



unesco

مهارات
Maharat

المعركة الانتخابية بدأت

تقرير التغطية التلفزيونية للانتخابات النيابية



ملخص تحليل بيانات رصد التغطية الاعلامية

عن شهر شباط 2022

تقرير التغطية التلفزيونية للانتخابات النيابية

ملخص تحليل بيانات رصد التغطية الاعلامية
عن شهر شباط 2022

ارتفعت وتيرة الحملات الانتخابية والمواقف السياسية مع اقتراب موعد الانتخابات وانخراط الاحزاب والناشطين والقيادات السياسية في التحضير للمعركة الانتخابية بعد هدوء نسبي في الاشهر الماضية. هذا ما أظهرته دراسة رصد تغطية محطات التلفزيون عن شهر شباط الماضي لاستحقاق الانتخابات النيابية المقبلة التي تقوم بها مؤسسة مهارات بالتعاون مع منظمة اليونسكو. وهو تقرير الرصد للشهر الرابع على التوالي يظهر المؤشرات السياسية والاعلامية عن سير العملية الانتخابية من خلال مواكبة المحطات التلفزيونية¹.

طالت عملية الرصد التغطية الاعلامية للشأن الانتخابي والظهور الاعلامي للفاعلين السياسيين في مختلف برامج الاخبار² والحوار السياسي³ للقنوات التلفزيونية اللبنانية من الساعة العاشرة قبل الظهر حتى منتصف الليل طيلة شهر شباط. المحطات التي تم رصدها هي السبع التالية: OTV، MTV، LBCI، ALMANAR، NBN، ALJADEED، Tele Liban. ويسمح هذا الرصد بمواكبة ما تبثه هذه المحطات بشأن الانتخابات النيابية المقبلة في برامجها السياسية ونشرات أخبارها، وتحديد الأشخاص (من سياسيين وناشطين وفاعلين) الذين يظهرون على الشاشات، ومدة ظهورهم على الشاشة والنبرة الخطابية العامة السائدة، وموقع المرأة في الفضاء الإعلامي، وشؤون التنقيف الانتخابي وغيرها من القضايا التي ترافق الخطاب الإعلامي.

¹-يمكن العودة الى دراسات الرصد السابقة على الرابط التالي: [تشرين الثاني](#)، [كانون الأول](#)، [كانون الثاني](#)

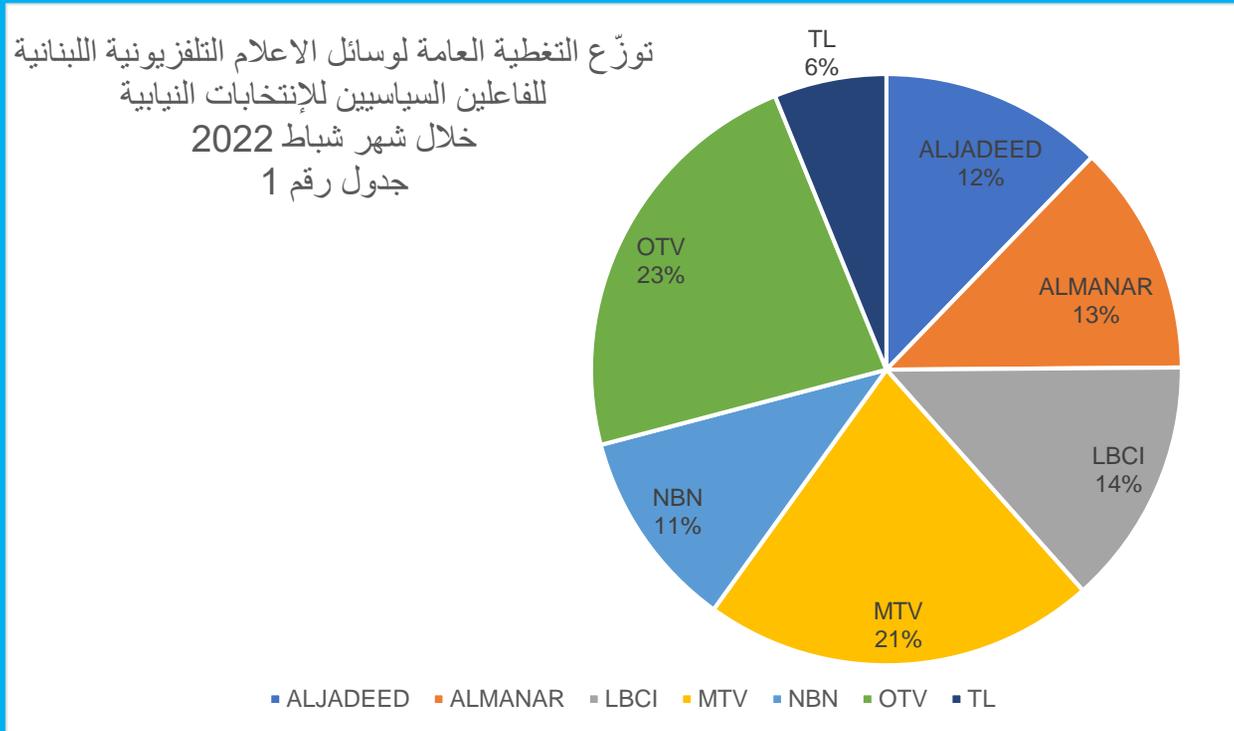
²- شملت عملية الرصد نشرة اخبار الظهيرة والنشرة المسائية.

³- بلغ حجم البرامج الحوارية المرصودة 27 برنامج موزعين بين القنوات التلفزيونية على الشكل التالي: 3 برامج في ALMANAR و4 برامج في كل من NBN، ALJADEED، و5 برامج في كل من OTV، LBCI، MTV، وبرنامج واحد في TL.

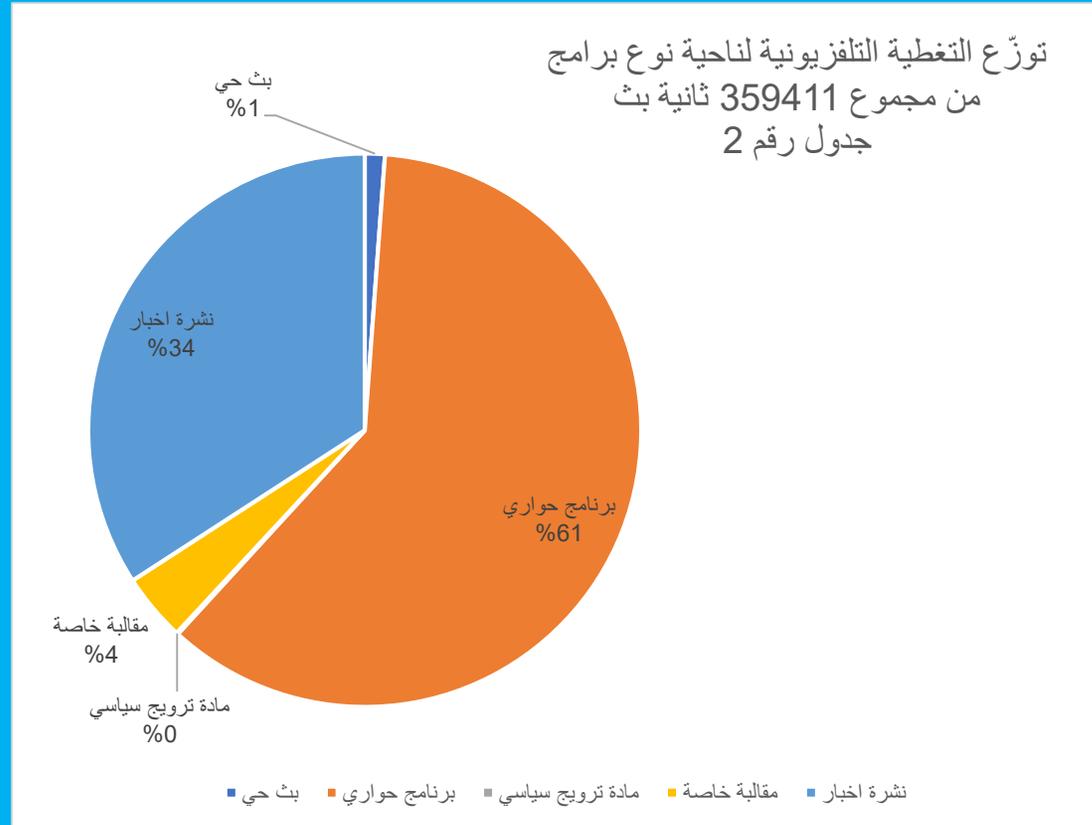
1- زيادة نسبة الخطاب السياسي

بلغ حجم التغطية الاعلامية التلفزيونية العامة خلال شهر شباط 359411 ثانية (حوالي 64 ساعة)، في مقابل 174.691 ثانية (حوالي 48 ساعة) خلال شهر كانون الثاني الماضي، أي بزيادة تخطت 30 بالمئة. وقد توزعت التغطيات بشكل عام بين القنوات السبع على الشكل التالي:

القناة الأكثر تغطية هي OTV، يليها تباعا حسب مدة التغطية MTV ثم LBCI، ALMANAR، ALJADEED و Tele Liban (جدول رقم 1). والملفت هنا أيضا الزيادة الكبيرة التي سجلتها محطة المنار خلال شهر شباط، بحيث بلغ حجم تغطيتها 13% من التغطيات العامة بينما كانت في شهر كانون الثاني لا تتجاوز 3%.



