣	٢٣.١%	٣	١٦.٧%	٦	١٩.٤%
الإجمالي	١٣	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اهتمام برامج عينة الدراسة سواء الحكومية منها أو الخاصة بعرض موضوعات الانتخابات في المقدمة جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٨.١%، كما تبين تفوق برنامج (كلمة أخيرة) في هذا الشأن على نظيره برنامج التاسعة بفارق ليس بالكبير، وقد رصدت الباحثة في برنامج (كلمة أخيرة) تكرار تناول موضوعات الانتخابات في فقرتين خلال الحلقة الواحدة، فمثلا في حلقة ٢٥ أكتوبر وهو اليوم الثاني من المرحلة الأولى بدأت الحلقة بفقرة استمرت ٥٥ ثانية فقط ثم أعادت فقرة أخرة أخرى في النهاية لمناقشة نتائج الفرز في الدقيقة ٣٩ واستمرت لمدة دقيقة واحدة فقط ويجدر هنا عدم اهتمام البرنامج بتحليل وعرض النتائج بشكل مفصل سواء في المقدمة أو في النهاية .

وتجدر الإشارة إلى اهتمام برامج العينة بوجه عام بتغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية في مقدمة حلقاتها جاء على حساب تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية وهو ما يؤكد تجاهل برنامج (كلمة أخيرة) في حلقاته بتاريخ ٧ نوفمبر - وهو اليوم الأول لانطلاق المرحلة الثانية للانتخابات البرلمانية المصرية - أية تغطية لها في حين اقتصر تغطيات الحلقة بأكملها لانتخابات الرئاسة الأمريكية وتحليل نتائجها ودلالاتها بشكل تفصيلي عميق .

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (5)

القالب البرامجي المستخدم في عرض موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				القالب البرامجي	
	كلمة أخيرة		التاسعة			
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨.٤%	١٥	٥٠.٠%	٩	٤٦.٢%	٦	حديث مباشر
١٩.٤%	٦	١٦.٧%	٣	٢٣.١%	٣	مناقشة
١٩.٤%	٦	١٦.٧%	٣	٢٣.١%	٣	أكثر من قالب
١٢.٩%	٤	١٦.٧%	٣	٧.٧%	١	حوار
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر قالب الحديث المباشر في المرتبة الأولى من حيث استخدامه في تناول موضوعات الانتخابات في كل من برنامجي العينة بنسب متقاربة بلغت ٤٦.٢%، ٥٠% لبرنامجي التاسعة وكلمة أخيرة على الترتيب، كما يلاحظ تساوي استخدام قالبَي المناقشة واستخدام أكثر من قالب بنسب متساوية في كل من البرنامجين، وجاء الحوار في المرتبة الأخيرة لكلا البرنامجين وإن كان استخدامه في برنامج كلمة أخيرة فاق استخدامه في برنامج التاسعة، حيث اهتم الأول بإجراء حوار مع ضيف أو أكثر حتى وإن كان حواراً تليفونياً في حين اكتفى برنامج التاسعة باستخدام الحديث المباشر الذي اتسم بالاقتراب الشديد في أحيان كثيرة، وقد لاحظت الباحثة في هذه الشأن عدم اهتمام برامج العينة على السواء باستخدام قالبَي الحوار والمناقشة لتغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية على النحو الذي من شأنه توضيح برامج المرشحين خاصة في فترة الدعاية الانتخابية لتوضيح وجهات نظرهم وبرامجهم وتقديم صورة واضحة للأحزاب المختلفة المشاركة في العملية الانتخابية وإعطائها الفرصة لتقديم نفسها للناخبين وشرح سياساتها وتوجهاتها على نحو يتناسب بأهمية البرامج الحوارية كأحد أهم المضامين البرامجية التي تقدمها الفضائيات والتي تمثل بدورها أحد أهم الأدوات التي يمكن استخدامها في الدعاية الانتخابية خاصة في ظل ظهور أحزاب جديدة لم يسمع عنها الناخبون بشكل كافي.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٦)

المستوى اللغوي السائد في معالجة موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				المستوى اللغوي	
	كلمة أخيرة		التاسعة			
%	ك	%	ك	%	ك	
٨٠.٦%	٢٥	٧٢.٢%	١٣	٩٢.٣%	١٢	مزيج
١٢.٩%	٤	١٦.٧%	٣	٧.٧%	١	فصحى
٦.٥%	٢	١١.١%	٢	٠.٠%	٠	عامية
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن برنامج (التاسعة) من خلال مقدمه وائل الإبراشي لم يستخدم مستوى اللغة العامية في طرحه لموضوعات انتخابات مجلس النواب لعام ٢٠٢٠ على الإطلاق في جاء استخدام برنامج (كلمة أخيرة) لمقدمته من خلال لميس الحديدي لمستوى اللغة العامية في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة بلغت ١١.١%، كما اتضح من بيانات الجدول كذلك اعتماد كلا البرنامجين على مزيج بين مستويي الفصحى والعامية بالدرجة الأولى في تناول موضوعات الانتخابات خلال فترة الدراسة بنسب متقاربة وإن أظهرت النتائج تفوق برنامج (التاسعة) على نظيره (كلمة أخيرة) في هذا الشأن .

وفي هذه النتيجة تتفق الباحثة مع دراسة (سامية موسى، ٢٠١٦)^(٣٨)، والتي جاء في نتائجها اعتماد البرامج عينة الدراسة على الخلط في اللغة المستخدمة بين الفصحى والعامية بنسبة كبيرة بلغت ٩٤.٧%.

وترى الباحثة أن المذيع وائل الإبراشي يغلب على أسلوبه في تقديم برامجه التلفزيونية الأسلوب الصحفي بشكل يفوق المذيع لميس الحديدي على الرغم من كونها صحفية أيضاً، وهو ما ترجعه الباحثة إلى أن وائل الإبراشي مازال متأثراً بأسلوب الصحافة المصورة والذي ظل يقدمه فترة طويلة من خلال برنامجه (الحقيقة) الذي قدمه إلى جمهور التلفزيون في بداياته والذي ظهر في أدائه لهذا البرنامج الأسلوب الصحفي والعبارات الرنانة مثل تلك التي تصاغ بها العناوين الصحفية والمناشيات الساخنة، ذلك

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

الأسلوب الذي لم يستطع التخلي عنه حتى بعد انتقاله لبرنامج العاشرة مساء ثم برنامج التاسعة.

جدول رقم (٧)

اتجاه تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				اتجاه التغطية	
	كلمة أخيرة		التاسعة			
	%	ك	%	ك	%	ك
٧١.٠%	٢٢	٨٨.٩%	١٦	٤٦.٢%	٦	محايد
٢٢.٦%	٧	١١.١%	٢	٣٨.٥%	٥	إيجابي
٦.٥%	٢	٠.٠%	٠	١٥.٤%	٢	سلبى
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تغلب اتجاه الحيادية في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية الواردة في برامج العينة بنسبة بلغت ٧١%، تلاها بفارق كبير اتجاه التغطية الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢.٦%، وفي هذه النتيجة تختلف الباحثة مع دراسة (سامية موسى، ٢٠١٦)^(٣٩) والتي جاء في نتائجها ارتفاع نسبة إيجابية اتجاه التغطية بين فقرات البرنامجين عينة الدراسة في المرتبة الأولى.

كما توضح البيانات أن برنامج (كلمة أخيرة) كان الأكثر حيادية في تغطية موضوعات الانتخابات من نظيره برنامج (التاسعة)، حيث بلغت نسبة حيادته ٨٨.٩% في حين بلغت نسبة الحيادية في تغطية موضوعات الانتخابات في برنامج (التاسعة) ٤٦.٦% فقط، وهو ما يشير إلى حيادية القنوات الفضائية الخاصة بشكل يفوق القنوات الحكومية في تغطية انتخابات مجلس النواب لعام ٢٠٢٠ على الرغم من حجم الحرية والجرأة التي تتمتع بها القنوات الخاصة على حساب القنوات الحكومية وهو ما أشارت إليه نتائج الدراسات^(٤٠).

وأشارت النتائج أيضا إلى أن التغطيات في برنامج التاسعة اتسمت بالإيجابية بشكل يفوق تغطيات برنامج كلمة أخيرة، وظهر ذلك بوضوح في حلقة ٢٩ أكتوبر وبعد ما أنهى المذيع وائل الإبراشي للحلقة أشار إلى اللقاء الذي أجراه مراسل البرنامج مع

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

المرشح (محمد مصطفى السلاب) في مكتبه، وقد استهل المراسل اللقاء أثناء تقديم المرشح قائلاً (ياتي على رأس قائمة المرشحين مرشح له شعبية كبيرة خاصة من الشباب) قاصدا المرشح محمد السلاب، كما تضمن اللقاء عبارات تأييد إيجابية مثل (الحاصل على لقب أفضل برلماني في ٢٠١٥) ومثل (كيف تعاملت مع ردود الفعل الحزينة لأهالي دائرة الدقهلية عندما علموا بتركك لدائرتهم والترشيح عن دائرة أخرى) وهكذا ظهر الاتجاه الإيجابي المؤيد للمرشح من قبل البرنامج في حلقة سبقت مباشرة انطلاق المرحلة الثانية للانتخابات والتي تشمل دائرة هذا المرشح .

