



Kingdom of the Netherlands



# المرأة في الانتخابات التشريعية في لبنان عام 2018

## رصد الاعلام في فترة الحملة الانتخابية من منظور جندي

اعداد: د. جوسلين نادر

أ. طوني مخايل

مراجعة: د. جورج صدقة

مشروع "سيدات مشاركات في العمل السياسي"



## الاطار العام للدراسة

### 1 - هدف الدراسة

في بلد يتغنى بالتنوع واحترام الحريات والحرية الاعلامية بشكل خاص، وبأنه من واضعي شرعة حقوق الانسان، تأتي قراءة التعاطي مع موضوع المرأة في الانتخابات التشريعية عام 2018 كأحد المواضيع التي من شأنها ان تساهم في رقي المجتمع ككل على صعيد قانوني وثقافي-اجتماعي واعلامي. ولكن في المرتبة الاولى تأتي هذه القراءة للوقوف على ما يحصل ولتبيان كيف لمفهوم التنوع والحرية ان يكون بعيدا عن ما يتغنى به. ومن ثم تعمل هذه القراءة على الدعوة الى تفعيل الحس النقدي من باب الاشارة الى مواقع الخلل للمضي قدما في اتجاه تحقيق المساواة على الصعيد الجندي ومن خلال ذلك:

- تفعيل ثقافة العدالة الاجتماعية وحقوق الانسان،
  - وتفعيل المراجعة النقدية الدائمة للاتجاهات الفكرية والقانونية والاداء الاعلامي بهدف التطوير.
- يبدو دور الاعلام مركزيا في هذه المعادلة اي أنه من جهة مساهم فعال في تمرير الثقافات والسعي لقبولها وممارستها، ومن جهة ثانية هو ايضا صورة عن الثقافة السياسية والاجتماعية الموجودة في البلد.
- والاعلام ايضا ركن اساسي في الديمقراطية، وفي الوقت نفسه عنصر أساسي في الحملات الانتخابية. وستتناول الدراسة اشكالية الخطاب الاعلامي ايضا من مفهوم مرتبط بالشفافية وبآليات التحكم والسلطة.
- و دور المرأة في المجتمع هو موضوع يأخذ اهمية سنة بعد سنة في العالم في محاولة لمعالجة الاسباب وطرح الحلول. المشكلات عديدة وتختلف من بلد الى بلد طبقا للقوانين والثقافات المختلفة والتجاوزات.
- الموضوع صعب وهو يتخطى الشكل او النسب، فمعالجته طويلة والمسار الذي بدأ منذ السنوات الاولى التي حكي فيها عن الجندر وحتى ما قبل ذلك لا يزال صعبا ويتطلب تأمل وفي الوقت نفسه هو ملح وضروري.

### 2 - الاشكالية

- تتمحور اشكالية الدراسة حول دور واهمية الاعلام في تعزيز الاداء السياسي والاعلامي نفسه والثقافي-الاجتماعي حيال موضوع المرأة وامكانياتها ودورها في المجتمع كقائد، كمشرع، كممثّل عن الامة وكمرشحة على قدم المساواة مع المرشح الرجل.
- وتسأل الدراسة: الى اي مدى يمكن للاعلام ان يكون الرافعة التي ترقى بالمساواة بين الجنسين على اساس جندي؟

ويتفرّع من هذه الاشكالية الاسئلة التالية :

- كيف تعاطى الاعلام مع موضوع المرشحات في الانتخابات التشريعية الاخيرة في لبنان ؟
- ماذا كانت انواع مرسلاته في فترة الحملة الانتخابية لجهة التعاطي مع موضوع المرأة المرشحة والناخبة ؟

- ما مدى مطابقة التعاطي الاعلامي مع مفهوم الجندر؟ او هل لدى الاعلام صورة واضحة عن الجندر وكيف بإمكانه ان يعزز المفهوم؟ اي الى اي مدى يمكن للاعلام ان يحفز ويساهم في تعزيز المساواة؟
- كيف يمكن للاعلام ان يساعد في خروج المرأة النائبة من دائرة ميراث اي ارث رجل سياسي تكون هي من ضمن عائلته وتصل الى السلطة التشريعية من خلال مشروعها وادارة حملتها الانتخابية ومن خلال اقناعها الناخب؟
- وكيف يمكن للاعلام ان يؤثر في ادراج مفهوم الكوتا كتمهيد لتفعيل مشاركة المرأة في القيادة وك تأسيس لهذه المشاركة الفعالة؟
- وبشكل عام: هل لعبت وسائل الاعلام الدور المفترض ان تلعبه في نظام ديمقراطي بأن تكون صلة الوصل بين المرشح والناخب، وان تعمل على بناء رأي عام واع تبنّي منه السلطات السياسية؟

### 3 - عينة الدراسة

لدراسة التعاطي الاعلامي مع موضوع المرأة في فترة الحملات الانتخابية، اعتمدت الدراسة على رصد مضامين اعلامية كالتالي :

- رصد 8 قنوات تلفزيونية في خلال الفترة الممتدة من 6 آذار حتى 4 ايار (تلفزيون لبنان، LBCI، NBN، OTV، MTV، المستقبل، الجديد والمنار).
- رصد 6 صحف في الفترة نفسها (النهار، المستقبل، الجمهورية، الاخبار، L'Orient le Jour، The Daily star).
- رصد القنوات التلفزيونية المذكورة في فترة الصمت الانتخابي اي من منتصف ليل الجمعة- السبت (4-5 ايار).
- رصد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي :
- حسابات المرشحين والمرشحات على فايسبوك وتويتر في الفترة الممتدة من 6 نيسان حتى 6 ايار
- "بوستات" المرشحات في مناسبة يوم المرأة في 8 آذار وعيد الام في 21 آذار.

### 4 - المنهجية

اعتمدت الدراسة للاجابة على الاشكالية المطروحة معاينة تغطية ظهور المرشحات منذ انتهاء مدة الترشح اي من 6 آذار حتى 4 ايار في الصحف والتلفزيون. وكذلك عاينت الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمرشحات فاطلعت على صورتهم الذاتية (بروفایل) وصور وفيديوهات للمرشحات والمرشحين التي تتناول المرأة وكذلك شعارات المرشحات. وعاينت الدراسة تدوينات المرشحات والمرشحين على منصتي فايسبوك وتويتر، ذلك بهدف الاحاطة بكل ما يتناول المرأة في هذه الحملة الانتخابية.

ان دراسة كيفية تقديم الاعلام مادته وعلى اية مساحة، هو مؤشر دلالي يساهم في المعالجة. من هنا توقفت الدراسة عند :

- حجم التغطية وانواعها في الصحف والتلفزيون وتوزيع نسب التغطية بين المرشحين والمرشحات
- نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطية
- حجم المقابلات الصحافية
- المساحة المخصصة للمرشحات في نشرات الاخبار وفي البرامج الحوارية
- توزيع المساحة المخصصة للمرشحات في البرامج الحوارية والمقابلات وفقا للتوجه السياسي
- نسبة القمص الصحافية التي ظهرت فيها المرأة كموضوع رئيسي و نسبة المساحة التي حلت فيها المرشحات خبرا اول في نشرات الاخبار مقابل المرشحين
- التغطيات الصحافية لمواقف مؤيدة للمشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة.

ورصدت الدراسة ايضا مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد منصتي فايسبوك وتويتر. فاطلعت على "بروفایل" المرشحات والتفاصيل المنشورة عنهن.

فرصدت صورا تتضمن شعارات المرشحات، فيديوهات للمرشحات والمرشحين يتناول المرأة ( Gender Issues )، Screenshot لبعض الأحاديث على تويتر (ذكورية) وبعض البوستات الـ Sponsored على الفايسبوك.

كما عاينت التدوينات بين حسابات المرشحات على تويتر وفايسبوك، توزيعها، نوعها، نوع الوسائط التفاعلية في التدوينات خاصتها. كذلك بالنسبة الى التدوينات بين حسابات المرشحين على المنصتين المذكورتين. واختارت الدراسة مناسبتين على علاقة بالمرأة رصدت خلالهما بوستات المرشحات خلال يومين: اليوم العالمي للمرأة وعيد الام، وذلك لتبيان كيف وظفت المرشحات المناسبتين في حملتهن.

## القسم الأول

### مقاربة نظرية

لدراسة التغطية الاعلامية في فترة الحملة الانتخابية الاخيرة في لبنان من منظور جندي وللإجابة على اشكالية الدراسة المطروحة هناك منطلقات لا بد من التوقف عندها والبحث فيها في موازاة البحث في الاعلام والجنس.

فلا بد للطرح من ان يكون عاما اذ لا يمكن معالجة موضوع المرأة والاعلام والانتخابات خارج مفاهيم السياسة والسلطة والتاريخ. والأهم انه لا يمكن معالجة الموضوع خارج الفكر النقدي اي ان الثوابت الاجتماعية والتاريخية تخضع للبحث.

#### 1-العلاقة من منظور سياسي

كتبت كيت ميليت **Kate Millett** وهي من ابرز رائدات ما عرف بالموجة الثانية في الحركة النسوية: "وضعت النساء دوماً في مرتبة الأقليات عبر التاريخ وحتى بداية هذا القرن (اي القرن العشرين) بالرغم من حصولهن على بعض الحقوق المدنية القليلة والحق بالاقتراع. ولكن من الغباء الاعتقاد بأن النساء ... يمكن أي تمثيل حقيقي بمجرد قدرتهن على التصويت الآن. والتاريخ يقدم صورة واضحة للأمر؛ فامتلاك السود (السمر) حق التصويت منذ أكثر من مئة عام لم يأتِ بنفع كبير".

كان ذلك في سبعينيات القرن الماضي عندما نشرت ميليت كتابها <sup>1</sup>**Sexual Politics** (السياسات الجنسية) الذي ترجم الى الفرنسية تحت عنوان **La politique du mâle** والذي وصفته صحيفة نيويورك تايمز بـ "الكتاب المقدس لتحرير المرأة" <sup>2</sup>، واعتبر كذلك من اوائل الكتب التي اثارت غضب الرجال في كل البلاد <sup>3</sup>.

سعت ميليت في كتابها الى تبيان آليات عمل السلطة وارتباطها بالجنس والجنسوية <sup>4</sup>. ولكنها سرعان ما اصدرت كتابا ثانيا أسمته "طيران" **Flying** تضمن من جملة ما تضمن، اعترافات عن المضايقات التي تعرضت لها بسبب كتابها الاول. لم يكن ذلك منذ زمن بعيد.

<sup>1</sup>Millett Kate, *Sexual Politics: A Surprising Examination of Society's Most Arbitrary Folly*, Doubleday; First edition 1970.

Pour la traduction française, GilleElisabeth, *La politique du mâle*, Stock,1971.

<sup>2</sup>Sehgal Paul et Neil Genzlinger, « Kate Millet, Whose 'Sexual Politics' Became a Bible of Feminism, Dies at 82 », The New York Times, 8 septembre 2017, URL <http://nouveau.eureka.cc/Link/unisher1/news%2%b72...>

<sup>3</sup> Willson Norma, "Majority Report: A Liberated Glossary: Guide to Feminist Writings", The English Journal vol 63 no 6 page 15, 1974.

<sup>4</sup>Millett K., *Flying (En vol)*, Publisher, Knopf,1974.

فالبحث في ما يسمّى "السياسات الجنسية" مرتبط بالسؤال عن امكانية ان نقارب العلاقة بين الجنسين " من منظور سياسي " ضيق، اي من خلال السلطة التي تتحكم بالعلاقات فتقسم المشهد الى مجموعتين، مسيطر وتابع<sup>5</sup>، بينما السياسة بمعناها الواسع او السياسة الفضلى كما تسميها ميليت والتي "لا تعكس السياسة كما نعرفها"، يمكن اعتبارها "تنظيم الحياة الانسانية حول مبادئ ملائمة منطقية بحيث يمكن الغاء فكرة السلطة التي يمارسها البعض على الآخر"<sup>6</sup>. من هنا ضرورة البحث في السياسة كمفهوم.

على مدى أكثر من 150 عاما حاربت النساء في الولايات المتحدة الاميركية للحصول على حق الاقتراع. "وعندما حصلنا على هذا الحق أدركنا حجم الخداع الذي تعرضنا له. صار عنا وكافحنا وحاربنا اليأس كثيرًا حتى تعبنا، وطالبنا أن نحظى بذلك الحق وسنتكفل بالباقي لوحدها. ولم ندرك أننا تعرضنا للخداع... وأن حق الاقتراع ليس اعترافًا حقيقيًا بالمواطنة في أمريكا، وإن لم تكن ممثلًا في ديمقراطية نيابية فكل هذا لا يعني شيئًا... رغم أننا تشكل 53% من التعداد السكاني... نصف عدد السكان وأكبر أقلية في التاريخ"<sup>7</sup>.

## 2- ما السياسي؟

الفيلسوفة أنا ارندت Hannah Arendt التي دافعت عن المجال العام والتعددية والعمل السياسي تعقبت "الملكات العقلية التي تسمح للفكر بان يصبح بالفعل سياسيا... هذه الحركة التي تنتج عن فعل التفكير هي ما يجعل من الفكر فعلا حيويًا وشرطًا من شروط الحياة"<sup>8</sup>. فالسياسة تعنى بالمجتمع وفي الاختلاف والتبادل داخل مكوناته، اي ان السياسة "تتبنى على واقع التعددية الانسانية"<sup>9</sup>. والانسان في نظر الفلسفة والتيلوجيا "لا يوجد (او لا يتحقق) في السياسة الا اذا استفاد من نفس الحقوق المضمونة للأفراد الاكثر اختلافًا"<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> انظر، ميليت كيت، "السياسة الجنسية"، ترجمة حسون عزة

[http://www.maaber.org/issue\\_may14/spotlights1\\_a.htm](http://www.maaber.org/issue_may14/spotlights1_a.htm)

<sup>6</sup> Millet K., Theory of sexual Politics, Sexual politics, Kate Millet, University of Illinois Press, 2000 pp. 23-58.

ميليت ك، "نظرية السياسات الجنسية"، ترجمة سيف الدولة عابدة، تحرير وتقديم، كمال هالة وسامي آية، النسوية والجنسانية، سلسلة ترجمات نسوية العدد 7، مؤسسة المرأة والذاكرة، 2016.  
<sup>7</sup> ميليت ك، "السياسة الجنسية"، ترجمة عزة ح.