توزّع حضور الفاعلين والمؤثرين السياسيين على الشاشات بين البرامج الحوارية ونشرات الاخبار، وقد بلغ حضورهم الاكبر في البرامج الحوارية بنسبة 61%، ونسبة 34% في نشرات الاخبار و4% في مقابلات خاصة، و1% للبث الحي، فيما لم تخصص المحطات بعد برامج للترويج السياسي (جدول رقم 2). ويؤشّر انخفاض نسبة البث الحي بنسبة 1% الى تأخر انطلاق الحملات الانتخابية، كما احجام بعض وسائل الاعلام حتى الساعة عن فتح الهواء بشكل ملفت للدعاية والترويج الانتخابي.

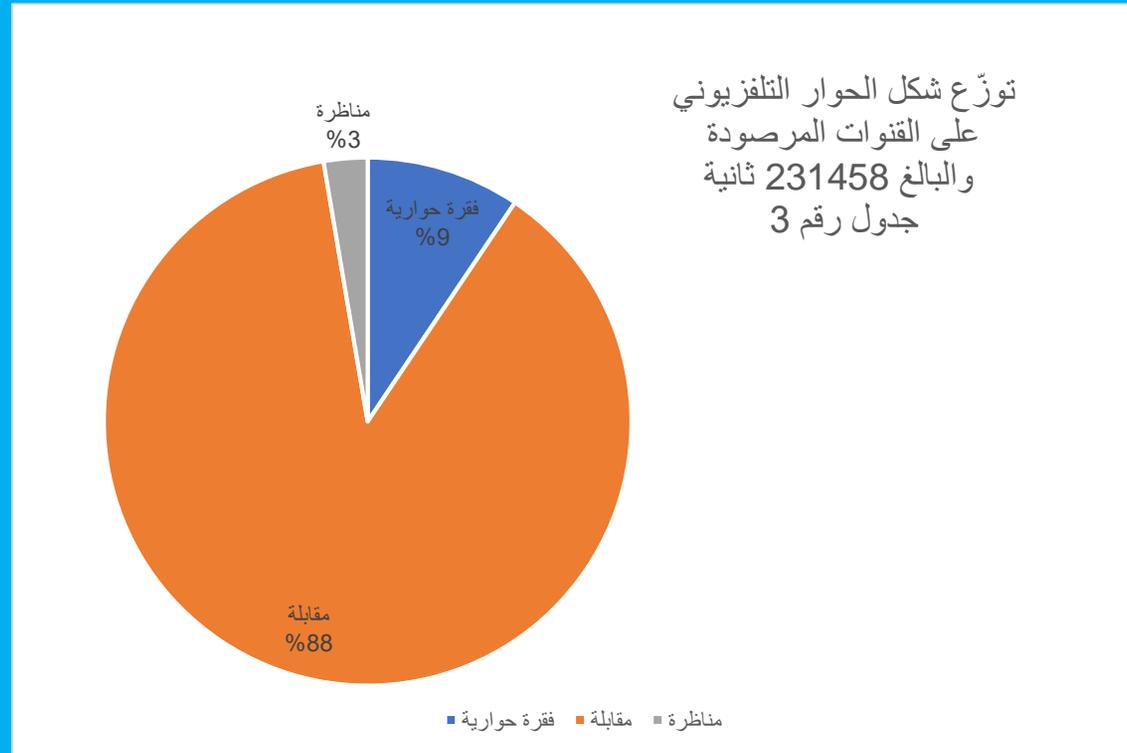


2- أشكال الحوار

بلغت مدة الحوارات التلفزيونية المرصودة للفاعلين والمؤثرين السياسيين 231458 ثانية (أي حوالي 64 ساعة) توزعت على القنوات التلفزيونية السبع المرصودة، تبعا للشكل الآتي:

- 88% على شكل مقابلة مع ضيف واحد من الفاعلين السياسيين.
- 9% على شكل فقرة حوارية متعددة الوجوه.
- 3% على شكل مناظرة بين مرشحين يتنافسون في الدائرة الانتخابية نفسها (جدول رقم 3).

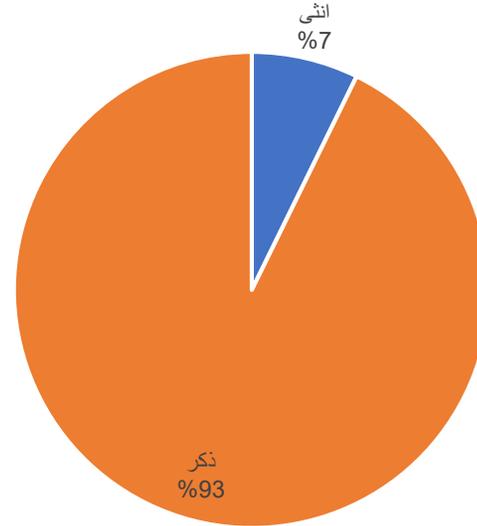
وهنا يتبين حجم الخطاب الفردي الذي يسيطر على الخطاب السياسي.



3- التهميش المستمر للمرأة

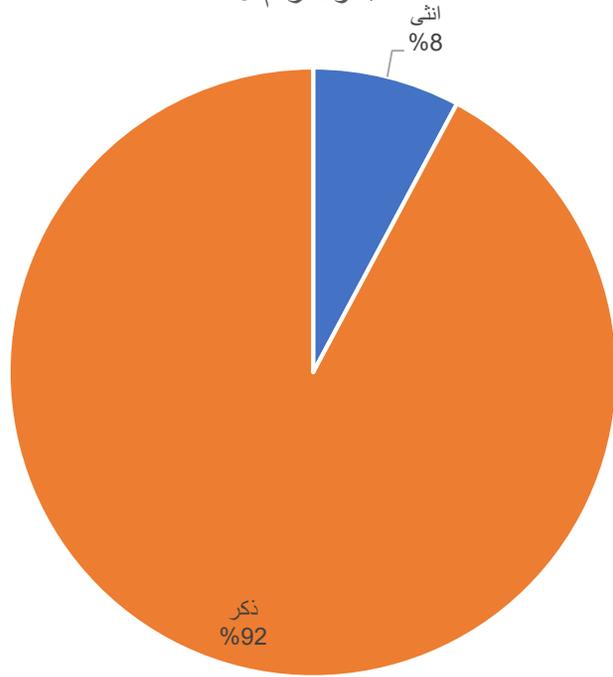
لا تزال المرأة تعاني من التهميش في الميدان الاعلامي بحيث لا تعطى الفرصة الكافية التي تسمح لها بترجمتها في المواقع السياسية. وبيّنت الدراسة أن نسبة الظهور الاعلامي العامة للنساء في التغطيات التلفزيونية هي 7%، في مقابل 93% للرجال (جدول رقم 4)، وهذا يعني ان الفارق بينهما كبير جدا ما يعني استمرار تهميش المرأة في الفضاء الاعلامي. وتنخفض هذه النسبة الى 5% في نشرات الاخبار التلفزيونية (جدول رقم 5)، وترتفع بنسبة زهيدة في التغطيات التلفزيونية الحوارية الى نسبة 8%، وهي أيضا نسبة متدنية جدا (جدول رقم 6).

توزّع نسبة الظهور الاعلامي في التغطيات التلفزيونية
بين الرجال والنساء من الفاعلين السياسيين
من مجموع 274776 ثانية خلال شهر شباط 2022
جدول رقم 4



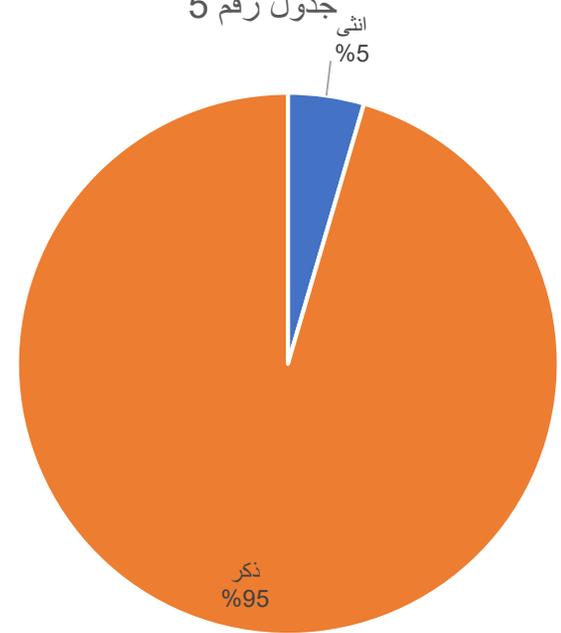
■ انثى ■ ذكر

توزّع نسبة الظهور الاعلامي في تغطيات برامج الحوار
التلفزيونية
بين الرجال والنساء من الفاعلين السياسيين
من مجموع 228144 ثانية خلال شهر شباط 2022
جدول رقم 6



■ ذكر ■ انثى

توزّع نسبة الظهور الاعلامي في تغطيات نشرات الاخبار
التلفزيونية
بين الرجال والنساء من الفاعلين السياسيين
من مجموع 46632 ثانية خلال شهر شباط 2022
جدول رقم 5