جدول رقم (٨)

مسارات البرهنة في تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				مسارات البرهنة
	كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك
%٤٥.٢	١٤	%٦١.١	١١	%٢٣.١	٣
%٢٥.٨	٨	%٢٢.٢	٤	%٣٠.٨	٤
%١٩.٤	٦	%١٦.٧	٣	%٢٣.١	٣
%٩.٧	٣	%٠.٠	٠	%٢٣.١	٣
%١٠٠.٠	٣١	%١٠٠.٠	١٨	%١٠٠.٠	١٣

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر استخدام أكثر من أسلوب كمسار للبرهنة في البرنامجين عينة الدراسة بنسبة بلغت %٤٥.٢، يليه في المرتبة الثانية الإحصاءات، ثم التصريحات في المرتبة الثالثة، كما تشير البيانات إلى تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في استخدام أكثر من أسلوب في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية بشكل واضح وبنسبة بلغت %٦١.١ من إجمالي الموضوعات التي تم تناولها من خلاله أثناء فترة الدراسة، وقد كان كل من الإحصاءات والتصريحات هما الأكثر استخداما من قبل برنامج (كلمة أخيرة) فضلا عن استخدام أسلوبي الشواهد التاريخية والإحصاءات وإن كان أقل من الأسلوبين السابقين، هذا بينما فضل برنامج (التاسعة) الاعتماد على استخدام أسلوب واحد في التغطية أكثر من اعتماده على استخدام أكثر من

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

أسلوب، مفضلا أسلوب (الإحصاءات) بنسبة بلغت ٣٠.٨% من إجمالي موضوعات الانتخابات التي تناولها خلال فترة الدراسة .

جدول رقم (9)

التوازن في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				التوازن في وجهات النظر
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٤.٨%	١٧	٨٣.٣%	١٥	١٥.٤%	٢	غير واضح
٢٥.٨%	٨	١١.١%	٢	٤٦.٢%	٦	وجهة نظر واحدة
١٩.٤%	٦	٥.٦%	١	٣٨.٥%	٥	جميع وجهات النظر
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التوازن في تغطية موضوعات الانتخابات خلال فترة الدراسة قد جاء في المرتبة الأخيرة لكلا البرنامجين، مما يشير إلى عدم الحرص على طرح وجهات النظر المختلفة سواء المتوافقة أو المتعارضة حول موضوعات الانتخابات التي تم تغطيتها من خلال القنوات الفضائية الحكومية والخاصة على السواء، فقد اكتفي كل من البرنامجين بتناول الإحصاءات والعرض المجرد للموضوع دون تركيز على جوانبه المختلفة . كما أظهرت النتائج أيضا عدم وضوح وجهات النظر المطروحة في تناول برنامج (كلمة أخيرة) لموضوعات الانتخابات بنسبة كبيرة بلغت ٨٣.٣%، وقد لاحظت الباحثة أثناء التحليل اهتمام البرنامج على التركيز على عرض المعلومات والبيانات المختلفة عن العملية الانتخابية ككل دون الاهتمام بتناول آراء أو وجهات نظر المرشحين سواء من الأحزاب بتوجهاتها المختلفة أو من المستقلين بانتماءاتهم المتنوعة.

كما أشارت نتائج الدول السابق أيضا إلى تفوق برنامج (التاسعة) نسبيا في تحقيق التوازن بنسبة بلغت ٣٨.٥% من إجمالي الموضوعات التي قدمها مقابل ٥.٦% فقط لبرنامج (كلمة أخيرة) من إجمالي موضوعات الانتخابات التي طرحت من خلاله.

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (10)

أطر تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				الأطر
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
%٤١.٩	١٣	%٦١.١	١١	%١٥.٤	٢	الاستعراضي
%١٦.١	٥	%١١.١	٢	%٢٣.١	٣	المسئولية
%١٢.٩	٤	%٥.٦	١	%٢٣.١	٣	المنافسة
%١٢.٩	٤	%١٦.٧	٣	%٧.٧	١	أكثر من إطار
%٩.٧	٣	%٥.٦	١	%١٥.٤	٢	الاهتمامات الإنسانية
%٦.٥	٢	%٠.٠	٠	%١٥.٤	٢	الصراع
%١٠٠.٠	٣١	%١٠٠.٠	١٨	%١٠٠.٠	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر الإطار الاستعراضي من بين الأطر الأخرى من حيث استخدامه من قبل البرنامج الخاص (كلمة أخيرة) بنسبة بلغت ٦١.١% من موضوعات الانتخابات يليه استخدام أكثر من إطار بنسبة لغت ١٦.٧%، وهو ما يشير إلى اهتمام البرنامج ببيت واستعراض أكبر قدر من المعلومات سواء الإرشادية أو الإخبارية حول العملية الانتخابية لإمداد المشاهد بها وهو ما يتوافق مع نتائج الجدول رقم (٣) والتي أظهرت تصدر الهدف الإخباري قائمة أهداف التغطية للبرامج عينة الدراسة ككل وكلمة أخيرة بشكل خاص، في حين تصدر إطاري المسؤولية والمنافسة في تغطيات برنامج (التاسعة) الحكومي بنسب متساوية بلغت ٢٣.١%، حيث ظهر ذلك من خلال تركيز على البرنامج على حث الناخبين على المشاركة في العملية الانتخابية في إطار مسؤوليتهم كناخبين في نجاح العملية الانتخابية خاصة في ظل الظروف الراهنة المتعلقة بجائحة كورونا مكررا هذه الرسالة في التغطيات التي قدمها البرنامج للانتخابات، وظهر إطار المسؤولية كذلك في تناول النتائج النهائية في إطار البحث عن المسؤولية التي تنتظر البرلمان الجديد والتي تقع على عاتقه في تحقيق آمال وطوحات الشعب من خلال تشريع القوانين التي من شأنها حل المشكلات التي يعاني منها، كما ظهر التناول من خلال إطار المنافسة من خلال التأكيد على الغياب النسبي

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

للمال السياسي في هذه الانتخابات وهو ما أعطى فرصة حقيقية للتنافس بشرف بين المرشحين دون ضغوط مادية كما كان يحدث في السابق .

وتجدر الإشارة إلى اقتصار استخدام إطار الصراع على برنامج (التاسعة) فقط دون برنامج (كلمة أخيرة)، ومن أكثر الحلقات التي ظهر استخدام إطار الصراع فيها هي حلقة ٢٥ أكتوبر عندما تعرضت التغطية إلى المشاهد الكاذبة التي بثتها قناة الجزيرة وزعمت أنها من أمام اللجان للانتخابات موضوع الدراسة الحالية فتناول (وائل الإبراشي) التغطية في إطار الصراع من خلال الرد على دولة قطر متهمها بأنها لا تعلم شيئاً عن الانتخابات في تلميح لكونها دولة ديكتاتورية لا تعلم شيئاً عن آليات الديمقراطية ومنها العملية الانتخابية .

جدول رقم (١١)

مدى الشمولية في تغطية جوانب موضوعات الانتخابات البرلمانية في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				عرض جوانب الفضية
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
٦١.٣%	١٩	٧٢.٢%	١٣	٤٦.٢%	٦	شامل
٣٨.٧%	١٢	٢٧.٨%	٥	٥٣.٨%	٧	غير شامل
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق برنامج (كلمة أخيرة) على نظيره برنامج (التاسعة) في تحقيق الشمولية في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية بنسبة بلغت ٧٢.٢% مقابل نسبة ٤٦.٢% فقط لبرنامج (التاسعة) وهو ما قد يرجع إلى عدم اهتمام الأخير بتقديم تغطية مفصلة للمعلومات والبيانات والأخبار المختلفة المتعلقة بالعملية الانتخابية، فقد اهتم البرنامج بالانتخابات الرئاسية الأمريكية التي كانت تجرى في الوقت ذاته والتي تسببت تغطيتها إلى حد كبير جدا في التقصير في تغطية الموضوعات الخاصة بالانتخابات البرلمانية المصرية وتناول مختلف جوانبها بدقة على النحو الذي ينبغي أن يكون عليه وهو ما ظهر في المدة الزمنية التي خصصتها البرامج لتغطية الانتخابات البرلمانية المصرية مقابل تلك التي خصصتها للتغطية انتخابات الرئاسة الأمريكية، والتي ترى الباحثة أنه على الرغم من أهميتها وتداعيتها على مستوى العالم

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

أجمع إلا أنه ما كان ينبغي أن تعطى هذه الأولوية في التغطية على حساب الانتخابات
البرلمانية المصري على النحو الذي ظهر أثناء التحليل .