[http://www.maaber.org/issue\\_may14/spotlights1\\_a.htm](http://www.maaber.org/issue_may14/spotlights1_a.htm)

<sup>8</sup> مستقيم المهدي، "حنة أرندت «فيلسوفة السياسة»... كتاب جديد يبحث في نظرياتها"، القدس العربي، 2016/5/6. (عن كتاب بن دودة مليكة، فلسفة السياسة عند حنة ارندت، منشورات الاختلاف منشورات ضفاف، 2015).

<http://www.alquds.co.uk/>

<sup>9</sup> انظر أرندت حنة، ما السياسة، ترجمة الخويلدي زهير، مبروك سلمى بالحاج، دار الامان، منشورات ضفاف، منشورات الاختلاف، الرباط، 2014 ص 5.

" بما ان الفلسفة والتيلوجيا تهتمان دائما بالانسان ولان كل تصريحاتهما تركزان دقيقة حتى عندما يصرحان انه لا يمكن ان يكون هناك شخص واحد او فقط شخصان او فقط اشخاص مماثلون فانهما لم يعثرا ابدا على اي جواب يكون صالحا فلسفيا لسؤال : ما هي السياسة؟ نجد عند كل المفكرين الكبار بما فيهم افلاطون اختلافًا في المستوى ما بين الفلسفات السياسية وبقية آثارهم الظاهرة للعيان. لا يمكن للسياسة ان تصل ابدا الى نفس مستوى العمق. ان معنى العمق الذي هو نقيضة ليس شيئًا آخر سوى معنى فاشل للعمق الذي تتجذر فيه السياسة. المرجع نفسه، ص 5.  
<sup>10</sup> المرجع نفسه، ص 7.

ولكن البحث في "ما السياسي" و"ما السياسة" يضيء على فشل ما في "السياسة" في تحقيق "السياسي". كما يشير الى ذلك مارسيل غوشيه<sup>11</sup> Marcel Gauchet في كتابه L'avènement de la démocratie وكما ايضا عبرت عنه ارندت، اذ "ما سار على شكل خاطيء هو السياسة، بمعنى نحن انفسنا، بقدر ما وجدنا على نحو متكرر، ولكن ليس ما يمكننا القيام به وخلقه طالما نحن موجودون في صيغة المفرد"<sup>12</sup>.

فالهدف والتحدي في أن هو تحقيق السياسي في السياسة لابعاد العنف والشمولية من جهة ولتحقيق المساواة. وينطلق تفعيل العقل في الفكر الذي دعت اليه ارندت ليصبح التفكير سياسيا، من ان جوهر السياسة التعددية ومعنى السياسة هو الحرية.

### 3- التمثيل النسائي في البرلمان في لبنان

المرأة اللبنانية لها الحق في الترشح والانتخاب منذ العام 1953<sup>13</sup>. ورغم ذلك وصلت الى الآن 17 سيدة الى المجلس النيابي<sup>14</sup>. كان لبنان في المرتبة 185 من اصل 193 اثر انتخابات 2009 حيث كانت نسبة النساء في البرلمان 3.1%، اما بعد انتخابات 2018 فتقدّم الى المرتبة 184 مع 4.6%.

### 4- في تحديد الجندر

تحظى الانتخابات في الدول كافة بتغطية اعلامية مهمة بالنظر الى ان الحملات الانتخابية هي في جزء كبير منها اعلامية. ويأتي رصد الاعلام في هذه الدراسة للوقوف على كيفية تعاطيه من منظور جندي في هذه الفترة.

ساعد تشكّل مفهوم الجندر gender او ما يعرف بالعربية ب"النوع الاجتماعي"، على تحديد الفوارق بينه وبين مفهوم الجنس. فبينما يحيل هذا المفهوم الاخير الى الاختلافات بين الرجل والمرأة على اساس بيولوجي يحيل الاول الى اختلافات على اساس اجتماعي وثقافي، الخ... اي انه معطى قابل للتغير. هو "العلاقة التي

<sup>11</sup> Gauchet Marcel, *L'avènement de la démocratie*, Gallimard, 2007.

<sup>12</sup> ارندت ح، 2014، ص 134.

<sup>13</sup> بالنسبة الى الدول الاولى التي بدأت المرأة تصوّت فيها فقد "ظل حق التصويت قاصراً حتى الثلث الأول من القرن التاسع عشر على الطبقة العليا، وكانت سويسرا هي أول دولة طبقت حق الاقتراع العام للرجال عام 1830 وتلتها فرنسا عام 1848 فألمانيا عام 1871 ثم سائر الدول الأوروبية الأخرى. اتخذ مسار حق الاقتراع العام للمرأة مساراً مختلفاً، فكان أول من منحها هذا الحق دستور ولاية وايمنج الأمريكية عام 1869، وأخذت النرويج زمام المبادرة في أوروبا حيث أعطت هذا الحق للمرأة عام 1907 فاستراليا عام 1914 والدنمارك 1915 وكل من السويد والولايات المتحدة عام 1920 وانجلترا عام 1928 وتركيا 1934 ونيوزيلندا 1940 وفرنسا 1944، وكما كان الشأن بالنسبة للرجال فإن حق الاقتراع للمرأة كان مقيداً بنصاب مالي أو التعليم أو السن، ففي حالة انجلترا على سبيل المثال أعطى الحق في البداية للنساء فوق الثلاثين عاماً". الشامي حسن، "أهمية الانتخابات في النظام الديمقراطي"، الحوار المتمدن، 2013/12/8.

<sup>14</sup> سعيد طانيوس، "للمرأة الأولى في لبنان.. فوز 6 نساء بمقاعد في البرلمان"، RT Online، 2018/5/7.

تنشأ بين الرجل والمرأة على أساس اجتماعي وسياسي وثقافي وديني أي الاختلافات التي صنعها البشر عبر تاريخهم الطويل"<sup>15</sup> .

تعود بدايات استخدامات مصطلح الجندر الى نهاية الستينات وبداية السبعينات <sup>16</sup> من القرن الماضي مع Ann Oakly الذي عنت به " التصنيف الإجتماعي وترتيبه للمذكر والمؤنث" <sup>17</sup> وغيرها من الكاتبات اللواتي شكّلت الرافعة في الحركة النسوية.

وتعرّف منظمة الصحة العالمية الجندر ب "الأدوار والسلوكيات والأنشطة الاجتماعية التي يعتبرها المجتمع مناسبة للرجال والنساء"<sup>18</sup> . فهذه الادوار هي بناء ثقافي، اقتصادي، سياسي، اجتماعي تاريخي وبماكانها ان تكون نفسها للرجل كما للمرأة. من هنا فان مفهوم الجندر يعني ان يشعر الانسان بنفسه كذكر او كأنثى خارج المعطى البيولوجي. ويساعد المفهوم على إزالة الاختلاف بين الرجل والمرأة على اساس حتمية بيولوجية وعلى إزالة الصورة النمطية التي تأسر المرأة كما الرجل و"السمو بالعلاقات بين الرجال والنساء إلى مستوى حضاري من التعقل"<sup>19</sup> خارج الهوية البيولوجية الجامدة او خارج الاختلاف البيولوجي الجامد وحدوده. ويساعد المصطلح على تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة.

يعمل المفهوم على الغاء التمييز بين الرجل والمرأة الذي يستند الى المعطى البيولوجي وعلى تحقيق عدالة النوع الاجتماعي.

ويساعد ايضا المفهوم على اخراج المجتمعات من أسر الذكورية والابوية اللتين تسببان الى الرجل ايضا ويحسن من دور المرأة في المجال العام. فيزيل النظرة الجامدة الحتمية الى المرأة التي ارتكزت على المعطى البيولوجي وكذلك للرجل والتي حددت لهما كيف يكونان وما هي مهامهما ويرتقي بالمجتمع الى المساواة . فاختلف مفهوم الجنس بالجندر وأسرت بذلك "الطبيعة" المرأة ضمن مفهوم جامد وشارح في الوقت نفسه لما تكون المرأة.

الجملة الشهيرة التي كتبتها سيمون دو بوفوار في "الجنس الآخر"، في العام 1949، "لا تولد المرأة امرأة بل تصبح كذلك" أسست لمصطلح الجندر ووقفت في وجه المجتمع الذكوري والابوي <sup>20</sup> . وقبلها بعشرين سنة في العام 1929، فعلت فيرجينيا وولف عندما تحدّثت عن غرفة للمرأة تخصّها لوحدها مع استقلالية مادية تمكّنها من ان تكتب<sup>21</sup> . ودعتها الى الكتابة في كل المواضيع من دون استثناء.

وبعد بلورة مفهوم "الجندر" على انه متغيّر ومركّب تعمل المنظمات والهيئات المهمة بالموضوع على تفعيل هذا المفهوم وتستنند الى الاعلام لما له من دور في تطبيق المفهوم ونشره وتعميمه.

<sup>15</sup>السعد نورة خالد ، "الجندر ودوره في قضايا المرأة"، الرياض، 2005/12/29.

<sup>16</sup>ويمكن العودة الى ما قبل هذا التاريخ مع مارغريت ميد Margaret Mead التي منذ العام 1935 مهّدت لتحديد المصطلح من خلال تحدّثها عن الأدوار الاجتماعية وجون موني John Money التي اعطت تعريفا في الخمسينات للأدوار الجندرية، وجوديث بتلر Judith Butler ، الخ...

<sup>17</sup>ليبض رشيد، " النوع الاجتماعي: مفهومه، نظرياته، وتمثلاته"، الحوار المتمدن 2013/9/4. انظر كتاب :

Oakly Ann ,Sex, gender and society, Maurice Temple Smith Ltd., 1972.

<sup>18</sup><http://www.who.int/gender/whatisgender/fr/>

<sup>19</sup> ليبض ر.، المرجع نفسه.

<sup>20</sup> De Beauvoir Simone, Le deuxième sexe, Gallimard, 1949.

<sup>21</sup>ولف فيرجينيا، غرفة تخص المرء وحده، ترجمة سمية رمضان، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2009



يتداخل مع هذا المفهوم مفهوم التمييز. من اجل الغاء التمييز ( discrimination ) وهو اشكالية بحد ذاته وتحدث هنا عن التمييز الجنسي ( sexisme ) الذي من احد اشكاله "التفوق" لجنس على آخر، واقصائه والعنف تجاهه. وهو مظهر من مظاهر العنصرية التي تمارس ضد المرأة الجنس الاضعف.

## 5- في تحديد ال "الكوتا"

تعتبر "الكوتا" التي تعني في الاساس "حصة" وسيلة تحول دون انعدام او ضعف تمثيل المرأة في الحياة السياسية لما عانتها وتعانيه من اقصاء وتهميش<sup>22</sup>.

في الاساس عندما وافقت الدول الـ189 واجمعت على تطبيق مبدأ الكوتا، في مؤتمر بكين في العام 1995<sup>23</sup>، في خلال المؤتمر الرابع العالمي عن النساء كان الاقتراح اقله 30% كوتا نسائية في البرلمان على اساس انه مع الوقت تزيد نسبة الكوتا حتى تبطل في النهاية تلقائيا عندما يكون التمثيل عادلا. ولكن بعد 23 سنة لم تتقدم الدول في تطبيق نظام الحصص على اساس التمييز الايجابي ولا تزال الدعوات في العالم وفي لبنان من اجل تحقيق ذلك.

الكوتا حل مؤقت اذ من ينتقدها يرى انها هي نظام تمييزي بحد نفسه يجعل من المستحيل على المرأة التي بإمكانها ان تكون في الحقل العام بسبب قدرتها وكفاءتها ان تثبت نفسها لوحدها من دون الحاجة الى هذا الحل. وقد شهدت الساحة السياسية في لبنان نقاشات كثيرة حول الكوتا النسائية من دون ان يؤخذ بها.

## 6- في فلسفة الانتخابات

الانتخابات فلسفيا مرتبطة بعدم اليقين. اذ يعتمد الشعب الى الاقتراح بهدف الحصول على ما هو افضل. هي فرصة لمراجعة الفترة السابقة وهي رافعة من شأنها في المبدأ ان تقدم الاصلاحات على عدة صعد. هذه الآلية "الحكم والقياس في المراجعة والاختيار"<sup>24</sup> فرصة تتكرر بشكل دوري ومن شأنها ان تساعد على اصلاح الخلل بشكل دائم. هي مرتبطة بالديمقراطية وبمبدأ الاختيار الواعي من هنا تحدد فترة للصمت الانتخابي قبل الانتخابات.

## 7- في تحديد فترة الصمت الانتخابي

<sup>22</sup>"نظام الكوتا: نماذج وتطبيقات حول العالم"، ورقة بحثية، نظرة للدراسات النسوية، 28 نيسان 2013.

<http://nazra.org>

<sup>23</sup>نص وثيقة المؤتمر:

<http://www.pal-monitor.org/UpLoad/uploads/6061ad9870.pdf>

<sup>24</sup>غرابية ابراهيم، "الانتخابات بما هي جدل فلسفي واجتماعي"، 2015/2/25.

<http://www.alghad.com/>

تنصّ المادة 78 من قانون الانتخابات على : "في فترة الصمت الانتخابي ابتداء من الساعة صفر لليوم السابق ليوم الانتخابات ولغاية إقفال صناديق الاقتراع، يحظر على جميع وسائل الإعلام بث أي إعلان أو دعاية أو نداء انتخابي مباشر باستثناء ما يصعب تفاديه من صوت و/أو صورة لدى التغطية المباشرة لمجريات العمليات الانتخابية"<sup>25</sup>. وفي الانتخابات الاخيرة لفت رئيس الهيئة القاضي نديم عبد الملك الى هذه المادة.

قد تتراوح فترة الصمت بين بلد وآخر: يوم الانتخاب، 24 ساعة ما قبل، وهناك دول تعتمد يومين او ثلاثة قبل يوم الانتخابات. والهدف منها هو خلق مناخ هادئ للناخب ليتسنى له اتخاذ القرار الصائب في من سينتخب بعيدا عن المؤثرات.