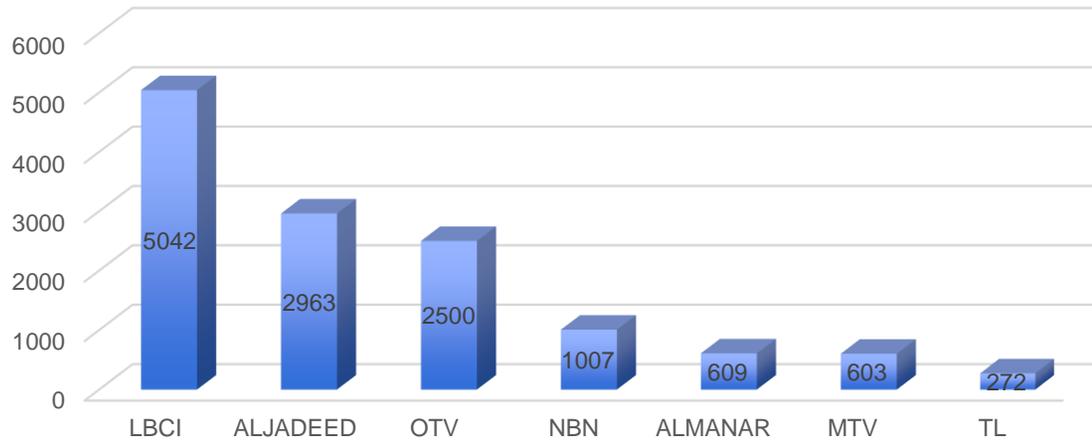
■ ذكر ■ انثى

4- الغياب المستمر للتثقيف الانتخابي

هل تساهم القنوات التلفزيونية في عملية التثقيف الانتخابي؟ سؤال هام على أبواب هذا الاستحقاق لاسيما وأن قانون الاعلام والاعلان الانتخابي ينصّ على هذا الامر. في الواقع لم يسجل اي مادة تثقيف انتخابي تمّ بثها كإعلان او كفقرة مستقلة عن التغطيات الاخبارية والبرامج الحوارية.

لكن سجلت البرامج الاخبارية والحوارية مجموعة من التغطيات التي يمكن تصنيفها كمادة تثقيف انتخابي، برزت فيها محطة LBCI وتلتها ALJADEED ثم OTV. وقد جاء حجم هذه التغطيات وتوزيعها بين القنوات التلفزيونية السبع على الشكل التالي (جدول رقم 7)

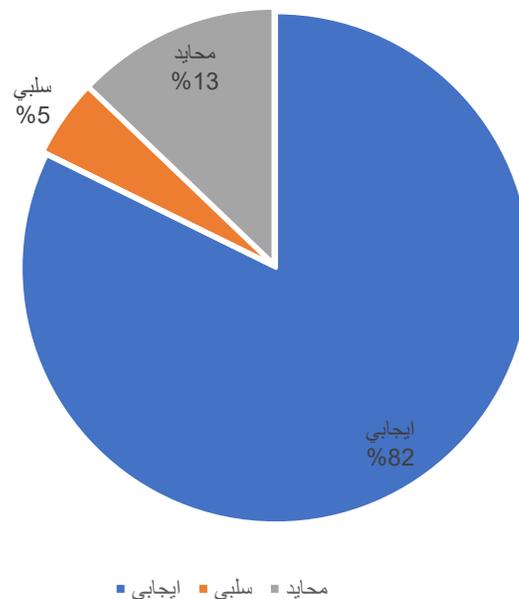
توزع التغطيات الاعلامية التلفزيونية التي تضمنت تثقيفا انتخابيا في برامج الاخبار والحوارات السياسية
العينة من 12966 ثانية بث
جدول رقم 7



5- اتجاهات النبرة الاعلامية

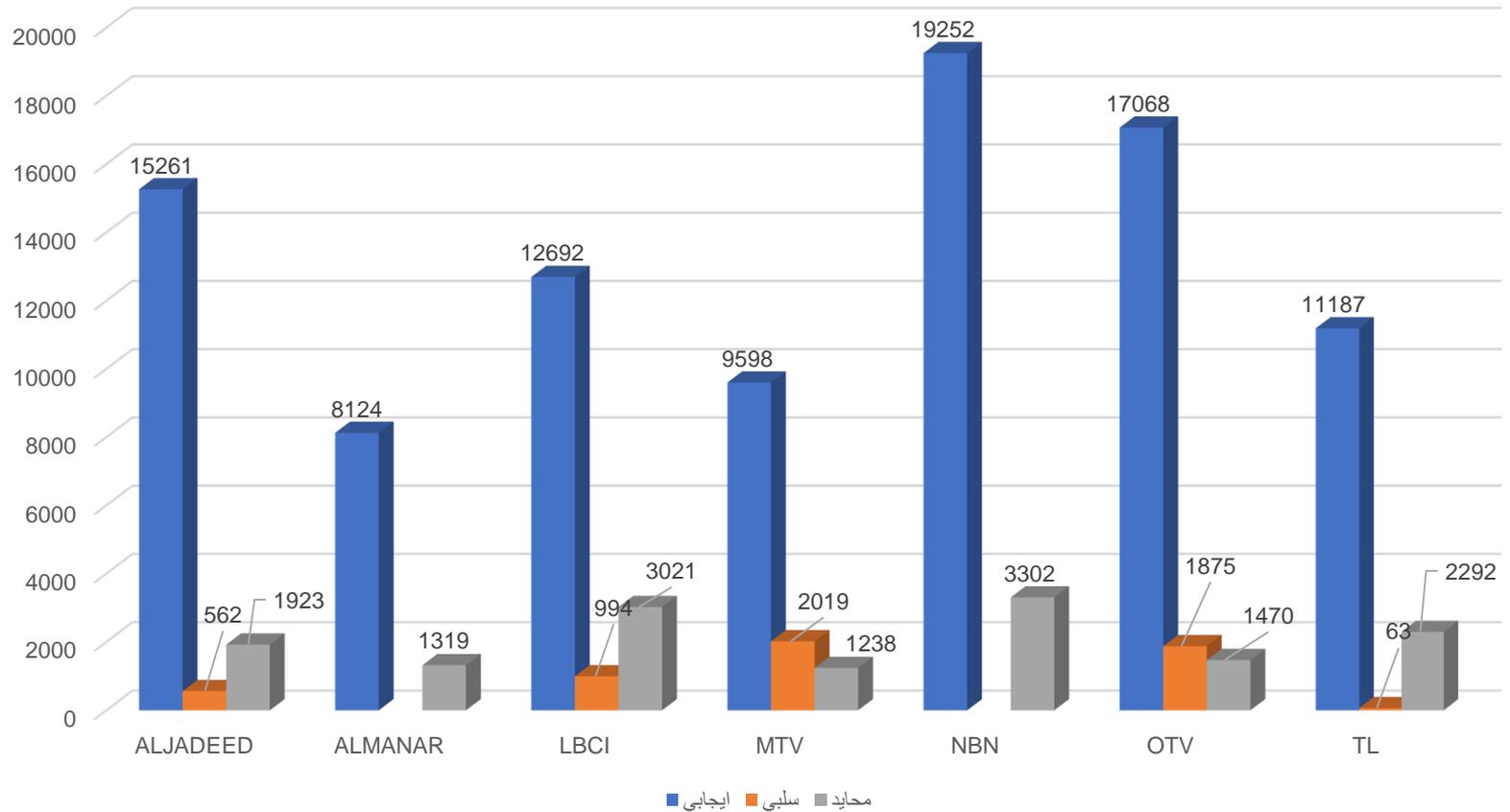
كيف توزعت نسب النبرة الاعلامية بالنسبة للفاعلين والمؤثرين السياسيين في مضامين نشرات الاخبار التلفزيونية؟ بلغت نسبة النبرة الايجابية بالنسبة للفاعلين والمؤثرين السياسيين 82%، والنبرة المحايدة 13% اما النبرة السلبية فبلغت 5% (جدول رقم 8). ويمكن تفسير نسبة النبرة الايجابية العالية الى تغطية نشاطات ومواقف المؤثرين السياسيين والتي تأخذ حيزا واسعا من نشرات الاخبار.

