



التغطية الإعلامية لقضايا الشباب في الاعلام اللبناني

الاعلام المكتوب والتلفزيوني نموذجا

مقدمة

ان نسبة الشباب في العالم قد تخطت معدلاتها الاعتيادية، وبحسب صندوق الأمم المتحدة للسكان فان نصف تعداد العالم هم من الشباب دون سن الـ25.

بمعنى آخر وعلى مستوى العلاقات الاتصالية ، فان نصف منلقي عملية الاتصال ، بكافة أنواعها وأشكالها ، هم من الشباب. وبالتالي فان تركيز وسائل الاعلام على تنوعها، يفترض أن ينصب على هذه الفئة من حيث ميولها واتجاهاتها وتطلعاتها وقضاياها... الخ

فاعلام الشباب يهدف الى تلبية احتياجات ورغبات الشباب كل حسب اهتماماته وبجودة عالية ومواد أكثر عمقا في المضمون تلبي احتياجات الشباب وتزودهم بالخبرات والمعارف المختلفة .

وبالتالي فان الرسالة الإعلامية الموجهة للشباب يجب أن تعمل على تلبية رغباتهم وحاجاتهم واهتماماتهم عبر الاهتمام بالقضايا والموضوعات التي تهمهم وتمنحهم وقتا ومساحة أكبر وقوالب تحريرية جديدة حتى لا تؤدي بهم الى الملل ومن ثم ابتعادهم عنها والخروج من دائرة التواصل الايجابي معهم.

ان التفكير في اهتمامات الشباب ومحاولة إيجاد الصيغة اللازمة لتوجيههم اجتماعيا وأخلاقيا، مسألة قديمة تحاول وسائل الاعلام التصدي لها، كل بحسب منظورها الخاص، الأمر الذي يعكس الاهتمام الجدي بهذه الشريحة المجتمعية، الا أن هناك كتلة كبيرة من الشباب تشعر أنها لا تحظى بالاهتمام اللازم في وسائل الاعلام.

الواقع أن الشباب شكّل على مر العصور فئة هامة تقوم بدور حيوي في حركية المجتمعات، فهم يمثلون رصيد المجتمع الحي والمتجدد الذي يضمن استمراره وتواصله، ومن هذا المنطلق تم طرح استحقاقات واشكاليات وتحديات يتعين على وسائل الاعلام ادراكها والسعي الى بلورتها وشرحها ومتابعتها بعلاقاتها مع مخططات الحاضر والمستقبل.

تسعى هذه الدراسة الى البحث في مدى اهتمام وسائل الاعلام اللبنانية (صحافة وتلفزيون) بشريحة الشباب اللبناني في كل المناطق اللبنانية من خلال الإجابة عن السؤال التالي:

الى أي مدى تساهم وسائل الاعلام اللبنانية في التعبير والترويج واحتواء متطلبات الشباب اللبناني إعلامياً؟

وتحاول الدراسة الإجابة عن هذا السؤال واستكشاف واقع الإجابة من خلال البحث في الرسائل الإعلامية التي يوجهها الاعلام اللبناني الى فئة الشباب .

Encadré

ارقام ومؤشرات

لبنان من البلدان الموقعة على المعاهدات والاتفاقات الدولية التي تتعلق في أحد جوانبها بحقوق الانسان والشباب من ضمنها تلك الخاصة بالحقوق المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومناهضة التعذيب والتمييز... الخ

فالشباب في لبنان هم الفئة التي تتراوح أعمارها بين 15 و 29 سنة وقد تم تحديدها من قبل وزارة الشباب والرياضة اللبنانية ومنظمات الأمم المتحدة والجمعيات الشبابية في المجتمع اللبناني وخبراء استنادا الى خصائص اجتماعية واقتصادية خاصة بلبنان .

يشكل الشباب اللبناني 28% من مجموع السكان في لبنان.

وهنا نشير الى بعض الإحصاءات المرتبطة بهذه الشريحة الاجتماعية وذلك لفهم حاجاتها ومتطلباتها:

- معدل سن الزواج عند الذكور الشباب 32 سنة والفتيات 29 سنة وهي أعلى مستويات في العالم إضافة الى تضاعف نسبة الطلاق بين المتزوجين.
- الهجرة الى الخارج تحصد 35 ألف شخص سنويا ، 60% منهم من اعمار اقل من 40 سنة بدافع البحث عن عمل أو لتحسين مستوى المعيشة من بينهم 44% من فئة الشباب.
- نسبة البطالة في لبنان تتراوح بحسب الإحصاءات ما بين 22 % (منظمة العمل الدولية) و25% (وزارة العمل اللبنانية)، يحتل الشباب نسبة 30% من هؤلاء العاطلين عن العمل في لبنان. كما يشكلون ما نسبته 41% من القوى العاملة .
- أما على مستوى المشاركة الاجتماعية فلبنان هو واحد من 12 دولة ومقاطعة من بين 228 تحدد سن الاقتراع في الانتخابات النيابية والبلدية ب 21 سنة (مركز الدراسات والمشاريع الإنمائية).

أ- منهجية الدراسة

استندت الدراسة الراهنة على رصد وتحليل التغطيات الإعلامية (تقارير، تحقيقات، ومقابلات) الواردة في معظم الصحف ونشرات الأخبار في محطات التلفزة اللبنانية في الفترة الواقعة بين 2015/4/24 و 2015/5/7 .

وقد اعتمدت الدراسة على التحليل الكمي لاطهار حجم التغطيات الإعلامية وماهية الموضوعات وتوزعها وفق الفئات التالية:

- مبادرات وقصص نجاح
- قضايا اجتماعية
- نشاطات رياضية ومدنية وبيئية
- نشاطات مدرسية وتربوية وثقافية
- نشاطات سياسية وحزبية

هذه الفئات تغطي المواضيع التالية:

الرياضة، الترفيه، الفنون، التكنولوجيا، العمل، التوظيف، الهجرة، السكن، الأسرة، الجنس، البطالة، الادمان والمخدرات، القيادة، المجتمع المدني، الأحزاب، التربية والتعليم، الثقافة، والحوادث المتفرقة.

وستكشف هذه الدراسة عن حجم تغطية الموضوع ودرجة الأهمية المعطاة له من خلال موقعه (صفحة أولى، صفحات داخلية في الصحافة المكتوبة) وتوزعه جغرافيا على المناطق اللبنانية وبحسب الجنس.

وفي مرحلة لاحقة يحاول التحليل النوعي شرح المضامين وطبيعة الرسائل الإعلامية وأساليب عرضها في وسائل الاعلام اللبنانية وتقديم بعض المقارنات والنماذج ذات الدلالات الواضحة.

ب- مادة الدراسة

تتناول الدراسة مختلف المادة الاعلامية من مقالات وتحقيقات وتقارير اخبارية بما فيها من تغطيات ذات طابع اخباري صرف تتناول قضايا الشباب.

- المؤسسات الصحفية موضوع الرصد فهي: النهار، السفير، المستقبل، الأخبار، الجمهورية، الاوريون لو جور والدايلي ستار.

- محطات التلفزة موضوع الرصد: LBCI, OTV, MTV, FUTURE, ALJADEED, ALMANAR, TELE LIBAN

أما أسباب اختيار هذه الصحف ومحطات التلفزة فلأنها تشكل المؤسسات الإعلامية الأكثر قراءة ومتابعة من قبل الجمهور اللبناني.

وقد امتدت الدراسة على مدى 14 يوماً اعتباراً من 2015/4/24 ولغاية 2015/5/7 وشملت 147 مقالاً مرصوداً في الصحف وفق الجدول التالي:

عدد التغطيات / مع صور / عدد الصور المنشورة مع التغطيات الصحفية (جدول رقم 1).

المجموع	ديلي ستار	اوريون لوجور	الجمهورية	الأخبار	المستقبل	النهار	السفير	الصحيفة
147	7	19	4	8	38	26	45	عدد المقالات
96	7	17	4	5	22	15	28	مع صور
124	7	19	4	14	28	15	37	عدد الصور

كما شملت 67 تقريراً في النشرات الإخبارية لمحطات التلفزيون المرصودة وفق الجدول التالي (رقم 2):

المجموع	الجديد	المستقبل	المنار	OTV	MTV	LBCI	TELE LIBAN	المحطة
76	6	10	11	11	14	19	05	العدد

ج- حجم التغطية الإعلامية ونوعها

أظهرت الدراسة أن حجم التغطية الإعلامية من تقارير إخبارية وتحقيقات ومقالات بلغت فقط 147 تغطية في الصحف السبع الرئيسية التي شملتها الدراسة أي بمعدل 21 تغطية يومياً بشكل عام .

غير أن معظم هذه التغطيات وردت في الصحف الثلاث السفير (30%) والمستقبل (26%) والنهار (17%) الناطقة باللغة العربية، فيما تحتل صحيفة اوريون لوجور الصدارة (13%) بالنسبة للصحف الناطقة باللغات الأجنبية (جدول رقم 1).