جدول رقم (١٢)

وسائل الإيضاح في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				وسائل الإيضاح	
	كلمة أخيرة		التاسعة			
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٥.٢%	١٤	٣٨.٩%	٧	٥٣.٨%	٧	أكثر من وسيلة
٢٢.٦%	٧	٢٢.٢%	٤	٢٣.١%	٣	مادة فلمية
١٢.٩%	٤	٢٢.٢%	٤	٠.٠%	٠	رسوم بيانية
٦.٥%	٢	١١.١%	٢	٠.٠%	٠	تقرير ميداني مصور
٦.٥%	٢	٥.٦%	١	٧.٧%	١	لم يستخدم
٣.٢%	١	٠.٠%	٠	٧.٧%	١	صور ثابتة
٣.٢%	١	٠.٠%	٠	٧.٧%	١	عناوين مكتوبة
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر استخدام أكثر من وسيلة من وسائل
الإيضاح في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة بنسبة بلغت
٤٥.٢%، يليه في المرتبة الثانية استخدام المواد الفلمية بنسبة بلغت ٢٢.٦%، كما
أشارت البيانات إلى تفوق القنوات الحكومية ممثلة في برنامج (التاسعة) في الجمع بين
وسيلتين في تغطية الموضوعات على القنوات الخاصة ممثلة في برنامج (كلمة أخيرة)،
وإن كان ذلك كان بشكل أقل في الاهتمام من حيث الإعداد من الأخير، حيث إن وسائل
الإيضاح المستخدمة في برنامج التاسعة على نفس قدر المستوى المستخدم في برنامج
(كلمة أخيرة) وإن كان هذا الأمر في وقت سابق قبل التطوير الي شمل القناة الأولى
المذاع عليها برنامج التاسعة لكان يمكن تبرير ذلك بالإمكانيات المادية الضعيفة التي
تعاني منها القنوات التليفزيونية الحكومية بشكل عام، ولكن بعد التطوير الذي أولاه
القائمون على الإعلام الحكومي للقناة الأولى المصرية في الآونة الأخيرة يجعل إرجاع
السبب إلى الإمكانيات المادية أمر يبعد عن المنطقية إلى حد كبير، ولهذا فإن الباحثة

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

ترى أن ذلك يرجع إلى وجود نوع من القصور من حيث اهتمام فريق الإعداد بتجهيز وسائل إيضاح مناسبة لشرح بيانات وإحصاءات ورسوم توضح المعلومات والأخبار المتعلقة بموضوعات الانتخابات، وهو ما نجح فيه كفيًا فريق الإعداد الخاص ببرنامج (كلمة أخيرة) على الرغم من ضيق المساحة الزمنية المخصصة للبرنامج مقابل تلك المخصصة لبرنامج (التاسعة)، حيث عمل فريق (كلمة أخيرة) على تجهيز خرائط لتوضيح كثافة المشاركة الجغرافية للدوائر الانتخابية، وتصميم رسوم بيانية وتوضيحية للإحصاءات والأرقام المتعلقة بالانتخابات، فضلًا عن تجهيز تقارير ميدانية مصورة من أمام اللجان الانتخابية في مختلف الدوائر لشرح حجم المشاركة الانتخابية، هذه المواد الفيلمية التي افتقد لها برنامج (التاسعة) بشكل كامل .

هذا وقد لاحظت الباحثة أن التقارير الميدانية التي استخدمها برنامج (كلمة أخيرة) خلت من أية لقاءات مع الناخبين كما كان يحدث في تغطيات الانتخابات السابقة .

جدول رقم (١٣)

سمات الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				سمات الضيوف
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨.٤%	١٥	٤٤.٤%	٨	٥٣.٨%	٧	لا يوجد ضيوف
١٦.١%	٥	٢٢.٢%	٤	٧.٧%	١	أكثر من تخصص
١٢.٩%	٤	١١.١%	٢	١٥.٤%	٢	نائب برلماني
٦.٥%	٢	٥.٦%	١	٧.٧%	١	اعلامي
٦.٥%	٢	٥.٦%	١	٧.٧%	١	حقوقي
٣.٢%	١	٠.٠%	٠	٧.٧%	١	مرشح برلماني
٣.٢%	١	٥.٦%	١	٠.٠%	٠	مسئول حكومي
٣.٢%	١	٥.٦%	١	٠.٠%	٠	مسئول حزبي
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم اهتمام برنامجي العينة بمشاركة ضيوف في التغطية المقدمة من خلالهما لانتخابات البرلمان إلى حد كبير، حيث بلغت نسبة

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

الموضوعات التي لم يشارك فيها الضيوف في تغطيتها ٤٨.٤% من إجمالي الموضوعات الواردة في البرنامجين خلال فترة الدراسة، وهو ما يشير إلى عدم الاهتمام بالجانب التحليلي المتعمق للمعلومات والموضوعات التي يتم تغطيتها والذي يمكن أن يتم من خلال ضيوف متخصصين يعبروا عن وجهات النظر والآراء المختلفة حول هذه الموضوعات، لذا تشير النتائج إلى أن قرابة نصف الموضوعات تم تغطيتها بدون مشاركة من الضيوف .

هذا وتشير البيانات إلى أن الجمع بين أكثر من تخصص للضيوف في الموضوعات التي تم تغطيتها إجمالاً من خلال عينة الدراسة جاء في المقام الأول بنسبة بلغت ١٦.١% منها، يليها مباشرة تخصص النائب البرلماني بنسبة بلغت ١٢.٩%، وتساوى كل من (الإعلامي والحقوقي) من حيث ورودهم في المرتبة الثالثة بنسب متساوية بلغت ٦.٥%، وفي هذه النتيجة تتشابه الدراسة الحالية إلى حد كبير مع دراسة (سهام عبد الخالق، ٢٠١٤) ^(٤١)، والتي جاء في نتائجها تصدر مسؤولين الأحزاب في المرتبة الأولى يليه النواب البرلمانيين ثم الإعلاميين في الموضوعات التي تم تغطيتها الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١١ في البرامج عينة الدراسة .

وهنا تجدر الإشارة إلى أن ضيوف من أكثر من تخصص كانوا الأكثر مشاركة في تغطيات القنوات الخاصة ممثلة في برنامج (كلمة أخيرة)، بينما كان النواب البرلمانيين هم الأكثر مشاركة في القنوات الحكومية ممثلة في برنامج (التاسعة)، وقد لاحظت الباحثة في هذه الصدد قصور واضح لدى برنامجي العينة في استضافة شخصيات مختلفة التوجهات السياسية، وكذا شخصيات حزبية بارزة لشرح سياساتهم وبرامجهم الحزبية وتحليل موضوعات الانتخابات التي تتم تغطيتها من خلالهما بشكل عام، وإن لوحظ بعض الاجتهاد في هذا الصدد من قبل برنامج (كلمة أخيرة)، حيث قام مرة واحدة باستضافة عدد من الشخصيات الحزبية الشابة (رئيس حزب التجمع، الأمين العام المساعد لحزب مستقبل وطن، النائبة عن شباب التنسيق أميرة العادلي) في مناقشة قاموا فيها بتحليل النتائج الأولية أثناء رصدها من قبل المرسلين .

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (١٤)

مدى تحقيق تكافؤ الفرص بين الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات

الإجمالي	البرنامج						فرص الضيوف
	كلمة أخيرة		التاسعة				
	ك	%	ك	%	ك	%	
متكافئ	١١	٧٣.٣%	٨	٨٨.٩%	٣	٥٠.٠%	
غير متكافئ	٤	٢٦.٧%	١	١١.١%	٣	٥٠.٠%	
الإجمالي	١٥	١٠٠.٠%	٩	١٠٠.٠%	٦	١٠٠.٠%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق برنامج (كلمة أخيرة) على برنامج (التاسعة) في تحقيق تكافؤ الفرص بين الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات أثناء فترة الدراسة بنسبة بلغت ٨٨.٩% من إجمالي الموضوعات التي تم تغطيتها من خلاله مقابل نسبة ٥٠% لبرنامج (التاسعة) الذي تساوى فيه تحقيق تكافؤ الفرص بين الضيوف المشاركين في تغطية الموضوعات مع عدم تحقيقه بنسبة ٥٠% لكل منهما، وهو ما تفسره الباحثة إلى رغبة مقدمه (وائل الإبراشي) في بعض الأحيان بمقاطعة أحد الضيوف باستمرار دون مبرر بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص بينه وبين الضيف الآخر في التعبير عن آرائها ووجهات نظرهما وهو ما ظهر بوضوح تام في حلقة ١٥ ديسمبر عند استضافة النائب الذي أطلق عليه إعلامياً (مرشح الغلابة) عن دائرة كوم حمادة مع النائب والإعلامي يوسف الحسيني، عندما شهدت هذه الفقرة أقصى درجات عدم تكافؤ الفرص بين الضيفين في التعبير عن آرائهما في موضوع الفقرة وهو مناقشة النتائج والمنتظر من البرلمان الجديد .

وهو الأمر الذي أرجعته الباحثة إلى أسلوب مقدم البرنامج الذي تبنى فكرة في بداية اللقاء ورفض الخروج عنها وهي فكرة نجاح مرشح الغلابة دون نفوذ مادي أو سياسي وأن ممكن أن يفوز مرشحاً بالدعم الشعبي له فقط وكلما حاد الضيف عن هذه الفكرة أو خرج عنها ليعبر عن وجهة نظره لأمه مقدم البرنامج إلى حد التوبيخ بشكل غير مبرر .