توزع النبرة الاعلامية العامة للتغطية الاخبارية بالنسبة للفاعلين والمؤثرين السياسيين
موضوع التغطية التلفزيونية
من مجمل 113260 ثانية تغطية خلال شهر شباط 2022
جدول رقم 8



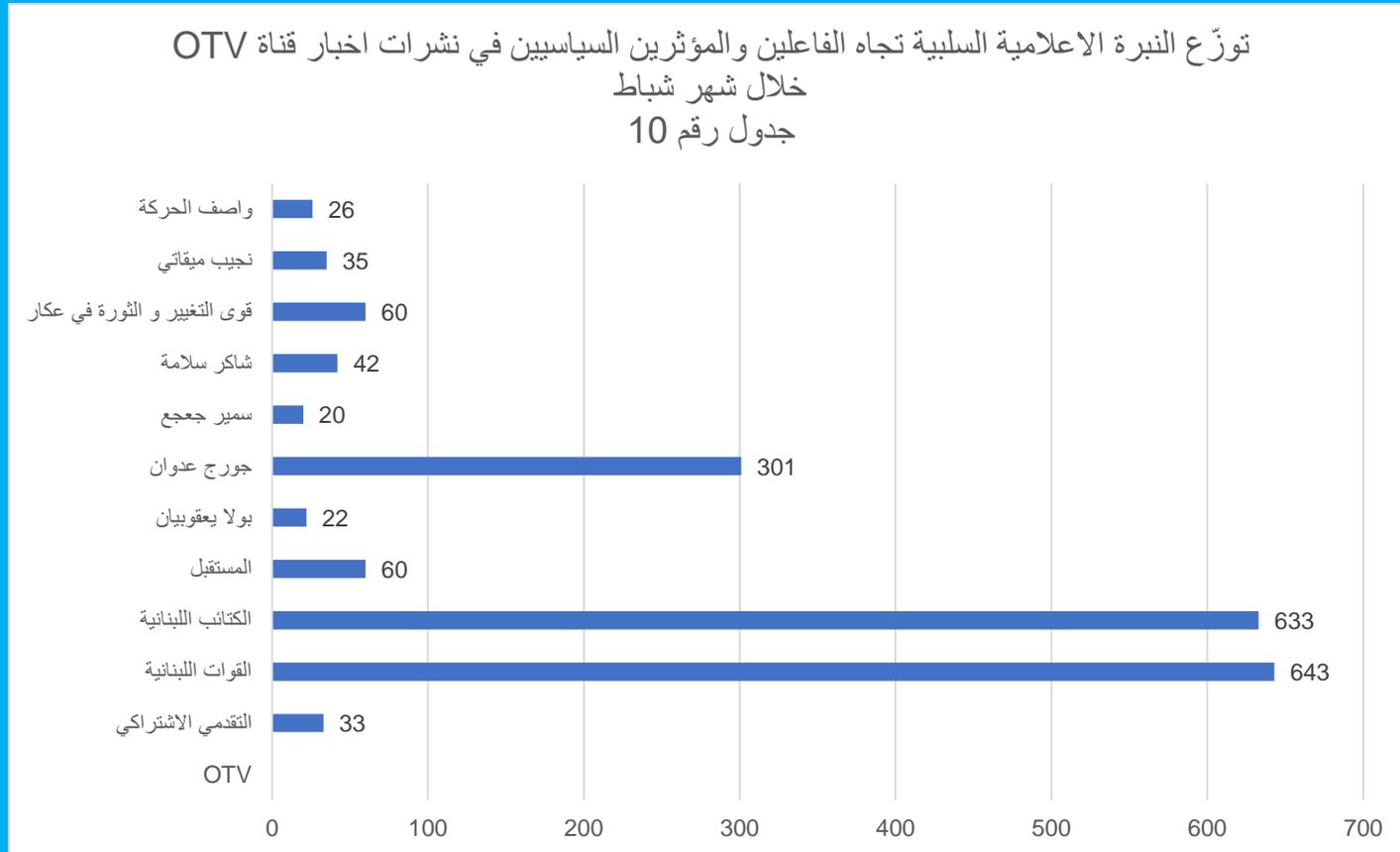
وإذا نظرنا في مضامين نشرات المحطات يمكننا تلمس كيفية توزّع النبرة الإعلامية في نشرات أخبار كل محطة. ويتبيّن من الجدول رقم 9 ان النبرة السلبية تجاه بعض الفاعلين السياسيين بلغت 2019 ثانية في قناة MTV، تليها قناة OTV، ثم قناة LBCI . فيما لم تسجّل نبرة سلبية تجاه الفاعلين السياسيين في التقارير الاخبارية في قناتي NBN و ALMANAR.

توزّع النبرة الإعلامية للتغطية الاخبارية بالنسبة للفاعلين والمؤثرين السياسيين في القنوات التلفزيونية المرصودة من مجموع 113260 ثانية تغطية خلال شهر شباط 2022
جدول رقم 9