أن هذه الأرقام لا تعني فريدة في التغطية بل أن الموضوعات ذاتها غالبا ما تتكرر بنسبة 50% في مختلف الصحف اللبنانية باستثناء تلك الواردة في صحيفة أوريون لوجور والتي تتميز موضوعاتها الشبابية من حيث المضمون والعرض. وسنعرض ذلك عند تناولنا طبيعة المواضيع المرصودة.

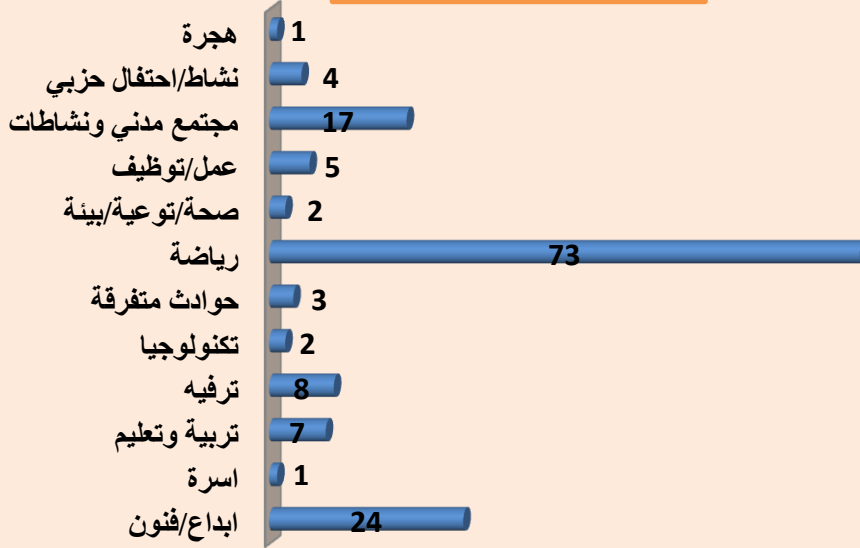
بالمقابل يظهر الجدول رقم 2 أن عدد هذه التغطيات في نشرات الأخبار المسائية في محطات التلفزة السبع المرصودة يصل الى نصف مثيلاتها في الصحافة المكتوبة بما يساوي 76 تغطية أي بمعدل 11 تغطية يوميا للقضايا والنشاطات المرتبطة بالشباب اللبناني وفق الموضوعات المحددة في هذه الدراسة.

كما يظهر الجدول نفسه تمايزا لمحطتي آل بي سي و أم تي في وشبه تساوي بين محطات أوتي في والمستقبل والمنار، فيما سجل تلفزيون لبنان أدنى تغطيات للموضوعات الشبابية تحت الدراسة .

وكما هي الحال بالنسبة للصحف اللبنانية فان تشابه التغطيات يصل الى 40% بين محطات التلفزة مع تمايز لمحطة أم تي في التي تنتقي موضوعات محددة لعرضها في بداية النشرة تحت عنوان " رغم كل شيء".

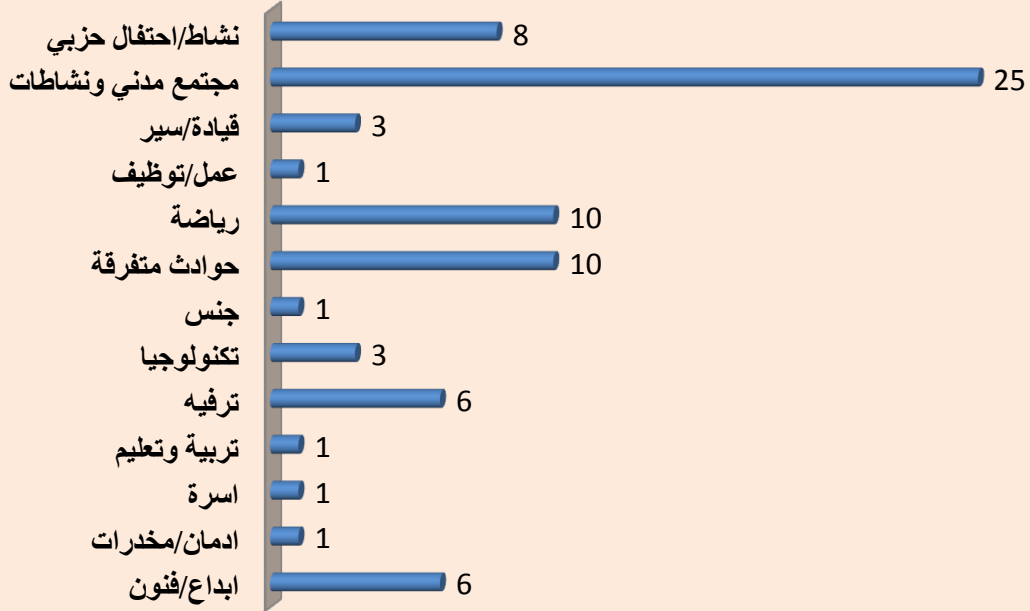
أما من حيث المواضيع المطروحة في الصحافة وفي نشرات الأخبار التلفزيونية فان الجدول رقم 3 يظهر أن الرياضة تشكل تقريبا نصف التغطيات الصحفية يليها الابداع والفنون والمجتمع المدني والنشاطات الشبابية ومن ثم الترفيه والتربية والتعليم ... الخ

التغطية الصحافية لمواضيع الشباب
العينة من 147 مقالا مرصودا
الرقم يشير الى عدد المقالات
جدول رقم 3



بالمقابل يظهر الجدول رقم 4 والمتعلق بنشرات الاخبار المسائية، أن أخبار المجتمع المدني والأنشطة الشبابية تغطي بحوالي 30% تليها الرياضة والحوادث المتفرقة والأنشطة الحزبية والترفيه.

التغطية الاخبارية التلفزيونية لمواضيع الشباب
العينة من 76 تقريراً مرصوداً
الرقم يشير الى عدد التقارير
جدول رقم 4



الجزء الاول: تحليل التغطيات

اولاً: مقارنة الاعلام قضايا الشباب

يتبين من خلال تحليل تغطيات وسائل الاعلام لقضايا الشباب ثلاثة استنتاجات رئيسية:

1- غياب التلفزيون عن المواكبة

المفارقة في جداول حجم التغطيات ان هناك عدم توازن بين نسبة قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون وحجم القراءة والمشاهدة.

فقد أظهر الاحصاء الذي نفذه مشروع شبكات الشباب المتوسطي الذي يموله الاتحاد الأوروبي حول مدى معرفة الشباب اللبناني لوسائل الاعلام في لبنان ونظرته اليها (شمل الاحصاء 1200 شاب لبناني تتراوح أعمارهم بين 24 و 29 عاما مقسمين الى 50% ذكور و 50% اناث (2012/5/29)، ان نسبة قراءة الصحافة 13 % بينما نسبة الشباب التي تشاهد التلفزيون ترتفع الى 98%.

وهذا مؤشر على أن نشرات الأخبار الرئيسية في التلفزيونات اللبنانية لا تعير الاهتمام الكافي لاحتواء قضايا الشباب ومشكلاتهم وتطلعاتهم وتخصيص نشرة شبابية خاصة على سبيل المثال .

بالمقابل تحافظ الصحافة المكتوبة على رغبتها في متابعة القضايا الشبابية رغم تناقص عدد قرائها.

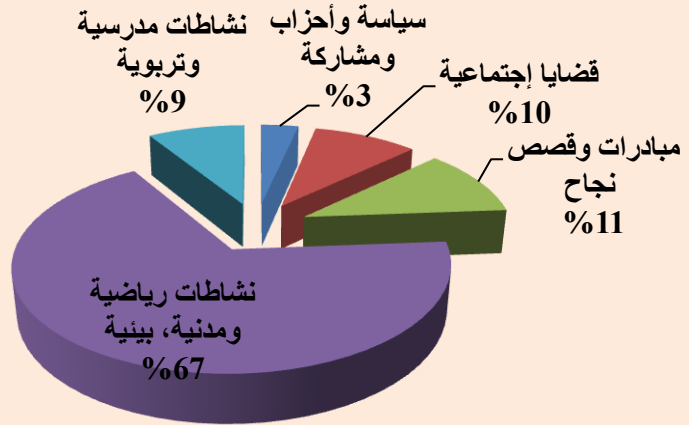
2- غياب استراتيجية عامة

يبدو من الطبيعي أن تنصدر الرياضة التي تعتبر من اهتمامات الشباب الأولى مواضيع التغطية، يليها المجتمع المدني حيث تبلغ نسبة الشباب المنتمة الى جمعيات أهلية 38.7%.