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (١٥)

مدى تمثيل الضيوف في موضوعات الانتخابات في البرامج عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				تمثيل الضيوف
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٣.٣%	٨	٤٤.٤%	٤	٦٦.٧%	٤	غير متكافيء
٤٦.٧%	٧	٥٥.٦%	٥	٣٣.٣%	٢	متكافيء
١٠٠.٠%	١٥	١٠٠.٠%	٩	١٠٠.٠%	٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى اهتمام القنوات الخاصة بتحقيق تمثيلاً متكافئاً للضيوف في فقرات تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في فترة الدراسة بشكل يفوق القنوات الحكومية، حيث أظهرت البيانات الاهتمام النسبي لبرنامج (كلمة أخيرة) باستضافة شخصيات تمثل وجهات النظر المختلفة حول موضوعات الانتخابات، وقد ظهر ذلك من خلال استضافة شخصيات إعلامية أو حزبية مع شخصيات حقوقية في الفقرات التي تناولت موضوعات الانتخابات، في حين نجد أن برنامج (التاسعة) غلب فيه عدم تحقيق التكافؤ في تمثيل الضيوف فقرات تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في فترة الدراسة.

جدول رقم (١٦)

وسائل مشاركة الضيوف في تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي		البرنامج				وسائل مشاركة الضيوف
		كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦.٧%	١٠	٧٠.٠%	٧	٦٠.٠%	٣	المدخلات التلفزيونية
٣٣.٣%	٥	٣٠.٠%	٣	٤٠.٠%	٢	الحضور في الاستوديو
١٠٠.٠%	١٥	١٠٠.٠%	١٠	١٠٠.٠%	٥	الإجمالي

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

تشير بيانات الجدول السابق إلى اعتماد برنامجي العينة في مشاركة الضيوف على إجراء الاتصالات التلفزيونية معهم بشكل يفوق الحضور إلى الاستوديو وهو الأمر الذي فضله البرامج الحوارية منذ انتشار وباء كورونا إلى حد كبير، إلا أن أهمية الحدث الذي يتم طرحه وهو الاستحقاق الانتخابي ولأن أهميته تفوق أهمية موضوعات أخرى يتم استضافة الضيوف فيها داخل الاستوديو دون حرج لذا كان من الأهمية بمكان الاهتمام بدعوة الضيوف إلى الاستوديو للمشاركة في التغطية، وتشير بيانات الجدول كذلك إلى تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في إجراء مشاركة الضيوف عبر المداخلات التلفزيونية، بينما تفوقت القنوات الحكومية على الخاصة في إجراء مشاركة الضيوف من خلال الحضور داخل الاستوديو.

جدول رقم (١٧)

طبيعة النقاش حول تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				طبيعة النقاش
	كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك
٩٣.٣%	١٤	١٠٠.٠%	١٠	٨٠.٠%	٤
٦.٧%	١	٠.٠%	٠	٢٠.٠%	١
١٠٠.٠%	١٥	١٠٠.٠%	١٠	١٠٠.٠%	٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى وضوح اختلاف وجهات النظر في النقاش بين مقدم البرنامج والضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات خلال برنامج التاسعة، في حين اتسم النقاش في برنامج كلمة أخيرة بالتوافق التام، وقد ظهر النقاش الخلافى في برنامج التاسعة بسبب مهاجمة مقدمة وائل الإبراشي بشكل مستمر لآراء الضيوف المشاركين سواء داخل الاستوديو أو من خلال المداخلات التلفزيونية وذلك عن طريق التشكيك في معلوماتهم أو إحداث بعض الإسقاطات على انتخابات سابقة خاصة التي أجريت في فترة حكم جماعة الإخوان الإرهابية.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (١٨)

موضوعية مقدم البرنامج تجاه معالجة موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				أسلوبه مقدم البرنامج
	كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك
٧١.٠%	٢٢	٨٨.٩%	١٦	٤٦.٢%	٦
١٩.٤%	٦	٥.٦%	١	٣٨.٥%	٥
٩.٧%	٣	٥.٦%	١	١٥.٤%	٢
١٠٠.٠%	٣١	١٠٠.٠%	١٨	١٠٠.٠%	١٣

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق القنوات الخاصة على نظيرتها الحكومية من حيث موضوعية مقدم البرنامج تجاه الموضوعات والضيوف المشاركين في معالجتها بفارق كبير، حيث بلغت نسبة موضوعية مقدمة برنامج (كلمة أخيرة) ٨٨.٩% مقابل ٤٦.٢% فقط لبرنامج (التاسعة)، والذي أظهرت النتائج أيضا أنه اتسم أسلوبه تجاه الضيوف والموضوعات ذاتها بالهجومية أحيانا وبالتأييد المبالغ فيه أحيانا أخرى بشكل فاق برنامج (كلمة أخيرة) بفارق كبير، وهو ما ظهر بوضوح في حلقة ٨ ديسمبر والتي بالغ فيها بشكل ملحوظ في الإشادة بنجاح المؤسسات المعنية بنجاح إجراء الانتخابات في ظل جائحة كورونا، وكذلك حلقتي ٢٦ نوفمبر و١٥ ديسمبر والتي اتسم أدائه فيهما بالهجوم على الضيف (مرشح دائرة كوم حمادة) بشكل لافت للنظر، وهو ما يدل على حرص (لميس الحديدي) على التمسك بموضوعيتها أثناء تغطية بشكل يفوق (وائل الإبراشي) وهو ما ترجعه الباحثة إلى شخصية ومدى التزامه بالموضوعية كأحد معايير الأداء المهني المهمة أينما وجد أيا كان نمط ملكية القناة التي يعمل بها، فأداء وائل الإبراشي لم يكن مختلفا عندما كان في القنوات الخاصة قبل برنامجه في القناة الأولى المصرية.

وفي هذه النتيجة تختلف الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (عدلي رضا، ٢٠١٤)^(٤٢) من التزام القنوات الحكومية وتفوقها على القنوات الخاصة بالمعايير المهنية في تغطية الانتخابات خاصة فيما يتعلق بالموضوعية وعدم التحيز، بينما تتفق مع دراسة

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

(وسام نصر، ٢٠١٦) (٤٣) والتي أشارت إلى ارتفاع معدلات التجاوزات في أداء القنوات الخاصة عنها في القنوات الحكومية في تغطية الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٥.

جدول رقم (١٩)

مدى الإنصات إلى الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة

الإجمالي	البرنامج				الإنصات للضيف
	كلمة أخيرة		التاسعة		
%	ك	%	ك	%	ك
٨٦.٧%	١٣	٩٠.٠%	٩	٨٠.٠%	٤
١٣.٣%	٢	١٠.٠%	١	٢٠.٠%	١
١٠٠.٠%	١٥	١٠٠.٠%	١٠	١٠٠.٠%	٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى اهتمام مقدمي برنامجي العينة بالإنصات إلى الضيوف دون مقاطعتهم أثناء تغطية معظم موضوعات الانتخابات خلال فترة الدراسة، كما أظهرت النتائج أن مقدم التاسعة كان الأكثر مقاطعة لضيوف من نظيرته مقدمة برنامج كلمة أخيرة بنسبة بلغت ٢٠% مقابل ١٠%.

وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة لم ترصد خلال فترة التحليل أيضا أي استخدام لألفاظ غير لائقة سواء كانت صريحة أو إيحائية من قبل مقدمي برنامجي العينة على الإطلاق، كما لم يتم رصد أية مشاركة من قبل الجمهور لا من خلال التقارير الميدانية المصورة ولا من خلال أية وسيلة أخرى كالمداخلات التلفزيونية مثلا، وهو الأمر غير المبرر حتى ولو بدعوى كورونا فقد قدمت ذات القنوات عينة الدراسة في تغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية تقارير من قبل مراسلين خاصين بها شملت لقاءات مع الناخبين الأمريكيين من أمام بعض اللجان وهو ما لم يحدث في تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية.

هذا ويتضح من بيانات الجداول رقم (١٧، ١٨، ١٩) والتي توضح مدى التزام مقدمي برنامجي العينة ببعض معايير الأداء المهني، يتضح تفوق مقدمة برنامج (كلمة أخيرة) على نظيرها مقدم برنامج (التاسعة) من حيث التزامها بمعايير الأداء المهني التي تناولتها هذه بيانات تلك الجداول، مما يعكس تفوق القنوات الخاصة على الحكومية

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

في هذا الصدد وإن كان ذلك لا يجد مبررا بعد التطورات الهائلة التي تشهدها القناة الأولى المصرية على وجه الخصوص والتي كان من الأجدر ببرنامجهما الحوارى الرئيسى أن يقف على قدم المساواة على الأقل مع نظيره من القنوات الخاصة إن لم يتفوق عليه .

ثانيا اختبار فروض الدراسة:

١- الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الهدف من عرض الموضوعات حول الانتخابات الواردة فى البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، وتم اختبار صحة هذا الفرض على النحو التالي :

جدول رقم (٢٠)

الفروق بين الهدف من عرض موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة ونمط ملكية القنوات

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	كا	الإجمالي		البرنامج				هدف العرض
				ك	%	كلمة أخيرة		التاسعة		
						ك	%	ك	%	
٠.٣٤٧	٠.٢٣٧	٣	٤.٢٣٧	٣	١٠٠.٠%	١	٣٣.٣%	٢	٦٦.٧%	إرشادي
				٢	١٠٠.٠%	٠	٠.٠%	٢	١٠٠.٠%	دعائي
				١٦	١٠٠.٠%	١٠	٦٢.٥%	٦	٣٧.٥%	خبري
				١٠	١٠٠.٠%	٧	٧٠.٠%	٣	٣٠.٠%	تحليلي
				٣١	١٠٠.٠%	١٨	٥٨.١%	١٣	٤١.٩%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الأول والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الهدف من عرض الموضوعات حول الانتخابات الواردة فى البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠) مما يعني عدم ثبوت العلاقة بالنسبة لنمط الملكية، وعليه يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض .