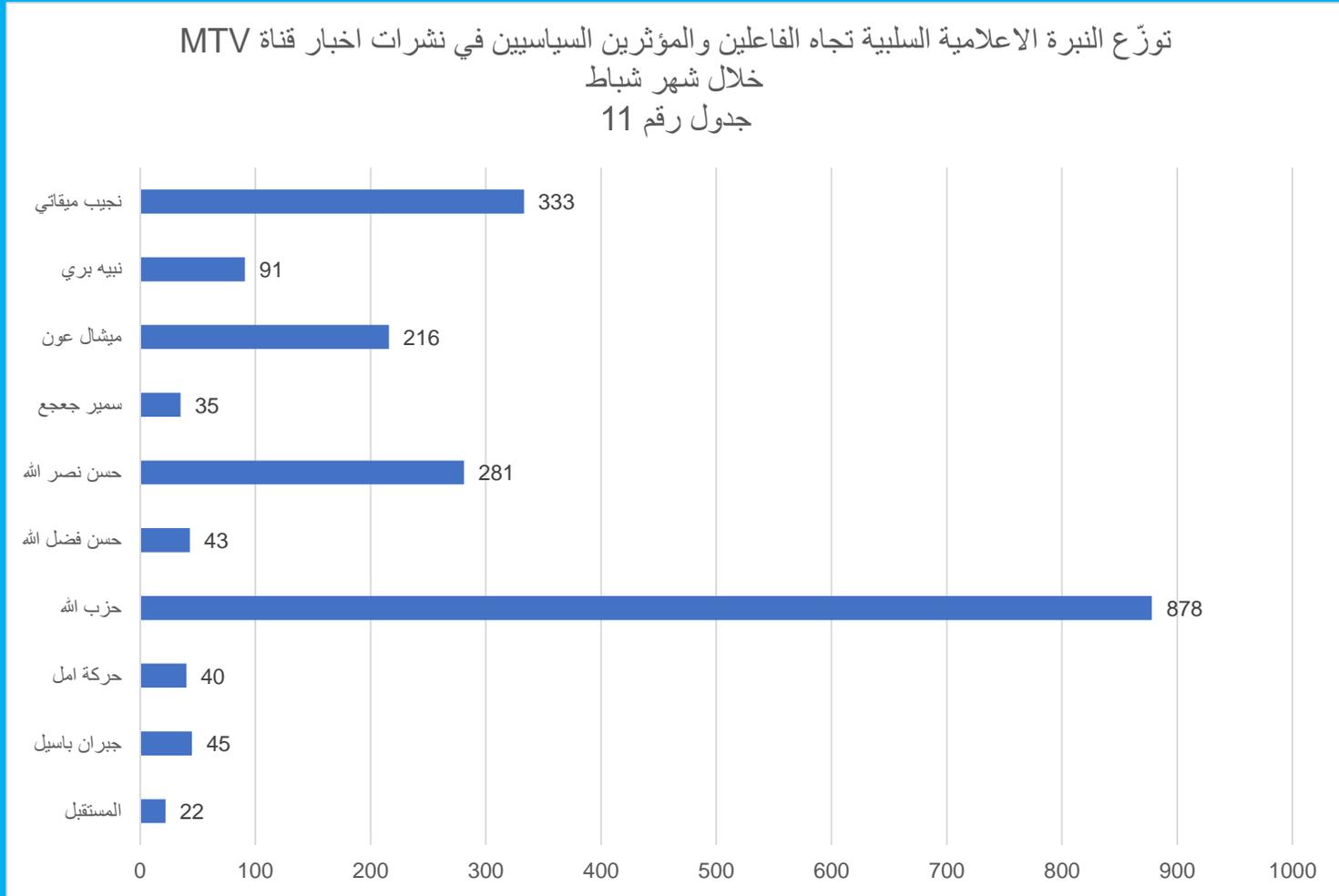


6- المستهدفون في النبذة السلبية

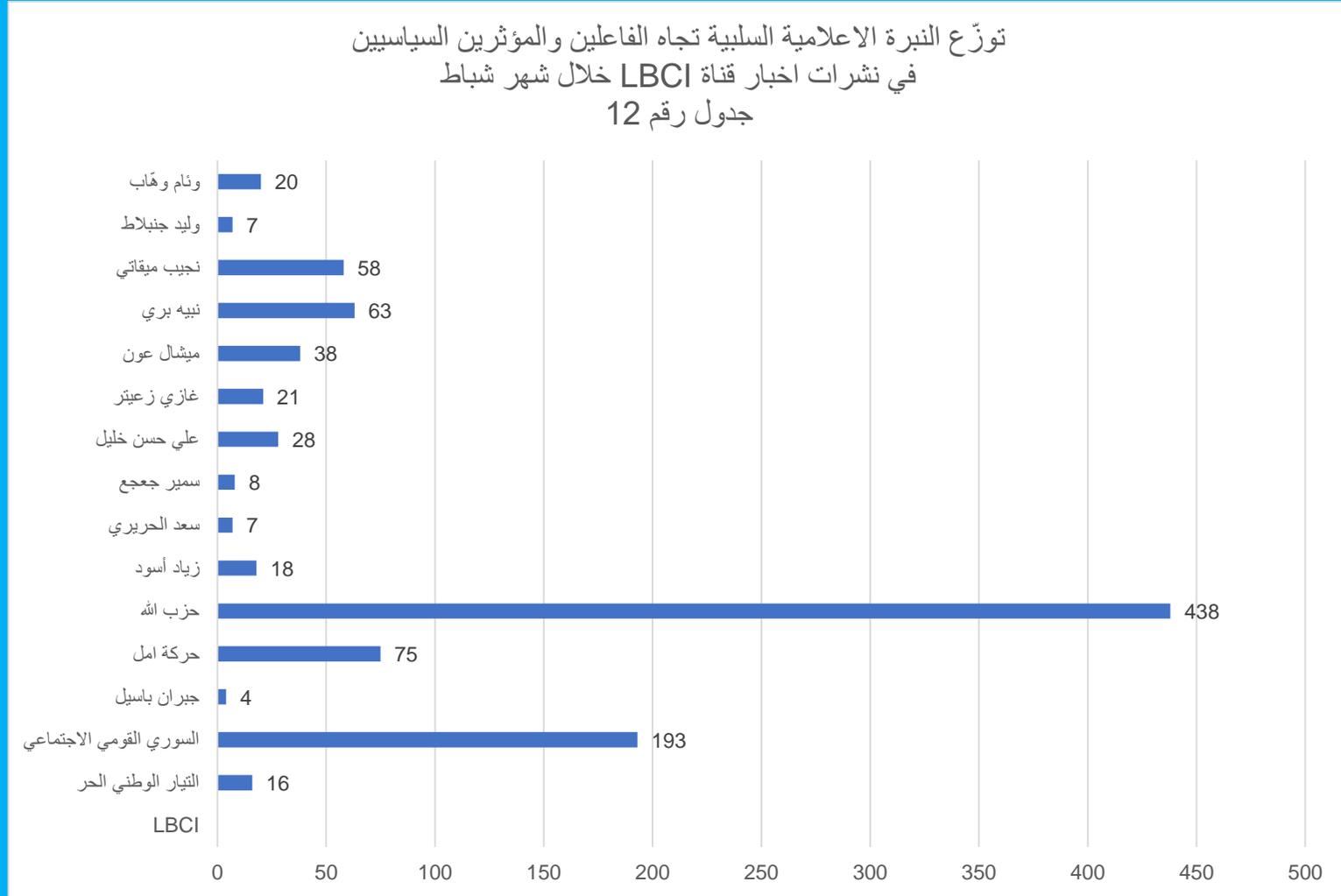
تظهر الجداول التالية: 10،11،12،13،14، المستهدفين في النبذة السيئة في كل محطة تلفزيونية على حده. **محطة OTV:** يبين الجدول رقم 10 أن محطة OTV استهدفت بشكل رئيسي القوات اللبنانية، وحزب الكتائب اللبنانية، والنائب جورج عدوان، أي الاخصام الرئيسية للتيار الوطني الحر على الساحة المسيحية. ويأتي بدرجة أقل بكثير تيار المستقبل وقوى الثورة والتغيير في عكار.



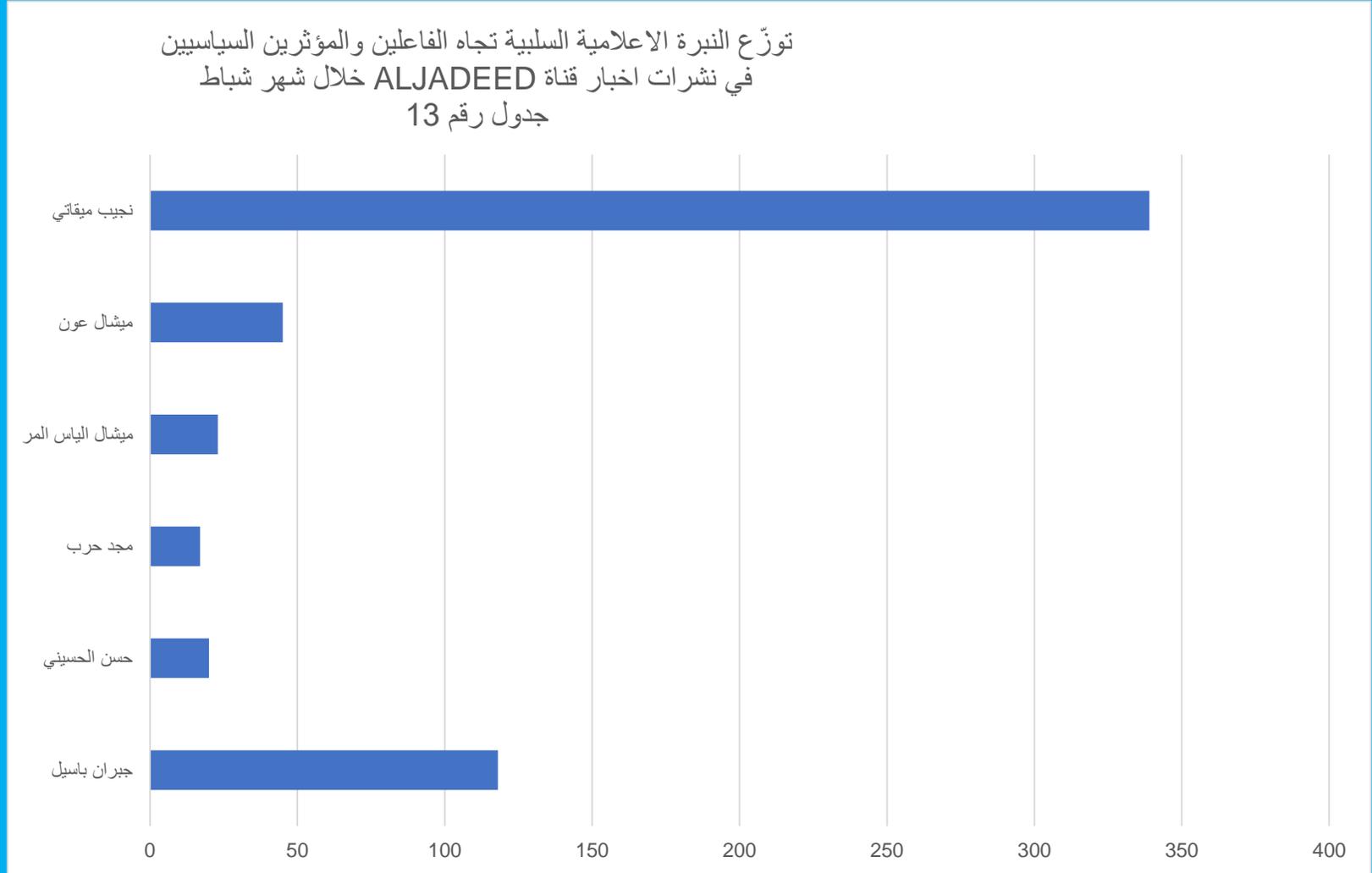
محطة MTV: تتوجّه النبيرة السلبية الرئيسية في هذه المحطة باتجاه "حزب الله"، يليه رئيس الحكومة نجيب ميقاتي والامين العام لحزب الله السيد حسن نصرالله، ومن ثم رئيس الجمهورية ميشال عون. كما تتوجه بشكل أقل بكثير باتجاه الرئيس نبيه بري (جدول رقم 11).



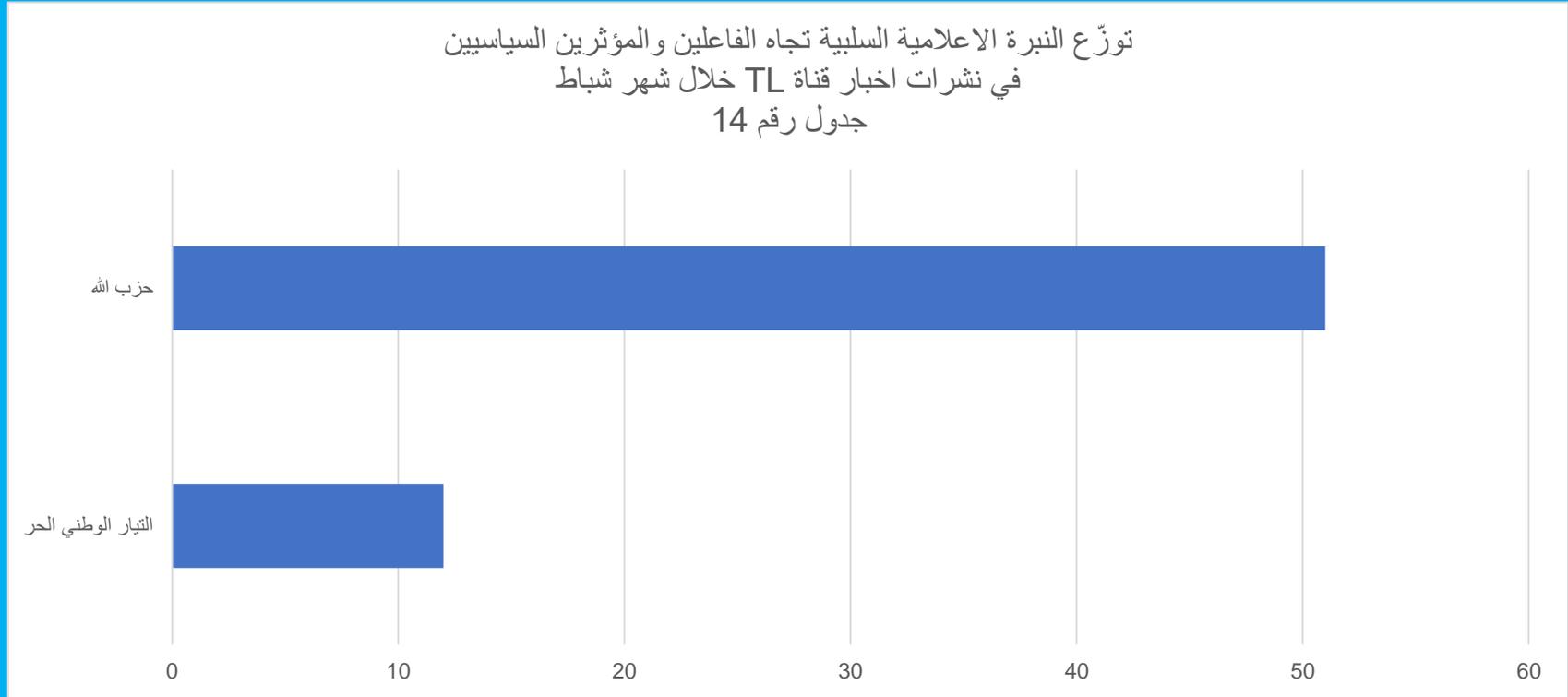
محطة LBCI: يبدو المستهدف الاول بالنبرة السلبية في هذه المحطة هو "حزب الله"، يليه الحزب السوري القومي الاجتماعي، ثم يتساوى بنسب أقل بكثير كل من الرئيس نبيه بري والرئيس نجيب ميقاتي وحركة أمل (جدول رقم 12).