في لبنان كان هناك التباس بالنسبة لانتخابات المغتربين كونها تجري للمرة الاولى. "هيئة الاشراف على الانتخابات، ذهبت باتجاه التسوية حينما تركت الموضوع ملتبساً، بقولها في بيان أصدرته في 25 نيسان: "على جميع وسائل الاعلام في الخارج التي تقوم بتغطية عملية الاقتراع الالتزام بالمادة 78 من قانون الانتخاب رقم 44 - 2017 لجهة عدم بث أي اعلام أو دعاية أو نداء انتخابي مباشر". واستتبعت الفقرة بفقرة أخرى قالت فيها: "على جميع وسائل الاعلام التقيد فقط بالبيان رقم 20 الصادر عن هذه الهيئة بتاريخ 2018/4/24 والمتعلق بالصمت الانتخابي بالنسبة الى الانتخابات التي ستجرى في لبنان بتاريخ 6 ايار 2018"<sup>26</sup>.

اما في ما يتعلّق بالمواقع الالكترونية، ففي فرنسا مثلاً ينطبق القانون أيضاً على المواقع الالكترونية وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي للمرشحين. فعلى سبيل المثال، لا يحق للقيمين على اعداد الحملات الانتخابية تحديث المواقع الالكترونية الخاصة بالمرشحين فأى مخالفة تكون عرضة لغرامة قدرها 3750 يورو<sup>27</sup>.

اما لجهة التعبير، ففي البداية استخدم مصطلح "الصمت الرقمي" *silence numérique* (في الانتخابات الرئاسية في فرنسا في العام 2012) وهناك من يفضل مصطلح "حالة تجميد" *état de gel* لأن مصطلح "صمت" غير مناسب الكترونياً<sup>28</sup>.

في لبنان، الموضوع لا يزال غير محدد.

<sup>25</sup>النهار، 3 ايار 2018.

<sup>26</sup>رضا نذير، "مرشحو لا يصمتون!"، المدن، 2018/4/30.

<sup>27</sup>Deborde Juliette, « Ce qu'on peut dire (ou pas) sur les réseaux sociaux ce week-end », Libération, 5/5/2017.

<sup>28</sup> Theviot Anaïs « Un silence numérique bavard. Controverses autour de l'interdiction de la propagande politique en ligne avant le vote », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 103 | 2013, mis en ligne le 16 décembre 2015, URL : <http://journals.openedition.org/mots/21482>

## 8-أزمات لبنان السياسية

يتأثر لبنان بالاضاع الاقليمية والتجاذبات الدولية وينعكس الانقسام السياسي الحاد الذي يعيشه على عمل المؤسسات الدستورية. يكفي العودة الى سنوات قليلة الى الورااء. لنحو عامين ونصف العام عرف لبنان فراغاً في سدة الرئاسة الأولى اثر تعذر التوافق على رئيس جديد خلفا للرئيس ميشال سليمان. وعندما انتقلت مهام رئاسة الجمهورية اللبنانية إلى حكومة الرئيس تمام سلام، تجاوزت فترة تكليفه تشكيل الحكومة العشرة أشهر. كما تعذر اتفاق الأفرقاء السياسيين على قانون انتخابي جديد، فتمّ تمديد ولاية البرلمان التي انتهت عام 2013<sup>29</sup>.

وينتظر لبنان اليوم تشكيل الحكومة رقم 75 منذ استقلاله عام 1943، ورقم 18 منذ انتهاء الحرب عام 1990. و"في السنوات الـ27 الفائتة، ما بعد الطائف، تشكّلت في لبنان 17 حكومة، أي بمعدل حكومة لكل سنة ونصف السنة. وإذا أضفنا نحو 4 سنوات لمرحلة ما بعد اغتيال الحريري إلى السنوات التسع لمرحلة ما بعد انتخابات العام 2009، يكون لبنان قد عاش أكثر من 4 سنوات من حكومات تصريف الأعمال وستين من الفراغ الرئاسي وكل ذلك في نحو 13 سنة<sup>30</sup>".

فالازمات الدستورية التي يعيشها لبنان تؤثر سلبا على تفعيل دور المؤسسات. ويأتي التقدم ببطء. وفي الانتخابات الاخيرة ورغم ما أثاره قانون الانتخابات الجديد الذي على اساسه تم اختيار 128 مقعداً في 15 دائرة انتخابية اعتمدت النسبية للمرة الأولى في تاريخ لبنان.

---

<http://www.almayadeen.net/>

<sup>29</sup>الصباغ عباس، "بعد التمديد 3 مرات للبرلمان.. أي أهمية للانتخابات التشريعية في لبنان؟" 2018/3/5

<sup>30</sup>حسين وليد، "عمر حكومات تصريف الأعمال: 4 سنوات خلال 13 سنة"، المدن، 2018/5/23.

## القسم الثاني

### التحليل الكمي لتغطيات الاعلام لحملة المرشحات

يعرض هذا القسم التحليل الكمي للوسائل الاعلامية التي تناولتها الدراسة خلال شهرين تقريبا اي من 6 آذار الى 4 ايار من العام 2018 فيقدم نتائج رصد توزيع مساحة التغطيات الصحافية لمختلف المواضيع، مع حجم التغطية الاخبارية، حجم المقابلات الصحافية، نسب التغطية الصحافية بين المرشحين والمرشحات، نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطية. كما تناول التغطيات الصحافية لمواقف مؤيدة للمشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة، الخ...

ويتناول التحليل ايضا توزيع التوقيت العام المرصود لناحية نوع التغطيات في التلفزيون، مواضيع التغطية التلفزيونية، موقع التقارير الاخبارية بين المرشحين والمرشحات، نسبة النفاذ المباشر للمرشحات من مجموع التغطيات التلفزيونية، نسبة التغطية التي نالتها المرشحات مباشرة مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين، المساحة المخصصة للمرشحات في البرامج الحوارية والمقابلات وفقا للتوجه السياسي، التغطيات التلفزيونية للقنوات الخاصة على الاحزاب المختلفة، والمساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للمستقلين بمن فيهم المرشحين على لوائح الاحزاب الرئيسية، الخ...

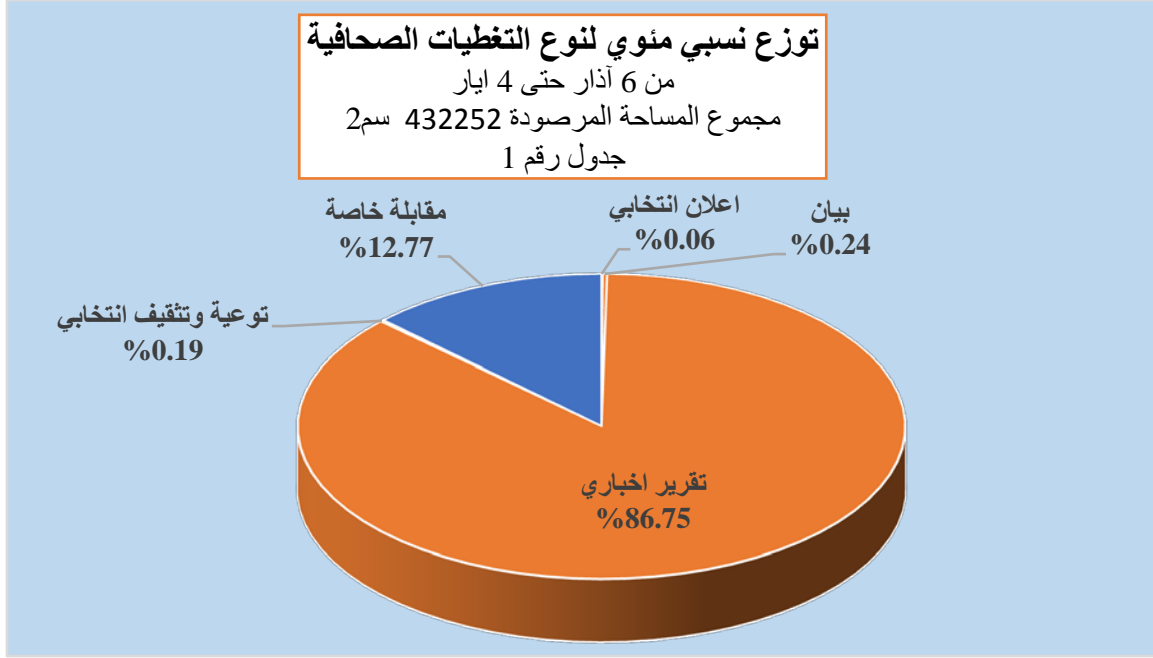
ويهتم بالقاء الضوء على انواع مخالفات الصمت الانتخابي في جميع القنوات التلفزيونية المرصودة، توزيعها تبعا للمساحة المخصصة لها ووفقا لكل قناة تلفزيونية.

كما يبيّن نتائج رصد مواقع التواصل الاجتماعي، كالتدوينات بين حسابات المرشحات على تويتر وفيسبوك عن الفترة الممتدة من 6 نيسان حتى 6 ايار 2018، توزيعها، نوعها، نوع الوسائط التفاعلية في التدوينات خاصتها. وكذلك بالنسبة الى التدوينات بين حسابات المرشحين على المنصتين المذكورتين.

ويقدم هذا القسم جداول بيانية تسهّل الاطلاع على النتائج.

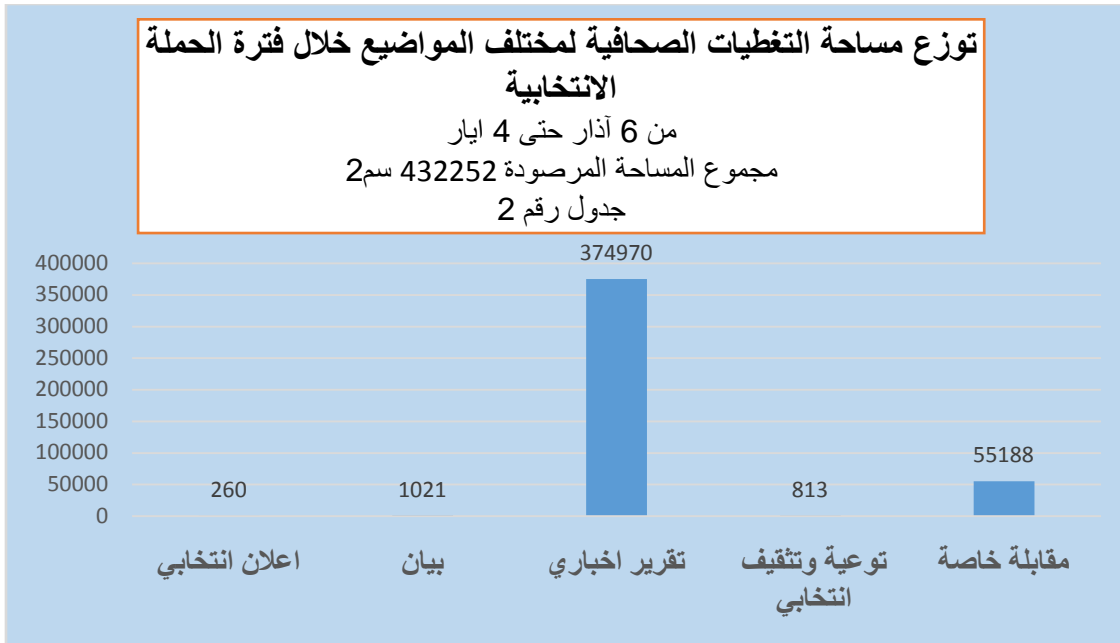
## أولاً: في الصحافة المكتوبة

### 1- توزيع نوع التغطيات الصحافية



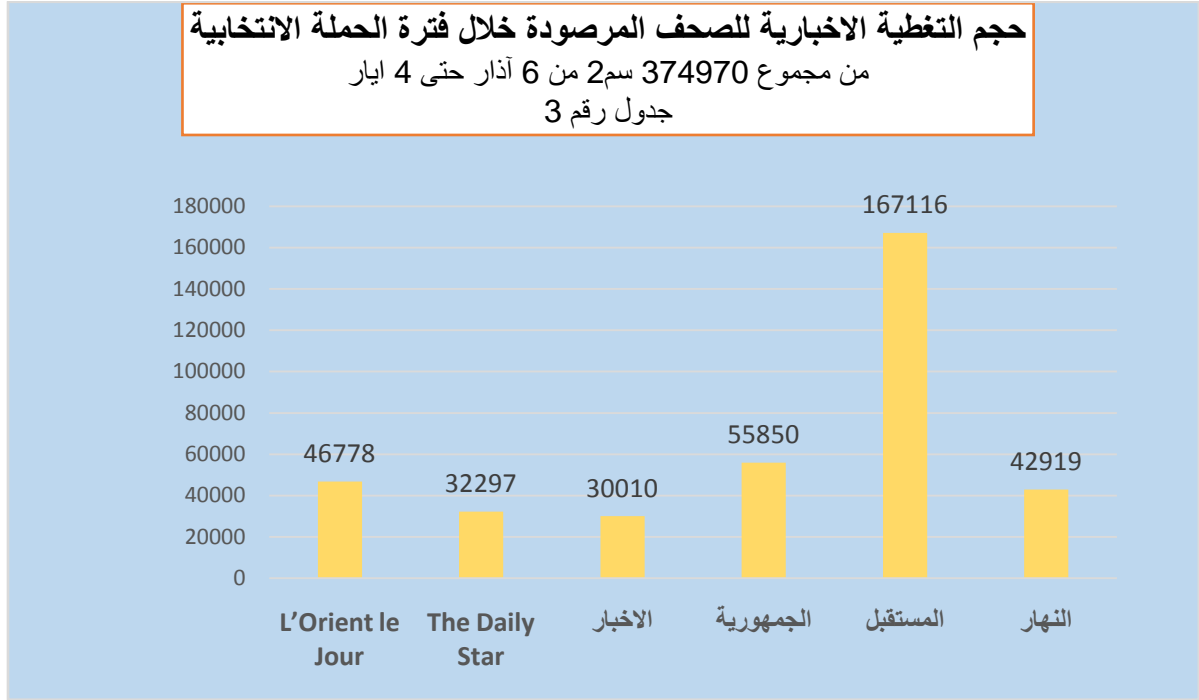
جاءت اغلبية التغطيات الصحافية تقارير اخبارية بنسبة 86.75% من مجموع المساحة المرصودة، من ثم وبفارق كبير "مقابلات خاصة بنسبة 12.77%"، فبنسب شبه معدومة ومتقاربة: بيانات، توعية وتنقيف واعلانات انتخابية (بين 0.24 و 0.06).