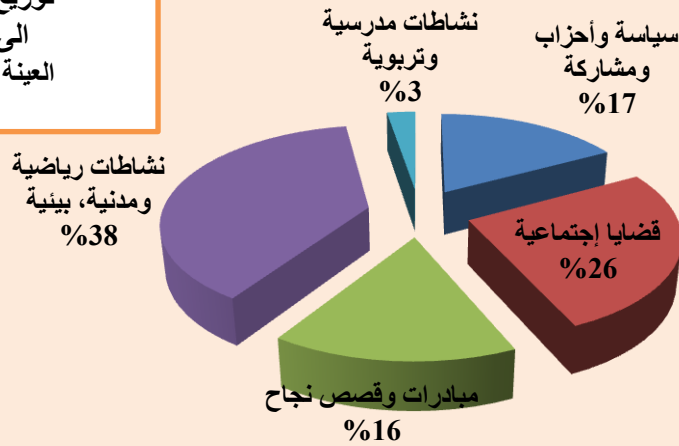
المفارقة أن قضايا هامة مثل الهجرة والسكن والزواج المتأخر والبطالة والتكنولوجيا غابت أو حضرت بخجل مما يدل على عدم وجود توجه استراتيجي لوسائل الاعلام اللبناني في مقاربة قضايا الشباب اللبناني وتطلعاتهم .

وفي نظرة اجمالية الى المواضيع المرصودة ضمن الفئات الخمس التي حددناها سابقا من خلال الرسمين البيانيين 5 و6، أن الفئة الأولى التي تشمل النشاطات الرياضية والمدنية والبيئة تأتي في الطليعة في الصحافة المكتوبة والتلفزيون، فيما تتقدم القضايا الاجتماعية وقصص النجاح والنشاطات السياسية والأحزاب في نشرات أخبار التلفزيون على مثيلاتها في الصحافة المكتوبة.

التغطية الصحافية لمواضيع الشباب
توزيع المواضيع المرصودة
الى خمس فئات رئيسية
العينة من 147 مقالا مرصودا
جدول رقم 5



التغطية الاخبارية التلفزيونية لمواضيع الشباب
توزيع المواضيع المرصودة
الى خمس فئات رئيسية
العينة من 76 تقريرا مرصودا
جدول رقم 6



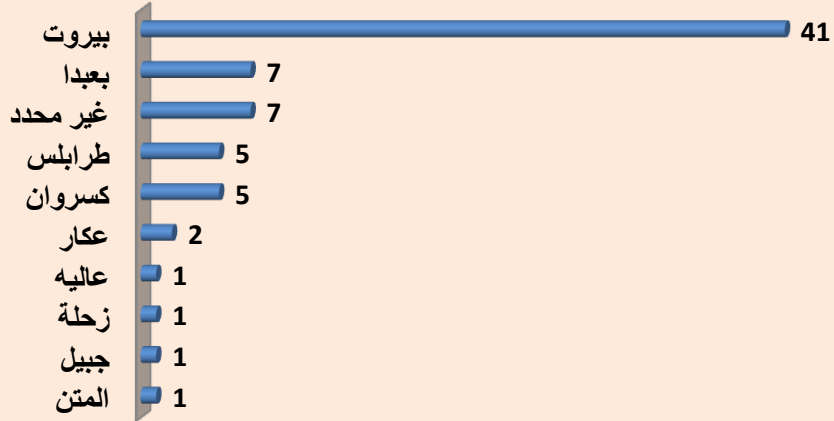
رغم اهمال الموضوعات الرئيسية التي سبق ذكرها تجدر الاشارة الى ابراز المبادرات وقصص النجاح الشبابية من شأنه أن يشكل دعما معنويا للشباب اللبناني بما يساعده على تحمل الظروف الاجتماعية والسياسية والبحث الدائم عن المستقبل.

3- مركزية جغرافية في التغطية

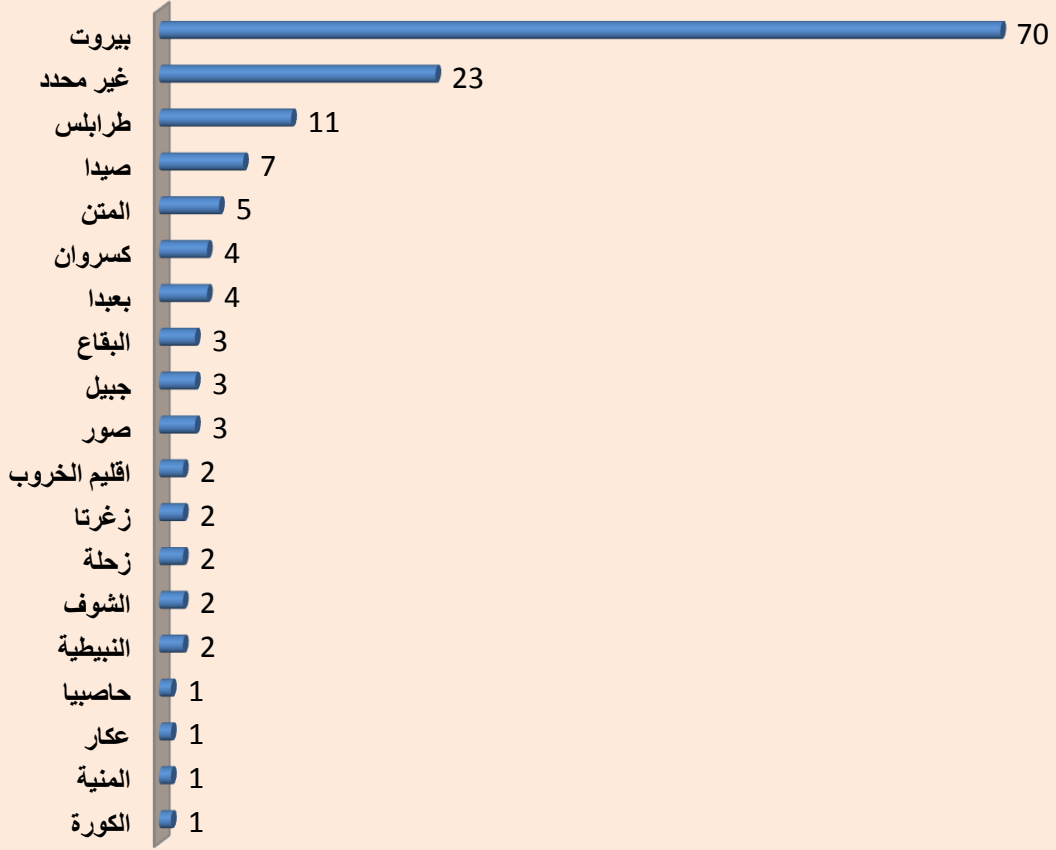
توقعت الأمم المتحدة - قسم الشؤون الاقتصادية والاجتماعية - وصول نسبة سكان المدن في لبنان الى 87.8% في عام 2015 وحسب تقرير مجموعة بنك بيبيلوس فان عدد سكان العاصمة بيروت سيصل الى 2.2 مليون نسمة في العام الحالي (النهار 2015/5/25) أي ما يقارب نصف سكان لبنان .

هذه المؤشرات انعكست تماما في توزيع التغطية الاخبارية الصحافية والتلفزيونية.

توزيع التغطية الاخبارية التلفزيونية لقضايا الشباب
بين مختلف المناطق الجغرافية اللبنانية
العينة من 76 تقريرا مرصودا
الارقام تشير الى عدد التقارير
جدول رقم 7



توزيع التغطية الصحافية لقضايا الشباب
بين مختلف المناطق الجغرافية اللبنانية
العينة من 147 مقالا مرصودا
الارقام تشير الى عدد المقالات
جدول رقم 8



فحسب الجدولين 7 و 8 فان 50% تقريبا من الموضوعات المرتبطة بقضايا الشباب مرتبطة بمدينة بيروت، فيما توزعت باقي التغطيات على التجمعات السكانية الكبرى كمدينة طرابلس وبعيدا وكسروان ...

هذه الأرقام على دلالاتها القوية في مدينة بيروت الا أنها تعني أن نصف الشباب اللبناني الذي يعيش في الأطراف لا يحظى بالفرص العادلة للظهور الاعلامي أو للتعبير عن تطلعاته ومشكلاته وقضاياها التي يمكن أن لا تكون بالضرورة هي نفسها التي تشكل اهتمام سكان بيروت أو المدن الكبرى.

