



شعوب ممتكنة
أمم صامدة



german
cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implemented by:
KFW

تحديد فجوة المهارات والمعرفة لدى المؤسسات الإعلامية في لبنان

في إطار ميثاق الشرف الإعلامي
لتعزيز السلم الأهلي في لبنان

المحتويات

1. لماذا هذا التقرير؟
2. الإشكالية
3. المنهجية
4. وسائل الإعلام اللبنانية موضوع الدراسة
5. نبذة عن دراسات الرصد الإعلامي العشرة:
 - I. رصد العنصرية في الإعلام اللبناني: تمثيلات «السوري» و«الفلسطيني»
 - II. التحريض الديني وخطاب الكراهية وخطورته على السلم الأهلي
 - III. رصد المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام اللبنانية
 - IV. صور العنف في التغطيات الإخبارية
 - V. رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية
 - VI. المصادر في التغطيات الإخبارية والحق في الوصول إلى المعلومات
 - VII. الإنتخابات البلدية 2016
 - VIII. الخطاب الديني في وسائل الإعلام ومطابقته للسلم الأهلي
 - IX. دور مقدمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي
 - X. الإعلام الديني
6. تحديد فجوة المهارات وأسبابها
7. تحديد فجوة المعرفة وأسبابها
8. الخلاصات/الإستنتاجات: معايير ردم الفجوات
9. التوصيات
10. المراجع

أعدّ الدراسة في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي:
الدكتور محمود طريبه

إنّ التحليلات والتوصيات بشأن السياسات الواردة في هذا التقرير، لا تعبّر بالضرورة عن آراء برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.
جميع الحقوق محفوظة لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي © 2018.

1. لماذا هذا التقرير؟

يأتي هذا التقرير بعد مرور حوالي خمس سنوات على الإطلاق الرسمي لـ «ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان» في 25 حزيران 2013، بمشاركة 32 مؤسسة إعلامية وبرعاية وزارة الإعلام في لبنان. وخلال السنوات الماضية، قام برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بالتعاون مع مؤسسة «مهارات»، بإجراء العديد من دراسات الرصد الإعلامي للمؤسسات الإعلامية التي وقعت على الميثاق بهدف تحديد مدى التزامها بنوده.

عالجت دراسات الرصد المحاور الأساسية الواردة في ميثاق الشرف الإعلامي، مثل دور مقدمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي، مصادر التغطية الإخبارية، الحد من العنف والتحريض والعنصرية، المبادرات الإيجابية، الانتخابات، الإعلام الديني، وغيرها. وتوصل الرصد إلى خلاصات وإستنتاجات وتوصيات تتعلق بعمل المؤسسات الإعلامية اللبنانية الهادفة إلى تعزيز السلم الأهلي في لبنان.

وقد برزت إشكالية حول مدى قدرة المؤسسات الإعلامية على الالتزام بالميثاق وتطبيقه في عملها الإعلامي اليومي، في حال تمّ تحديد فجوات المعرفة والمهارات المتوفرة لدى تلك المؤسسات والعاملين فيها. ونظراً إلى أن المؤسسات الإعلامية في لبنان تعمل وسط بيئة خاضعة لضغوطات مالية وسياسية وإجتماعية وإقتصادية وغيرها، توجب البحث إعلامياً في هذين السؤالين: ما هي الفجوات على مستوى المهارات والمعرفة المتوفرة في المؤسسات الإعلامية في سياق عملها على تعزيز السلم الأهلي، وما هي أسباب هذه الفجوات؟ ما هي المعوقات التي تحول دون بناء هذه القدرات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية؟

وفي إطار العمل لتحديد الفجوة في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في لبنان حول ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الاهلي، تقوم اعتمدت منهجية العمل على مراجعة الإستنتاجات والخلاصات الصادرة عن دراسات الرصد الإعلامي التي أجراها خبراء في مؤسسة «مهارات» خلال السنوات التالية لإعلان ميثاق شرف تعزيز السلم الأهلي. وتأتي المراجعة بهدف الوقوف عند فجوات المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في المواضيع التي أثارها الميثاق، تمهيداً لوضع سلم المعايير المطلوبة لردمها وتحديد الإحتياجات التدريبية لبناء قدرات هؤلاء العاملين.

وبالإستناد إلى حصيلة دراسات الرصد التي أجرتها مؤسسة «مهارات» على مدى السنوات الخمس التالية لإطلاق ميثاق الشرف الإعلامي، تمّ تحديد الفجوات في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية الموقّعة على ميثاق الشرف مع ذكر الأسباب الكامنة خلف هذه الفجوات.

كذلك، توصل الرصد إلى جملة من الخلاصات والإستنتاجات التي تشكّل معايير لردم الفجوات في المهارات والمعرفة، والتي يمكن في حال أخذ المؤسسات بمضامينها أن تسهم في ردم الفجوات. وتتنوّع هذه المعايير بين ما هو توعويّ وتثقيفيّ وما يرتبط ببناء القدرات، ما يؤدّي تالياً إلى إلّتزام أوسع بميثاق الشرف الإعلاميّ لتعزيز السلم الأهليّ.

وتبعاً للخلاصات المذكورة، تمّ تحديد الإحتياجات التدريبية للعاملين، ثم العمل على بناء قدرات العاملين لدى المؤسسات الإعلامية الموقّعة على الميثاق. وتمّ إدراج العديد من الورش والدورات التدريبية التي يُساهم عقدها في ردم فجوات المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في لبنان.

2. الإشكالية:

توصّلت دراسات الرصد الإعلاميّ إلى مجموعة من الخلاصات والإستنتاجات والتوصيات في ما يتعلّق بعمل المؤسسات الإعلامية اللبنانية لتعزيز السلم الأهليّ في لبنان، وقد ساهمت هذه الخلاصات في رسم صورة الواقع في هذه المؤسسات بعد سنوات من توقيعها على الميثاق وتعهّد القيمين عليها بالإلّتزام به. وإنطلاقاً من عمل برنامج الأمم المتّحدة الإنمائيّ المتواصل على مدى سنوات مع المؤسسات الإعلامية في مجال تعزيز السلم الأهليّ، كان لا بد من إعداد هذا التقرير.

تسعى إشكالية البحث في هذا التقرير إلى معرفة مدى قدرة المؤسسات الإعلامية على الإلّتزام بالميثاق وتطبيقه في عملها الإعلاميّ اليوميّ، في حال تمّ تحديد الفجوات في المعرفة والمهارات لدى تلك المؤسسات والعاملين فيها.

ولأن المؤسسات الإعلامية تعمل في بيئة خاضعة لضغوطات ماليّة وسياسية وإجتماعية وإقتصادية وغيرها، كان لا بد من البحث لتحديد الأسئلة المطروحة:

- ما هي فجوات المعرفة وأسبابها في المؤسسات الإعلامية، لجهة تعزيز السلم الأهليّ؟
- ما هي فجوات المهارات وأسبابها لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية؟
- ما هي المعايير المطلوبة لردم الفجوات في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية؟
- ما هي معوّقات بناء القدرات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية؟

3. المنهجية

في إطار العمل لتحديد الفجوة في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في لبنان بالعلاقة مع ميثاق الشرف لتعزيز السلم الأهلي، من الأجدى اعتماد منهجية تقوم على النقاط التالية:

1. مراجعة دراسات الرصد الإعلامي التي أجراها الخبراء في مؤسسة «مهارات» بعد وضع ميثاق الشرف لتعزيز السلم الأهلي، بهدف تحديد الفجوات في المهارات والمعرفة في المواضيع المرتبطة بالميثاق (على سبيل المثال لا الحصر: العنف، العنصرية، الخطاب الديني، البرامج الحوارية، المقدمات الإخبارية، إلخ...).
2. دراسة الإستنتاجات والخلاصات الخاصة بكل من الدراسات المشار إليها آنفاً، بهدف تحديد الفجوات في المهارات والمعرفة في كل موضوع مرتبط بالميثاق.
3. وضع سلم المعايير المطلوبة لردم الفجوة في المهارات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية.
4. وضع سلم المعايير المطلوبة لردم الفجوة في المعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية.
5. تحديد الإحتياجات في التدريب لبناء قدرات العاملين في المؤسسات الإعلامية.

4. وسائل الإعلام اللبنانية موضوع الدراسة

شملت دراسات الرصد والتحليل وسائل الإعلام التالية، تبعاً لموضوع الدراسة:

1. الصحف اليومية: النهار، السفير، الأخبار، المستقبل، البلد، الجمهورية، الديار، اللواء، الشرق، L'Orient-Le Jour و The Daily Star.
2. محطات التلفزيون: MTV، OTV، LBCI، المستقبل، الجديد، المنار وتلفزيون لبنان.
3. المواقع الإخبارية الإلكترونية: الوكالة الوطنية للإعلام، جريدة المدن الإلكترونية، موقع النشرة، موقع لبنانون فايلز وموقع ناو.
4. المحطات الإذاعية: إذاعة لبنان، صوت لبنان - الأشرقية (100.5)، صوت لبنان - ضبيّة (93.3)، صوت الشعب، إذاعة الشرق، صوت المدى، إذاعة النور وإذاعة لبنان الحرّ.
5. محطات فضائية تلفزيونية: تيلي لوميار، تلفزيون المحبة Charity TV وقناة الإيمان.
6. محطات إذاعية: إذاعة البصائر، إذاعة صوت الإرتقاء، إذاعة نداء المعرفة، إذاعة البشائر، راديو السلام، صوت الحق، إذاعة التوحيد الإسلامي، إذاعة القرآن الكريم، إذاعة الفجر في لبنان، إذاعة صوت المحبة وإذاعة صوت الإنجيل.
7. مجلات: مجلة منار الهدى، مجلة الضحى، مجلة أورا، ومجلة رسالة الكلمة والتقوى (في ما يخص دراسات الإعلام الديني).