### 2- توزيع مساحة التغطيات الصحافية لمختلف المواضيع



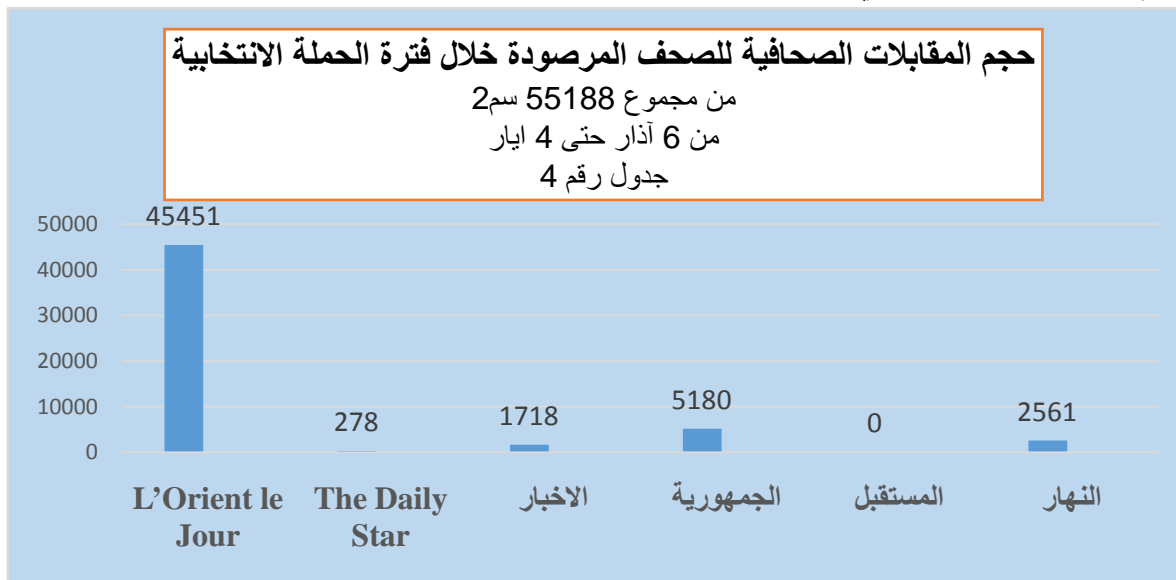
يظهر هذا الجدول توزيع احجام مساحة التغطية الصحافية بالسهم 2 لمختلف المواضيع ويبدو طغيان التقرير الاخباري على ما عداه.

### 3- حجم التغطية الاخبارية للصحف المرصودة



احتلت المستقبل بنسبة 44.56% المساحة الاكبر للتغطية، من ثلثها وبفارق ملحوظ الصحف الاخرى كالجمهورية 14.89%، L'Orient le jour 12.47%، النهار 11.44%، The Daily Star 8.16%، فالاخبار 8%.

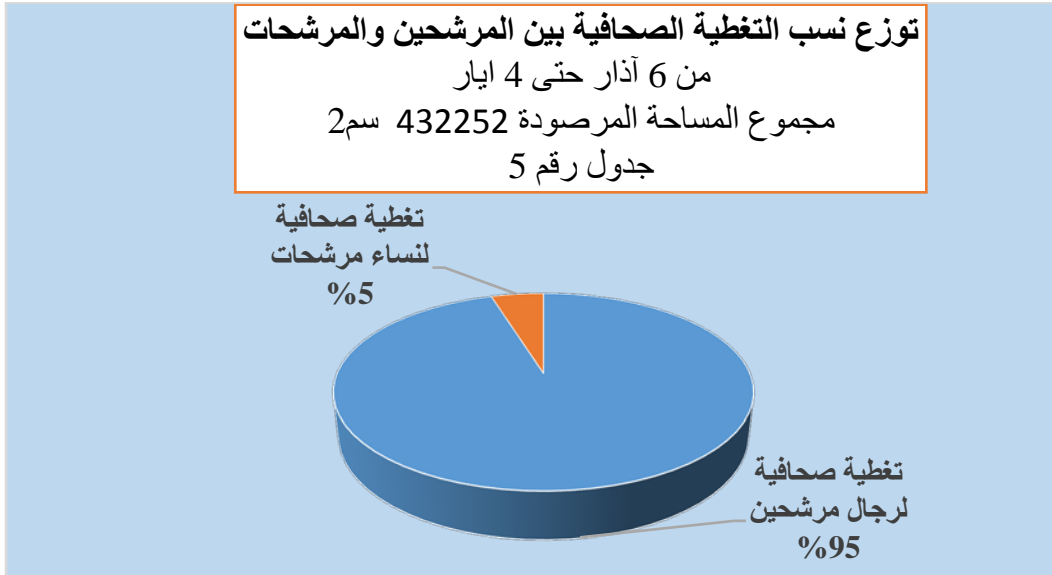
### 4- حجم المقابلات الصحافية في الصحف المرصودة



النسبة الاكبر 82.35% من المقابلات كانت لصحيفة L'Orient le Jour التي اعتمدت نموذج الاسئلة نفسها التي وجهتها الى المرشح والمرشحة اضافة الى سؤال ما اذا ما كان المرشح/ة نائبا سابقا. وفي الصحف الاخرى: 9.38% الجمهورية ، 4.64% النهار، 3.11% الاخبار، 0.50% The Daily Star.

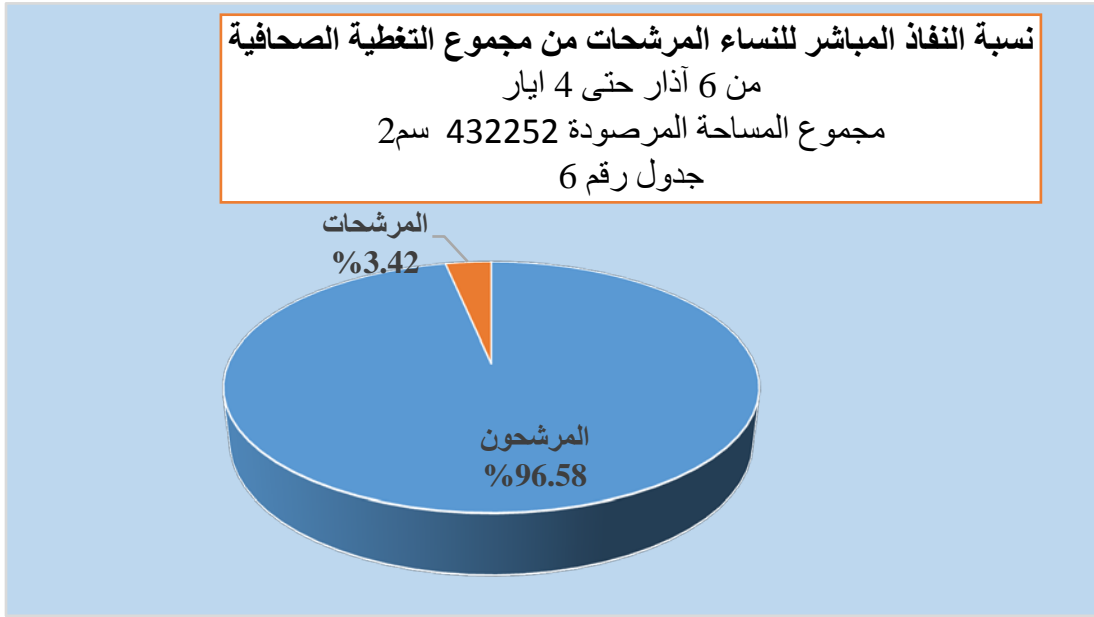
المستقبل التي كانت الاولى من حيث التغطيات الاخبارية سجّلت صفر مقابلة في الفترة المرصودة.

#### 5- توزيع نسب التغطية الصحافية بين المرشحين والمرشحات



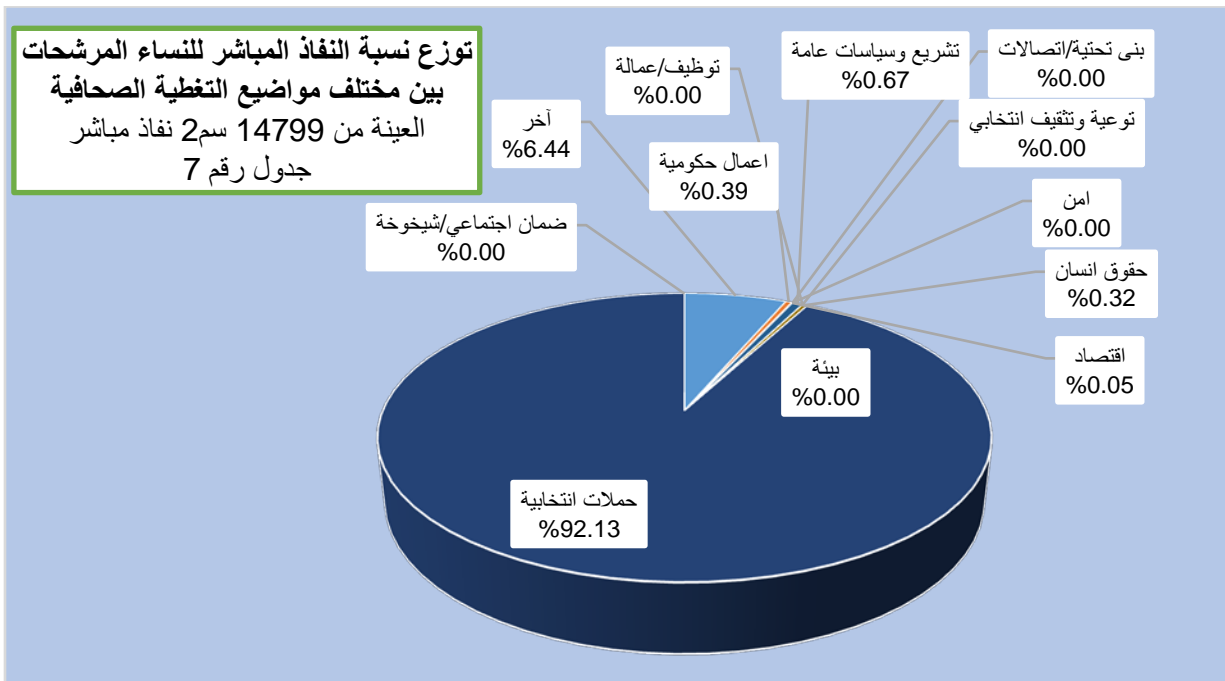
بلغت مساحة التغطية العامة 432252 سم<sup>2</sup>، شكلت حصة التغطية الصحافية للمرشحات 20830 سم<sup>2</sup> (أي ما يعادل نسبة 5%) في مقابل 411422 سم<sup>2</sup> كحصة التغطية الصحافية للمرشحين الرجال (أي ما يعادل نسبة 95%).

## 6 -نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطية الصحافية



النفاذ او الوصول المباشر للمرشحات يعني الكلام المباشر او النص الحرفي لما ادلت به النساء المرشحات من خلال التغطية الصحافية (تصريح مباشر).  
وسجلت نسبة ضئيلة جدا تعادل ال 3.4% من مساحة النفاذ المباشر للمرشحات من مجموع التغطية العامة.

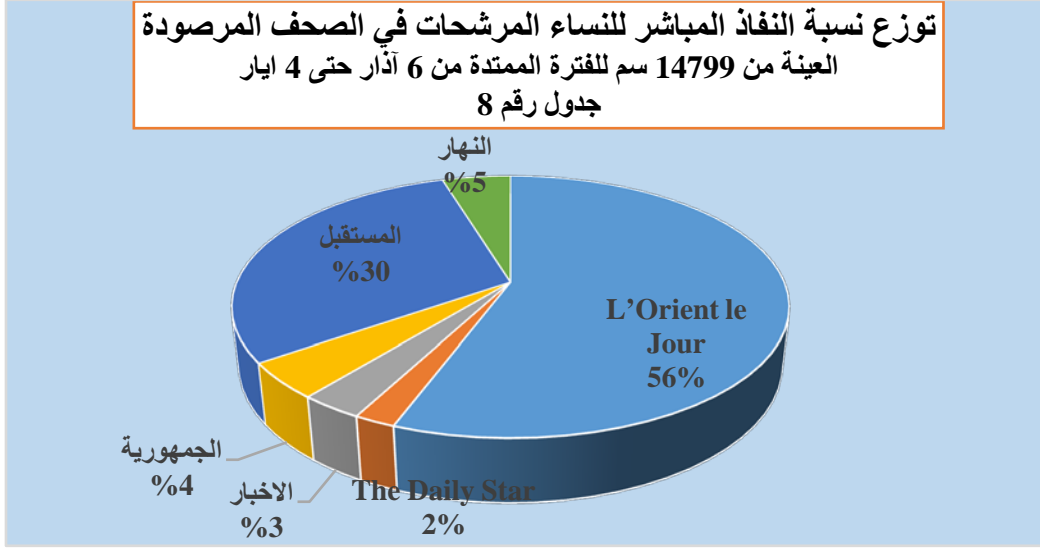
## 7 -نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات بين مختلف مواضيع التغطية الصحافية





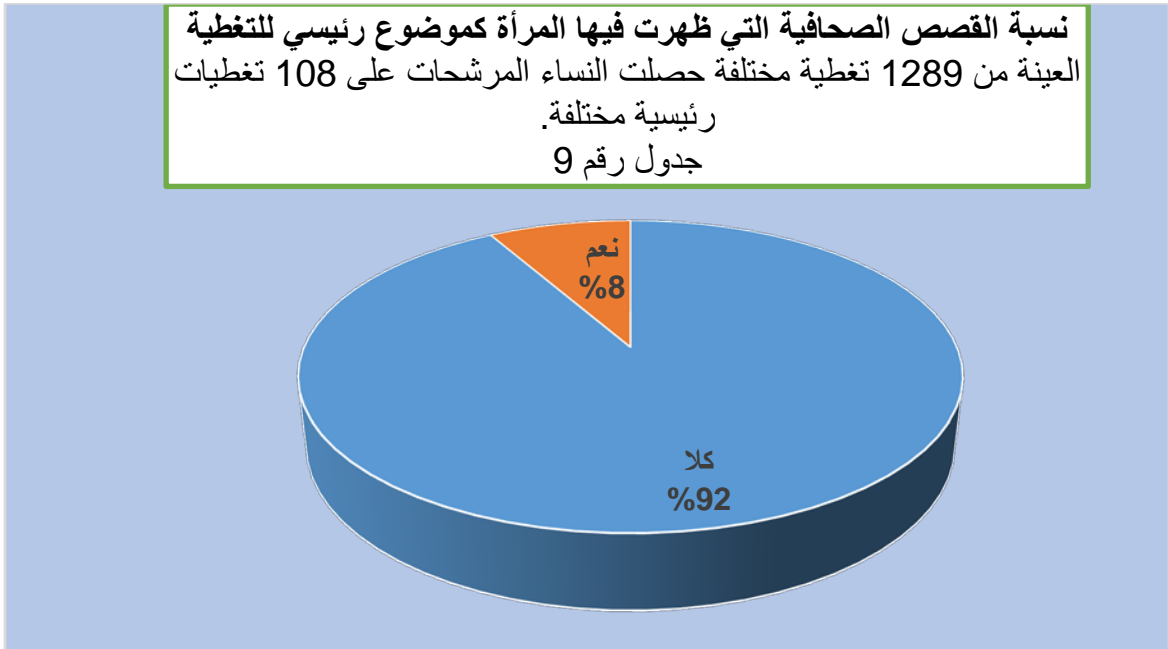
يبين الجدول كيف توزعت نسب النفاذ المباشر للنساء المرشحات بين مختلف مواضيع التغطية الصحافية حيث جاءت النسبة الاعلى وشبه الاجمالية، للحملات الانتخابية ( 92.13%) في حين سجلت نسبة صفر لمواضيع مثل الامن، البيئية، الضمان الاجتماعي، بنى تحتية، توظيف، توعية.