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

المذاعة من خلالها، ويتفرع عن هذا الفرض الرئيس عدة فروض فرعية أخرى تتمثل
فيما يلي :

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ترتيب عرض الموضوع في الحلقة في
التغطيات التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠
ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وتم اختباره على النحو التالي :

جدول رقم (٢١)

ترتيب عرض الموضوعات في حلقات البرامج عينة الدراسة

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	2K	البرنامج						ترتيب العرض
				الإجمالي		كلمة أخيرة		التاسعة		
				%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٨٦	٠.٨٩١	٢	٠.٢٣١	١٠٠.٠	١٨	٦١.١	١١	٣٨.٩	٧	مقدمة
				١٠٠.٠	٧	٥٧.١	٤	٤٢.٩	٣	وسط
				١٠٠.٠	٦	٥٠.٠	٣	٥٠.٠	٣	نهاية
				١٠٠.٠	٣١	٥٨.١	١٨	٤١.٩	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض
وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ترتيب عرض الموضوع في الحلقة في التغطيات
التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية
القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠)
الأمر الذي يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي .

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أطر التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة
الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من
خلالها، وتم اختباره على النحو التالي:

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢٢)

العلاقة بين أطر التغطية التي قدمتها برامج العينة للانتخابات ونمط ملكية القنوات الفضائية

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	كا	الإجمالي		البرنامج				الأطر
						كلمة أخيرة		التاسعة		
				%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٤٩٨	٠.٠٦٩	٥	١٠.٢٢٤	١٠٠.٠	٢	٠.٠	٠	١٠٠.٠	٢	الصراع
				١٠٠.٠	٣	٣٣.٣	١	٦٦.٧	٢	الاهتمامات الإنسانية
				١٠٠.٠	٤	٢٥.٠	١	٧٥.٠	٣	المنافسة
				١٠٠.٠	٥	٤٠.٠	٢	٦٠.٠	٣	المسئولية
				١٠٠.٠	١٣	٨٤.٦	١١	١٥.٤	٢	الاستعراضي
				١٠٠.٠	٤	٧٥.٠	٣	٢٥.٠	١	أكثر من إطار
				١٠٠.٠	٣١	٥٨.١	١٨	٤١.٩	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أطر تغطية الموضوعات حول الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠) الأمر الذي يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة في التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وتم اختباره على النحو التالي:

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين مسارات البرهنة المستخدمة في تغطية الانتخابات في برامج العينة ونمط الملكية

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	كا	الإجمالي		البرنامج				مسارات البرهنة
				%	ك	كلمة أخيرة		التاسعة		
						ك	%	ك	%	
٠.٤٢٨	٠.٠٧٤	٣	٦.٩٤٦	٨	١٠٠.٠%	٤	٥٠.٠%	٤	٥٠.٠%	إحصاءات
				٣	١٠٠.٠%	٠	٠.٠%	٣	١٠٠.٠%	شواهد تاريخية
				٦	١٠٠.٠%	٣	٥٠.٠%	٣	٥٠.٠%	تصريحات
				١٤	١٠٠.٠%	١١	٧٨.٦%	٣	٢١.٤%	أكثر من أسلوب
				٣١	١٠٠.٠%	١٨	٥٨.١%	١٣	٤١.٩%	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة في تغطية الموضوعات حول الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠) الأمر الذي يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي .

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإيضاح المستخدمة في التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وتم اختباره على النحو التالي :

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢٤)

الفروق بين وسائل الإيضاح المستخدمة في تغطية موضوعات الانتخابات في العينة
ونمط ملكية القنوات الفضائية

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	نك	الإجمالي		البرنامج				وسائل الإيضاح
				%	ك	كلمة أخيرة		التاسعة		
						%	ك	%	ك	
٠.٤٤٢	٠.٢٧٤	٦	٧.٥٣٢	١٠٠.٠	٧	٥٧.١	٤	٤٢.٩	٣	مادة فلمية
				١٠٠.٠	٢	١٠٠.٠	٢	٠.٠	٠	تقرير ميداني مصور
				١٠٠.٠	١	٠.٠	٠	١٠٠.٠	١	صور ثابته
				١٠٠.٠	١	٠.٠	٠	١٠٠.٠	١	عناوين مكتوبة
				١٠٠.٠	٤	١٠٠.٠	٤	٠.٠	٠	رسوم بيانية
				١٠٠.٠	١٤	٥٠.٠	٧	٥٠.٠	٧	أكثر من عنصر
				١٠٠.٠	٢	٥٠.٠	١	٥٠.٠	١	لم يستخدم
				١٠٠.٠	٣١	٥٨.١	١٨	٤١.٩	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإيضاح المستخدمة في تغطية الموضوعات حول الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠)، وعليه يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي .

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تحقيق التوازن في التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وتم اختباره على النحو التالي :

جدول رقم (٢٥)

الفروق بين تحقيق التوازن في تغطية الموضوعات في عينة الدراسة ونمط الملكية

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	كا	الإجمالي		البرنامج				التوازن في وجهات النظر
				%	ك	كلمة أخيرة		التاسعة		
						%	ك	%	ك	
				١٠٠.٠	٨	٢٥.٠	٢	٧٥.٠	٦	وجهة نظر واحدة
٠.٥٦٠	٠.٠٠١	٢	١٤.١٧	١٠٠.٠	٦	١٦.٧	١	٨٣.٣	٥	جميع وجهات النظر
				١٠٠.٠	١٧	٨٨.٢	١٥	١١.٨	٢	غير واضح
				١٠٠.٠	٣١	٥٨.١	١٨	٤١.٩	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ثبوت صحة الفرض الفرعي الذي يفترض وجود فروق بين تحقيق التوازن في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، حيث ثبتت العلاقة عند مستوى معنوية (٠.٠٠١)، وإن كانت البيانات تشير إلى أنها فروق متوسطة الشدة.

٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات الضيوف المشاركين في التغطية التي قدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وتم اختباره على النحو التالي:

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢٦)

الفروق بين سمات الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات في عينة الدراسة
ونمط الملكية للقنوات الفضائية

معامل التوافق	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	2ك	الإجمالي		البرنامج				سمات الضيوف
				ك	%	كلمة أخيرة		التاسعة		
						ك	%	ك	%	
٠.٣٤٤	٠.٧٦٠	٧	٤.١٦٩	١٠٠.٠	١	١٠٠.٠	١	٠.٠	٠	مسئول حكومي
				١٠٠.٠	١	١٠٠.٠	١	٠.٠	٠	مسئول حزبي
				١٠٠.٠	٤	٥٠.٠	٢	٥٠.٠	٢	نائب برلماني
				١٠٠.٠	٢	٥٠.٠	١	٥٠.٠	١	اعلامي
				١٠٠.٠	٥	٨٠.٠	٤	٢٠.٠	١	أكثر من تخصص
				١٠٠.٠	٢	٥٠.٠	١	٥٠.٠	١	حقوقى
				١٠٠.٠	١	٠.٠	٠	١٠٠.٠	١	مرشح برلماني
				١٠٠.٠	١٥	٥٣.٣	٨	٤٦.٧	٧	لا يوجد
				١٠٠.٠	٣١	٥٨.١	١٨	٤١.٩	١٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين سمات الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠)، وعليه يتضح عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي .

وبناء على ما تقدم من نتائج يتضح عدم ثبوت الفرض الثاني جزئياً، والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث لم تثبت العلاقة فيما يتعلق بكل من ترتيب عرض الموضوع، ووسائل الإيضاح المستخدمة في التغطية، وسمات الضيوف المشاركين في التغطية، وأطر ومسارات البرهنة المستخدمة في التغطية، بينما ثبتت فقط فيما يتعلق بتحقيق التوازن في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج الحوارية عينة الدراسة .

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه تغطية الموضوعات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها .

جدول رقم (٢٧)

الفروق بين اتجاه تغطية الموضوعات في عينة الدراسة ونمط ملكية القنوات الفضائية

الاتجاه	البرنامج	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	ت	الدلالة المعنوية
التغطية	التاسعة	١٣	١.٧٦٩٢	٠.٧٢٥٠١	٢٩	٠.٥٥٦-	٠.٥٨٦
	كلمة أخيرة	١٨	١.٨٨٨٩	٠.٣٢٣٣٨			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الثالث والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠)، الأمر إلي يتضح معه عدم ثبوت صحة هذا الفرض .