5. نبذة عن دراسات الرصد الإعلامي العشرة

I. رصد العنصرية في الإعلام اللبناني: تمثيلات «السوري» و«الفلسطيني» (المادة 2 من الميثاق)¹

سعت هذه الدراسة إلى بلورة مظاهر العنصرية في أو غيابها عن خطاب وسائل الإعلام اللبنانية، كما رصدت إتجاهات العنصرية ومواقفها بشكل رئيسي من الموضوعين السوري والفلسطيني. إتمدت الدراسة مقارنةً وصفية تحليلية تقوم على رصد العنصرية المباشرة أو المقنعة تجاه الفلسطينيين والسوريين، وتحليلها في الخطاب الإعلامي الصادر عن وسائل الإعلام اللبنانية الموقعة على ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي. وهدفت دراسة الرصد والتحليل التي إمتدت من 5 حتى 25 شباط/فبراير من العام 2015 إلى ما يلي:

- تحديد موضوع الخطاب الإعلامي تجاه قضايا السوريين والفلسطينيين في لبنان.
- قياس حجم المادة الإعلامية وموضوعها والنبرة المستعملة.
- تحليل أشكال ومظاهر الخطاب الإعلامي العنصري، وتحديد الفئات المستهدفة منه.
- تحليل الإطار الصحافي والإتجاهات والصور النمطية المختلفة للخطاب الإعلامي.

تجدر الإشارة إلى أنه قد تمّ عرض نتائج هذه الدراسة على الوسائل الإعلامية التي استهدفتها عملية الرصد، ودار نقاشٌ حولها في حلقة حوارية. وقد تمّ أخذ الآراء والملاحظات التي أثّرت حولها بعين الاعتبار، إن تلك التي عُرضت مباشرة أو تلك التي تمّ إرسالها لاحقاً عبر البريد الإلكتروني.

II. التحريض الديني وخطاب الكراهية وخطورته على السلم الأهلي (المادة 2 من الميثاق)²

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان ما إذا كان هناك تحريضٌ ديني في وسائل الإعلام اللبنانية الموقعة على ميثاق الشرف

الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي. كما عملت على رصد مظهرات هذا التحريض في حال وجوده، وتقديم إتجاهات وسائل الإعلام هذه ومواقفها الأساسية تجاه الإلتزام باحترام الأديان كافة، والتمنّع عن إثارة النعرات الطائفية والمذهبية، والتعصّب الديني، والسعي أو الإستجابة إلى التحريض وفقاً لنصّ المادة الثانية من الميثاق.

إنطلاقاً من محورية دور وسائل الإعلام هذا، سعت إشكالية البحث إلى معرفة مدى مسؤولية الإعلام اللبناني في عملية نقل التحريض الديني وتأجيجه، وكيف يتعاطى الإعلام اللبناني مع الخطاب الديني، ثم هل يساهم الإعلام اللبناني في إنتاج خطاب الكراهية على أساس ديني في بلد طائفي بامتياز؟

III. رصد المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام اللبنانية (المادة 14 من الميثاق)³

عملت هذه الدراسة على الكشف عن مواقع المبادرات الإيجابية في عمل وسائل الإعلام اللبنانية الموقعة على ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان. كما توقفت هذه الدراسة عند تشكيلات هذه المبادرات التي لا يخلو منها مجتمعٌ فتنّتفاوت نسب حضورها بين مجتمعٍ وآخر وبين ثقافةٍ وأخرى. ساهمت هذه الدراسة في تلمّس إلى أيّ مدى يطبّق الإعلام هذه المادة.

IV. صور العنف في التغطيات الإخبارية (المادة 4 من الميثاق)⁴

عملت هذه الدراسة على معاينة «العنف المصوّر في الإعلام» ودراسة إنعكاساته على مختلف المستويات، بما في ذلك المستويات الإجتماعية والسياسية والتربوية. تناولت الدراسة وسائل الإعلام اللبنانية الموقعة على ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي، وعملت على رصد مظهر هذا العنف في عملها الإعلامي، وتوضيح إتجاهات وسائل الإعلام هذه ومواقفها بشكل رئيسي من موضوع الإلتزام بعدم التحريض على العصيان العنفي، أو إرتكاب الجرائم، والتعامل مهنية ومسؤولية إجتماعية في التغطيات الحية ومشاهد العنف، وعدم بث روح العنف والفتنة والعمل على نبذ العنف.

³ المادة 14: في سبيل العمل على تعزيز السلم الأهلي في لبنان، تسعى وسائل الإعلام والعاملون لديها الى ابراز والترويج والتحفيز لمبادرات ومشاريع وأنشطة يقوم بها أفراد أو جمعيات تهدف الى نبذ العنف والتفرقة وتعزيز السلم الأهلي في لبنان. ويتم ذلك من خلال سعي وسائل الإعلام إلى تخصيص مساحات واسعة للإضاءة على ما يجمع اللبنانيين والتركيز على ما تجميع عليه الطوائف كافة من قيم وأخلاق وإحترام الوطن. وعلى وسائل الإعلام أن تولي إهتماماً بارزاً بمسألة إختيار الضيوف والأقلام التي تستقبلها والتي يجب أن تتمتع بمستوى فكري لائق ومواطنية عالية

⁴ المادة 4: حرص وسائل الإعلام اللبنانية على التعامل مهنية ومسؤولية إجتماعية في التغطيات الحية ومشاهد العنف، وتصرف الصحافيين إزاء ردود الفعل الفورية وتأثيرها في الرأي العام

¹ المادة الثانية: إلتزام العمل على تأكيد الوحدة الوطنية والعيش المشترك، وإلتزام إحترام الأديان وعدم إثارة النعرات المذهبية أو الطائفية أو التحريض على العصيان العنفي أو إرتكاب الجرائم، والإمتناع عن عبارات التحقير

² مرجع سابق

V. رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية (المادة 11 من الميثاق)⁵

بحثت هذه الدراسة في برامج «التوك شو» لإستخلاص ما تسوّقه من قيم ومفاهيم وآراء، وتبيان مدى إنسجامها مع ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيم السلم الأهلي. طرحت الدراسة أسئلة مركزية حول دور الإعلام في تعزيز لغة التخاطب بشكل ديمقراطي، وحول قدرته على تمثيل مختلف وجهات النظر وأطراف النزاع في خلافٍ حول أزمةٍ معيّنة.

تكوّنت عينة المدونة (corpus) من 56 حلقة حوارية موزعة على مدى أربعة أشهر: نيسان، أيار، آب وأيلول 2015، تشمل 7 برامج حوارية هي: بموضوعية (MTV)، الأسبوع في ساعة (الجديد)، Inter-views (المستقبل)، حديث الساعة (المنار)، كلام الناس (LBC)، بلا حصانة (OTV)، وكلمة حرّة (تلفزيون لبنان).

عملت المنهجية على رصد مرسلات البرامج الحوارية لتبيان طبيعة مضامينها لجهة استخدام المحاور والمتحاورين لتعبير عنيفة وإستفزازية وإتهامية. وقضت منهجية العمل بتحديد التعبيرات المعتمدة في المشادات الكلامية خلال الحوار. وكذلك، عملت الدراسة على رصد أداء المحاور وقياس ما إذا كان متحيزاً أم لا، وتقصّت مدى تمثيل المشاركين لمختلف الجهات السياسية، والإجتماعية والمدنية، إلخ... وبطبيعة الحال، لحظت الدراسة كيفية إختيار مواضيع الحوار.

⁵ المادة ١١: العمل على ضبط إيقاع إفتتاحيات الصحف ومقدمات نشرات الاخبار الإذاعية والتلفزيونية، وكذلك البرامج الحوارية للإعلام المرئي والمسموع بشكل يحترم مبادئ العمل الإعلامي وأصوله وعدم بث روح العنف والفتنة

VI. مصادر التغطيات الإخبارية والحق في الوصول إلى المعلومات (المواد 6-7-8-9-10 من الميثاق)⁶

تخصّصت هذه الدراسة في البحث بأهمية المصادر في عمل وسائل الإعلام اللبنانية، وما يتبع ذلك من آثار على صحّة الوقائع واتجاهات الرأي العام والمسار الديمقراطي. إذ تثير ظاهرة عدم الوضوح في إستخدام مصادر المعلومات في التغطيات الإعلامية عدداً من القضايا التي تتصل إتصلاً وثيقاً بأداء الصحافيين المهني، وأخلاقيات العمل الصحافي، ومصداقية المؤسسة الإعلامية، وثقة القراء والمشاهدين بما تقدّمه لهم.

ونظراً لأثر هذه الظاهرة على مصداقية الإعلام وثقة القراء بمعلوماته، بالإضافة إلى تأثيرها على الأداء المهني والإلتزامات الأخلاقية والقانونية، تمحورت مشكلة البحث حول تساؤل رئيسي: هل يتعامل الإعلام اللبناني بشكل صحيح مع المصادر؟ وما هي علاقة هذه الظاهرة بإحترام وسائل الإعلام لمصدر المعلومة مثلاً؟ ولماذا تلجأ وسائل الإعلام إلى نقل الأخبار مع تجهيل المصدر؟

إرتكزت العينة على رصد التغطيات الأكثر تداولاً للقضية موضوع الساعة آنذاك خلال أسبوع من الزمن، في الصحف ونشرات أخبار التلفزيون والراديو. وارتكزت منهجية العمل في هذا المحور على دراسة المؤشرات المتعلقة بالمصادر الصحافية وتحليلها. اعتمدت الدراسة على الإستبيان لتبيان أهمية المصادر في العمل الصحافي وتقاليد الصحافيين في نسب الخبر والتعاطي مع المصادر، ولتحديد الصعوبات والعوائق التي تعترض وصول الصحافي إلى مصادر المعلومات. ضمّ الإستبيان مجموعة أسئلة أجاب عليها 20 صحافياً من مسؤولي التحرير في 20 مؤسسة إعلامية مطبوعة وتلفزيونية وإذاعية وإلكترونية.