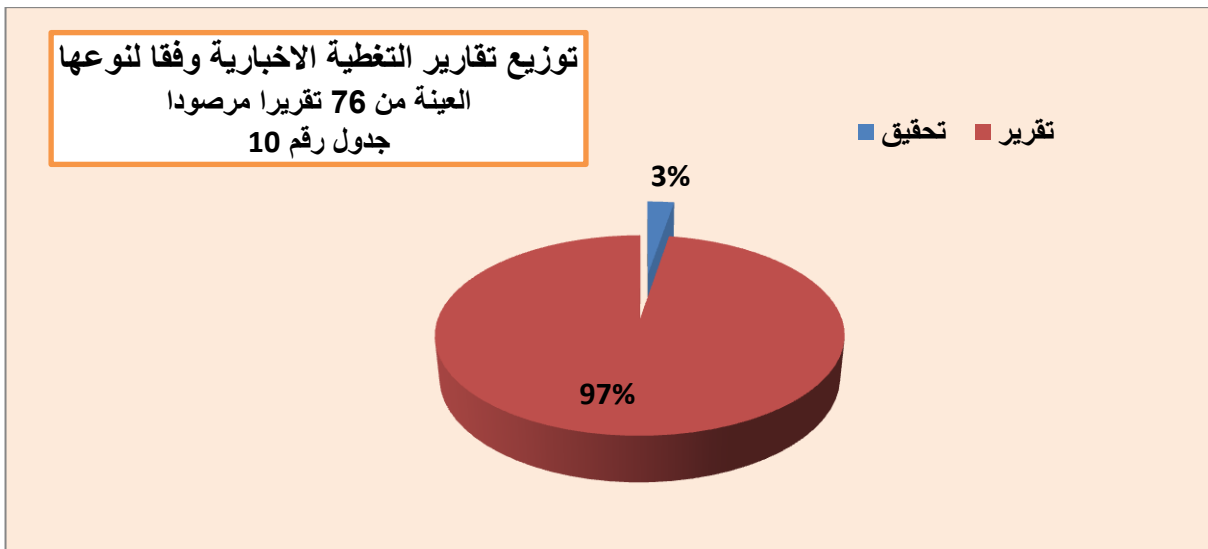
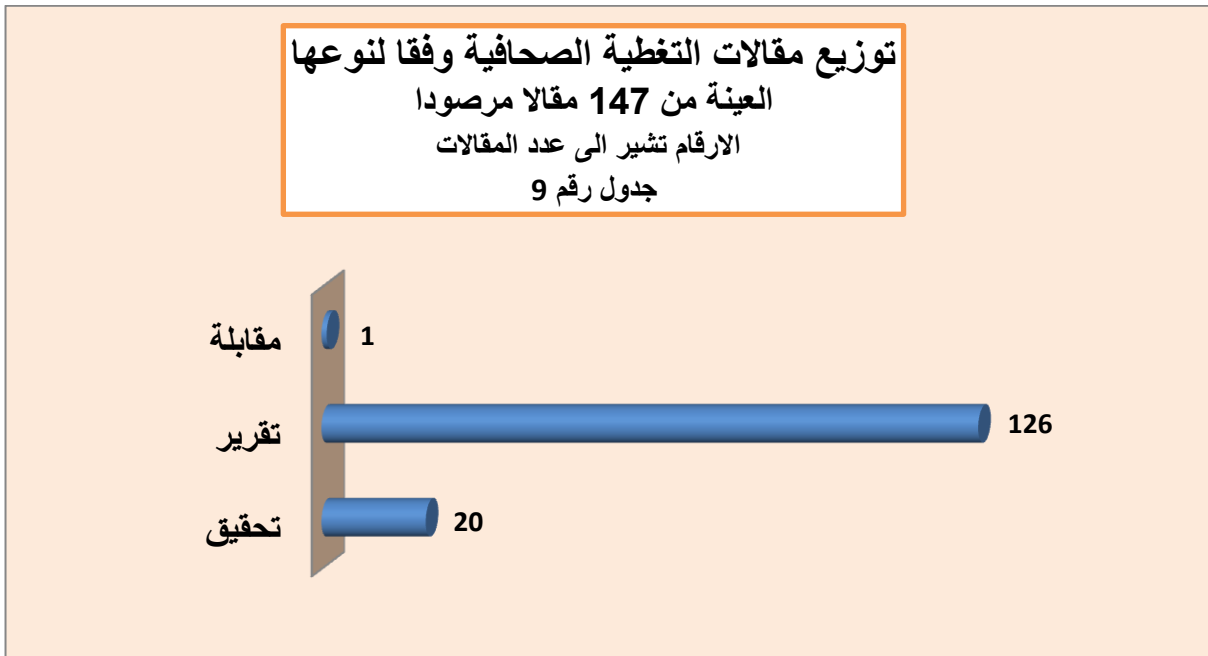
ان هذه المؤشرات تدل بالدرجة الأولى على مركزية الاهتمام لدى وسائل الاعلام وهذا ما يدعو الى إعادة النظر بالسياسات الاعلامية لهذه المؤسسات وجعلها أكثر عدالة وشمولية.

ثانيا: نوع التغطية الاعلامية وموقعها

ركزت الدراسة على ثلاثة أنواع من التغطيات شملت التقرير ومن ضمنه الخبر الصحفي اضافة الى التحقيق والمقابلات

فالتغطية الخبرية والتقرير الاخباري غالبا ما تشكل الجهد الاقل للحصول على المعلومة ونشرها، اذ عادة ما تؤخذ من مصادر عديدة غالبا ما تتبرع بارسالها الى المؤسسة الاعلامية.

أما التحقيق فهو يظهر الأهمية التي توليها المؤسسة الاعلامية تجاه أي موضوع تريد التوسع فيه واعطائه مساحات اعلامية أكبر مع اشراك الفئات الشابة في هذه التحقيقات . هذا الأمر نفسه بالنسبة للمقابلة التي تقدم شواهد شبابية واقعية.

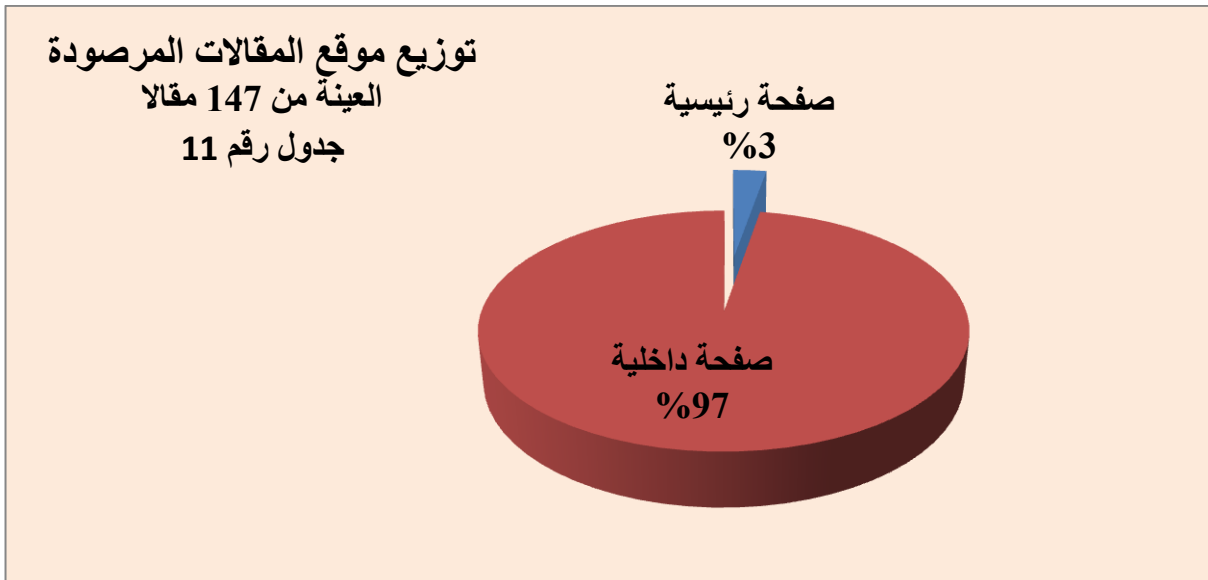


تظهر الجداول رقم 9 و 10 أن التقارير احتلت ما نسبته 85.7% من التغطيات في الصحافة المكتوبة يقابلها 97% في نشرات أخبار التلفزيونات المرصودة.

ان 90% من هذه التقارير عبارة عن تغطية خبرية صرفة ، أما التحقيقات فقد شكلت في الصحافة المكتوبة 13.6% وهي نسبة مقبولة قياسا لنسبة قراء الصحف المكتوبة لبنان من قبل الشباب (13%). فيما تعتبر هذه النسبة غير مقبولة في التلفزيون (3%) مع نسب المشاهدة المرتفعة من قبل الشباب اللبناني (98%).

اللافت في هذه المؤشرات غياب المقابلات. هذا العنصر هام جدا نظرا لأهميته في ابراز العملية التشاركية والتفاعلية بين وسائل الاعلام والشباب اللبناني خاصة وان الرسائل الاعلامية الأكثر فاعلية هي تلك التي يساهم الشباب في بنائها (شاب يتوجه الى شاب) بما يعنيه ذلك من " القرب الشبابي" ومفهوم " الاقتراب من نفسي " بلغة شبابية واقعية تظهر الأمور بدون "فلتر" بحيث يتم تقريب الواقع الذي تعرضه وسائل الاعلام من الواقع الحقيقي الموجود فعلا.