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التزام مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة بالمعايير المهنية في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وقد تفرع عن هذا الفرض أربعة فروض فرعية تتمثل في :

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين انصات مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة للضيوف المشاركين في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢٨)

الفروق بين مدى الإنصات للضيوف في تغطية موضوعات الانتخابات وبين نمط الملكية

معامل فاي	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	ك2	الإجمالي		البرنامج				الإنصات للضيوف
				ك	%	كلمة أخيرة		التاسعة		
						ك	%	ك	%	
٠.١٣٩-	٠.٥٩١	١	٠.٢٨٨	١٣	١٠٠.٠	٩	٦٩.٢	٤	٣٠.٨	ينصت للضيف
				٢	١٠٠.٠	١	٥٠.٠	١	٥٠.٠	يقاطعه بدون مبرر
				١٥	١٠٠.٠	١٠	٦٦.٧	٥	٣٣.٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث زادت مستوى المعنوية عن (٠.٠٠٠)، الأمر إلي يتضح معه عدم ثبوت صحة هذا الفرض الفرعي.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين موضوعية مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة في تغطية الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ ونمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، وقد تم اختبار صحة هذا الفرض على النحو التالي :

جدول رقم (٢٩)

الفروق بين موضوعية مقدم البرنامج في تغطية موضوعات الانتخابات و نمط الملكية

موضوعية مقدم البرنامج	البرنامج	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	ت	الدلالة المعنوية
مقدم البرنامج	التاسعة	١٣	٢.٣٠٧٧	٠.٧٥١٠٧	٢٩	٢.١٨١-	٠.٠٤١
	كلمة أخيرة	١٨	٢.٨٣٣٣	٠.٥١٤٥٠			

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ثبوت صحة الفرض الفرعي الذي يفترض وجود علاقة بين أسلوب مقدم البرنامج في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية المذاعة من خلالها، حيث ثبتت العلاقة عند مستوى معنوية (٠.٠٤١)، وذلك لصالح برنامج (كلمة أخيرة)، مما يدل على تفوق القنوات الخاصة على الحكومية فيما يتعلق بالموضوعية في التغطية.

وبناء على ما تقدم من نتائج يتضح ثبوت الفرض الرابع جزئياً، والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التزام مقدم البرنامج بمعايير الأداء المهني في تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث ثبتت العلاقة فيما يتعلق فقط بموضوعية مقدم البرنامج في تغطية موضوعات الانتخابات في البرنامجين عينة الدراسة، بينما لم تثبت فيما يتعلق بمدى إنصاته للضيوف المشاركين في التغطية، وفي هذه النتيجة تختلف الدراسة الحالية مع دراسة (رباب هاشم، ٢٠١٢) والتي وتوصلت في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين نمط ملكية القناة ودرجة المسؤولية المهنية والأخلاقية في إدارة الحوار لصالح البرنامج المذاع على القناة الحكومية.

التحليل الكيفي للأطر المستخدمة في التغطية :

يعد مدخل تحليل الأطر الأسلوب الأمثل لإختبار مدى تأثير عملية التأطير التي يقوم بها القائم بالاتصال في البرامج الحوارية أثناء تغطية الموضوعات المقدمة من خلالها وكذا مدى مساهمتها في إدراك الجمهور وفهمه لتلك الموضوعات، وذلك من خلال قيام القائم بالاتصال في البرنامج ببناء معنى معين للأحداث والقضايا التي يقدمها وإضفاء مغزى خاص عليها، ولذلك فإنه من الأهمية بمكان إلقاء الضوء على الأطر الإعلامية التي استخدمتها البرامج عينة الدراسة في معالجة موضوعات الانتخابات البرلمانية من خلالها، وذلك من خلال التعرف على ماهية تلك الأطر وكيفية استخدامها في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في برنامجي العينة .

أولاً: الإطار الاستعراضي :

يعد الإطار الاستعراضي أكثر الأطر استخداماً من قبل برنامجي عينة الدراسة في تغطية موضوعات الانتخابات، حيث رصد التحليل الكيفي استخدامه من قبل البرنامجين

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

في أكثر من جانب خاصة في استعراض المعلومات المتوافرة لديهم عن المحافظات التي تشملها كل مرحلة من مراحل الانتخابات، وأعداد المرشحين والدوائر الانتخابية ومواعيد فتح وغلق اللجان وإرشاد الناخبين إلى الالتزام بالإجراءات الاحترازية أثناء الإقتراع، وكذا عند إعلان بعض المؤشرات الأولية الناتجة عن الفرز ونسبة المشاركة في كل مرحلة من إجمالي أعداد الناخبين .

وقد غلب استخدام الإطار الاستعراضي في برنامج (كلمة أخيرة) بشكل يفوق برنامج (التاسعة)، حيث ظهر تفوق برنامج (كلمة أخيرة) في استعراض كم معلومات عن الانتخابات وإجراءاتها بشكل يفوق برنامج (التاسعة)، كما ظهر أيضا من خلال هذا الإطار اهتمام (كلمة أخيرة) بأسلوب استعراض هذه المعلومات من خلال رسوم بيانية تعرض من خلالها الإحصاءات والبيانات الخاصة بنسب المشاركة والدوائر ذات المشاركة الأكبر من قبل الناخبين وكذا الاهتمام بإعداد لقاءات مباشرة من خلال المراسلين من أمام اللجان لرصد ووصف المشهد الانتخابي عن قرب، فضلا عن الحوارات التي تم إجرائها سواء تليفونيا أو داخل الاستوديو لاستعراض هذه المعلومات، أما على الجانب الآخر رصد التحليل الكيفي في التغطية التي قدمها برنامج (التاسعة) تساؤل حجم المعلومات التي تم استعراضها من خلاله عن إجراءات وتفاصيل العملية الانتخابية بشكل عام، فضلا عن سطحية التناول في استعراضها وعدم الاهتمام بتفصيلها وشرحها للجمهور من خلال وسائل إيضاح مناسبة.

ثانيا: إطار المسؤولية:

غلب استخدام إطار المسؤولية في التغطية التي قدمها برنامج (التاسعة) عنه في برنامج (كلمة أخيرة)، وقد ظهر ذلك في حث الناخبين على المشاركة والتصويت تقديرا منهم لمسئوليتهم تجاه الوطن والمساهمة في إنجاح هذا الاستحقاق المهم وهو ما غلب استخدام إطار المسؤولية من خلاله في برنامج التاسعة الذي اهتم بتكرار حث الناخبين على المشاركة بشكل يفوق برنامج (كلمة أخيرة) والذي ظهر فيه استخدام إطار المسؤولية في التأكيد على المسؤولية الملقاه على عاتق البرلمان الجديد في تلبية احتياجات الشعب فيما يسنه من قوانين تلبي احتياجاتهم ومطالبهم المختلفة وقد تمت الإشارة من خلال ذلك إلى بعض المشكلات التي تنتظر تعديلات تشريعية جريئة كقانون الإيجار القديم وغيره.

ثالثاً: إطار المنافسة:

غلب استخدام هذا الإطار في برنامج (التاسعة) عنه في برنامج (كلمة أخيرة)، وظهر ذلك في أكثر من موضع، على سبيل المثال فقد ظهر من خلال إظهار التنافس بين المرشحين كما في حلقة ٢٩ أكتوبر في حوار مع النائب (محمد مصطفى السلاب) حول برنامجه وما يمكن أن يقدمه في ظل وجود مرشحين أقوى عن ذات الدائرة، وظهر في عرض بعض نتائج الانتخابات والإعلان عن فوز مرشحين جدد والتخلص من ظاهرة الاستنساخ الذي عرفها البرلمان في السابق (على حد تعبيره) كما في حلقة ٨ ديسمبر، على الجانب الآخر نجد استخدام إطار المنافسة كان محدوداً في برنامج (كلمة أخيرة) وظهر في حلقة ٩ نوفمبر عند إعلان خسارة المرشح (مرتضى منصور)، حيث علقت مقدمة البرنامج (لميس الحديدي) بأن البعض ظن أن المنافسة لا محل لها وأن النتائج محسومة في بعض الدوائر لمرشحين بعينهم معلقة (ظن البعض أنهم قدر لا يمكن تغييره وتم تغيير هذه الفكرة اليوم بسقوطهم) وكان ذلك في حوار مع (عماد الدين حسين) قائلاً (أنت لم تصرحي ولكن الرسالة واضحة) مؤكداً أن المنافسة ستظل السبيل الوحيد للوصول إلى مقاعد البرلمان.

رابعاً: إطار الصراع:

لم يظهر استخدام إطار الصراع على الإطلاق في التغطية التي قدمها برنامج (كلمة أخيرة) للانتخابات البرلمانية، بينما ظهر استخدامه في برنامج (التاسعة) في موضعين الأول في حلقة ٢٥ أكتوبر عندما قامت قناة الجزيرة ببث مقاطع مغلوطة تظهر فيها بعض التجاوزات في بعض الدوائر وعدم الإقبال من قبل الناخبين في دوائر أخرى، وهنا ظهر إطار الصراع من خلال مقدم البرنامج قائلاً أن (مصر قادرة على إجراء الانتخابات في أية ظروف أما قطر فلا تعرف معنى الانتخابات أصلاً) وأخذ يستشهد بأن الشعب القطري محروم من أية مظاهر للديمقراطية فمن أين لهم أن يعرفوا إجراءاتها وكيفية إدارتها. كما ظهر إطار الصراع أيضاً في حلقة ٢٧ أكتوبر عندما كان الصراع بين فكرتي إجراء أو إلغاء الانتخابات في ظل جائحة كورونا ومدى النجاح الذي حقته الإدارة المصرية بمؤسساتها لإتمام هذا الاستحقاق في هذه الظروف العصيبة مما يحسب لها بشكل كبير.