⁶ المادة ٦: تأكيد الحق في الوصول إلى المعلومات والأخبار والإحصاءات التي تهتم المواطنين من مصادرها المختلفة، وتحليلها ونشرها والتعليق عليها والتزام حماية هذه المصادر وعدم إفشاء مصادر الأخبار السرية لأن ذلك قد يؤدي إلى إلحاق الضرر بها، أو يجعلها تحجم عن الكلام تدريجياً أو كلياً، مما يضر بمستوى تدفق المعلومات والحصول عليها لاحقاً

المادة ٧: الامتناع عن اعتماد وسائل غير شرعية في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها، والمحافظة على سرية المصادر إلا في ما يمس الأمن الوطني. ويعتبر الافتراء أو الاتهام من دون دليل من الأخطاء الفادحة التي تتعارض مع أخلاقيات المهنة، والتزام تصويب ما يثبت عدم صحته

المادة ٨: التزام عدم نشر المعلومات التي تم الحصول عليها باعتبارها غير قابلة للنشر Off-the-Record لكن يمكن توظيف تلك المعلومات بشكل غير مباشر من خلال الاستقصاء والتحقق من جديتها وصدقها أو عن طريق نشرها من دون الإشارة إلى المصدر

المادة ٩: ممارسة أقصى درجات الموضوعية في «نسب» المواد التي تنشر إلى مصادرها وذكر مصدر كل مادة. ويراعى عدم «النسب» إلى مصادر مجهولة، إلا إذا استحال الحصول على المعلومات بغير هذه الوسيلة

المادة ١٠: التزام الدقة والموضوعية في صياغة وتحرير وإخراج ونشر المعلومات والوثائق والصور والمشاهد، في كل المواضيع الإعلامية الخاصة بالإعلام المكتوب والمسموع والمرئي والإلكتروني، من دون تحريف الحقائق

VII. الإنتخابات البلدية في العام 2016 (المادة 12 من الميثاق)⁷

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل التغطيات الإعلامية للإنتخابات البلدية على ضوء ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان، الذي وقّعه وسائل الإعلام اللبنانية.

طرحت الدراسة أسئلةً مركّبةً حول دور الإعلام في مرحلة الإنتخابات، لاسيما لجهة تحقيقه المهام المناطة به في الأنظمة الديمقراطية، وبشكل رئيسي دوره في تشكيل الرأي العام من خلال تزويده بالمعلومات الصحيحة والوقائع الكافية للإمام بمحيطه ومدّه بالقدرة على إتخاذ الموقف المناسب.

إنطلاقاً من تجربة الإنتخابات البلدية في العام 2016، سعت هذه الدراسة إلى تبيان جملة أمور، منها: حجم مساهمة وسائل الإعلام في التثقيف الديمقراطي والإنتخابي وتوعية الناخب والسياسي، حجم التغطية الإعلامية لنشاط القوى المدنية الديمقراطية التي تسعى للإصلاح الإنتخابي، مدى مساهمة وسائل الإعلام في الضغط على السلطة السياسية لإجراء الإنتخابات وهل أدت دوراً دافعاً في إتجاه معين، مواكبة الحملات الإنتخابية وآليات التغطية الإعلامية، ومدى إلتزام وسائل الإعلام اللبنانية بتقديم الأخبار والبرامج المتصلة بالإنتخابات البلدية والإختيارية وفقاً لمبادئ ميثاق الشرف الإعلامي.

VIII. الخطاب الديني لوسائل الإعلام ومطابقته للسلم الأهلي (المادة 2 من الميثاق)⁸

تمّ حصر إشكالية هذه الدراسة بالسؤال التالي: إلى أي مدى تساهم الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام الديني في تعزيز مسيرة السلم الأهلي؟ قامت المنهجية على رصد شبكات البرامج في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية وتحليلها، وشملت عينة الدراسة المؤسسات الإعلامية الدينية العاملة في لبنان ومنها: تيلي لومبار، Charity TV، قناة الإيمان، طريق الإرتقاء، صوت المحبة، إذاعة القرآن الكريم، إذاعة البشائر، إذاعة الفجر، وإذاعة التوحيد. وتمّ التعاون مع وسائل الإعلام المرصودة لتزويد الباحثين بشبكة البرامج العامة للقنوات والإذاعات.

⁷ المادة 12: إلتزام وسائل الإعلام بتقديم الأخبار والبرامج المتصلة بالإنتخابات النيابية والبلدية والنقابية والطلائعية بعدل وإنصاف وعدم تحيز، وبتوفير أكبر قدر ممكن من التوازن تحقيقاً لتكافؤ الفرص بين الأطراف المتنافسين. كذلك، إلتزام وسائل الإعلام المساهمة في التثقيف الديمقراطي والإنتخابي عبر بثّ مواد إعلامية عن الإنتخابات وأهميتها في الأنظمة الديمقراطية وأصول إجرائها ودور الناخب وحقوقه وموجباته

⁸ مرجع سابق

أظهرت نتائج الدراسة بشكل واضح تشابهاً في الأداء المهني عند طرح الموضوعات العامة، يقابله تمايز عند طرح الأمور المرتبطة بالفكر العقائدي والدين والمذهب وانعكاساتها على السلوك والتوجيه والإرشاد والتعبئة والتثقيف التي تستهدف شرائح المجتمع.

IX. دور مقدمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي (المادة 11 من الميثاق)⁹

عملت هذه الدراسة على البحث في مقدمات نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية لجهة مضمونها أولاً، ثم ضرورة وجودها بغية استخلاص ما تقوم بترويجه من قيم ومفاهيم وآراء، وتبيان مدى إنسجامها مع ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي الذي وقّعه وسائل إعلام لبنانية مشاركة.

ربطت الدراسة مقدمات نشرات الأخبارية بالحرب، لأن هذه المقدمات نشأت في كنف الإذاعات الخاصة التي اشتغلت خلال الحرب، وكانت إحدى أدوات المعركة، وهي حالاً انسحبت على مقدمات الأخبار التي انتقلت إلى نشرات التلفزيونية.

فطرحت الدراسة أسئلةً مركّبةً حول واقع مقدمات نشرات الأخبار ودورها، على مستوى الجدوى كما المضمون والشكل، أي الأداء والمفاهيم التي تمرّرها. وتوقّفت الدراسة عند الأسئلة التالية: كيف تتكوّن مقدمات النشرة؟ هل تتمّ مراعاة أدبيات العرض؟ هل يتمّ الإلتزام بضوابط يشرف عليها المعدّ والمقدّم بمسؤولية شخصية لجهة عدم المسّ بالسلم الأهلي والإبتعاد عن إثارة الفتنة والحث على العنف؟ تمحورت إشكالية البحث حول دور مقدمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي إنطلاقاً من أثرها خلال الأزمات في شدّ العصبية أياً كانت، وكذلك في مراحل الإنفراج السياسي. أي دور إذاً، أي تأثير، وأي مستقبل؟

هدفت الدراسة إلى تحديد أهمية مقدمات نشرات الأخبار في الممارسة الإعلامية اليومية لوسائل الإعلام، تحديد مدى إلتزام مقدمات نشرات الأخبار والصحف بمبادئ ميثاق الشرف الإعلامي، تحديد حجم مقدمات نشرات وإحترامها لمبادئ العمل الإعلامي وأصوله، قياس مدى تأثير ذاكرة الحرب ومصطلحاتها على مقدمات نشرات الأخبار، وقياس مدى إلتزام مقدمات نشرات بمبادئ تعزيز السلم الأهلي وعدم بث روح العنف والفتنة والتفرقة.

⁹ مرجع سابق

6. تحديد فجوة المهارات وأسبابها:

يشير مصطلح فجوة المهارات إلى نقص في طلب مهارات معينة. ويميل الباحثون إلى فرضية أن النقص أو الفجوة في المهارات ناتج عن تدني مستوى الإستثمار في التدريب. على سبيل المثال، يقول بوث وسنویر¹¹ Snower & Booth 1996 أن الإستثمار في الأفراد قد ينخفض بسبب الاعتقاد بأن تكلفة التدريب مرتفعة بينما العائد الإقتصادي غير مؤكد. كما يشير نوغارت وشومان¹² Schomann & Neugart 2002 إلى أن عوامل مثل فجوات المعرفة وعدم كفاية التعليم الرسمي قد تساهم في إحداث هذا الواقع. بالإضافة إلى ذلك، يقول هاسكل ومارتن¹³ Martin & Haskel 2001 أن النقص في المهارات في بريطانيا يرتبط بقصور في التعليم الذي أخفق في مواكبة التغيير التكنولوجي المستند إلى المهارات.

ويشير مفهوم فجوة المهارات إلى الوضع الذي يقل فيه مستوى مهارات العاملين، وخاصة في ما يتعلق بالمعارف والقدرات، عن المستوى الذي يرغب به أرباب العمل. وقد ظهر بعض الباحثين إنتشار الفجوات بشكل أكبر على مستوى المهارات الشخصية مثل التواصل، والمواقف الريادية في الأعمال، وحل المشاكل، والعمل ضمن الفريق (ماسون وفيتسي¹⁴ Fetsi & Masson 2008).

يبرز مسح المنشآت الذي أجراه البنك الدولي¹⁵ (Survey Enterprise Bank World 2010-2002) تقديرات تتعلق بحجم العقبة المهنية التي تمثلها فجوة المهارات من وجهة نظر الشركات في أكثر من 125 بلداً. وتظهر البيانات إستمرار وجود فجوة المهارات في الإقتصادات التي تشهد تغيراً تكنولوجياً وإعادة هيكلة سريعة، من ضمنها العديد من بلدان أميركا اللاتينية وأوروبا الشرقية. ويشير التقرير ذاته إلى أن نسبة تقارب 24 في المئة من الشركات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ذكرت أنها تواجه فجوة كبرى في المهارات.

عملت الدراسة أيضاً على تحديد الشخصيات السياسية والأحزاب/الجماعات الطائفية التي تتناولها المقدمات بشكل سلبي أو إيجابي (محلياً) والفئات المستهدفة خارجياً، وحددت لائحة مصطلحات الحرب التي ترد في المقدمات.