وفي اشارة أخرى على درجة الأهمية التي توليها الصحافة اللبنانية الى قضايا الشبابية يشير الرسم رقم 11 الى أن 3% فقط من قضايا الشباب تعرض على الصفحة الرئيسية والباقي في الصفحات الداخلية وهذا بالطبع عائد لغلبة القضايا والنزاعات والصراعات والأزمات السياسية التي تحتل واجهات الصحف المكتوبة.

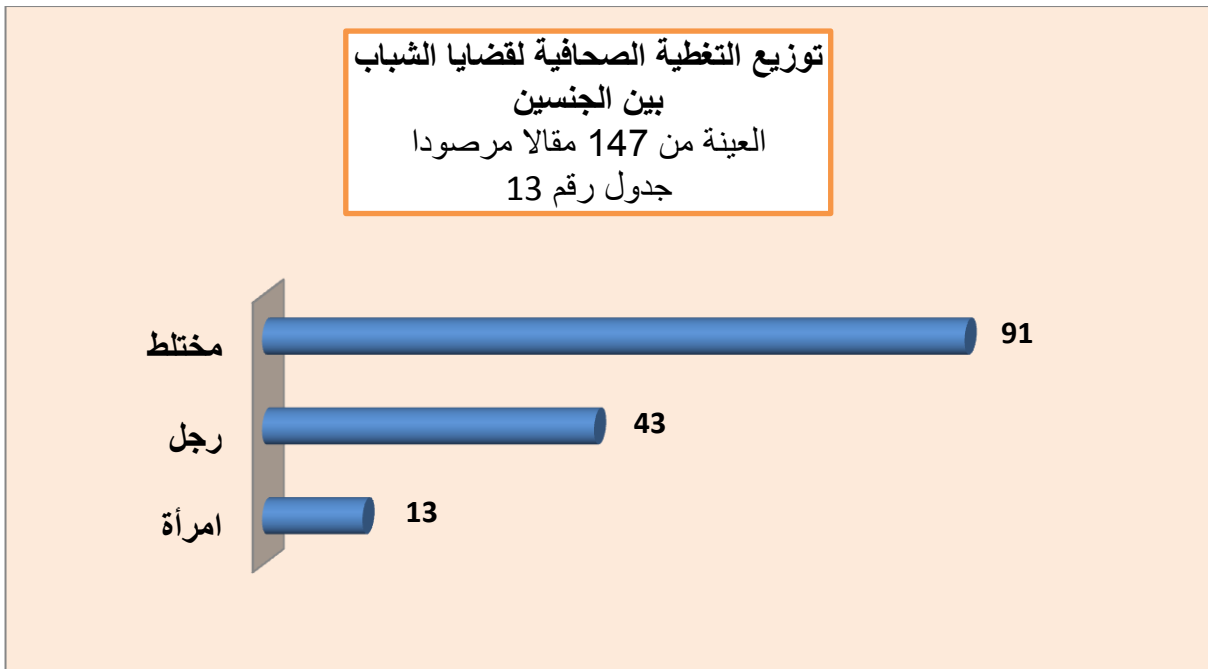
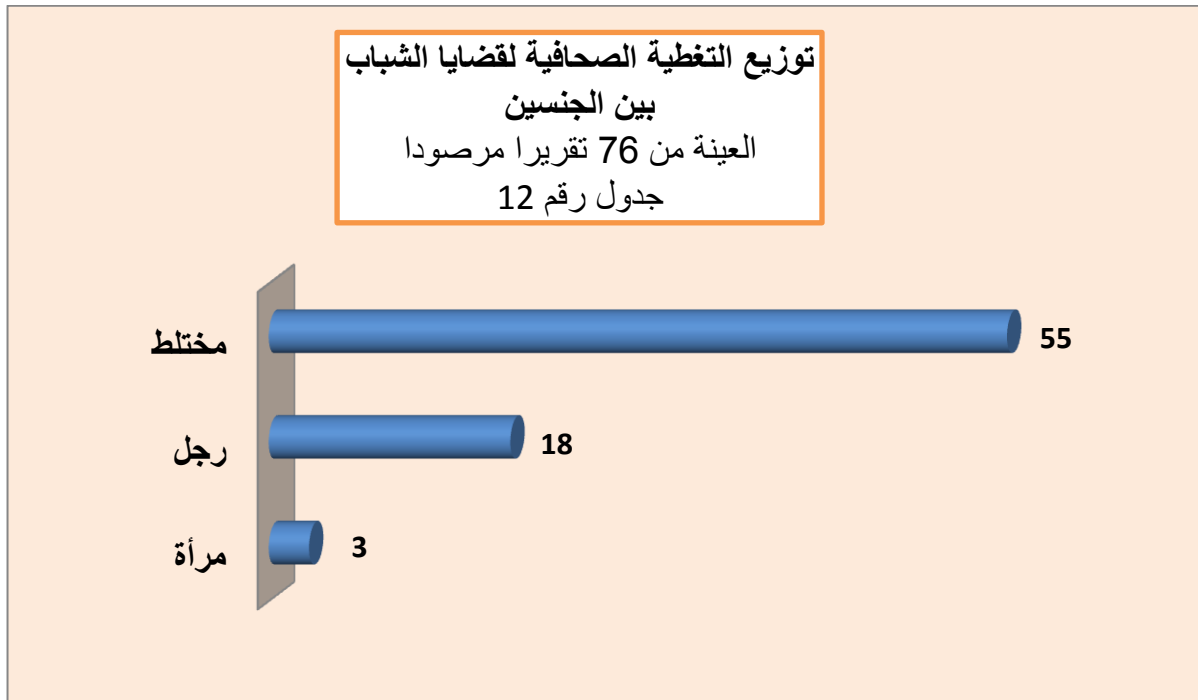


الأمر ذاته بالنسبة لنشرة الأخبار المسائية في محطات التلفزة المرصودة غالبا ما يقع التقرير الذي يتناول قضايا الشباب في النصف الثاني من النشرة الاخبارية.

ثالثاً: البعد الجندي في تغطية قضايا الشباب

تظهر احصاءات البنك الدولي للعام 2011 أن نسبة الاناث في لبنان الى السكان تبلغ 49.2%، بالمقابل أظهر الاحصاء الذي أجرته وزارة الشؤون الاجتماعية أن نسبة الاناث هي 48% مقابل 52% للذكور.

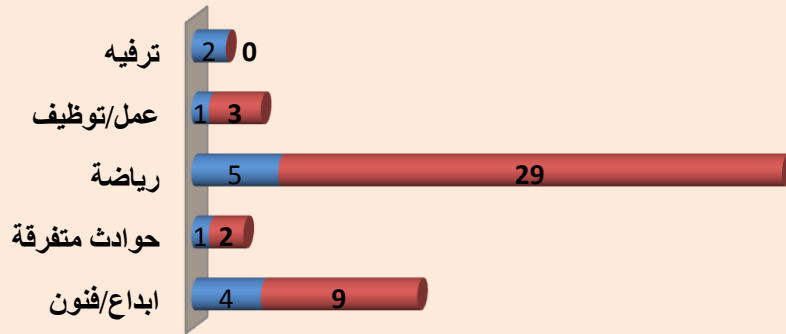
وفي كلا الحالتين فان الجدولين رقم 12 و13 يظهران أن معظم التغطيات (72%) في الصحف و (62%) في التلفزيون تشمل النشاطات الشبابية المختلطة.



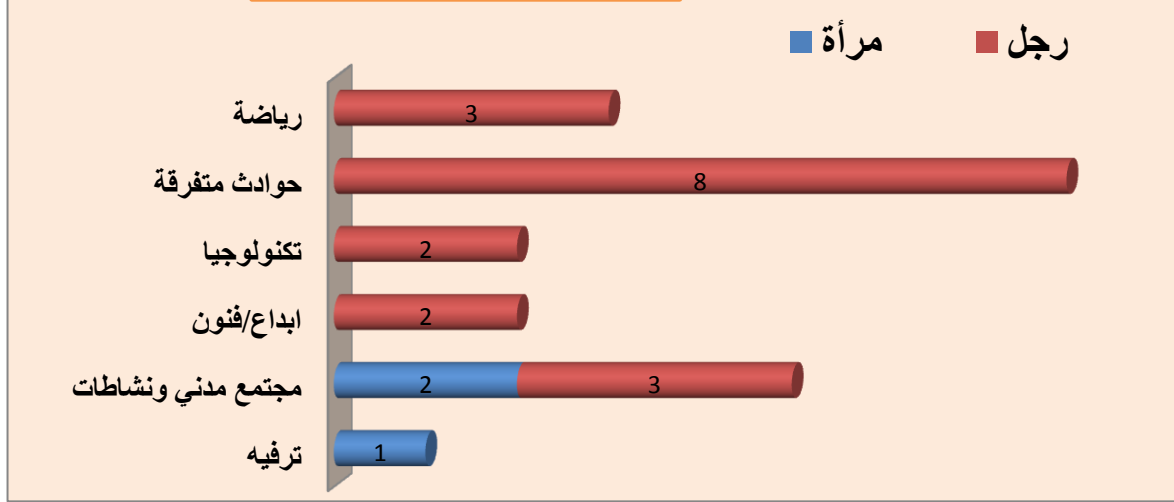
بالمقابل يبدو واضحا أن الشباب الذكور هم الأكثر حضورا في التغطيات الصحفية (23.6%) والتلفزيونية (29.3%) مقابل حضور منفرد للشابات اللبنايات بما يتناقض مع مؤشرات اعداد الذكور والاناث المذكورة أعلاه. هذا الأمر يعود، في احد اسبابه، الى احجام الشابات اللبنايات عن الخوض في قضايا عديدة ذات طابع مطلي وهن يفضلن الدفع بالشباب الى الواجهة اضافة الى احجامهن أيضا عن طرح بعض الأمور التي ما زالت تعتبر "محرمات" بالنسبة للأفكار السائدة في المجتمع اللبناي كالجنس والمساكنة والمخدرات ...