خامسا: إطار الاهتمامات الإنسانية :

غلب استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية في التغطية التي قدمها برنامج (التاسعة) لموضوعات الانتخابات البرلمانية بشكل يفوق برنامج (كلمة أخيرة) وظهر ذلك من خلال تناول موضوع مرشح الغلبة والذي تم تناوله من خلال التركيز على نجاحه دون دعم مادي أو سطوة أو نفوذ أو عصبية عائلية وأن حرصه على مصالح الناس واهتمامه بها وخدمة الصغير والكبير كانوا السند الأكبر له في نجاحه عن دائرة كوم حمادة في محافظة البحيرة، وقد تناول برنامج (كلمة أخيرة) نفس الموضوع ولكن في إطار المسؤولية وليس إطار الاهتمامات الإنسانية .

خاتمة الدراسة:

خلصت الدراسة الحالية إلى عدد من النتائج والتوصيات التي ينبغي الأخذ بها في الاعتبار من قبل القائمين بالاتصال في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية على اختلاف أنماط ملكيتها الحكومي والخاص فيما تقدمه من تغطيات للأحداث السياسية بوجه عام والاستحقاقات الانتخابية على وجه الخصوص، لتحقيق مزيد من التأثير في جماهير الناخبين من حيث الحث على المشاركة في العملية الانتخابية أو من حيث التوجيه نحو اتجاه معين في التصويت، وتتلخص أهم هذه النتائج فيما يلي :

أولاً: النتائج العامة للدراسة :

- ١- بلغت نسبة المدة الزمنية لتغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية إلى إجمالي المدة الزمنية للحلقات في برنامج (التاسعة) بلغت ٢.٤% فقط، بينما بلغت ١٢.١% في برنامج (كلمة أخيرة).
- ٢- تصدر الهدف الخبري من تغطية الموضوعات في كلا البرنامجين عينة الدراسة، حيث احتل المرتبة الأولى في برنامجي التاسعة وكلمة أخيرة بنسب بلغت 46.2%، 55.6% على الترتيب.
- ٣- تفوق برنامج (كلمة أخيرة) في عرض موضوعات الانتخابات في مقدمة الحلقات على نظيره برنامج التاسعة بفارق ليس بالكبير، كما تصدر قالب الحديث المباشر في المرتبة الأولى من حيث استخدامه في التغطيات بنسب متقاربة بلغت 46.2%، 50% لبرنامجي التاسعة وكلمة أخيرة على الترتيب، كما ظهر أن المذيع وائل الإبراشي لم يستخدم مستوى اللغة العامية في طرحه لموضوعات انتخابات مجلس

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

النواب لعام 2020 على الإطلاق، كما تصدر استخدام المزج بين العامية والفصحى في التغطية .

٤- تغلب اتجاه الحيادية في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية الواردة في برامج العينة بنسبة بلغت 71%، تلاها بفارق كبير اتجاه التغطية الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 22.6% .

٥- تصدر استخدام أكثر من أسلوب كمسار للبرهنة في البرنامجين عينة الدراسة بنسبة بلغت 45.2%، يليه في المرتبة الثانية الإحصاءات، ثم التصريحات في المرتبة الثالثة، كما تشير البيانات إلى تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في استخدام أكثر من أسلوب (الإحصاءات والتصريحات) في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية بشكل واضح وبنسبة بلغت 61.1%، كما ظهر عدم الحرص على طرح وجهات النظر المختلفة سواء المتوافقة أو المتعارضة حول موضوعات الانتخابات التي تم تغطيتها من خلال القنوات الفضائية الحكومية والخاصة على السواء .

٦- تصدر الإطار الاستعراضي الترتيب الأول في تغطية البرنامج الخاص (كلمة أخيرة) لموضوعات الانتخابات خلال فترة الدراسة، بينما تصدر كل من إطار المسئولية وإطار المنافسة في تغطية البرنامج الحكومي (التاسعة) .

٧- تفوق برنامج (كلمة أخيرة) على نظيره برنامج (التاسعة) في تحقيق الشمولية في تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية بنسبة بلغت 72.2% مقابل نسبة 46.2% فقط لبرنامج (التاسعة)، كما تفوق برنامج (التاسعة) في الجمع بين وسيلتين في تغطية الموضوعات على برنامج (كلمة أخيرة)، وإن كان ذلك كان بشكل أقل في الاهتمام من حيث الإعداد من الأخير.

٨- عدم اهتمام برنامجي العينة بمشاركة ضيوف في التغطية المقدمة من خلالهما لانتخابات البرلمان إلى حد كبير، حيث بلغت نسبة الموضوعات التي لم يشارك فيها الضيوف في تغطيتها 48.4% من إجمالي الموضوعات الواردة في البرنامجين خلال فترة الدراسة،

٩- ضيوف من أكثر من تخصص كانوا الأكثر مشاركة في تغطيات القنوات الخاصة ممثلة في برنامج (كلمة أخيرة)، بينما كان النواب البرلمانيين هم الأكثر مشاركة في القنوات الحكومية ممثلة في برنامج (التاسعة).

التغطية التليفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- ١٠- تفوق برنامج (كلمة أخيرة) على برنامج (التاسعة) في تحقيق تكافؤ الفرص بين الضيوف المشاركين في تغطية موضوعات الانتخابات أثناء فترة الدراسة بنسبة بلغت 88.9% من إجمالي الموضوعات التي تم تغطيتها، كما تبين اهتمام القنوات الخاصة بتحقيق تمثيلا متكافئا للضيوف في فقرات تغطية موضوعات الانتخابات البرلمانية في فترة الدراسة بشكل يفوق القنوات الحكومية .
- ١١- تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في إجراء مشاركة الضيوف عبر المداخلات التليفزيونية، بينما تفوقت القنوات الحكومية على الخاصة في إجراء مشاركة الضيوف من خلال الحضور داخل الاستوديو .
- ١٢- تفوق القنوات الخاصة على نظيرتها الحكومية من حيث حيادية مقدم البرنامج تجاه الموضوعات والضيوف المشاركين في معالجتها بفارق كبير، حيث بلغت نسبة موضوعية مقدمة برنامج (كلمة أخيرة) 88.9% مقابل 46.2% فقط لبرنامج (التاسعة).
- ١٣- تبين أن مقدم التاسعة كان الأكثر مقاطعة لضيوف من نظيرته مقدمة برنامج كلمة أخيرة بنسبة بلغت 20% مقابل 10%.
- ١٤- عدم ثبوت صحة الفرض الأول والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الهدف من عرض الموضوعات حول الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج.
- ١٥- عدم ثبوت الفرض الثاني جزئيا، والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث ثبتت العلاقة فيما يتعلق فقط بتحقيق التوازن في تغطية موضوعات الانتخابات في البرامج الحوارية عينة الدراسة، بينما لم تثبت فيما يتعلق بكل من وسائل الإيضاح المستخدمة في التغطية، وسمات الضيوف المشاركين في التغطية، والأطر ومسارات البرهنة المستخدمة في التغطية .
- ١٦- عدم ثبوت صحة الفرض الثالث والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج .

١٧- ثبوت الفرض الرابع جزئياً، والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التزام مقدم البرنامج بمعايير الأداء المهني في تغطية موضوعات الانتخابات الواردة في البرامج الحوارية عينة الدراسة وبين نمط ملكية القنوات الفضائية التي تبث من خلالها البرامج، حيث ثبتت العلاقة فيما يتعلق بموضوعية مقدم البرنامج في تغطية موضوعات الانتخابات في البرنامجين عينة الدراسة، بينما لم تثبت فيما يتعلق بمدى إنصاته للضيوف المشاركين في التغطية .

ثانياً: توصيات الدراسة:

توصى الباحثة من خلال هذه الدراسة بضرورة إدراك القائمين على إعداد التغطيات الخاصة بالأحداث السياسية لاسيما الانتخابات سواء البرلمانية أو الرئاسية في القنوات الفضائية بوجه عام والبرامج الحوارية بشكل خاص، أهمية الدور الذي يؤديه هذا النوع من التغطيات في التأثير على العملية الانتخابية بشكل عام، الأمر الذي يستلزم معه أن يسبق هذه التغطيات تخطيط جيد لإعدادها لا سيما في حال عدم وجود عوائق مادية تتعلق بالإمكانيات خاصة في القنوات الخاصة أو حتى مع التطور والاهتمام التي تشهدها القنوات الحكومية في الأونة الأخيرة، فالإعداد الجيد لتغطية الاستحقاقات الانتخابية من شأنه التأثير في جموع الناخبين من خلال حثهم على المشاركة الانتخابية وهو ما يتأتى بفاعلية أكبر عند تقديم تغطيات متميزة تعمل على حث الجماهير بشكل مباشر وغير مباشر على المشاركة في العملية الانتخابية، حيث إن موضوعية هذه التغطيات وتقدير الضيوف المشاركين فيها وكذلك تقديم التحليلات متعمقة والدقيقة والمكثفة للمعلومات المتاحة عن برامج المرشحين وبرامج الأحزاب السياسية خاصة في حالة الفراغ الحزبي الذي تتميز به الحياة الحزبية في المجتمع السياسي المصري من شأنها حث الجماهير على المشاركة بشكل فعال .