X. الإعلام الديني (المادة 2 من الميثاق)¹⁰

شمل ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في مرحلته الأولى وسائل الإعلام السياسية في لبنان، على اعتبار أنها المعنية مباشرة بتغطية الأخبار اليومية، التواصل المباشر مع المواطنين، ومعالجة قضايا الشأن العام. غير أن هناك الكثير من الوسائل الإعلامية الأخرى التي لم يتم التواصل معها ضمن هذا المشروع، ومنها وسائل الإعلام المملوكة من المؤسسات الدينية، وهي تشمل ركائز إعلامية متنوعة: محطات تلفزة، إذاعات، منشورات ومواقع إلكترونية.

حاولت هذه الدراسة، في مرحلة أولى، أن ترصد هذه المؤسسات وتجييب على الأسئلة التالية: ما هو واقع المؤسسات الإعلامية المملوكة من مؤسسات دينية: عددها، إنتشارها، ركائزها، المضامين التي تنشرها، والأهداف التي حدّدتها لدورها؟ في مرحلة ثانية، سعت الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية: ما هو الدور الذي يؤديه هذا الإعلام المملوك من مؤسسات دينية؟ ما هي طبيعة المرسلات التي يبثها هذا الإعلام وتنوعها بين مضامين سياسية، دينية، إجتماعية وغيرها؟ ما هي مضامين الرسائل التي يبثها وكيف تقارب مواضيع الشأن العام؟ هل المرسلات التي يبثها هذا الإعلام تتوافق مع متطلبات السلم الأهلي؟ إنطلاقاً من إجابات هذه الأسئلة، يتضح الدور الذي يؤديه الإعلام الديني، وبالتالي تبليور معرفة ما إذا كان من الضروري إشراكه بوثيقة السلم الأهلي أم لا.

¹¹ Booth, A & Snower, D, Ed. (1996), Acquiring Skills: Market Failures, Their Symptoms and Policy Responses, Cambridge University Press, New York

¹² Neugart, M & Schömann, K, (2002), "Employment outlooks: Why forecast the labour market and for whom?," Discussion Papers, Research Unit: Labor Market Policy and Employment FS I 02-206, Social Science Research Center Berlin (WZB)

¹³ Haskel J, & Martin C, (2001) Technology, wages, and skill shortages: evidence from UK micro data, Oxford Economic Papers, -academic.oup.com

¹⁴ Masson, J, & Fetsi, A. (2008). Human capital and education reform in the Western Balkans. Labour Markets in the Western Balkans: Challenges for the Future, 71-110

¹⁵ <http://www.enterprisesurveys.org>

¹⁰ مرجع سابق

كتابة تفتقر إلى المقاربة الموضوعية، لا تستفيد من الحوار، وتتداول مضامين الشحن المذهبي عند الأزمة. تمكن مقارنة هذا الواقع في فجوة المهارات من خلال مستويين، فردي وإجماعي. المستوى الفردي يرتبط بنقص في قدرات العاملين في المؤسسات الإعلامية على التعاطي مهنية ومسؤولية أمام خطاب الشحن الطائفي المتداول. فبدلاً من العمل على مقارنة موضوعية تسهم في تخفيف الإحتقان، نجد إعلاميين ينجرفون في تيار التشنج. أما المستوى الاجتماعي فيرتبط بعملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعي، مع ما يستتبع ذلك من سياسة المؤسسة الإعلامية ومصالحها.

على مستوى رصد المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية، نلاحظ أن هناك نقصاً في المهارات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في ما يتعلق بالصحافة الإيجابية والبناءة التي تؤسس لمنحى إيجابي في الأداء الإعلامي، وأمكن عزو السبب وراء هذه الفجوة إلى تركيز العاملين في المؤسسات الإعلامية على التغطيات الإخبارية السلبية وإبرازهم لها - ما بات يعرف بـ«الأكشن» - إلى حد ما، من خلال الإعتماد الشائع على مقابلة الضحية. ويتجلى ذلك عند التمعّن في نتائج دراسات الرصد التي تناولت مواضيع العنصرية والتحريض والعنف، إذ غلب الطابع السلبي على تلك التغطيات. ما جعل نسبة التغطيات الإيجابية تبدو قليلة - إن لم نقل نادرة - عند المقارنة بالتغطيات الإخبارية التشاؤمية.

في ما يخص صور العنف في التغطيات الإخبارية، تتمظهر الفجوة في المهارات على عدة مستويات: الأول يرتبط بالمهارات الصحافية الفردية المتعلقة بصور العنف وغياب التوجيه والتدريب اللازمين للتعاطي مع تلك المسألة. والمستوى الثاني يتعلق بالمؤسسة الإعلامية ومقاربتها لموضوع العنف، إذ تفتقر معظم المؤسسات الإعلامية إلى معايير مهنية وأخلاقية ومؤسسية واضحة تحدّد كيفية التعامل مع هذا الموضوع. أما المستوى الثالث فيمثله غياب الدور التنظيمي للمجلس الوطني للإعلام وغيره من الجهات والنقابات في تحديد الضوابط الأخلاقية.

يمكن أن نعزو السبب خلف تلك الفجوة، بشكل عام، إلى عدم إلتزام العاملين بالضوابط الأخلاقية والمهنية المتعلقة بها. ما ينتج إزدياداً في عرض صور العنف وتناولها، ناهيك عن الأخطاء المهنية التي يقع بها الإعلام في مواضيع العنف المتلفز (مثل البث المباشر من موقع الحدث وطغيان التحليل على التغطية).

لتحديد الأسباب المحتملة لفجوة المهارات، تفحص الباحثون تدني مستوى الإستثمار في التدريب والقصور في نظام التعليم. وشدّد آخرون على دور الممارسات السيئة التي تنتهجها الشركات تجاه البشر والموارد، مثل عدم تقديم التدريب للموظفين وعدم الإحتفاظ بهم. وقد تنبع أوجه القصور هذه نتيجة عوامل ترتبط بغياب اليقين الناتج عن إعادة الهيكلة الإقتصادية أو المناخ الإستثماري السيء.

لذلك، يقول البعض أن ردم فجوة المهارات يصبّ ضمن مسؤوليات إدارة الأعمال، ما يمكن تحقيقه عبر تزويد العاملين بالتدريب والحوافز المناسبين لرفع سوية مهاراتهم (راجع تقرير المركز الأوروبي لتطوير التدريب المهني والتقني¹⁶ (Cedefop 2010).

بالإنتقال إلى تحديد الفجوة في المهارات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية الموقعة على ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان، وبالإستناد إلى حصيلة دراسات الرصد التي أجرتها مؤسسة «مهارات» على مدى السنوات الخمس التي تلت إطلاق ميثاق الشرف الإعلامي، يمكن التوصل إلى جملة من الفجوات مع ذكر الأسباب التي ساهمت في وجودها.

في موضوع رصد العنصرية في الإعلام اللبناني، نلاحظ أن هناك فجوة في المهارات الصحافية لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية تتعلق بكيفية إجراء التغطية الإعلامية بشكل عام وكيفية معالجة الكتابات الصحافية اليومية للأخبار حول الآخر السوري والفلسطيني بشكل خاص. يعود سبب تلك الفجوة إلى نقطتين أساسيتين: النقطة الأولى تتعلق بميل الإعلاميين إلى إقتصار التغطية الإعلامية على عدد من العناصر النمطية، ولعل العامل الأساسي خلف ذلك هو فجوة المعرفة حول الموضوع. وقد بين ذلك تحليل نتائج دراسة رصد العنصرية التي أظهرت ميل التغطيات إلى إستخدام تعابير نمطية ك «التدفق غير الشرعي»، «مشاكل الإستيعاب في البلد المضيف»، الجريمة، الإنحراف. بشكل عام، يؤكّد تمثيل الآخر على الفرق، الإنحراف والتهديد. ترسخ النمطية من خلال الإستسلام لإغراءات الصيغ السهلة، الصيغ الإيديولوجية التي يمكن للإعلام أن ينقلها أو يصنعها. أما النقطة الثانية فيمكن ردها إلى الفجوة أو النقص في المهارات الصحافية لدى الإعلاميين عند مقارنة هذا الموضوع إن من حيث آليات الكتابة الصحافية أو التعامل مع المصادر.

في مجال التحريض الديني وخطاب الكراهية، تبين أن نقص المهارات لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية يتمثل في صعوبة إعادة بناء الثقة بالممارسات الخطابية اليومية في الإعلام. ويمكن أن نعزو السبب إلى التآجيج والسعي إلى

¹⁶ <http://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/4100>

الأداء المهني، لدى مقدّمي البرامج عند طرح المواضيع العامّة، يقابله تمايزاً عند طرح الأمور المرتبطة بالفكر العقائديّ وبالدين والمذهب وإنعكاساتهما على السلوك والتوجيه والإرشاد والتعبئة والتثقيف الموجه لكافة شرائح المجتمع. ويعود السبب في تشابه الأداء هذا إلى أن مقدّمي البرامج في وسائل الإعلام تغلب عليهم صفة رجل الدين، أو الخبير في الشؤون الدينيّة (الإسلاميّة والمسيحيّة)، أو الحاج/الأخت، بالإضافة إلى ضرورة حضور رجل الدين كضيف للخطاب في معظم البرامج.

في موضوع دور مقدّمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهليّ، أظهرت دراسة الرصد أن الفجوة في المهارات تتمثل في أداء المقدم الذي يمارس الإستفزاز كلاماً وإيماءً، ما يظهر في أكثر الأيام تأزماً. إذ يعن حينها المقدم في إستخدام لغويّة قاسية، مبتذلة أحياناً، وإقصائيّة تجاه الطرف الآخر، من خلال أداء يشعر المتلقّي اليقظ أنه بعيد عن المهنيّة. كذلك، تظهر الفجوة في أداء المقدم من خلال عدم ممارسة دوره في التأثير وقدرته على الدفع باتجاه التهدئة. ولعلّ السبب في تلك الفجوة يعود إلى اعتماد لغة في المقدمتات تبتعد عن أدبيات الكتابة الإعلاميّة من حيث إستخدام الألفاظ المبتذلة والتحقير وإثارة النعرات والتحريض والإتهامات وإنغماس المقدم في إستخدام لغة جسّد تتماشى وتتماهى مع محتوى مقدمة نشرة الأخبار.