#### 8- توزيع نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات في الصحف المرصودة



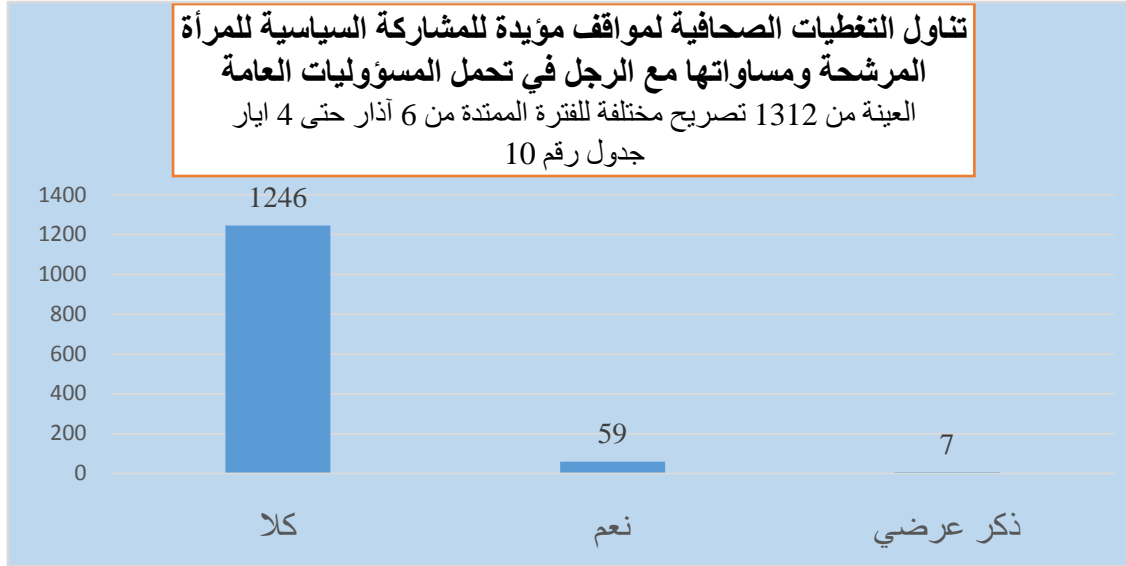
سجلت النسبة الاكبر للنفاذ المباشر للمرشحات في صحيفة L'Orient le Jour 56%، تلتها صحيفة المستقبل بنسبة 30% ومن ثم بنسب قليلة جدا ومتقاربة تتراوح بين 5% للنهار و 4% للجمهورية و 3% للأخبار. وتشكل L'Orient le Jour لوحدها اكثر من نصف النسبة الاجمالية للنفاذ العام مقابل بقية الصحف مجتمعة.

#### 9- نسبة القصص الصحافية التي ظهرت فيها المرأة كموضوع رئيسي للتغطية



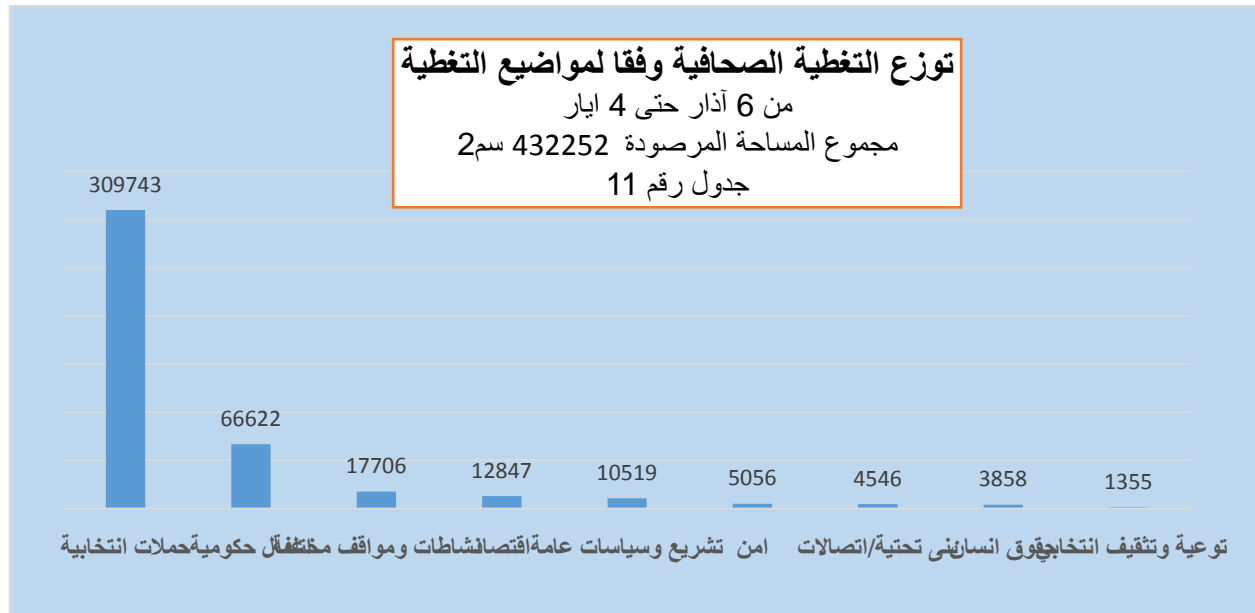
ظهرت المرأة بنسبة ضئيلة جدا في القصص الصحافية كموضوع رئيسي للتغطية ولم تتجاوز نسبة 8%.

#### 10 - التغطيات الصحافية لمواقف مؤيدة للمشاركة السياسية للمرأة المرشحة



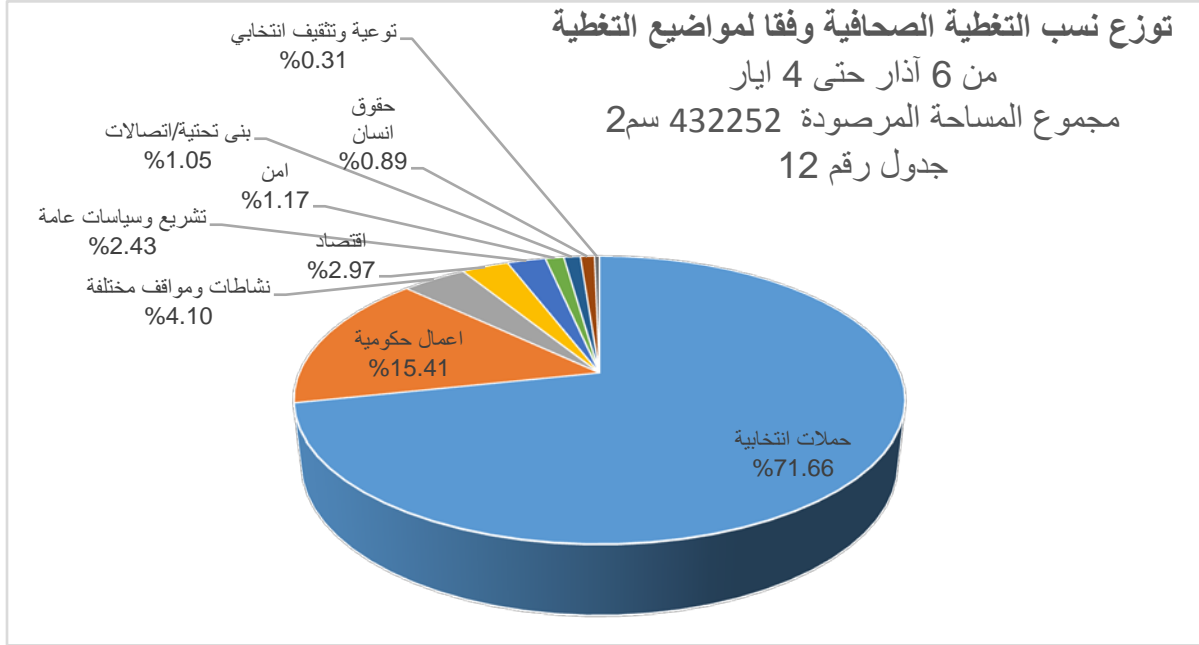
يظهر الجدول ان 94.96% من المواقف المرصودة لم تتناول موضوع المشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة، في مقابل 4.49% موقف مؤيدة تناولت هذا الموضوع بشكل رئيسي.

#### 11 - توزيع التغطية الصحافية وفقا لمواضيع التغطية



يظهر الجدول كيف توزعت مواضيع التغطية التي عكست بالاحجام التفاوت الكبير بين الموضوع الاول (الحملات الانتخابية) وباقي المواضيع.

## 12 - توزيع نسب التغطية الصحافية وفقا لمواضيع التغطية

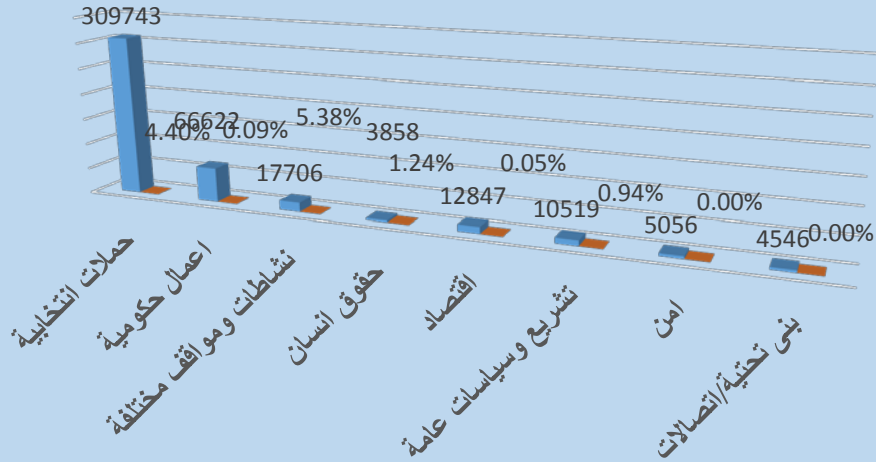


جاءت نسبة الحملات الانتخابية التي لها الحصة الاكبر من نسب توزيع مواضيع التغطية 71.66% كما هو متوقع، والتوعية والتنقيف في ادنى مرتبة بنسبة 0.3%.

## 13 - نسبة نفاذ المرأة المرشحة وفقا لموضوع التغطية

### نسبة نفاذ المرأة المرشحة وفقا لموضوع التغطية من مجموع التغطية العامة

من 6 آذار حتى 4 ايار  
مجموع المساحة المرصودة 432252 سم<sup>2</sup>  
جدول رقم 13



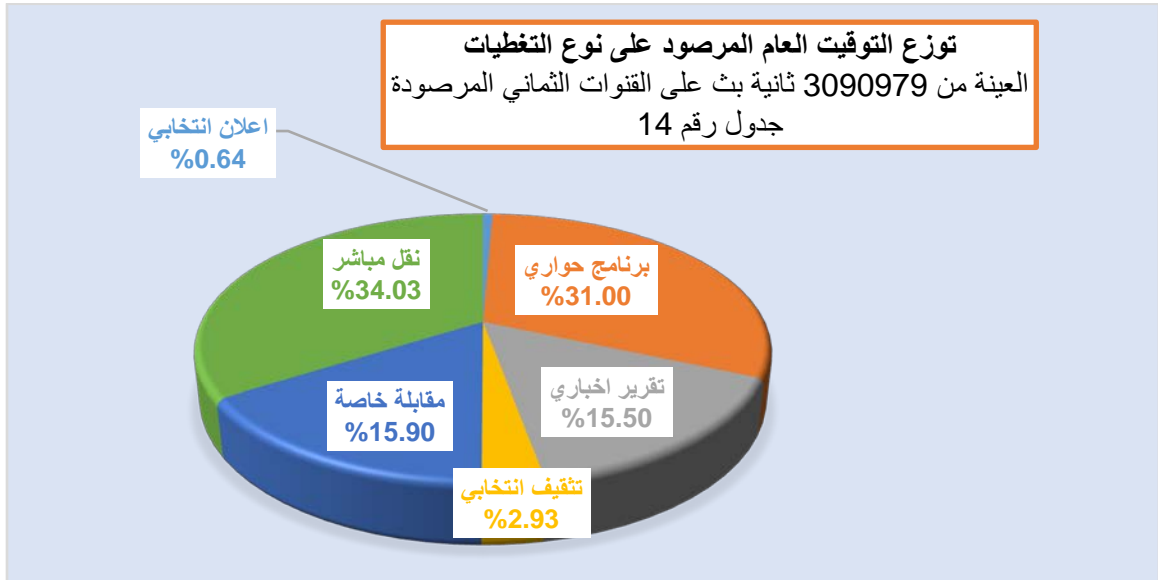
	حملات انتخابية	اعمال حكومية	نشاطات ومواقف مختلفة	حقوق انسان	اقتصاد	تشريع وسياسات عامة	امن	بنى تحتية/اتصالات
■ التغطية العامة	309743	66622	17706	3858	12847	10519	5056	4546
■ نفاذ المرأة وفقا لمواضيع التغطية	4.40%	0.09%	5.38%	1.24%	0.05%	0.94%	0.00%	0.00%

تتوزع نسبة نفاذ المرأة المرشحة وفقا لموضوع التغطية من مجموع التغطية العامة : نشاطات ومواقف مختلفة بنسبة 5.38% ثم حملات انتخابية 4.40%، حقوق الانسان 1.24%، التشريع والسياسات العامة 0.94% في حين لامست الصفر المواضيع الاخرى.