محطة ALJADEED: يبدو الرئيس نجيب ميقاتي المستهدف الاول في هذه المحطة، يليه عن بعد رئيس التيار الوطني الحر جبران باسيل، وبدرجة قليلة الرئيس ميشال عون (جدول رقم 13).



محطة TL: تبدو النبذة السلبية في هذه المحطة محدودة كمًا ومحدودة في حجمها، وهي لا تقاس بالمحطات الاخرى. وان كان يلاحظ نبذة في اتجاه "حزب الله" والتيار الوطني الحر (جدول رقم 14).



7- مجموع الظهور الاعلامي لضيوف المحطات

رصدت الدراسة حجم الظهور الاعلامي للفاعلين والمؤثرين السياسيين في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية السبع المرصودة خلال شهر شباط. ويبيّن الجدول رقم 15 مجموع الوقت الذي ظهر فيه الفاعلون والناشطون السياسيون، وهذا طبعا يندرج في اطار التحضير للانتخابات النيابية المرتقبة والحصة التي ينالها كل منهم على الفضاء العام⁴. (جدول 15)

الترتيب	الاسم	الظهور بالثانية	الترتيب	الاسم	الظهور بالثانية
1	الياس حنكش	7159	39	ايهاب حمادة	2700
2	عمر حرفوش	7115	40	أغوب بقرادونيان	2570
3	اميل رحمة	7037	41	سيزار ابي خليل	2517
4	ممثل التيار الوطني الحر	6750	42	جينا الشماس	2500
5	علي درويش	6660	43	ممثل حزب الله	2400
6	ادغار طرابلسي	6318	44	فيرا يمين	2215
7	لوري هايتيان	6084	45	فادي علامة	2202
8	امل ابو زيد	5960	46	الان عون	2025
9	ممثلة التيار الوطني الحر	5800	47	سيمون ابي رميا	1971
10	انطوان حبشي	5243	48	علي خليفة	1800
11	أسامة سعد	4980	49	ممثل ائتلاف شمالنا	1740
12	ممثل المستقبل	4709	50	عيد عازار	1660
13	بولا يعقوبيان	4500	51	غياث يزبك	1651
14	حسن فضل الله	4500	52	رياض طوق	1644
15	نقولا الصحنوي	4318	53	نقولا نحاس	1643
16	سامر سعادة	4305	54	كميل شمعون	1560
17	ممثل الديمقراطي اللبناني	4200	55	وليد فخر الدين	1560
18	مجد حرب	3998	56	واصف الحركة	1500
19	رازي الحاج	3856	57	مصطفى علوش	1435

⁴ - ورد في الاحتساب ممثلون عن الاحزاب، وهم غالبا اشخاص حزبيون لكنهم ليسوا معينين مباشرة بالانتخابات اذ لن يكونوا مرشحين فيها وبالتالي يحتسب وقت ظهورهم الاعلامي للحزب الذي ينتمون اليه.

1373	هاني صليبا	58	3850	فريد البستاني	20
1292	جورج نادر	59	3750	وئام وهاب	21
1210	نزيه نجم	60	3721	فيصل الصايغ	22
1201	ميثال الحلو	61	3720	حسين الحاج حسن	23
1200	خليل الحلو	62	3600	جاد داغر	24
1200	عادل الأدرع	63	3600	علي فياض	25
1080	غسان مخبير	64	3550	اسعد درغام	26
950	بلال عبدالله	65	3526	فريد الخازن	27
940	ادي معلوف	66	3317	سليم الصايغ	28
847	الياس ابو صعب	67	3250	ريشارد قيومجيان	29
806	سلمان سماحة	68	3240	محمد خواجه	30
771	ممثل قوى التغيير و الثورة في عكار	69	3108	اشرف ريفي	31
752	ممثل التقدمي الاشتراكي	70	3046	رمزي كنج	32
430	ممثل حركة امل	71	3018	ممثل متنيون مستقلون	33
273	ائتلاف شمالنا	72	2964	شامل روكز	34
230	سيمون بشواتي	73	2880	غسان خوري	35
220	ممثلة قوى التغيير و الثورة في عكار	74	2858	فادي كرم	36
150	عناية عز الدين	75	2716	فارس سعيد	37
15	شادن ضعيف	76	2714	بيار أبو عاصي	38

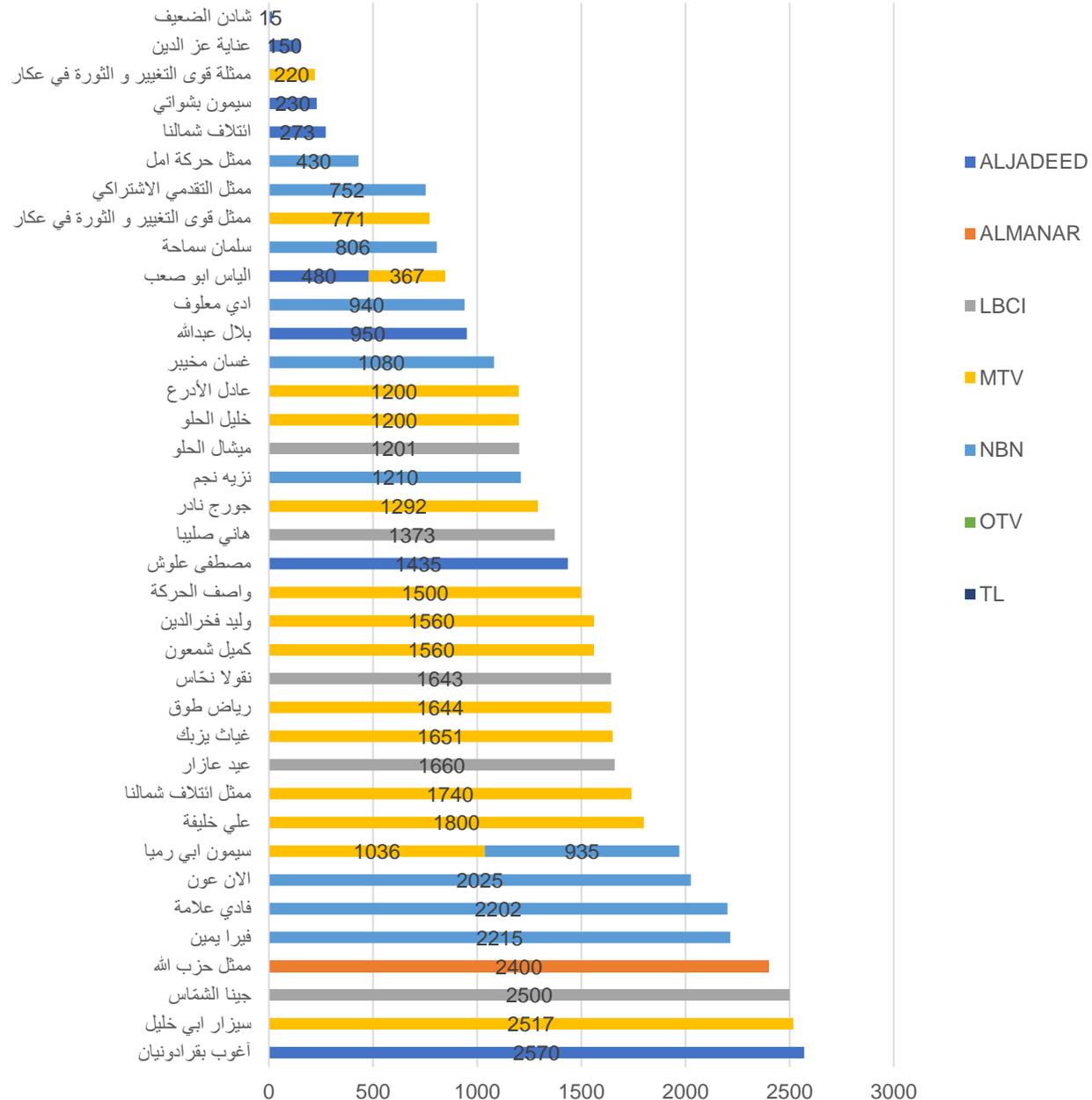
8- المحطات وضيوفها

تفصيلاً للجدول رقم 15 عن الفاعلين والناشطين الذين ظهروا على المحطات، يأتي الجدول رقم 16 ليحصى ظهورهم في كل محطة على حده، ما يسمح بتحديد ضيوف كل محطة والحصة التي نالها كل ضيف. وهكذا نستنتج مثلاً أن اميل رحمه الذي ورد من الاوائل في حجم الظهور انما استضافته فقط محطة OTV، فيما الاول في حجم الظهور وهو النائب الياس حنكش فقد تمت استضافته في كل من المحطات التالية: MTV OTV, NBN, TL . وحالة حنكش المتنوع في مقابلاته على محطات مختلفة تبقى قليلة اذ أن غالبية الضيوف استضافتهم محطة واحدة كما يبيّن الجدول رقم 16.