في إطار الإعلام الدينيّ بيّنت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في مهارات العاملين في الإعلام الدينيّ تتمظهر في عدم تأطير هذا الإعلام كمثال للإعلام التعدديّ ولإعلام حوار الثقافات والأديان إذا سعى إلى ترسيخ السلام وتبني قيم الإعتراف بالآخر والمواطنة وحقوق الإنسان. ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى أن الكثير من هذه المحطات تختبئ خلف أهداف دينيّة كي تمارس أدواراً أخرى، سياسيّة، ماليّة، وترويجيّة متنوعة. ما جعل غالبية الدول العربيّة تحضّر لأدوات دفاع عن الذات، منها التقنيّ ومنها القانوني ومُعظمها إعلام مواجهة ديني أو توعويّ.

على مستوى البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونيّة، أظهرت دراسات الرصد أن رغم التمرّس المهني الذي يظهر في تلك البرامج على المحطات اللبنانيّة ورغم وعي المحاور لدوره كضامن لوصول الفكرة والفكرة المقابلة بطريقة راقية، تحضر فجوة في المهارات تتمثل في أداء المحاور الإستفزازي والمتحيز لطرف، وهو في أدائه هذا أخطر من السياسيّ الضيف الذي يمارس الفعل نفسه. ولعلّ مرد تلك الفجوة يتمظهر في تأثير السجاليّة الإعلاميّة المنتشرة في بعض البرامج الحوارية على بعض المحطات وعلى مقدّمي البرامج، والتي يمكن تعريفها بأنها خلاف علنيّ يحبّ عدد من الصحافيين تأجيجه، وحتى إفتعاله لأنه مشهديّ. إذ تخدم السجاليّة الإعلاميّة إعلام السوق الذي يتمظهر من خلال أرقام المبيع ونسب المشاهدة والمتابعة.

في موضوع مصادر التغطيات الإخبارية والحقّ في الوصول إلى المعلومات، بيّنت نتائج دراسة الرصد وجود فجوة في المهارات لدى الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلاميّة، تتمثل في طريقة إستخدام المصادر في التغطية الإخبارية بشكل مجهّل، ما يؤثر بشكل مباشر على تقدير صحّة المعلومات المنسوبة إليها، خاصّة وأن «تحليل» طبيعة المعلومات المنشورة في الإذاعة والتلفزيون والصحافة أظهر تناقضاً في نقل المعلومات المنسوبة أحياناً إلى «المصادر نفسها». كذلك، عدم بيّنت الدراسة عدم التوازن في عرض وجهات النظر المرتبطة بالموضوع، ما يمكن إدراجه ضمن ما يسمى بـ«تحيز» وسائل الإعلام لوجهة نظر مقابل أخرى. وقد بدا واضحاً الميل الإعلامي، خاصة في التغطيات التلفزيونيّة والصحافيّة، إلى تبني وجهة نظر معيّنة مع عرض الأدلة على صحّتها، واستخدام لغة إعلاميّة مناصرة تؤدّي إلى تلوين الحقائق وإصدار حكم معيّن على أحد الأطراف. ويمكن ردّ الأسباب خلف هذه الفجوات إلى غياب و/أو عدم إلزام العاملين بأية معايير مهنيّة للتعامل مع المصادر الإعلاميّة. فالأمور تبقى رهناً بطبيعة العلاقة بين الصحافي ومصادره الخاصّة، وهذه العلاقة يمكن أن تكون «مستقلة» أو «تابعة» أو على شكل «تبادل مصالح»، ما يؤثر على توجّهات الرسالة الإعلاميّة.

في موضوع الإنتخابات البلديّة لسنة 2016، أظهرت نتائج دراسة الرصد وجود نقص في الإعداد المهنيّ والخبرات في مجال التغطية الإنتخابيّة لدى معظم الإعلاميين، ولعلّ السبب في تلك الفجوة يعود إلى أن الإعلاميين العاملين في لبنان اكتسبوا خبرات ومهارات التغطية من عملهم وتجاربيهم الخاصة، ما يجعل التغطية الإنتخابيّة إستنسابيّة في ظل غياب المعايير المهنيّة التي تحدّد الأسس المهنيّة الصالحة في مجال التغطية الإخبارية.

في دراسة خطاب وسائل الإعلام الدينيّ، بيّنت فجوة المهارات لدى العاملين في هذا المجال بشكل واضح تشابهاً في

7. تحديد فجوة المعرفة وأسبابها:

فجوة المعرفة Knowledge Gap هي واحدة من فرضيات بحوث تأثير الإعلام الطويلة الأمد، وتقوم على فكرة مفادها أن تدفق المعلومات لا يتم بشكل متساوٍ بين الأفراد ومختلف جماعات المجتمع، فقد تفوق معرفة بعض الجماعات بموضوع معين معرفة جماعاتٍ أخرى بها، وتحضر الفجوات بنسبٍ متفاوتة، إذ أنها تختلف باختلاف الموضوعات.

ولقد ظهرت هذه الفرضية للمرة الأولى في العام 1970 بفضل ثلاثة باحثين هم: تيشنور ودونوهيو وأولين¹⁷ P.J. Tichenor, G.A. Donohue & C.N. Olien، إرتبطت أسماؤهم بهذه الفرضية ومحاولات تطويرها. إذ حاولوا صياغة الفرضية من خلال تقديم تعريف لمصطلح فجوة المعرفة: لما يؤدي تدفق معلومات وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي-الاجتماعي المرتفع تكتسب المعلومات بمعدلات أسرع من إكتساب الفئات ذات المستوى الاقتصادي-الاجتماعي المنخفض لها. وبالتالي، تتجه فجوة المعرفة إلى الزيادة بدلا من النقصان.

وحاول بعض الباحثين تطوير الغرض الأساسي لفجوة المعرفة عبر طرح بدائل تفسر حدوث فجوات المعرفة بين قطاعات الجمهور داخل المجتمع الواحد، فاقترح Ettema & Kline¹⁸ في العام 1977 أن إختلاف مستوى الإهتمام يؤدي إلى إختلافات معرفية بين الأفراد وليس إختلافاً في مستوى التعليم، أي أن فجوة المعرفة تنشأ بين الأفراد المختلفين في مستوى إهتمامهم ودوافعهم لإكتساب المعلومات، وهذه الفجوات ستختفي أو تضيق بين الأفراد التي تتشابه فيها إهتماماتهم أو تتساوى درجاتها.

كما أيد عددٌ من الدراسات هذا الإتجاه، حيث أن العامل الرئيسي الذي يؤثر في إكتساب الجمهور للمعرفة هو إهتمامات الجمهور. فعلى سبيل المثال، قدّم جنيوفا وجرينبرغ¹⁹ Genova & Greenberg في العام 1979 متغير الإهتمام كبديلٍ للتعليم في نظرية فجوة المعرفة، مؤكدين أن هذا النموذج القائم على أساس الإهتمام يساعد في

تفسير الإختلافات في المعرفة بين جمهور وسائل الإعلام بشكل أكبر، إلى جانب المستوى الاقتصادي-الاجتماعي ومستوى التعليم. إذ توجد فجوة معرفة بين الأفراد المختلفين في مستوى إهتماماتهم بينما تتلاشى بين الأفراد المتشابهين في إهتماماتهم. ويفترض هذا النموذج أن المعرفة المكتسبة التي تنقلها الأخبار في وسائل الإعلام تزداد بشكلٍ أسرع نسبياً بين الفئات الأكثر إهتماماً خلال المراحل الأولى لإنتشار المعرفة عن حدث ما. ولكن، من المفترض أن تضيق فجوة المعرفة أو تغلق تماماً إذا إستمر تدفق المعلومات عن هذا الحدث لفترةٍ طويلةٍ نسبياً، وذلك من خلال:

- زيادة إرتباط المواضيع بصراعٍ اجتماعيٍ متفاقم.
- كثافة التغطية تتيح حرية أكبر في الوصول إلى المعلومات.

وتُعدّ الحملات الإعلامية السياسية والاجتماعية مجالاً مناسباً لإختبار نظرية فجوة المعرفة، بسبب زيادة تدفق المعلومات الخاصة بالمرشحين إبان الحملات الإنتخابية، ما يساعد الناخبين على إتخاذ قرارات التصويت وفقاً للمعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام المختلفة.

كذلك، قام الباحثون بتصنيف دراسات فجوة المعرفة تبعاً لمستويين أساسيين هما:

1. المستوى الفردي Micro individual level: يركّز هذا المستوى على أهمية إكتساب الأشخاص للمعلومات من وسائل الإعلام طبقاً لمستواهم الاجتماعي والاقتصادي الذي يضاف إلى متغيرات أخرى مثل مهارات الإتصال ومستويات الإهتمام والقدرات المعرفية.
2. المستوى الاجتماعي Macro social level: يركّز هذا المستوى على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك كله بطبيعة البناء المجتمعي. إذ تحضر متغيرات مجتمعية تؤثر على مستوى المجتمع ككل، مثل مستوى الصراع الاجتماعي والتعددية والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية وغيرها.

¹⁷ P. J. Tichenor g. A. Donohue c. N. Olien (1970), Mass Media Flow And Differential Growth In Knowledge, Public Opinion Quarterly, Volume 34, Issue 2, 1 January 1970, Pages 159-170

¹⁸ Ettema, J & Kline, F (1977), "Deficits, Differences, and Ceilings", Communication Research 4(2): 179-202

¹⁹ GENOVA B & GREENBERG B, (1979), Interests in News and the Knowledge Gap, Public Opinion Quarterly, Volume 43, Issue 1, 1 January 1979, Pages 79-91

في إطار رصد العنصرية في الإعلام اللبناني، أظهرت نتائج الدراسة أن الفجوة في المعرفة تتمثل في عدم إقتصار الخطاب الإعلامي على الكلام. هو ممارسة إجتماعية منتشرة وفاعلة، تتمظهر بشكل ملموس على مستوى اللاجئ والنازح من خلال عدم المساواة. ولعل الأسباب الكامنة وراء هذه الفجوة قابلة للإدراج ضمن المستوى الاجتماعي لفجوة المعرفة. الخطاب العنصري (النخبة) يركز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقتها بطبيعة البناء المجتمعي، وإرتباط ذلك بالواقع الاجتماعي القائم. ويتمظهر الخطاب العنصري عبر الأحكام المسبقة و(الديماغوجية) الغوغائية والخوف من الاختلاف؛ التعميم؛ السرعة والقوالب النمطية؛ وإستخدام مصطلحات تعزز التمييز بين البشر.