البعد الجندي للتعطية الصحفية لقضايا الشباب
العينة من 56 مقال مرصود غير مختلط
الارقام تشير الى عدد المقالات
جدول رقم 14

■ مرأة ■ رجل



البعد الجندي للتعطية الاخبارية
التلفزيونية لقضايا الشباب
العينة من 21 تقرير مرصود غير مختلط
الارقام تشير الى عدد التقارير
جدول رقم 15



أما الجدولان رقم 14 و 15 والمتعلقان بالتغطيات غير المختلطة بين الجنسين والتي مثلت 38% من العينة المرصودة في الصحافة و 27.6% في نشرات الأخبار التلفزيونية، فقد أظهرت أن الشباب الذكور احتلوا النسبة الأعلى في الأنشطة الرياضية والابداع والفنون والتكنولوجيا والحوادث المتفرقة . واللافت الغياب الكامل للعنصر النسائي في تغطيات نشرات الأخبار التلفزيونية والتي انحصرت بشكل خجول في نشاطات المجتمع المدني والترفيه.

وإذا كان من الممكن اعطاء تفسير لطغيان الذكور في الأنشطة الرياضية وذلك بسبب ازدهار الأندية الرياضية الذكورية وقدمها ، اضافة الى أن الحضور الأنثوي محصور في بعض الألعاب الرياضية، غير انه في المقابل من غير الواقعي الغياب الأنثوي اعلاميا في مجالات الابداع والفنون والتكنولوجيا ، لأن الواقع الملموس يقول عكس ذلك تماما ، ذلك أن 64% من الطلاب الجامعيين في لبنان مثلا هم من الاناث.

كل هذه المؤشرات تؤكد غياب استراتيجية واضحة لاستمالة هذه الشرائح الاجتماعية واحتواء قضاياها على المستوى الاعلامي في لبنان.

الجزء الثاني: الرسالة الشبابية في التغطيات

في هذا القسم من الدراسة نسلط الضوء على طبيعة الرسالة الاعلامية (خبرية، تشاركية ، تفاعلية، الخ). اضافة الى البحث في محتوى التغطيات الاعلامية المرصودة وفق الفئات الرئيسية الخمس:

- نشاطات رياضية ومدنية وبيئية
- قضايا اجتماعية
- مبادرات وقصص نجاح
- سياسة وأحزاب ومشاركة
- نشاطات مدرسية وتربوية

كما نتناول الصيغ التحريرية المعتمدة في وسائل الاعلام المرصودة والتركيز على بعض النماذج التي تشكل حافزا للشباب على متابعتها أو الابتعاد عنها. وهنا نركز الدراسة على المنحى العام اضافة الى البحث في مضامين الصحف ونشرات الأخبار عند وجود تمايزات وتناقضات .

وللوصول الى نتائج موثوقة عمدنا الى قراءة ومشاهدة كل التغطيات وفق التصنيفات السابقة وتم ضبط اتجاهاتها ومفرداتها للتأكد من احتمال تحميل هذه التغطيات العديد من المواقف والانطلاق منها الى ما هو خارج اهتمامات الشباب أو عرضها بسياقها المهني دون تدخل.

اولا: طبيعة الرسالة في الصحافة المكتوبة

دللت الدراسة على أن 70% من التغطيات الصحفية (تقارير، مقالات، تحقيقات) عرضت بشكل سلبي أي أنها نشرت التغطية من دون أي تعليق أو شرح أو مشاركة أطراف شبابية .

أي انه تم الاكتفاء بالسرد الخبري وفق المعايير المهنية الصرفة (من، ماذا، أين، متى، كيف). هذا الأمر يمكن أن نعزوه الى أن غالبية النشاطات ذات طبيعة رياضية حيث تكتفي الصحيفة بسرد بعض وقائع هذه الأنشطة و اعلان نتائجها .

لكن هذا الأمر لا يتوقف فقط عند الأنشطة الرياضية بل يمكن أن يتمدد الى الأنشطة الاجتماعية والفنية.

بالمقابل فان 30% من التغطيات المنشورة تم تحميلها مواقف وآراء وتوجيهات ذات طبيعة سياسية واجتماعية.

الا أن هذه القراءة الاجمالية لا تنطبق بدقة على كل الصحف المرصودة.

فصحيفة السفير انفردت في مقارنة قضايا الشباب الفلسطيني والشباب السوري النازحين في لبنان كجزء من النسيج الاجتماعي الذي "يعمل دون الحد الأدنى للأجور" ويعاني من "سوء الاقامة والسكن" وليس لديهم "ملبس يقيهم من البرد" من دون أن تقدم نماذج مماثلة للشباب اللبناني العاطل عن العمل والذي يعيش تحت خط الفقر .

ورغم أن 75% من التغطيات المرصودة في السفير عرضت بشكل اخباري الا أن ال 25% الباقية تم تحميلها رسائل اجتماعية شتى . فقد اعتبرت أن مهرجان طرابلس للأفلام 2015 الذي نظمه "مجلس شباب التبانة" هو دلالة على استعادة الحياة "التي سلبها المتطرفون" والأمر ذاته بالنسبة لسباق الدراجات في المدينة الذي "يؤكد الصورة الحقيقية للمدينة".

كما تم تحميل التغطية الاخبارية للمظاهرات الشبابية في عيد العمال سلسلة من المطالب الاجتماعية المزممة "كحل أزمة البطالة والخطط الاسكانية للشباب وصولا الى اعادة النظر في الصيغة اللبنانية".

هذه المطالب تتلاقى مع تغطية لقاءات الطلاب العلمانيين الذين يطالبون بالمواطنة والزواج المدني وقانون جديد للحوال الشخصية وصحة التمثيل السياسي.

المعوقين أيضا يتم عرض نشاطهم والتذكير بالتهمس الذي يعانون منه مع سلسلة مطالب بالتوظيف والدمج ورفض التمييز.

بالرغم من أن هذه المطالب هي في صميم اهتمامات الشباب اللبناني الا أن متابعتها يتوقف عند انتهاء الحدث في نفس اليوم.

كما تعرض السفير في تغطيتها لتخريج طلاب الماستر في كلية العلوم في الجامعة اللبنانية للتحديات المستقبلية وتروج لرسالة حوار وانفتاح.

أما صحيفة النهار التي تعرض 77% من نشاطات الشباب بصور خبرية الا أنها تحمل ال 23% الباقية بعض الرسائل وخاصة للشباب المسيحي .

ففي تغطيتها لنشاطات جمعية لابورا تركز الصحيفة على "تشجيع الشباب المسيحي على التوظيف في مؤسسات الدولة اللبنانية" . الأمر ذاته في تغطية نشاط جمعية الشابات المسيحيات حيث "الشباب ضحية مزاجية الزعماء والعقائد الضالة" . و "دور الشبيبة المثقفة في تعزيز الانتاج العلمي" في تغطية جائزة كمال الحاج في سيدة اللويزة .

وبخلاف صحيفة السفير فقد أبرزت النهار "دعم كتلة التحرير للجامعة اللبنانية" بمناسبة تغطية حفل تخريج طلاب الماستر في كلية العلوم في الجامعة اللبنانية.

من جهتها المستقبل التي عرضت بشكل اخباري 80% من النشاطات الشبابية تمايزت بالتركيز على أهمية تيار المستقبل وفكر الرئيس الشهيد رفيق الحريري في باقي التغطيات (20%). فقد تم تحميل التغطية الاخبارية ل" نشاط كشافة المستقبل وقطاع الرياضة وقطاع الشباب في تيار المستقبل" سلسلة مواقف تؤكد "مشروع الرئيس رفيق الحريري" في العمل على وحدة الصف والعمل من أجل السلام وتفعيل التواصل بين شباب بيروت ودعوة الشباب للاعتماد على النفس. وكل ذلك "مقتبس من روح الشهيد رفيق الحريري". هذه المواقف تأتي من سياسيين ينتمون الى تيار المستقبل يرعون هذه النشاطات الشبابية.