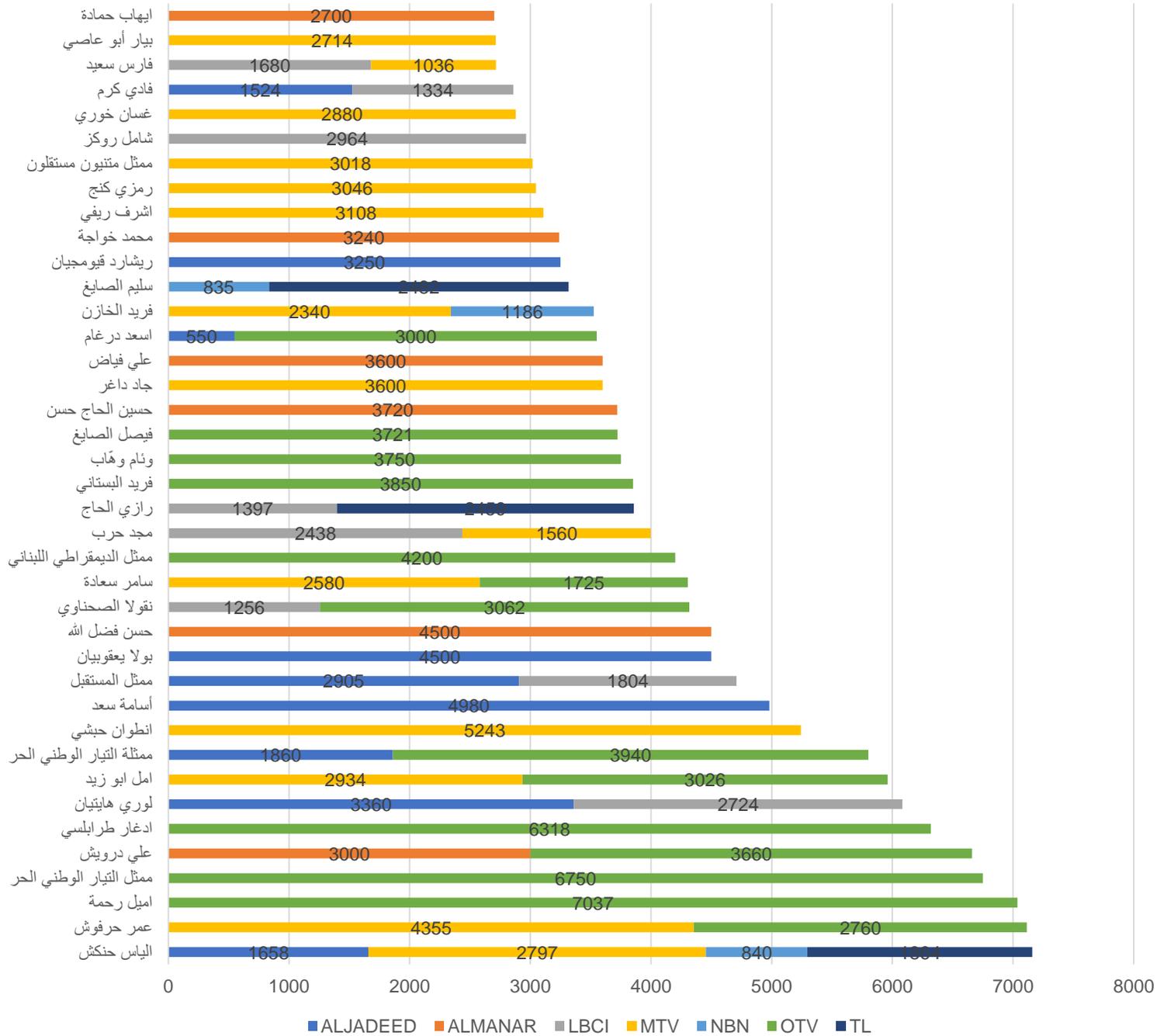
وهذا الجدول (16) يشكل مصدر معلومات مهم اذ بالامكان معرفة ضيوف كل محطة والوقت الذي تقدّمه لكل من الاطراف السياسية وللفاعلين على الساحة المحلية.

كما يُبيّن الجدول رقم 17 الظهور الاعلامي للقادة السياسيين في مقابلات واطلالات خاصة خلال شهر شباط من خارج البرامج الحوارية ومواعيدها المحددة.

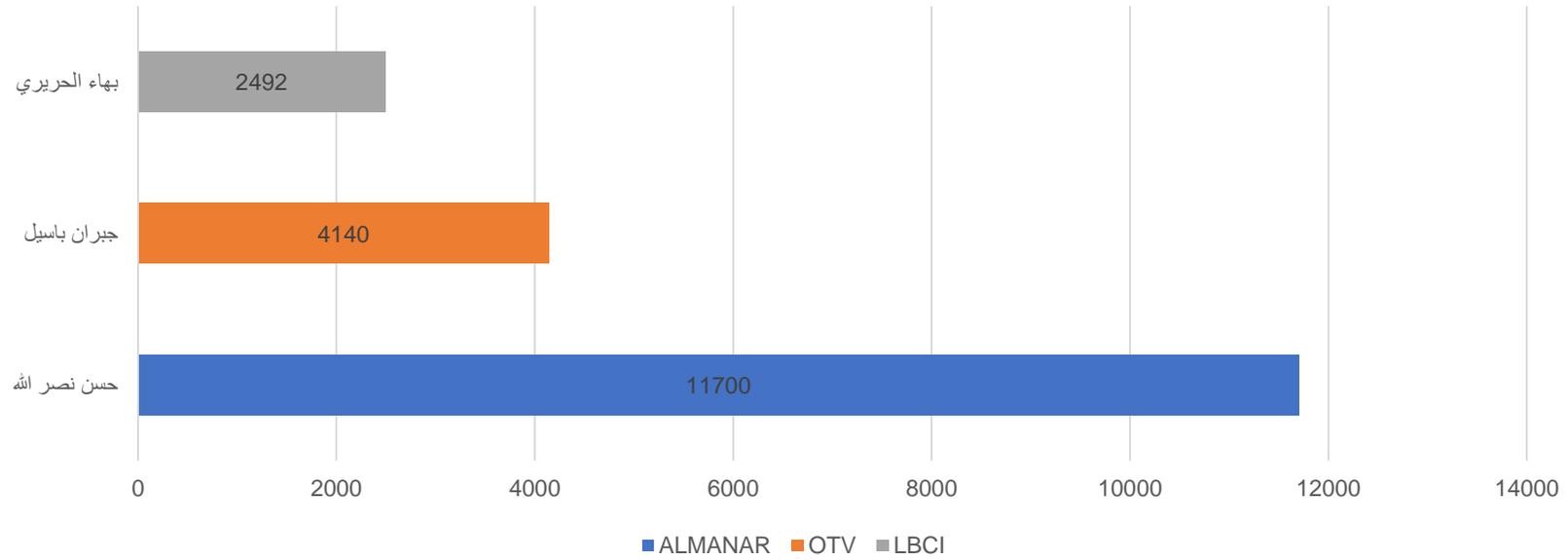
الظهور الاعلامي للفاعلين والمؤثرين السياسيين في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية السبع المرصودة
 خلال شهر شباط 2022
 جدول رقم 16



تتمتع الظهور الاعلامي للفاعلين والمؤثرين السياسيين في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية
السبع المرصودة خلال شهلا شباط 2022