في موضوع التحريض الديني وخطاب الكراهية، بيّنت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تتمثل في غياب العمل على تحفيز الفكر النقدي في الإعلام ما يمكن تحقيقه عبر توسيع أفق المعالجات وإعطاء مساحة للمثقف لتحفيز الناس على التعمق بالمعالجة. ويعود السبب في تلك الفجوة إلى إعتقاد أسلوب الترشق الكلامي الذي، كالتراشق الميداني، يؤدي، ولمعالجتها يجب الإبتعاد عن الكتابة العنيفة والتصعيد، خصوصاً أن البلد طائفي والمنطقة بغالبيتها تعتمد أنظمة دينية والأوضاع غير مستقرة، فيمكن للخطاب أن ينزلق بسهولة باتجاه التحريض. إن تناقل الأحداث السياسية والأمنية بمقاربة دينية يسهل الإنزلاق إلى التحريض وإثارة المشاعر والغرائز. وتأتي تلك الفجوة داخل المستوى الاجتماعي لفجوة المعرفة، وهو مستوى يركز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعي وإرتباطه بالواقع الاجتماعي القائم.

في موضوع رصد المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية، أبرزت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تتمثل في الحالة التشاؤمية التي تدمغ المحتوى الإعلامي الذي تنتجه بعض المؤسسات الإعلامية. ولعل ذلك يعود إلى إرتباطه بالواقع الاجتماعي القائم من حيث توزيع المعلومات التي تميل إلى التشاؤم والسلبية، وإعتقاد الكليشيات التي، بسرعة، تذكر بالماضي السلبي الذي عاشه لبنان. يستلزم ردم هذه الفجوة تعزيز الإضاءة على المبادرات الإيجابية، وحسن إستخداماتها لمصلحة السلم الأهلي، والإضاءة قدر الإمكان على كل محاولة لتخطي ذلك.

في ما يتعلق بموضوع صور العنف في التغطيات الإخبارية، بيّنت دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تتجلى في إغفال مدى خطورة صور العنف ومقاربة العنف كلعبة غرضها «إنتاج الواقع» و«إنتاج الآخر» و«إنتاج الذات». نحن عندما نعرض مشهداً عن بلد بعيد، نتحدث عن أنفسنا في «كيف» نعرض، و«ماذا» نعرض، و«أي واقع» نريد لنا. ويمكن أن

وأكدت نتائج بعض الدراسات أن فجوات المعرفة تضيق أو تتسع مع مرور الزمن بين الأفراد ذوي المستوى الإقتصادي-الإجتماعي المرتفع أو المنخفض، وأطلق ماكويل وونداهل²⁰ D. Mcquail & S. Windahl مصطلح الحد الأقصى للتأثير Ceiling Effects، الذي يتم بلوغه لما يصبح الأفراد ذوي المستوى الإقتصادي-الإجتماعي المرتفع والأكثر مقدرة على إكتساب المعرفة، على مرّ الوقت، غير قادرين على الحصول على المزيد من المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام، أي أنهم يبلغون حالة تشبع معرفي. حينها، يستمر الأفراد من المستوى الإقتصادي-الإجتماعي المنخفض في تلقي المعلومات حتى يصبح بوسعهم اللحاق بالأفراد من المستوى المرتفع وتتلاشى فجوة المعرفة على المدى الزمني الطويل.

من جهته، يرى الباحث الأميركي دونو وآخرون²¹ Donohue, et. al 1975 أن الفشل في تلاشي العديد من فجوات المعرفة ينتج توسيعاً في الفجوة بين الفئات الأقل والأكثر تعليماً، وتزداد هذه الفجوة على مستوى تميز المعلومات عندما يسقط موضوع من الإهتمام والنقاش العام، بحيث لا يتحدث عنه أحد.

وتشير بعض الدراسات أن فجوات المعرفة تظهر بشكل مستمر في المجتمعات الحديثة، فكلما إزدادت المواضيع المختلفة التي تثير إهتمام الطبقات الإجتماعية، تزداد فجوات المعرفة. وتختلف الظروف المواتية أو غير المواتية لكل فجوة تبعاً لمدى تعقيد الموضوع، في حين يلفت روجرز²² Rogers 1976 إلى أن وسائل الإعلام ليست الفاعل الوحيد في إحداث فجوة المعرفة. ففي العديد من الحالات، تحدث فجوات معرفة نتيجة تأثير الإتصال الشخصي بين الأفراد، ما يظهر بوضوح بين بعض فئات المجتمع أكثر من سواهم.

بالإنتقال إلى تحديد الفجوة في المعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية الموقّعة على ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان، وبالإستناد الى حصيلة دراسات الرصد التي قامت بها مؤسسة «مهارات» على مدى السنوات الخمس التي تلت إطلاق ميثاق الشرف الإعلامي، يمكن التوصل إلى تحديد جملة من الفجوات مع ذكر الأسباب التي ساهمت في وجودها.

²⁰ McQuail D & Windahl S (1993), Communication Models for the Study of Mass Communication, London: Longman

²¹ Donohue, et al (1975), Mass Media and the Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered, Communication Research 2(1): 3-23

²² Rogers (1976) Communication and Development: The Passing of the Dominant Paradigm, Communication Research, 3(2): 213-240

نعزو السبب في وجود تلك الفجوة إلى مستويين: فرديّ ومجتمعيّ. المستوى الفردي للعاملين في المؤسسات الإعلامية يركّز على أهمية إكتساب الأشخاص للمعلومات من وسائل الإعلام تبعاً لمستواهم الاجتماعيّ والإقتصاديّ، ولمتغيّرات أخرى مثل مهارات الإتصال ومستويات الإهتمام والقدرات المعرفيّة لدى العاملين. أما المستوى المجتمعيّ فيركّز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعيّ، وهناك متغيّرات مجتمعيّة تؤثر على مستوى المجتمع ككل، مثل الصراع الاجتماعيّ والتعدديّة والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية وغيرها.

في مجال البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونيّة، تظهر نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة لدى القيمين على البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونيّة تتمظهر عبر إغفال مهمة أساسية لتلك البرامج، وهي الإهتمام بأخذ الجمهور المستهدف نحو الحوار الراقي المرتبط بالقضايا السياسيّة والاجتماعيّة المتنوّعة والمطروحة بعمق، بهدف تثقيفيّ للجمهور المستهدف، مع مراعاة شروط العرض الإعلاميّ الذي يبقي على نسبة الإعلانات العالية، ولكن دائماً بالإنطلاق من منطلق تغليب الحوار الفعليّ المجدي. ويمكن أن ندرج سبب تلك الفجوة في المعرفة ضمن المستوى المجتمعيّ الذي يتمثل في عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعيّ اللبناني، ووجود متغيّرات مجتمعيّة تؤثر على مستوى المجتمع اللبناني ككل، مثل الصراع الاجتماعيّ والتعدديّة والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية العاملة وغيرها.

في إطار مصادر التغطيات الإخبارية والحق في الوصول إلى المعلومات، تظهر نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تتمظهر في طبيعة المعلومات المنشورة، لجهة تبني بعض وسائل الإعلام إتهامات مباشرة. وهي بذلك تظهر وكأنها تؤدّي دور الجهاز القضائيّ، حيث أن بعض المؤسسات الإعلامية أطلقت أحكاماً وتهماً إسميّة طالت مواطنين وسياسيين في لبنان، ما دفع بالجهات المتضررة إلى المطالبة بـ«وقف تجاوزات وسائل الإعلام لجهة ما يتم تداوله من دون سند صحيح وأدلة ثابتة». فالصافي ليس قاضياً، ولا يجوز له إطلاق الأحكام أو الإتهامات. عليه عرض الوقائع بعد التأكّد منها وعرض وجهات النظر المتعددة حول الموضوع الواحد. ويرقى سبب تلك الفجوة إلى غياب المعرفة القانونيّة لدى بعض العاملين في المؤسسات الإعلامية.

في موضوع الإنتخابات البلدية لعام 2016، أظهرت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تجلّت في غياب التثقيف الإنتخابيّ كمادّة موجّهة تشمل حقوق الناخب والمرشح وواجباتهما، كما النصوص القانونيّة والتنظيميّة التي ترعى

العملية الإنتخابيّة. ويعود السبب في ذلك إلى عدم الإلمام بقوانين الإنتخابات البلدية والنقابيّة والنيابيّة. فكثافة التغطية الإنتخابيّة المرتبطة بالقوانين والتشريعات تتيح حرية أكبر في الوصول إلى المعلومات. وتعدّ الحملات الإعلامية الإنتخابيّة مجالاً مناسباً لإختبار نظرية فجوة المعرفة، بسبب زيادة تدفق المعلومات الخاصة بالمرشحين والعملية الإنتخابيّة، ما يساعد الناخبين على إتخاذ قرارات التصويت وفقاً للمعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام المختلفة.

في إطار دراسة خطاب وسائل الإعلام الدينيّ، ابرزت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تتمثل في أن الخطاب الدينيّ والاجتماعيّ الذي تبثّه وسائل الإعلام الدينيّ يحمل منطقاً إيديولوجياً خاصاً، وإن كان يدلّ على المشاركة بين الأديان والمذاهب والطوائف. ويندرج السبب خلف تلك الفجوة في المعرفة ضمن المستوى المجتمعيّ الذي يتمثل في عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعيّ اللبناني، بالإضافة إلى متغيّرات مجتمعيّة تؤثر على مستوى المجتمع اللبناني ككل، مثل مستوى الصراع الاجتماعيّ والتعدديّة والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية العاملة وغيرها.