## ثانيا: في التلفزيون

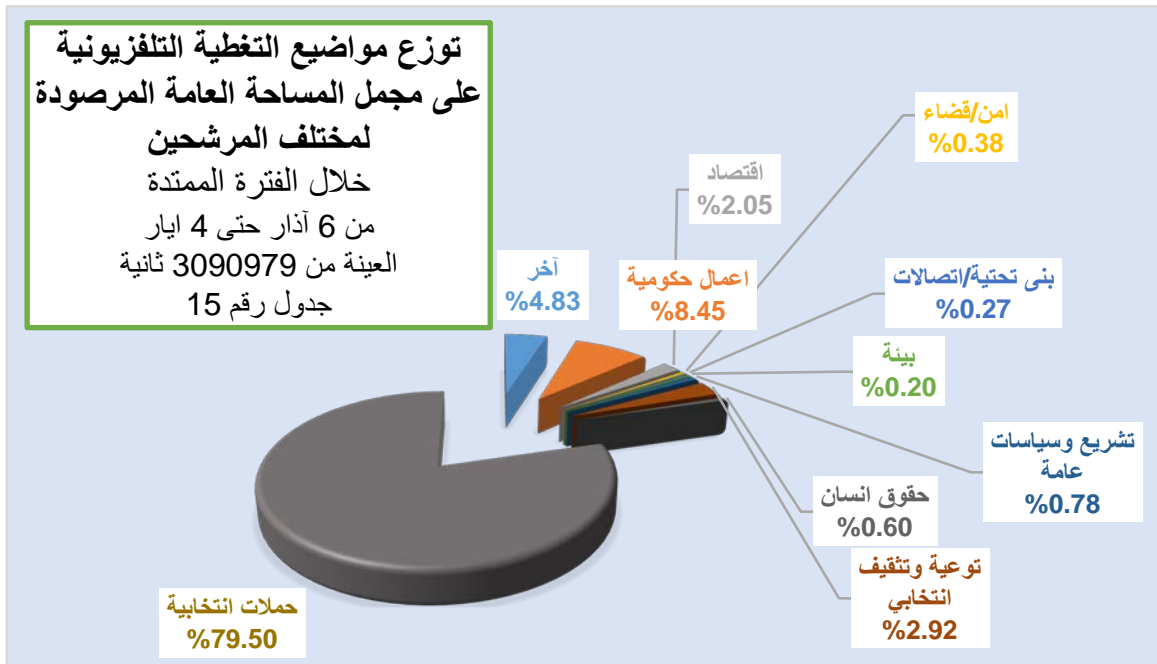
### أ - التغطية، التوزيع

#### 1 - التوقيت العام المرصود على نوع التغطيات في القنوات التلفزيونية



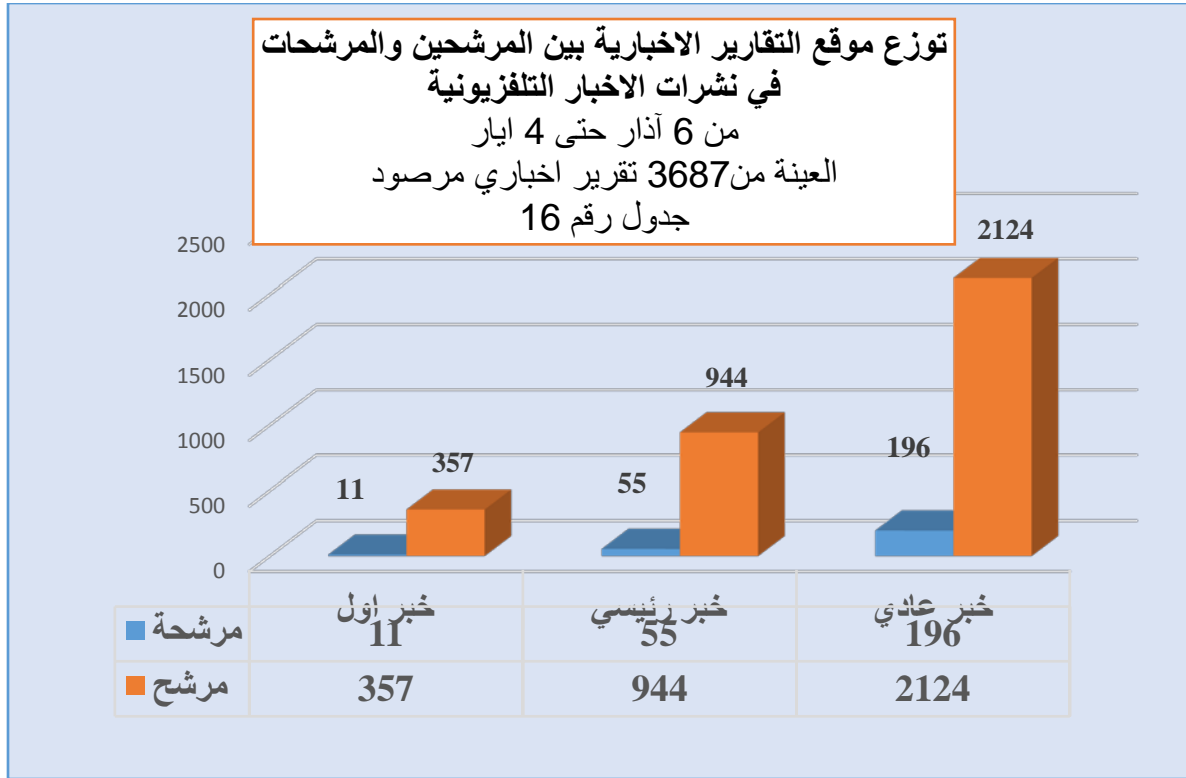
توزعت نسب التوقيت وفقا لنوع التغطيات بشكل متقارب بين نقل مباشر 34.03% وبرنامج حوارى 31% من جهة، وبشكل متقارب ايضا بين مقابلة خاصة 15.9% وتقرير اخبارى 15.5% من جهة اخرى. اما التثقيف الانتخابى فجاءت نسبته ضئيلة 2.9%. وشكل البرنامج الحوارى والنقل المباشر معا اكثر بقليل من نصف مجموع التوقيت العام.

#### 2 - توزيع مواضيع التغطية التلفزيونية على مجمل المساحة العامة المرصودة



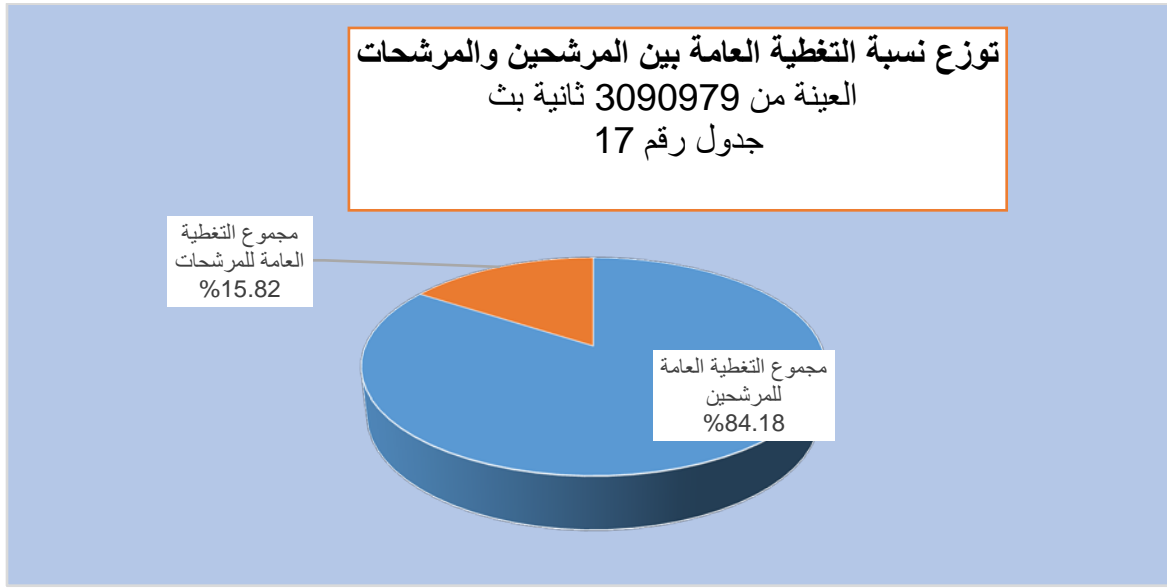
بلغت نسبة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية (خلال شهرين) 79.50% من مجمل التغطيات العامة. وتبين من الرصد ان نسبة 12% من التغطيات طالت مختلف المرشحين من خلال ممارستهم نشاطهم الوزاري او النيابي او نشاطاتهم العامة من خلال المؤتمرات وورشات العمل. اي ان هناك مجموعة من المرشحين الذين لا تتجاوز نسبتهم 2% استفادوا من تغطية تلفزيونية بنسبة 12% من التغطيات العامة التي من المفترض ان يستفيد منها 592 مرشحا موزعين على اللوائح المختلفة وذلك بسبب وظائفهم الحكومية وموقعهم في الحياة السياسية العامة.

### 3 -توزع موقع التقارير الاخبارية بين المرشحين والمرشحات في نشرات الاخبار



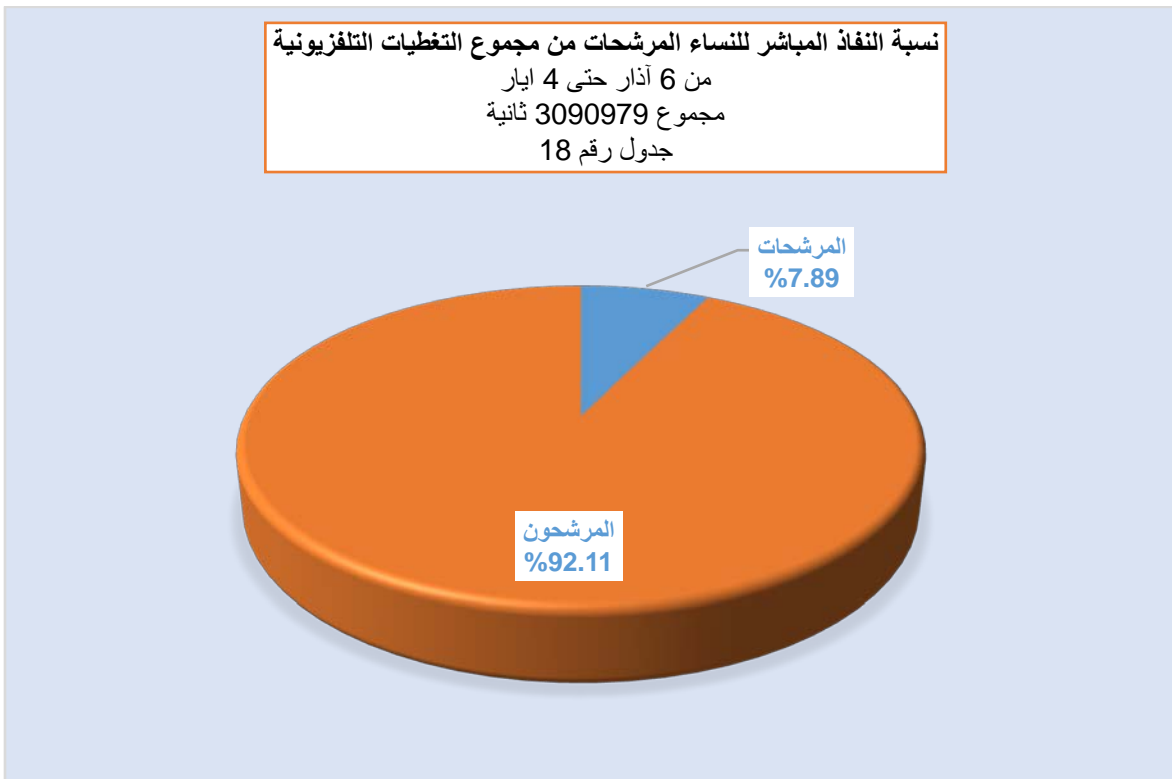
من اصل 3687 تقريرا اخباريا مختلفا استفادت المرأة المرشحة من 11 تغطية كخبير اول اي ما نسبته 0.3% مقابل 357 للمرشحين الرجال اي بنسبة 9.7%. وجاءت نسبة الخبر العادي للمرشحين الرجال 57.60% و5.31% للمرشحات. التفاوت بين المرشحات والمرشحين طال مواقع التقارير الاخبارية كلها.