كذلك فإن الباحثة توصي بزيادة المساحة المخصصة لتغطية الانتخابات من خلال القنوات الفضائية المختلفة، والقيام بعمل التهيئة المناسبة لهذا الحدث الجلل وقبل انطلاقه بفترة كافية حتى يتهيأ المواطنون لهذا الحدث، وليستعد للمتابعة لأخبار الانتخابات من خلال هذه القنوات مما يزيد من رغبته في المشاركة في العملية الانتخابية بشكل كبير .

المصادر والمراجع :

- (١) نهى عاطف العبد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية لسنة ٢٠١٤، دراسة مسحية، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ١٣، عدد ١٤، ٢٠١٤) ص ٢.
- (2) Rodriguez – Vazquez & Others ,**Conventions and Disruptions in The Coverage of Political events in Linear and Social TV. 2019, 26 M. Election Night Analysis**, (El Profesional de la Informacion Barcelona, Spain, vol. 29 , Issue . 2, 2020)
- (3) Sokolova, Diana, **Election News Coverage in A Contemporary Autocracy: Framing Difference Between State – Run and Independent Televised News Outlets in Their Coverage of 2016 Duma Elections in Russia** ,(Ph.D. these ,Indiana University , US. 2020, Found in <http://search.proquest.com>)
- (٤) سامية موسى، التغطية التلفزيونية لبرامج التوك شو بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين، (جامعة عين شمس، مجلة دراسات الطفولة، المجلد ١٩، العدد ٧٣، ٢٠١٦) ص ص ٢١ : ٣٠
- (٥) وسام نصر، تقييم النخبة لدور الفضائيات المصرية الخاصة في تفعيل المشاركة الجماهيرية في انتخابات برلمان ٢٠١٥، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، عدد ٨، ديسمبر ٢٠١٦، ص ص ٦٥ : ١٥٣).
- (6) Pingley, Allison. **"Television vs. Twitter: Amplications or Different Message Altogether?"** paper presented at annual meeting of the Southern political Science Association, Jan-2015Byhttp://citation.allacademic.com/meta/p950906_index.html
- (7) Rhea, David and Chattopadhyay, Sumana. **"Issue of Ownership in the 2012 US. Presidential Election: General Campaign Advertisements"** paper presented at annual meeting of the International Communication Association 64th annual conference, May-2014Byhttp://citation.allacademic.com/meta/p715504_index.html
- (٨) عدلي رضا وآخرون، لجنة تقييم الأداء الإعلامي في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤، متاح <http://www.albawabanews.com> (31-12-2014) : in

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- (٩) سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات : دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٤٨، سبتمبر ٢٠١٤، ص ص ٤٨٩ : ٥٧٨
- (١٠) نهى عاطف العبد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية لسنة ٢٠١٤، دراسة مسحية، مرجع سابق .
- (١١) إلهام يونس أحمد: تقييم أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في تغطية الحملات الانتخابية بالتطبيق على انتخابات الرئاسة ٢٠١٢ – دراسة حالة قناة cbc، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد ٣، مجلد ١٣، أبريل – يونيو ٢٠١٣) ص ص ٢١٧: ٢٧٧ .
- (١٢) محمد فؤاد محمد الدهراوى، فاعلية الدعاية الانتخابية لمرشحي رئاسة الجمهورية في مصر ٢٠١٢- دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ٢٠١٣).
- (١٣) نشوة سليمان محمد عقل، الأطر البصرية واستراتيجيات الإقناع في المناظرات والأحداث التلفزيونية لمرشحي الرئاسة في الانتخابات المصرية عام ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مجلد ١٣، عدد ٣، أبريل – يونيو ٢٠١٣)، ص ص ١٣٧ : ٢٠٣.
- (١٤) رباب عبد الرحمن هاشم، أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٢، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٢).
- (15) Brenda, Oneil, **The Media Role in Shaping Canadian Civic and Political Engagement**, (Police and Society, Vol. 29, 2010)
- (١٦) سمير محمد حسين ، *دراسات فى مناهج البحث العلمى* : بحوث الإعلام ، ط ٢ ، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦) ص ١٣١
- (17) W. L. Benoit & R. L. Holbert: ”*Empirical Intersection in Communication Research: Replication, Multiple Quantitative Methods, and Bridging the Quantitative – Qualitative Divide*” In Journal of Communication (Vol. 58, No. 4, Dec. 2008), P 622.
- (١٨) محمد عبد الحميد، *البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية*، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ٢٠٠.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- (١٩) خالد صلاح الدين، مرجع سابق، ص ٥٤.
- (٢٠) سمير محمد حسين، *تحليل المضمون*، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦) ص ص ١٩ : ٢١.
- (٢١) عاطف العبد، نهى عاطف العبد، *بحوث الإعلام والرأى العام: تصميمها وتنفيذها*، ط٥، (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٨) ص ٤٦، ٤٧.
- (٢٢) المرجع السابق، ص ٤٩.
- (*) عرضت الاستمارة على الأساتذة التالى أسماؤهم والتي روعى فى كتابتها ترتيبها أبجدياً وطبقاً للأقدمية العلمية
- | | |
|---------------------------|---|
| أ. د. اعتماد خلف | الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الطفل – جامعة عين شمس |
| أ. د محمد معوض إبراهيم | الأستاذ بقسم الإعلام وثقافة الطفل – جامعة عين شمس |
| أ.د. جمال عبد الحى النجار | الأستاذ بقسم الصحافة والنشر – كلية الدراسات الإسلامية والعربية – جامعة الأزهر |
| أ.د. محمد شعبان وهدان | الأستاذ بقسم الصحافة والنشر – كلية الدراسات الإسلامية والعربية -جامعة الأزهر |
| أ.م. د. جيهان سيد أحمد | الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة – كلية الإعلام – جامعة ٦ أكتوبر |
- (٢٣) محمد عبد الحميد، *البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية*، مرجع سابق، ص ٤٢٤ .
- (**) د. آيات احمد رمضان الأستاذ المساعد بشعبة الصحافة والإعلام – جامعة الأزهر
- د.جيهان سيد أحمد الأستاذ المساعد بشعبة الصحافة والإعلام – جامعة الأزهر
- (٢٤) أمانى السيد فهمى، *الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير فى الراديو والتلفزيون*، مرجع سابق، ص ٢١٩
- (25) Dietram A. Scheufele & David Tewksbury: ”*Framing , Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models* “ in Communication & Mass Communication Complete, (Vol.57 ,Issue.1 March 2007) P. 11.
- (26) Sophie Lecheler, Claes De Vreese and Rune Slothuus: “*Issue Importance As a Moderator of Framing Effects*” in Communication Research, (Vol. 36, Issue. 3, June 2009) P. 401.
- (٢٧) المرجع السابق، ص ٦٧.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- (٢٨) صفا محمود عثمان، معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧)، ص ١١٤.
- (٢٩) أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام – مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص ٢٧٩.
- (٣٠) أريج محمد فخر الدين، القضايا التي تعالجها البرامج الإخبارية التي ينتجها قطاع الأخبار بالتلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥)، ص ٦٨.
- (٣١) صفا محمود عثمان، معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، مرجع سابق، ص ١١٦.
- (٣٢) يسرا محمود صبيح، المعالجة الصحفية لانتخابات رئاسة الجمهورية في جمهورية مصر العربية عام ٢٠٠٥ - دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، ٢٠٠٩)، ص ٦٨.
- (٣٣) شريف درويش اللبان، الانتخابات في عصر الإنترنت: الدعاية السياسية في الانتخابات الرئاسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، ١٨ مايو ٢٠١٤، متاح عبر www.acrseg.org/6853.
- (٣٤) محمد فؤاد محمد الدهراوى، فاعلية الدعاية الانتخابية لمرشحي رئاسة الجمهورية في مصر ٢٠١٢ - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، مرجع سابق، ص ٢.
- (٣٥) وسام نصر، تقييم النخبة لدور الفضائيات المصرية الخاصة في تفعيل المشاركة الجماهيرية في انتخابات برلمان ٢٠١٥، مرجع سابق، ص ٧٤.
- (٣٦) المرجع السابق نفسه، ص ٧٦.
- (٣٧) ماهيناز رمزي محسن، أبعاد التغطية التلفزيونية لبرامج وسمات شخصية مرشحي الرئاسة - دراسة لتغطية القنوات التلفزيونية الأرضية لانتخابات الرئاسة (٢٠٠٥)، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٢٥، يناير ٢٠٠٦)، ص ١٣.
- (٣٨) سامية موسى وآخرون، التغطية التلفزيونية لبرامج التوك شو بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين، مرجع سابق، ص ٢٨.
- (٣٩) المرجع السابق نفسه، ص ٢٩.

التغطية التلفزيونية لانتخابات البرلمان المصري (٢٠٢٠) في الفضائيات المصرية – دراسة
مقارنة بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة

- (٤٠) ولاء إبراهيم عقاد علي، معالجة القضايا في برامج الرأي الجماهيرية في الفضائيات العربية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١١) ص ٣.
- (٤١) سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، مرجع سابق، ص ٥٠٨.
- (٤٢) عدلي رضا وآخرون، لجنة تقييم الأداء الإعلامي في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤، متاح <http://www.albawabanews.com> (31-12-2014) : in
- (٤٣) وسام نصر، تقييم النخبة لدور الفضائيات المصرية الخاصة في تفعيل المشاركة الجماهيرية في انتخابات برلمان ٢٠١٥، مرجع سابق، ص ١٠٨.