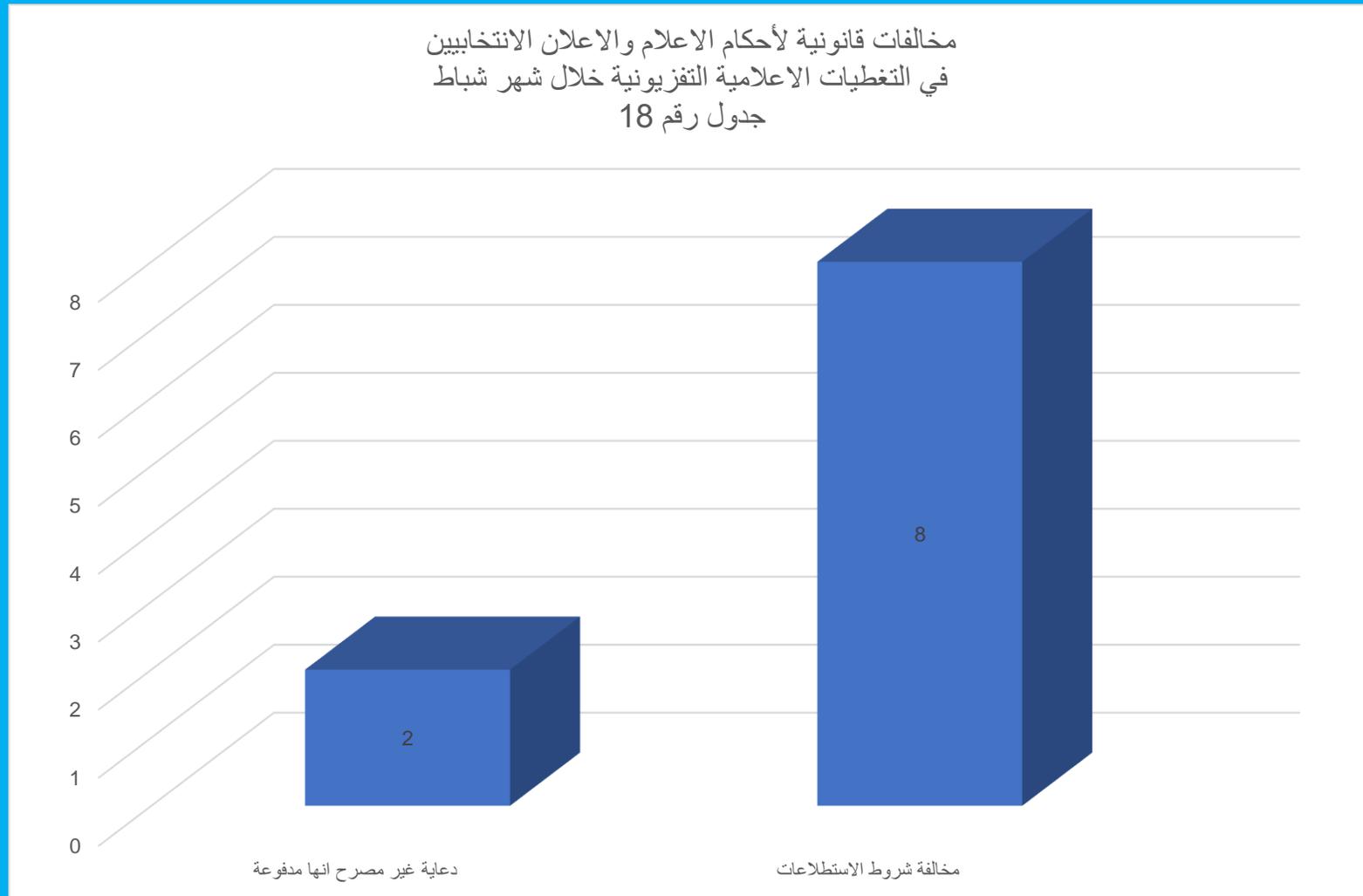


توزّع مساحة المقابلات التلفزيونية الخاصة
مع الفاعلين والمؤثرين السياسيين
العينة من 18332 ثانية بث خلال شهر شباط
جدول رقم 17



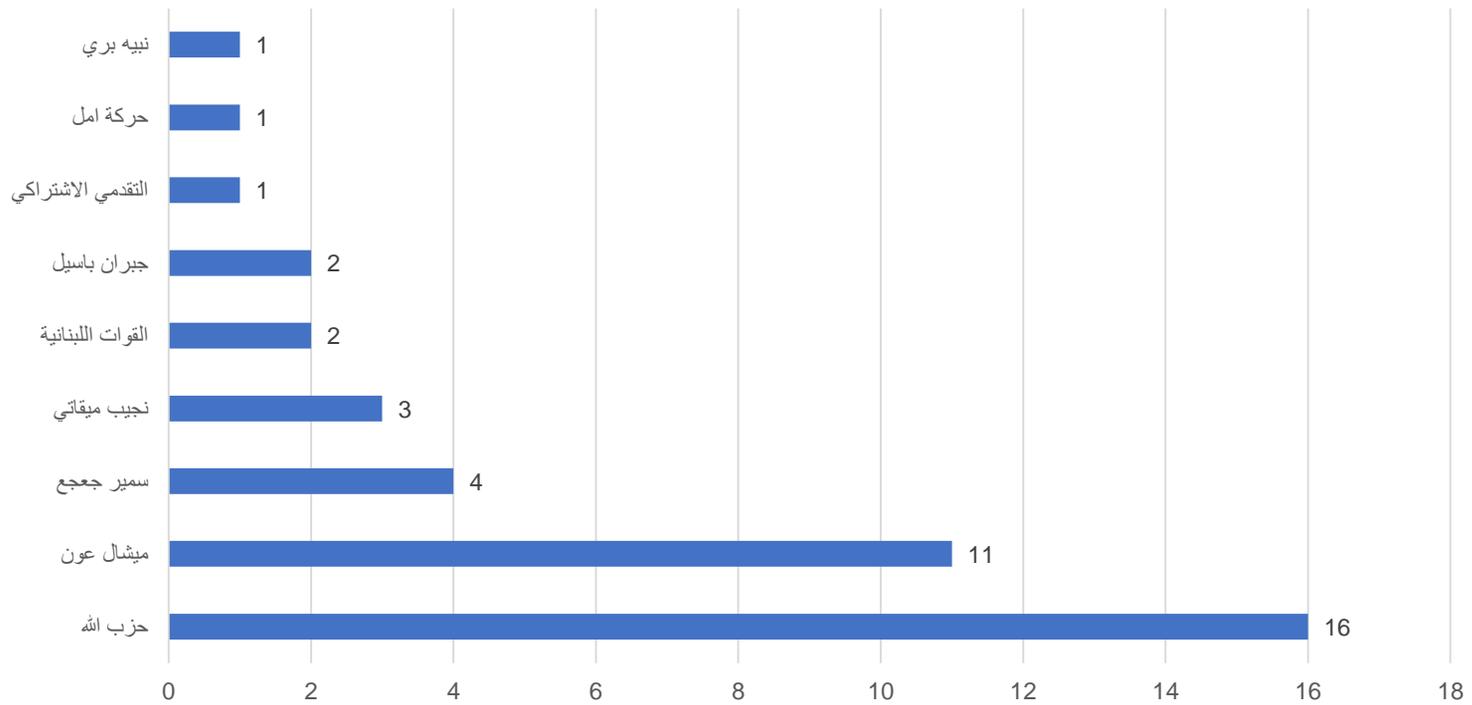
9- مخالفات القانون الانتخابي

تم تسجيل مخالفات عدة لأحكام قانون الانتخاب فيما يتعلق بفصل الاعلام والاعلان الانتخابيين وكانت الحصّة الاكبر من المخالفات تتعلق بنشر استطلاعات الرأي خلافا للأصول التي حددها القانون بهدف ضمان الشفافية في استطلاعات الرأي. كما تم رصد بتّ دعاية انتخابية لمصلحة مرشحين من دون التصريح بأنها مدفوعة (جدول رقم 18).



كما تبين من خلال رصد البرامج الاخبارية والحوارية توجيه اتهامات او توصيفات من قبل وسيلة الاعلام او الضيف بحق الخصوم السياسيين تصنف في خانة التشهير وهي على الشكل التالي (جدول رقم 19):

التشهير بالخصوم السياسيين في تغطيات البرامج الاخبارية والحوارية
جدول 19



خاتمة

يتبين في رصد شهر شباط قياساً الى الاشهر السابقة زيادة محطات التلفزيون بالاهتمام بموضوع الانتخابات النيابية المقبلة في تغطياتها وبرامجها، فزاد الوقت المخصص للموضوع في النشرات والحلقات الحوارية بنسبة تزيد على 30%. كما كان ملفتنا الاهتمام المتزايد من جانب محطة ALMANAR بالانتخابات فيما كانت قليلة الاهتمام بها في الاشهر الماضية.

وقد بقيت المرأة مهمشة اذ لم يتخط حضورها 7% قياساً الى الرجل الذي يحتكر الفضاء الاعلامي، وتاليا السياسي. كذلك غاب التنقيف الانتخابي كمادة اعلامية مستقلة تنتجها وزارتا الاعلام والداخلية والبلديات بالتنسيق مع وسائل الاعلام المعنية والتي من المفترض على المحطات ان تقوم ببثها خلال فترة الحملة الانتخابية، لمدة ثلاث ساعات اسبوعياً على الأقل كما ينص على ذلك قانون الاعلام والاعلان الانتخابي.

وبيّنت عملية الرصد توزع ضيوف المحطات و"من يستضيف من"، وحجم الوقت الذي ناله كل من الفاعلين والناشطين على الساحة السياسية. كما أنها رصدت النبرة السلبية التي تستخدم في الفضاء الاعلامي وبعض المخالفات لأحكام القانون في التغطيات التلفزيونية.