#### 4- توزيع نسبة التغطية العامة بين المرشحين والمرشحات



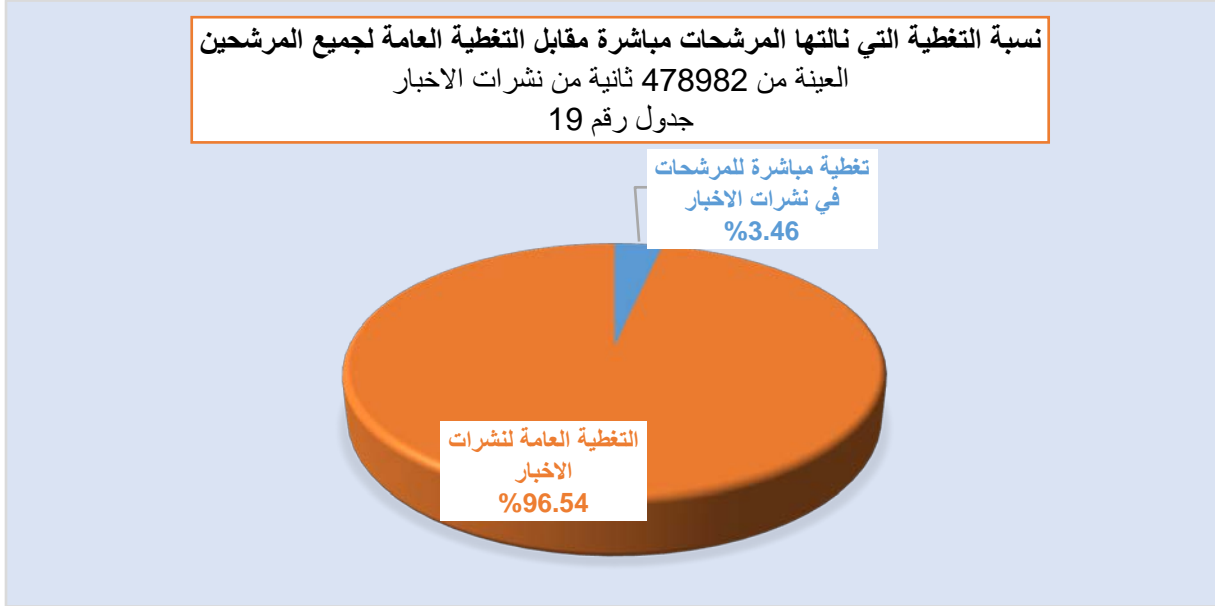
جاء توزيع نسبة التغطية العامة بين المرشحين والمرشحات لصالح الرجال الذين تمثلوا بنسبة 84.1% في مقابل 15.8%.

#### 5- نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطيات التلفزيونية



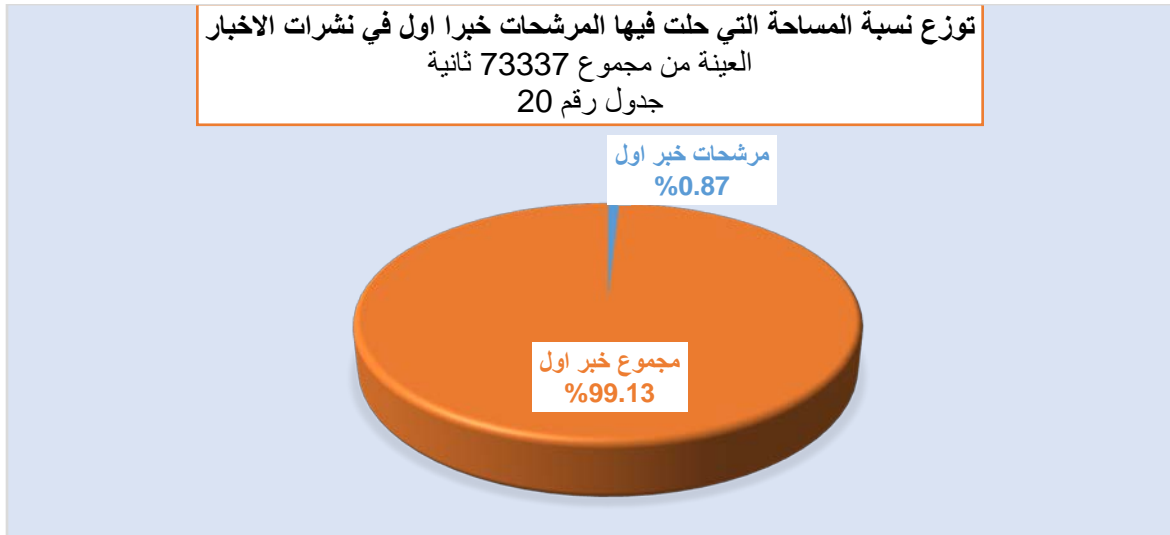
بلغت نسبة النفاذ العام المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطيات في التلفزيون 7.89% اي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع المساحة التي اعطيت للمرشح الرجل. ويمكن اعتبار ان المرشحة لم تأخذ فرصة وافية لتتوجه بشكل مباشر الى الرأي العام من خلال وسيلة اعلامية تشكّل ركنا اساسيا وعلى قدر عال من الاهمية في الحملات الانتخابية.

#### 6 -التغطية التي نالتها المرشحات قياسا على التغطية العامة لجميع المرشحين



بلغت نسبة التغطية المباشرة للمرشحات في نشرات الأخبار 3.46% مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين. وكان اظهر الجدول السابق نسبة النفاذ العام المباشر للنساء المرشحات من مجموع التغطيات في التلفزيون والتي بلغت 7.89%. تعكس هذه النسب الحجم الضئيل الذي حصلت عليه المرشحات في الوسيلة المركزية في الحملات الانتخابية اي التلفزيون وفي الفقرة الاساسية فيها اي النشرة الاخبارية.

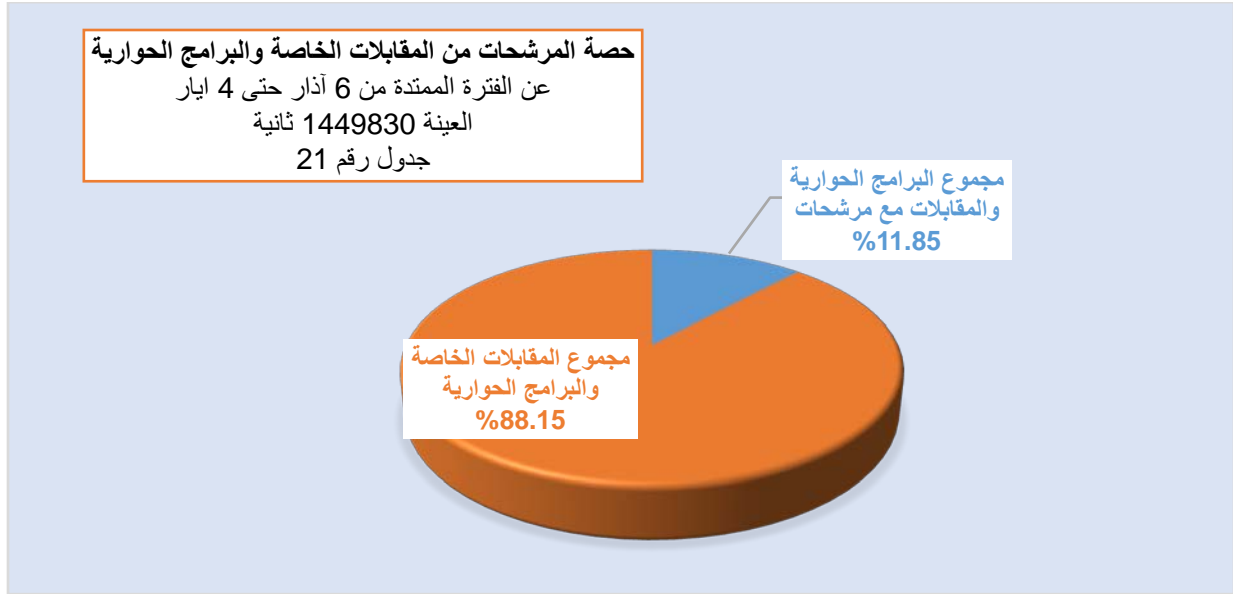
#### 7 -نسبة المساحة التي حلت فيها المرشحات خبرا اول في نشرات الاخبار





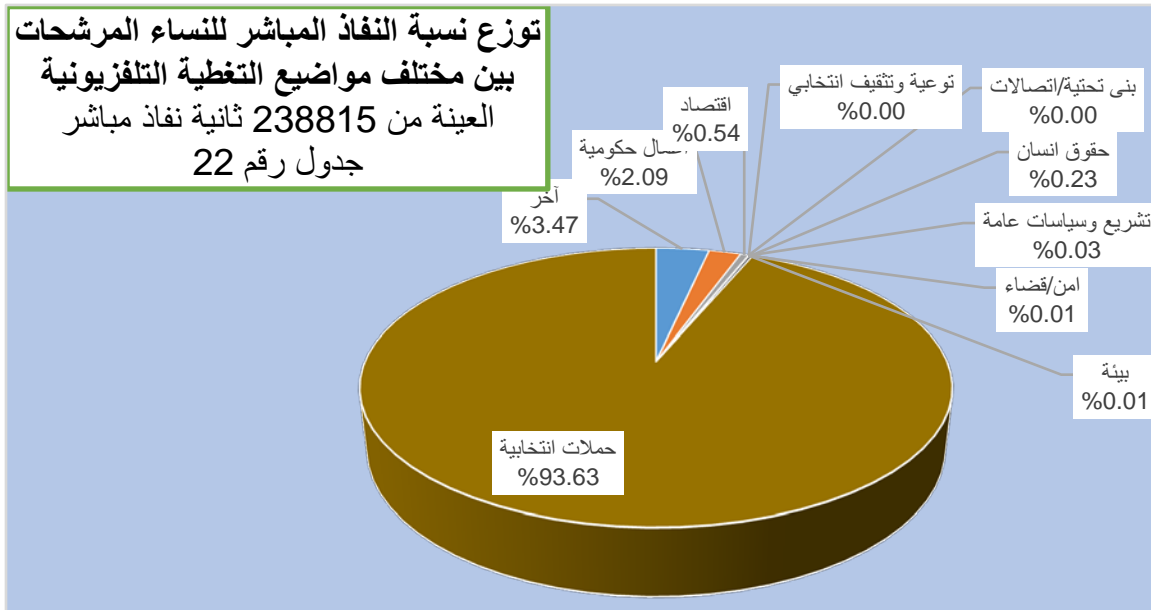
ان نسبة المساحة التي احتلتها المرشحات كخبر أول في نشرات التلفزيون جاءت شبه معدومة اذ بلغت 0.87% في مقابل المساحة التي خصصت للمرشحين 99.13%. وكان الجدول رقم 9 قد اظهر ان نسبة القصص الصحافية التي ظهرت فيها المرأة كموضوع رئيسي للتغطية جاءت بنسبة اعلى (8%).

## 8 - حصة المرشحات من المقابلات الخاصة والبرامج الحوارية



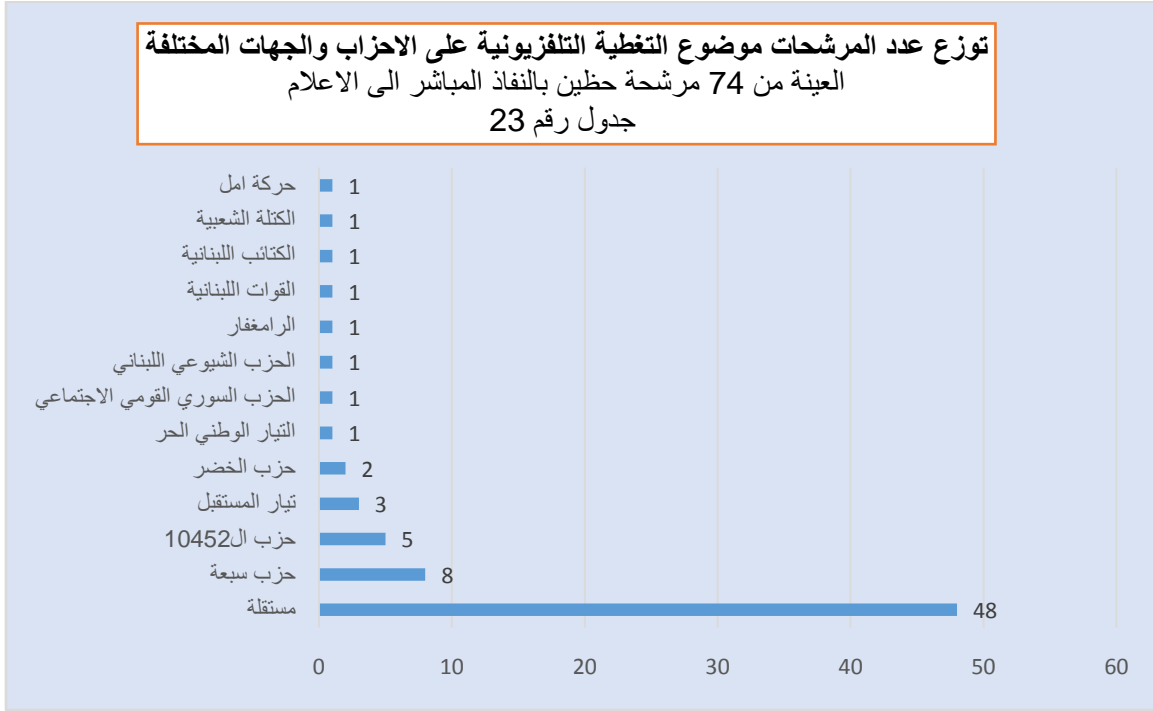
بلغت حصة المرشحات من المقابلات الخاصة والبرامج الحوارية 11.85% وهي نسبة متدنية ولكنها أعلى من نسبة التغطية المباشرة التي نالتها في نشرات الأخبار 3.46%.

## 9 - توزع نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات بين مختلف مواضيع التغطية التلفزيونية



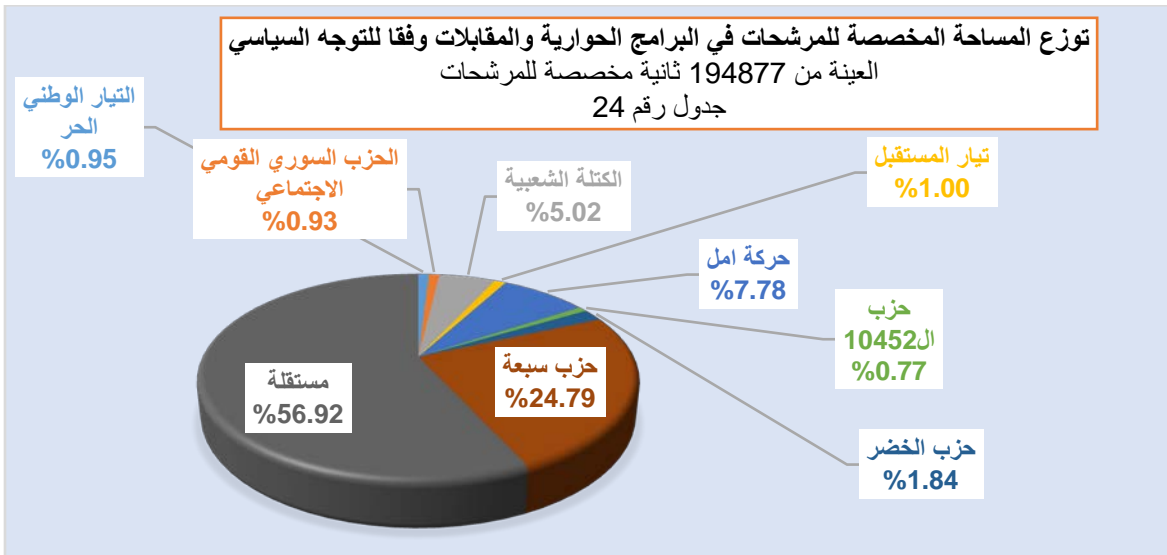
الحملات الانتخابية تشكّل الموضوع الاهم بنسبة تكاد تكون الكاملة.