وعلى عكس صحيفة السفير فان سباق الدراجات في طرابلس هو "تعبير عن الفرح" و"تشجيع على التنقل النظيف" و"المطالبة بايجاد ممرات آمنة للدراجين في المدن والبلدات اللبنانية".

بدورها صحيفة الأخبار التي تعتمد التقرير الاخباري في عرض تغطياتها فانها ومن خلال 50% من تغطياتها للنشاطات الشبابية تعمد الى انتقاد خصومها السياسيين وتحميلهم مسؤوليات التقصير.

ففي تغطيتها لأخبار "حادثة مقتل شابة في مدينة الملاهي والعرض السينمائي في مدينة طرابلس" تحمل المسؤولين في المدينة مسؤولية الاهمال في التغطية الاولى وتعتبر أن العرض السينمائي هو "استرداد للشارع من ذاكرة الحرب" في "منطقة متخنة بجراح اليأس من الدولة". وهذا العمل هو "خروج من زاروب الفقر والجهل". وبالمناسبة يعرج التقرير على المباني التي "طرشت باللون الأزرق على عجل" في اشارة الى تيار المستقبل مع تأكيد أن هذه المنطقة " تحوي 3000 مطلوب للعدالة".

بالمقابل يدعو التقرير المتعلق بمسيرة الرجال بالكعب العالي الى رفض العنف ضد المرأة ويحذر من مخاطر العنف الأسري مطالبا بايجاد الحلول.

صحيفة الجمهورية التي لم تخصص الكثير من مقالاتها لتغطية القضايا الشبابية تناولت موضوع "الشابات والتحرش الجنسي بالقاصرات من قبل الأهل" ودعت الى حماية ضحايا التحرش وتطبيق القوانين الرادعة وانتقدت تساهل القضاء في هذه الأمور "بحجة ابقاء الأسرة مجتمعة".

أما صحيفة الأوريون لو جور فهي بعكس الصحف الناطقة باللغة العربية ولا يمكن ان تنشر تغطيات دون أن تطلق من خلالها قضية اجتماعية أو انسانية وهي صاحبة شعار أنها "تبحث عن جديد الشباب كل اثنين"، لذا فان اكثر من 70% من تغطياتها حملت مقاربات اجتماعية ثقافية قانونية وفلسفية.

فبالنسبة للشباب المهاجرين تطلق الصحيفة دعوة للعودة الى لبنان واكتشاف الجذور والتعرف على الثقافة الشرق أوسطية .

أما بالنسبة لطعام الطلاب اللبنانيين فتصفه الصحيفة "بغير المتوازن" وتدعو الى تحسين نوعية الطعام وتربط بين تجارب الحب والرشاقة والسمنة والعلاقة بين التوتر والطعام وتوجه رسائل الى الأهل لكيفية التعامل مع هذا الموضوع.

هذه المقاربة الاعلامية تعتبر شبابية بامتياز وهذه الطريقة يمكن أن تشكل عاملا جاذبا للشباب للاقدام على قراءة الصحيفة وطرح قضاياهم بشكل مريح.

لا تقرير يعرض في الأوريون لوجور من دون رسالة اعلامية شبابية واضحة. فالتقرير الرياضي عن جامعة القديس يوسف يبين أهمية الرياضة بالنسبة للشباب والشابات، ومقتل أطفاليين شابين يطرح مسألة سلامة الأبنية، فيما المسيرات الشبابية في الجبال تدعو للحفاظ على مصادر المياه الطبيعية.

أما التقرير الذي يعرض فوز شباب لبنانيين في مسابقة "الروبوتيك" العالمية فهذا الفوز بحسب الصحيفة حصل "رغم انقطاع الكهرباء والأزمات الاقتصادية والاجتماعية والمذهبية" وهذا دلالة على ارادة الشباب اللبناني...

بدورها صحيفة الدايلي ستار التي ركزت في عرض تقاريرها على الاهتمام بالشباب وتنمية مهاراتهم بشكل عام دعت في 28% من تغطياتها الى تربية الشباب على الثقافة البيئية لجهة معرفة التغيرات البيئية وتطوير معارف الشباب وتأهيلهم (المدرسة الفرنسية). وركزت على ضرورة السعي "لبناء أفضل شباب لعالمنا وليس بناء أفضل عالم لشبابنا". اضافة الى ذلك طرحت الصحيفة موضوع الصحة العقلية ودعت الجهات المسؤولة للاهتمام بهذا الموضوع.

الصورة في التغطية الصحفية

الصحيفة	السفير	النهار	المستقبل	الأخبار	الجمهورية	اوريون لو جور	ديلي ستار	المجموع
عدد المقالات	45	26	38	8	4	19	7	147
مع صور	28	15	22	5	4	17	7	96

جدول رقم 16

تعتبر الصورة من اهم عناصر الجذب الإعلامي لدى المتلقين الشباب. فهي تعزز النص بالشواهد الحية وتشخصن الموضوع وغالبا ما تدفع الى التماثل خاصة عند عرض الابداعات والنجاحات، كما تدفع الى التعاطف والتبني وتعزز من مصداقية النص.

فاذا كانت طبيعة التلفزيون تفرض ان يعرض تقارير مصورة، فان الصحافة المكتوبة ملزمة ان تعوض هذا النقص بزيادة عدد الصور.

ويبين الجدول رقم 16 ان 35 % من التقارير نشرت من دون صور مما افقدها عنصر الجذب الأساسي بالنسبة لشريحة الشباب وهذه دلالة على ضعف مهني في مخاطبة هؤلاء.

ثانيا: طبيعة الرسالة في نشرات التلفزيون

تشكل نشرة الأخبار المسائية في القنوات التلفزيونية مركز الثقل في العملية الإعلامية، اذ من خلالها يتم اطلاق المواقف وطرح القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية والصحية وصولا الى نشرات حال الطقس .

ويأخذ توقيت بث هذه النشرات بعين الاعتبار مواعيد عودة أفراد الأسرة من أعمالهم الى المنزل. وقد بينت الإحصاءات كما سبق وذكرنا أن 98% من الشباب اللبناني يتابع محطات التلفزة الا أنه لا يوجد تفصيل يوضح علاقة هذه المشاهد بنشرات الأخبار المسائية.

بالنسبة لطبيعة الرسائل الإعلامية التي تتناول قضايا الشباب فانها في غالبيتها سرد اخباري للنشاطات الشبابية التي يمكن أن تكون قد تناولتها الصحافة اليومية.

ولم نلاحظ أي استضافة لأي عنصر شبابي للتعليق على الموضوعات التي عرضت أو ابداء رأيه.

والجامع المشترك بين جميع المحطات اللبنانية أنها تخصص فقرة رياضية في نهاية نشرتها الإخبارية تستعرض فيها النشاطات الرياضية الشبابية المحلية وغير المحلية وكلها تأخذ طابع إعطاء النتائج بصيغ تحريرية سريعة جدا.

وكما هو الحال في الصحافة فان بعض النشاطات الشبابية التي تعرض في نشرات الأخبار يتم تحميلها، في كثير من المرات، رسائل سياسية واجتماعية غالبا ما يقصد بها الخصم السياسي لأصحاب المحطة التلفزيونية .

محطة أم تي في مثلا التي تخصص في بداية كل نشرة مسائية فقرة بعنوان "رغم كل شيء" تعرض فيها لأهمية عودة الشباب اللبناني الى الوطن ولطموحات شبابية ومشاريع ناجحة وابداعات وكل ذلك من أجل تشجيع الشباب اللبناني ودعوته الى التمسك بأرضه وعدم الهجرة الى الخارج.

وقد لاحظنا أن 50% من التقارير المعروضة عن قضايا الشباب تحمل في طياتها رسائل في اتجاهات عدة. فمقتل الأطفال والشباب شكل مناسبة لطرح مسألة سلامة البناء (كما ورد في الصحف) وضرورة توافر شروط السلامة التي يبين التقرير عدم وجودها مستعينا بشواهد وخبرات.

الأمر نفسه بالنسبة للمقعدين والصح في لبنان الذين لديهم مطالب مزمنة لم تتحقق (شهادات حية لهؤلاء) . ويعرض أحد التقارير ارتفاع مستوى البطالة لدى الشباب اللبناني مبينا أن 18% هم من الاناث و15% من الذكور وهم من حملة الشهادات الجامعية ويحذر من هجرة هذه الكفاءات.

مثل هذه التقارير تلقى الضوء على أكبر مشكلة شبابية في لبنان يتكرر طرحها في تقرير عيد العمال حيث "زيادة بطالة الشباب" تشكل يوم عمل استثنائي للعاطلين عن العمل عبر مشاركتهم في المظاهرات. كما يدعو التقرير الى طرح سياسات اقتصادية هي في الواقع غائبة كليا.

محطة أم تي في لا يفوتها أن تعرض تقريرا للتعرض لناشط انساني شاب في الضاحية الجنوبية التي تخضع لسيطرة حزب الله وتدعه يروي "مدى وحشية الذين تعرضوا له".