في ما يخصّ دور مقدّمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهليّ، بيّنت دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تمثّلت في حضور الإفتتاحيات/المقدّمات كنصّ مغلق يطبق على المعنى. فالأحكام قاطعة، والمقدّمات لا تتردّد في استخدام الإستنتاجات والتوصيفات والتسميات. فيتم إستخدام مصطلحات تعيد الذاكرة إلى الحرب التي لا تزال مصدر إلهام في اللغة، مصطلحاً ومعنى، وفي الأداء، وفي الوسيلة (التراشق من خلال الإعلام). ويمكن أن ندرج سبب تلك الفجوة في المعرفة ضمن المستوى المجتمعيّ الذي يتمثل في عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعيّ اللبناني، بالإضافة إلى متغيّرات مجتمعيّة تؤثر على مستوى المجتمع اللبناني ككل، مثل الصراع الاجتماعيّ والتعدديّة والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية العاملة وغيرها.

في الإعلام الدينيّ، أظهرت نتائج دراسة الرصد أن الفجوة في المعرفة تمظهرت في غياب فكرة أن الإعلام الدينيّ، شأنه شأن الإعلام المدنيّ، قادر على أن يسهم في ترسيخ السلم الأهليّ وتركيز دعائم الوحدة الوطنيّة. وأن الحاجة لمثل هذا الدور كبيرة. فأداء بعض هذا الإعلام الراهن يمكن أن يؤدّي إلى زيادة النعرات بين مكوّنات الوطن الواحد، ما يشكّل خطراً على السلم الأهليّ والوحدة الوطنيّة. ويمكن أن ندرج سبب تلك الفجوة في المعرفة ضمن المستوى المجتمعيّ الذي يتمثل في عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الإتصال المتاحة، وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعيّ اللبناني، بالإضافة إلى وجود متغيّرات مجتمعيّة تؤثر على مستوى المجتمع اللبناني ككل، مثل الصراع الاجتماعيّ والتعدديّة والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية العاملة وغيرها.

8. الخلاصات/الإستنتاجات: ردم الفجوات في المهارات والمعرفة

توصلت دراسات الرصد الإعلامي للمؤسسات الإعلامية إلى جملة من الخلاصات والإستنتاجات التي يمكن في حال عملت المؤسسات بمضامينها أن تسهم في ردم الفجوات في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في لبنان. ما يؤدي تالياً إلى إلتزام أوسع بميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي. وجاءت هذه الخلاصات نتيجة لدراسة كل من الموضوعات المشار إليها آنفاً.

نستعرض في ما يلي قائمة من المعايير المطلوب الإلتزام بها في سبيل ردم الفجوات، حيث تتنوع هذه المعايير بين التوعوي والتثقيفي وما يرتبط ببناء القدرات:

الموضوع	معايير ردم الفجوات في المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية
مصادر التغطيات الإعلامية والحق في الوصول إلى المعلومات	<ul style="list-style-type: none"> • الاستفادة من قانون الحق في الوصول إلى المعلومات من جانب وسائل الإعلام أولاً، ثم الترويج له عند المواطنين لنشر ثقافة الشفافية والمسؤولية. • إقامة ورشة عمل لصياغة معايير مهنية تحدد التعامل مع المصادر وخاصة المصادر المجهلة. • إقامة دورات تدريبية للصحافيين للتدريب على استخدام المصادر (خارطة المصادر، الأجندة والمعايير). • التدريب على مبدأ «التعددية» الذي يروج لفكرة تعدد المبادئ الأخلاقية وتنوعها تبعاً لتعدد المواقف والحالات من ناحية وتعدد وسائل الإعلام من الناحية الأخرى. كما يوضح مسألة تقديم السياسة التحريرية للمؤسسة على موثيق الشرف الإعلامية.

<ul style="list-style-type: none"> • دعم مبادرة إنشاء هيئة من المعنيين بقطاع الإعلام تضم صحافيين وخبراء وأكاديميين وحقوقيين وناشطين في المجتمع المدني تتولى رصد أداء المؤسسات الإعلامية وتقييمه، بما في ذلك الصحافة المطبوعة والإلكترونية. • العمل على تعزيز دور المجلس الوطني للإعلام وتفعيله بصلاحيات تقريرية لتحديد الضوابط الأخلاقية في ما يخص العرض المتزايد لصور العنف وكيفية تناولها، وكذلك رصد الأخطاء التي يقع بها الإعلام. 	<p>صور العنف في التغطيات الإخبارية للإعلام اللبناني</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تشكيل خلية أزمة لدراسة كيفية التغطية عند حدوث أزمة وكيفية التعاطي مع مشاهد العنف. • عقد إجتماعات في قسم التحرير للبحث في موضوع الصور العنيفة عند توافرها أو قبل إلتقاطها، وضرورة الإنطلاق من قاعدة أن كل الصور ليست بالضرورة صالحة للعرض. • ضرورة إدراك العاملين والقيمين على المؤسسات الإعلامية أن مسألة الإعلام وصور العنف فائق الخطورة. • العمل على وضع رؤية إعلامية لبنانية تأتي مختلفة عن السائد في ما يتعلق بالعنف المتلفز. 	<p>العنصرية في الإعلام اللبناني</p> <p>تمثيلات «السوري» و«الفلسطيني» في التغطيات الإخبارية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • تنظيم حملات توعية إعلامية للإعلاميين حول وضع اللاجئين والنازحين والتطرق إلى حقوق «الأخر» وواجباته في لبنان. • العمل على حملات توعية إعلامية تتيح لوسائل الإعلام أن تؤدي دوراً فاعلاً في مناهضة الحالات التمييزية. • إدراج صحافة البيانات والتحقيقات ذات النوع الإستقصائي كمواضيع إعلامية أساسية ضمن المنتج الإعلامي والإخباري العام، ودعم إنشاء منصات إلكترونية جديدة تعرض مادة تهمة الناس وتحقيقات تنطلق من همومهم وحاجاتهم وتطلعاتهم. 	

- وضع الأخبار الإيجابية في إطار الأخبار الأساسية والقيمة وليس ضمن الأخبار الترفيحية.
- تفعيل الأخبار البناءة Constructive News التي تشمل تقديم تقارير إيجابية، بحث في المشكلة وتقديم إقتراحات حلول، تجنب الوقوف عند باب التحذير السلبي فقط وإنما عرض النتائج بدلاً من الإبلاغ فقط عن الصراعات والمشاكل، تقديم صورة أكثر شمولية، كشف الأسباب الرئيسية للمشاكل وتقديم أفكار وتصوّرات لمجتمع محايد. يهدف «الإعلام البناء» إلى تسليط الضوء على دور كلّ فرد وتعزيز مشاركته.
- إتجاهات مهنية خبرية مثل: الصحافة الإيجابية، الصحافة البناءة، الأخبار المفرحة، هي إتجاهات تؤسس لمنحى إيجابي في الأداء الإعلامي لجهة بثّ الأخبار الإيجابية والحلول، ما ينسحب على أنماط الكتابة الإعلامية. فمثلاً، «المقابلة البناءة» تسعى إلى إيجاد حلول للإشكالية أكثر من الإضاءة على التعاون لحلّ الوضع. من الضروري الإبتعاد عن «المقابلة الضحية» الشائعة.
- دعم إنشاء منصات إلكترونية جديدة تعرض مادةً تهتمّ الناس وتنشر تحقيقات تنطلق من همومهم وحاجاتهم وتطلّعاتهم، ما يشكّل نموذجاً إعلامياً للمنصات والمواقع العاملة راهناً. تساهم في عمل هذه المنصات مجموعة من الصحفيين أصحاب الكفاءات، ويمكن الإتفاق مع المؤسسات الإعلامية على استخدام المواد المنشورة عبر هذه المنصات الجديدة وإعادة نشرها عبر وسائطها بما يدعم جيلاً جديداً ومتخصّصاً من الصحفيين.
- السعي إلى تعزيز القواعد الأخلاقية للإعلام عن طريق تجنب تشويه المعلومات من أجل تقديم صورة أكثر واقعية عن العالم تسرد الوقائع من دون المبالغة في الأرقام أو الحقائق.

المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام اللبنانية

- ضرورة تفعيل ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي لدى المؤسسات الإعلامية من خلال الإبتعاد عن الخطاب التحريضي والتعابير الحادة والإمتناع عن نقل أيّ خطاب يؤجج مشاعر الكراهية.
- وضع إستراتيجية لوسائل الإعلام تشرح كيفية التعامل مع الخطاب الديني التحريضي أو الإيديولوجيات المتطرّفة، تتضمّن عدم الإنجرار إلى تبني الطرح بسرعة بل التحضير مسبقاً لكيفية تحرير المادة الإعلامية وكيفية استخدام المصطلحات وعرض الصور أو عدم عرضها وكيفية التعليق عليها.
- العمل على إختيار المتحاورين بما يساعد على الحدّ من الخطاب التحريضي وتعزيز الإعتدال والحوار في البرامج الإعلامية.
- التحقق من المصادر وتأكيد أخبارها عبر التقاطع Fact Checking قبل نشر أيّ معلومة قد تؤجج مشاعر الكراهية أو التحريض الديني، إحتراماً للقارئ ونفاذياً للإشاعات والأخبار المدسوسة.
- تنقية الأخبار الواردة في وسائل التواصل الإجتماعي وتشذيبها من التحريض الديني قبل نشرها، وعدم التعامل مع هذه الوسائل كمصادر صحافية يمكن الإعتماد عليها وتحويل مضمونها إلى مواد إعلامية.

التحريض الديني وخطاب الكراهية

<ul style="list-style-type: none"> • هناك نقص في الإعداد المهني والخبرات في مجال التغطية الانتخابية، فمعظم الإعلاميين اكتسبوا خبرات ومهارات التغطية من عملهم وتجاربهم الخاصة. لذا، من الضروري تعميم فكرة التدريب على التغطيات الانتخابية. • تأهيل الإعلاميين وتمكينهم من إمتلاك القدرة على تحليل الإستراتيجيات الإعلامية للقوى المتنافسة، بحيث يعالج الإعلاميون رسائل المتنافسين الإعلامية من دون أن يقعوا في فخّ خدمة حملة إنتخابية دون اخرى. • تعميم فكرة التدريب على التغطيات الانتخابية. • تأمين الشفافية في الإنتخابات. هناك ضرورة لإقرار حصانة قانونية خاصة للإعلاميين في أثناء قيامهم بتغطية الإنتخابات والعمل على تسهيل تواجدهم في مراكز الإقتراع والفرز لمنع المخالفات. • تؤدّي وسائل الإعلام دور الآلية الوقائية، فتتيح التحقق من المزاعم المرتبطة بالمخالفات الإنتخابية والتوسّع في إجراء التحقيقات الإستقصائية حولها. لذا، يتوجّب على وسائل الإعلام أن تؤدّي هذا الدور النقدي والرقابي. 	<p>الإنتخابات البلدية ٢٠١٦</p>
<ul style="list-style-type: none"> • إيجاد مساحات للخطاب المدني وقيم المواطنة داخل الإعلام الديني، فمن شأن ذلك أن يعزّز بناء الإنسان المواطن وليس فقط الإنسان المؤمن . ما يعتبر ضرورياً في بلد تعدّدي لضمان السلم الأهلي وتعزيز القيم المشتركة عند المواطنين. • العمل على تعزيز التربية المدنية على الصعيد الوطني بشكل عام، لأن التربية الدينية التي تسوقها وسائل الإعلام الديني غير كافية لبناء قيم مشتركة أساسية تضمن بناء مواطنة صحيحة ورسم قواسم مشتركة يلتقي عليها أبناء الوطن الواحد. 	<p>خطاب وسائل الإعلام الديني ومطابقته لمبادئ السلم الأهلي</p>

<ul style="list-style-type: none"> • واجبات المؤسسة الإعلامية تجاه المواطن تقتضي السماح بتناول المواضيع والقضايا التي يتوجّب على الإعلام أن يضيء عليها. • اعتماد سياسات تحريرية يمكن أن تفعّل المبادرات أو تعطّيها مكاناً في البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية. • اعتماد سياسات تحريرية تكفل التنوع في إختيار المتحاورين، تساهم في تعزيز التعددية والتنوع عبر التنوع في الضيوف وتوسيع مساحة الإختلاف، وتحترم الفئات المهمّشة والأطراف المستضعفة. 	<p>البرامج الحوارية على المحطات التلفزيونية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الحرص على أن يكون مقدّم الأخبار والبرامج السياسية حيادياً على درجة عالية من الإحتراف، لا يظهر إنحيازه بشكلٍ نافر أو إستفزازي، ويمارس الرقابة الذاتية في عمله. • ضرورة العمل على تطوير أداء المقدّم الإستفزازي. 	<p>دور مقدّمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ضرورة العمل على اعتماد لغة في المقدّمات تبتعد عن أدبيات الكتابة الإعلامية السائدة لجهة إستخدام الألفاظ المبتذلة والتحقير وإثارة النعرات والتحريض والإتهامات، ناهيك عن إغداق المقدّم في إستخدام لغة جسد تتماشى وتتماهى مع محتوى مقدّمة نشرة الأخبار. 	
<ul style="list-style-type: none"> • ضرورة إشراك المؤسسات الإعلامية الدينية في الميثاق، لأن الأهداف التي حدّدها لنفسها المؤسسات الإعلامية الدينية في لبنان توضح جلياً أنها تعمل إنطلاقاً من رؤية معيّنة للواقع الإجتماعي العام: الديني، السياسي، الوطني. ومع أن الإهتمام يتركّز على الناحية الدينية، إلا أنه يتخطاها إلى أهدافٍ أوسع تتناول بناء المجتمع والإنسان. 	<p>الإعلام الديني في لبنان</p>

9. التوصيات:

تبعاً للخلاصات التي تمّت الإشارة إليها أعلاه، صار من الممكن تحديد الإحتياجات التدريبية للعاملين في المؤسسات الإعلامية الموقّعة على ميثاق الشرف، وبالتالي العمل على بناء قدراتهم. ويمكن إدراج العديد من الورش والدورات التدريبية التي في حال تنفيذها تسهم في ردم فجوات المهارات والمعرفة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية في لبنان. نذكر هنا بعض الورش على سبيل المثال لا الحصر:

أ. ورش عمل:

1. ورشة عمل لصياغة معايير مهنية تحدّد التعامل مع المصادر، وخاصة المصادر المجهّلة.
2. ورشة عمل تتناول كيفية التغطية والتعاطي مع مشاهد العنف عند حدوث أزمة.
3. ورشة عمل حول الصور العنيفة، إن عند وصولها إلى قسم التحرير أو قبل إلتقاطها، مع التشديد على أن ليست كل الصور صالحة للعرض.
4. ورشة عمل لوضع إستراتيجية لوسائل الإعلام حول كيفية التعامل مع الخطاب الديني التحريضي أو الإيديولوجيات المتطرفة.
5. ورشة عمل حول تفعيل الإتجاهات المهنية الخيرية، مثل ما يسمّى بالأخبار البناءة Constructive News والصحافة الإيجابية. وهي تشمل تقديم تقارير إيجابية تبحث في المشكلة وتقدّم إقتراحات حلول لها، وتتجنّب الوقوف عند باب التحذير السلبي فقط، وإنما تعرض النتائج التي يمكن لها، بدورها، أن تؤسس لمنحى إيجابي في الأداء الإعلامي.

ب. دورات تدريبية:

1. إقامة دورات تدريبية للصحافيين حول إستخدام المصادر (خارطة المصادر، الأجندة والمعايير).
2. تنظيم دورات تدريبية للإعلاميين العاملين في مؤسسات الإعلام الديني بهدف تأهيل وتصحيح المفاهيم والمصطلحات التي تحاكي ثقافة الحوار والإنتفاع على الآخر.
3. تنظيم دورات تدريبية على أنماط الكتابة الإعلامية الإيجابية.
4. تنظيم دورات تدريبية موضوعها التغطيات الإنتخابية البلدية والنيابية.

- تعزيز خطاب الاعتدال الديني وإخراجه من الحالة الفردية الخاصة بكل مؤسسة إلى الحالة الجامعة التي تجعل من المؤسسات الإعلامية الدينية مجتمعة مرجعية عامة في بناء ثقافة السلم الأهلي المؤثرة في سلوك الأفراد والمجتمعات.
- العمل على إبعاد الثقافة الدينية عن دائرة الإستغلال في التعبئة الخاطئة التي تهدّد السلم الأهلي والإستقرار من خلال الثقافة المضادة التي تزرعها الجماعات المتطرفة.
- تنظيم دورات تدريبية للإعلاميين العاملين في مؤسسات الإعلام الديني بهدف تأهيل وتصحيح المفاهيم والمصطلحات التي تحاكي ثقافة الحوار والإنتفاع على الآخر.
- إجراء دراسات معمّقة أخرى لخطاب وسائل الإعلام الديني هدفها تبيان أوجه الإلتقاء بينها وأوجه التعارض، إذ يمكن لذلك أن يساعد في معالجة التناقضات وحثّ وسائل الإعلام الديني على المساهمة في بناء السلم الأهلي.

10. المراجع:

- مسودة ورقة عمل لتنظيم وتطوير الإعلام في لبنان، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت، 31 آذار 2017.
- تقرير فجوة المهارات والتنمية في الأراضي الفلسطينية المحتلة، مؤسسة أوراود ومؤسسة كير الدولية في الضفة الغربية وقطاع غزة بتمويل من وزارة التنمية الدولية البريطانية DFID، كانون الثاني 2015.
- تقرير فجوة المهارات المطلوبة للعمل في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: هل تعتبر أزمة حقيقية أم أنها مجرد مسألة بسيطة عابرة؟، إعداد شركتي بيت.كوم و يو.غوف، 2016.
- Aring, M (2012), Skills Gaps throughout the World, An analysis for UNESCO Global Monitoring Report
- Booth, A & Snower, D, Ed. (1996), Acquiring Skills: Market Failures, Their Symptoms and Policy Responses, Cambridge University Press, New York
- Donohue, et al (1975), Mass Media and the Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered, Communication Research 2(1): 323-
- Ettema, J & Kline, F (1977), Deficits, Differences, and Ceilings, Communication Research 4(2): 179202-
- Genova, B & Greenberg, B (1979), Interests in News and the Knowledge Gap, Public Opinion Quarterly, Volume 43, Issue 1, 1 January 1979, Pages 79-91
- Haskel J, & Martin C, (2001), Technology, wages, and skill shortages: evidence from UK micro data , Oxford Economic Papers, academic.oup.com

- ميثاق الشرف لتعزيز السلم الأهلي في لبنان، مشروع تعزيز السلم الأهلي في لبنان التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2013.
- دراسة رصد العنصرية في الاعلام اللبناني: تمثيلات «السوري» و«الفلسطيني» في التغطيات الإخبارية، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة التحريض الديني وخطاب الكراهية وخطورته على السلم الأهلي، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة رصد المبادرات الإيجابية في التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام اللبنانية، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة صور العنف في التغطيات الإخبارية للإعلام اللبناني، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة مصادر التغطيات الإخبارية والحق في الوصول إلى المعلومات، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت.
- دراسة الانتخابات البلدية 2016، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت.
- دراسة خطاب وسائل الإعلام الديني ومطابقته للسلم الأهلي، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت.
- دراسة دور مقدمات نشرات الأخبار في تعزيز السلم الأهلي، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2015.
- دراسة الإعلام الديني في لبنان، مؤسسة مهارات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت 2017.



شعوب متمكنة
أمم صامدة

لمزيد من المعلومات:
مشروع «بناء السلام في لبنان»
التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي
مبنى البنك العربي - الطابق السادس
شارع رياض الصلح
النجمة، بيروت - لبنان
هاتف: ٩٨٠٥٨٣-٠١ و ٧٠-١١٩١٦٠