بدورها محطة الجديد تحاول بأكثر من 60% من تقاريرها عن المعوقين والعمال والشباب المتضامن مع النساء المعنفات أن تحملها دعوات "للتبرع بالدم" و "التوعية ضد العنف" و"انصاف أصحاب الحقوق" و "ضرورة ان يلحظ قانون السير الجديد حقوق المعوقين" و "الدعوة للانتفاض على حيطان المال" و "قيام حركة نقابية مستقلة" و "مؤتمر تأسيسي للبنان". كل هذه الرسائل تمر بطريقة توجيهية حازمة.

محطة أو تي في تعرض 65% من النشاطات الشبابية بطريقة السرد الخبري وهي تحمّل التظاهرة البيئية ضد انبعاثات معامل الذوق الحراري رسائل سياسية باتجاه المتظاهرين والجمهور المؤيد لها.

الأمر ذاته بالنسبة لتظاهرة أصحاب الدراجات النارية والمعوقين والحزب الشيوعي بمناسبة عيد العمال.

العناوين نفسها تتكرر في نشرات أخبار المساء في محطات التلفزة اللبنانية، لكن كل محطة تحملها مواقف تتوافق مع توجهاتها السياسية وليس مع الوقائع المرتبطة بجوهر المطالب الشبابية.

ففي حين تحجب بعض نشرات أخبار مباراة مصارعة الروبو(سومو) التي جرت في مدارس الضاحية تعرضها أو تي في وتشرح أهميتها في إبراز الطاقات الشبابية ومدى تطبيقها على الواقع.

المنار تلاقى أو تي في في عرض هذا التقرير وتقارير مشابهة عن المعوقين والأطفائيين وتفرغ الأساتذة في الجامعة اللبنانية. إلا أن المنار تعرض هذه التقارير بصيغة مطلية قوية وتعرض قوانين ومراسيم الجامعة اللبنانية التي حظيت بالنسبة الأكبر للتقارير المرصودة (3) وتتنوعت هذه التقارير بين الواقع المطلي وتخرج طلاب الماستر في كلية العلوم وعرض للقضية الفلسطينية في كلية الآداب.

70% من تقارير المنار تحمل رسائل سياسية موجهة وواضحة تخدم التوجه الأيديولوجي لأصحاب المحطة.

بدوره تلفزيون المستقبل يعرض العناوين ذاتها: العمال والمعوقين وسباق الدراجات النارية في طرابلس وحقوق أصحاب الدراجات النارية التي يرى ضرورة أن تعمل الدولة على "الحفاظ على هذه الهوية" وتنظيمها في قانون السير الجديد.

المستقبل يسهب في عرض تقرير للزعيم المسيحي سمير جعجع بمناسبة يوم الطالب ولدى استقباله مصلحة الطلاب في القوات اللبنانية ويبرز المواقف السياسية المناقضة لحزب الله بعبارات مثل "ارفع يدك عن لبنان" و "الجيش هو من يحمي" ... الخ

كذلك الامر بالنسبة لليوم البيئي في الأشرفية الذي شهد حشدا من التصريحات للسياسيين وغاب عنه أي تصريح ذو معنى للعناصر الشبابية في المنطقة.

أل بي سي أكثر خبرية في عرض الموضوعات والنشاطات الشبابية لكنها أعطت أهمية للشباب اللبناني الناجح عالميا وجائزة سعيد عقل للتفوق العلمي والفائزين ببطولة الروبوتوكس.

وفيما كررت خبريا كل العناوين السابقة (معوقين- سباق طرابلس – مقعدين – الأطفائيين – مهرجان طرابلس للأفلام – تضامن شباب مع المرأة المعنفة) قدمت تقريرا عن أهمية شرح قانون السير في الجامعات اللبنانية ويلاص هذا التقرير الهواجس العامة المرتبطة بضحايا حوادث السير من الشباب.

من جهة أخرى تعرض أل بي سي تقرير عن ملكة جمال بدينيات العرب تدعو من خلاله شبابت لبنان الى التصالح مع أجسامهن وتقبل الذات .

أما بالنسبة لتلفزيون لبنان، التلفزيون الرسمي، فقد عرض تقارير إخبارية صرفة عن العناوين التي سبق ذكرها وتمحورت حول ماراتون طرابلس ومواقف جعجع ويوم العمل ورياضة، وذلك من دون توجيه أي رسائل في أي اتجاه .

في الاستنتاجات ان الحدث السياسي يسيطر على نشرات الأخبار المسائية في كل محطات التلفزة اللبنانية وما زالت هذه النشرات تروج للأفكار السياسية والزعماء والسياسيين والفعاليات التي تدور في فلكها، في اطار دعائي يعتمد على الشكليات من دون الخوض في التفاصيل ومتابعتها .

واللافت أن معظم الموضوعات الرئيسية التي حددتها الدراسة كقضايا شبابية تحتاج الى رعاية إعلامية، لا تتابع في نشرات الأخبار، ما قد يؤسس لحال نفور لدى الشباب الذين سئموا من تجاهل صناع القرار السياسي والإعلامي والاقتصادي والاجتماعي...

خلاصة

ما يبيئه تحليل مضامين الاعلام اللبناني حيال الشباب: ارتجال في معالجة قضايا الشباب وعدم تخطيط وانعدام رؤية لدى معظم المؤسسات الإعلامية تجاه هذه الشريحة من الشعب اللبناني.

ان ازدياد الوجوه الشابة في بعض محطات التلفزة وفي بعض الصحف لا يعني أبدا ازدياد المواد الشبابية ولا التمكن من الموضوع أو الاحتراف المهني لمقاربة القضايا الشبابية.

فالتحالفات والمصالح المشتركة بين بعض أصحاب المؤسسات الإعلامية والقيمين عليها ما زال يرخي بظلاله على المضامين الإعلامية ويفاقم حال الأرباك التي تعاني منها المؤسسات الإعلامية.

- **المؤشر الأول** الذي خلصت إليه هذه الدراسة هو أن وسائل الاعلام اللبنانية لا تتحدث فعليا عن التطلعات والقضايا الشبابية بل عن رؤيتها هي لهذه الموضوعات.

- **المؤشر الثاني** يدل على أن نظرة وسائل الاعلام اللبنانية للشباب ما تزال نظرة تقليدية بل نمطية فهي لا تعرض الموضوعات الا لابرار شقها السلبي (الكارثي) وحالات نادرة ايجابية (نجاحات) من دون توضيح الظاهرة وأسبابها (بناء معرفي).

- **المؤشر الثالث** أن صعوبة تواصل المؤسسات الإعلامية باعتماد الأسلوب الخطابي المناسب باتجاه الشباب اللبناني وذلك يعود الى تعددية الأهداف للمؤسسة الإعلامية والتي غالبا ما تتناقض مع الأهداف الشبابية (مصالح خاصة).

- **المؤشر الرابع** ما زالت المؤسسات الصحفية بعيدة جدا عن اعتماد التشاركية كنمط تحرير لمعالجة قضايا الشباب ولأن الشباب بحد ذاتهم متنوعون، فنحن بحاجة الى هذا النمط التشاركي لكي لا نتوجه الى المراهق بشكل مماثل لليافع.

- **المؤشر الخامس** لا يوجد حملات إعلامية ذات طابع استمراري ولا يوجد متابعات لقضايا الشباب لا يصلها الى واقع الحلول المرجوة ويغلب على التغطيات الإعلامية مبدأ الآنية والرغبة في اثاره الانتباه فقط.

لذا لا بد من مواكبة اعلامية اكثر اهتماما بقضايا الشباب وايضا بحياتهم اليومية التي هي الأساس فيما يسمى اعلام الشباب. وان اعتماد الواقعية في التعاطي مع اهتماماتهم هي النمط الأكثر فاعلية في عرض الأمور وابرارها ومتابعتها وايضا تعزيز شهادات الشباب حول قضاياهم.

كما يبدو على المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني المساهمة في بناء رأي عام مؤيد لقضايا الشباب وتطلعاتهم والعمل على دعم البرامج والأنشطة الإعلامية التي يعدها ويديرها ويقدمها الشباب عن قضاياهم.

الفهرس

التغطية الإعلامية لقضايا الشباب في الاعلام اللبناني
الاعلام المكتوب والتلفزيوني نموذجاً

مقدمة

أ- منهجية الدراسة

ب- مادة الدراسة

ج- حجم التغطية الإعلامية ونوعها

الجزء الاول: تحليل التغطيات

اولاً: مقارنة الاعلام قضايا الشباب

1- غياب التلفزيون عن المواكبة

2- غياب استراتيجية عامة

3- مركزية جغرافية في التغطية

ثانياً: نوع التغطية الاعلامية وموقعها

ثالثاً: البعد الجندي في تغطية قضايا الشباب

الجزء الثاني: الرسالة الشبابية في التغطيات

اولاً: طبيعة الرسالة في الصحافة المكتوبة

ثانياً: طبيعة الرسالة في نشرات التلفزيون

خلاصة