## 10 - توزيع عدد المرشحات موضوع التغطية التلفزيونية على الاحزاب والجهات المختلفة



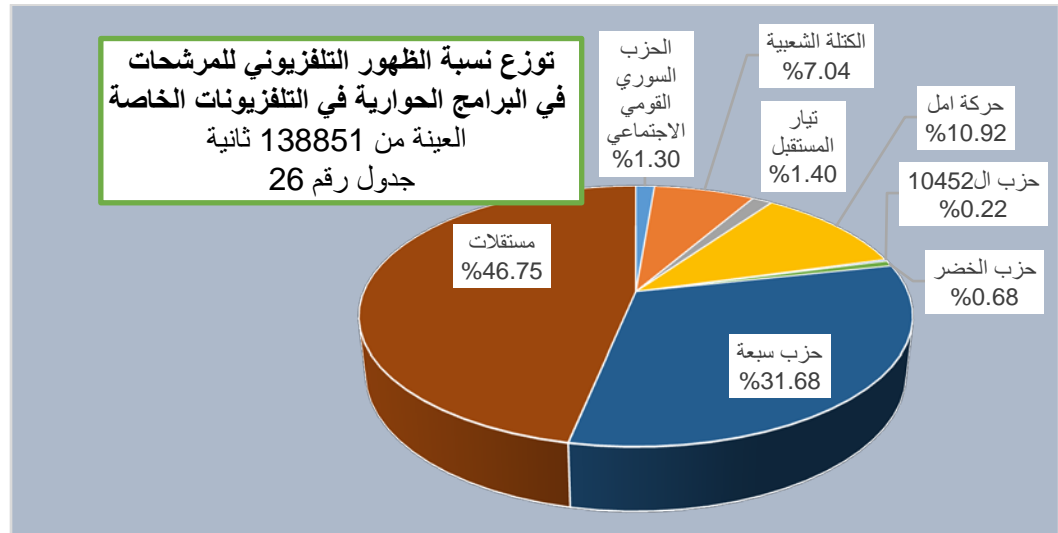
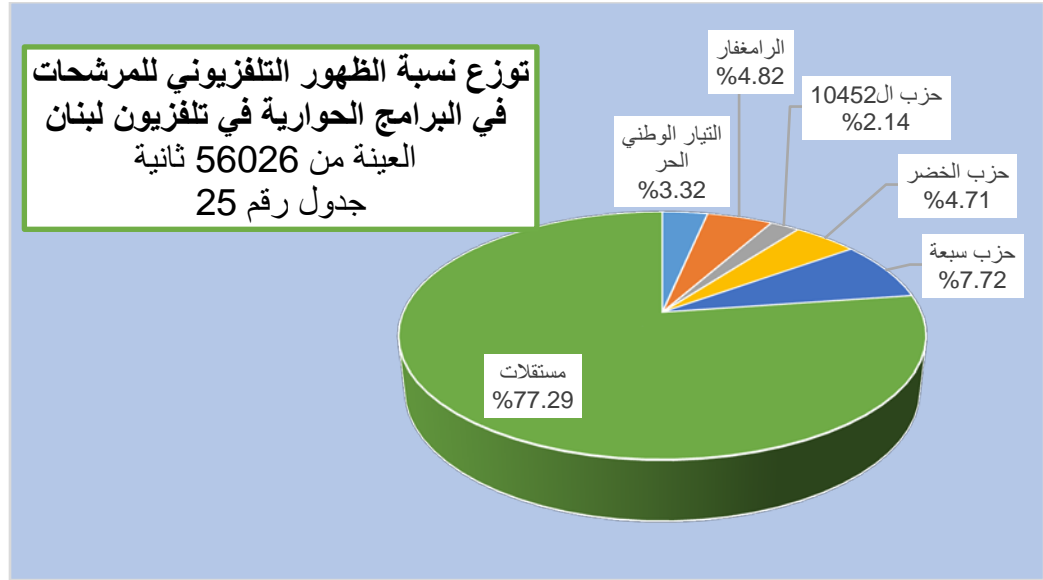
حظيت 48 مرشحة مستقلة من بين 74 مرشحة بالنفذ المباشر الى الاعلام اي بنسبة 64.86% وهي النسبة الاكبر تليها مرشحات حزب 7 بنسبة 10.8%، 6.75% لحزب 10452، 4% لتيار المستقبل، 2.70% لحزب الخضر، 1.35 لكل حزب من الاحزاب المتبقية.

## 11 - المساحة المخصصة للمرشحات في البرامج الحوارية والمقابلات وفقا للتوجه السياسي

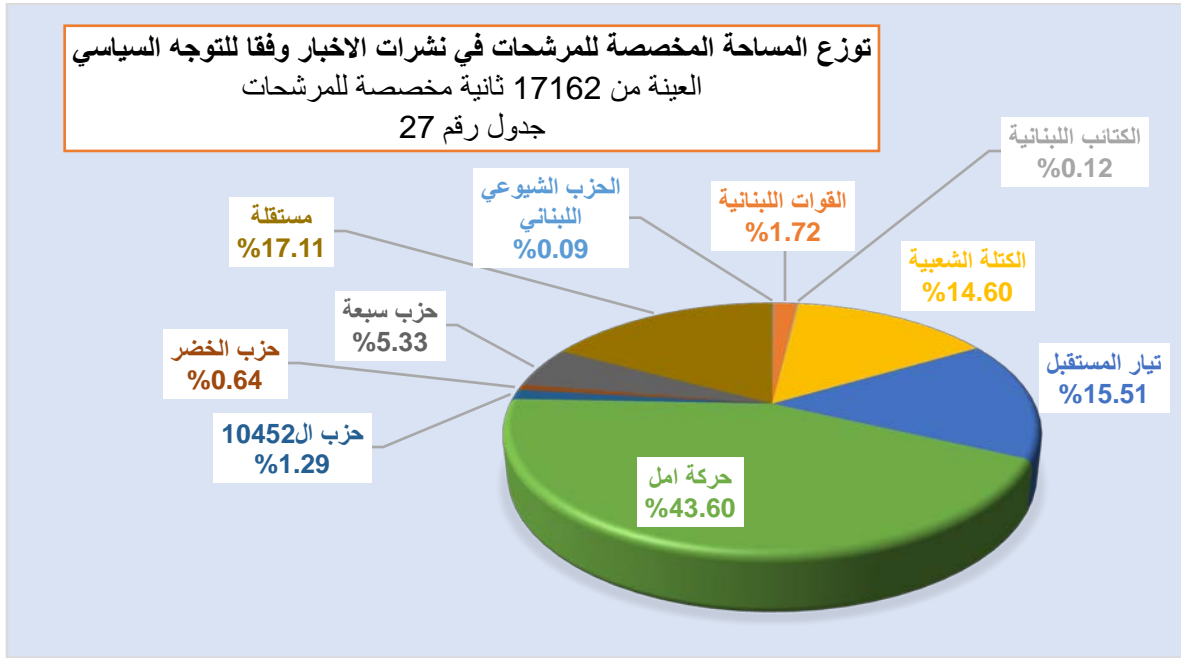


نالَت النساء المستقلات اكبر نسبة تغطية تلفزيونية في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة لمختلف التلفزيونات الخاصة وتلفزيون لبنان وبلغت 55.53% مقابل 24.79% للمرشحات من حزب سبعة، فيما توزعت النسبة المتبقية على المرشحات من الاحزاب الاخرى.

وفي الجدولين ادناه تفصيل للنتائج التي نالتها المرشحات في تلفزيون لبنان والقنوات الخاصة.

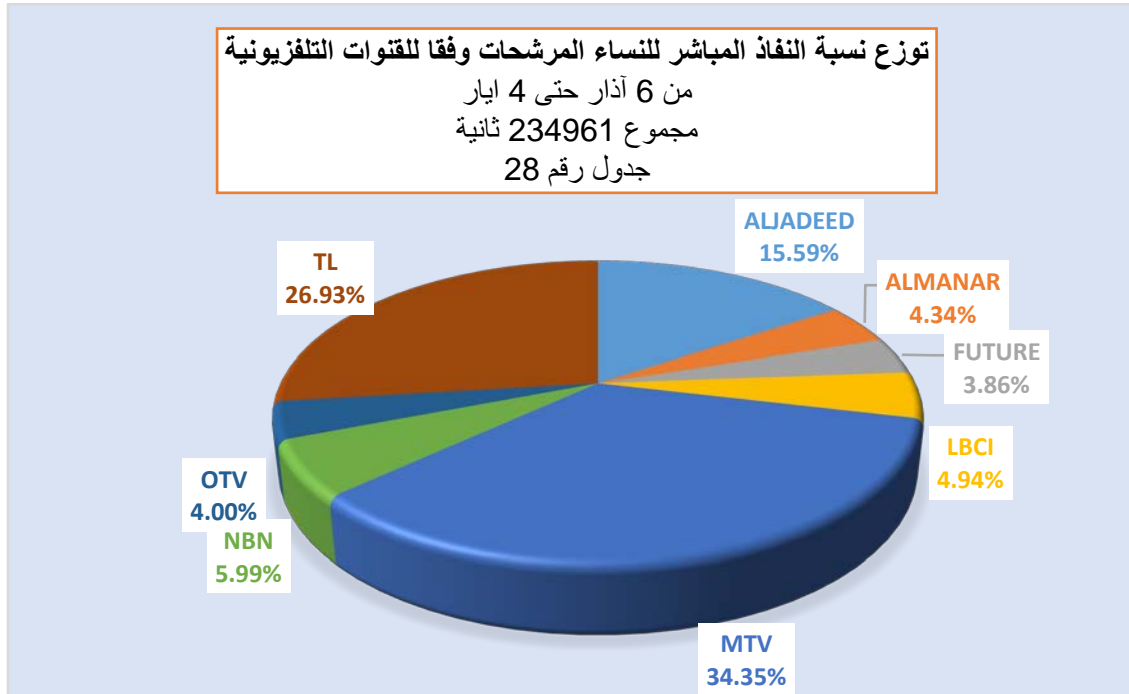


## 12 - المساحة المخصصة للمرشحات في نشرات الاخبار وفقا للتوجه السياسي



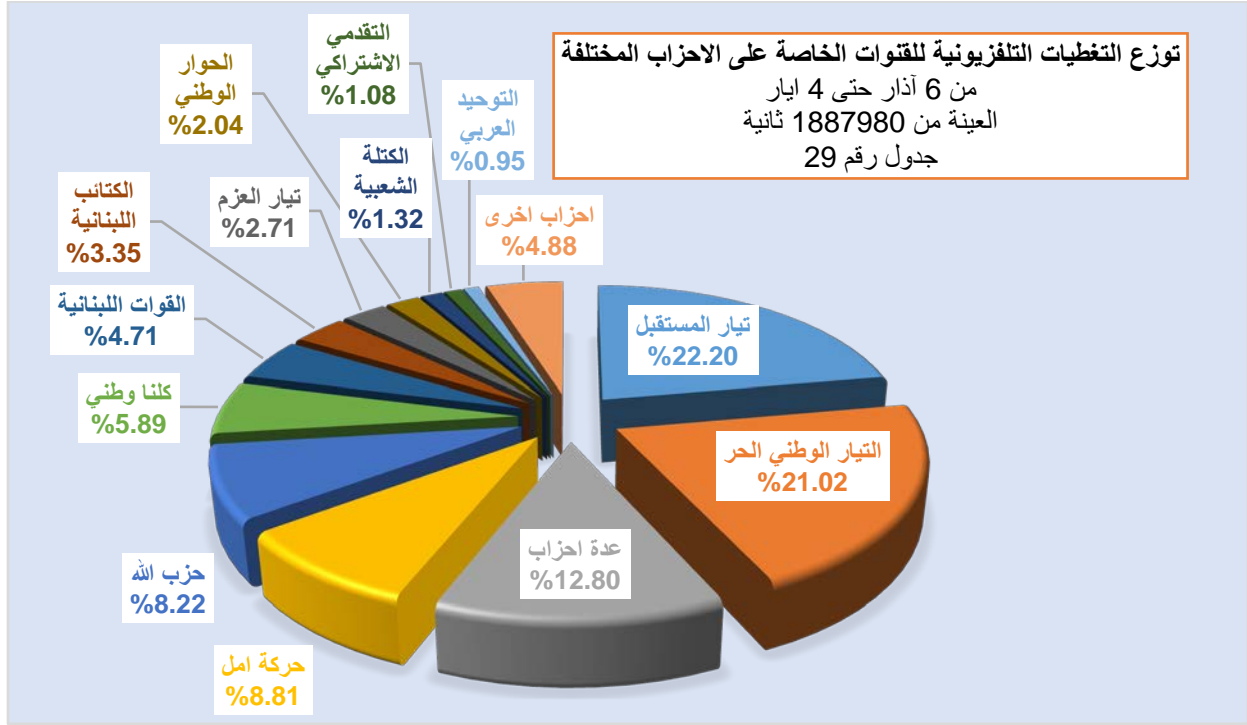
نالت مرشحات حركة امل النسبة الاكبر من المساحة المخصصة في نشرات الاخبار 43.60% ثم المرشحات المستقلات 17.11% فمرشحات تيار المستقبل 15.51% فمرشحات الكتلة الشعبية 14.60%. وتوزعت النسب الباقية بين 5% و0% على التوجهات السياسية الاخرى. واللافت ان حركة أمل رشحت مرشحة واحدة اخذت تقريبا نصف المساحة العامة.

## 13 - نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات وفقا للقنوات التلفزيونية



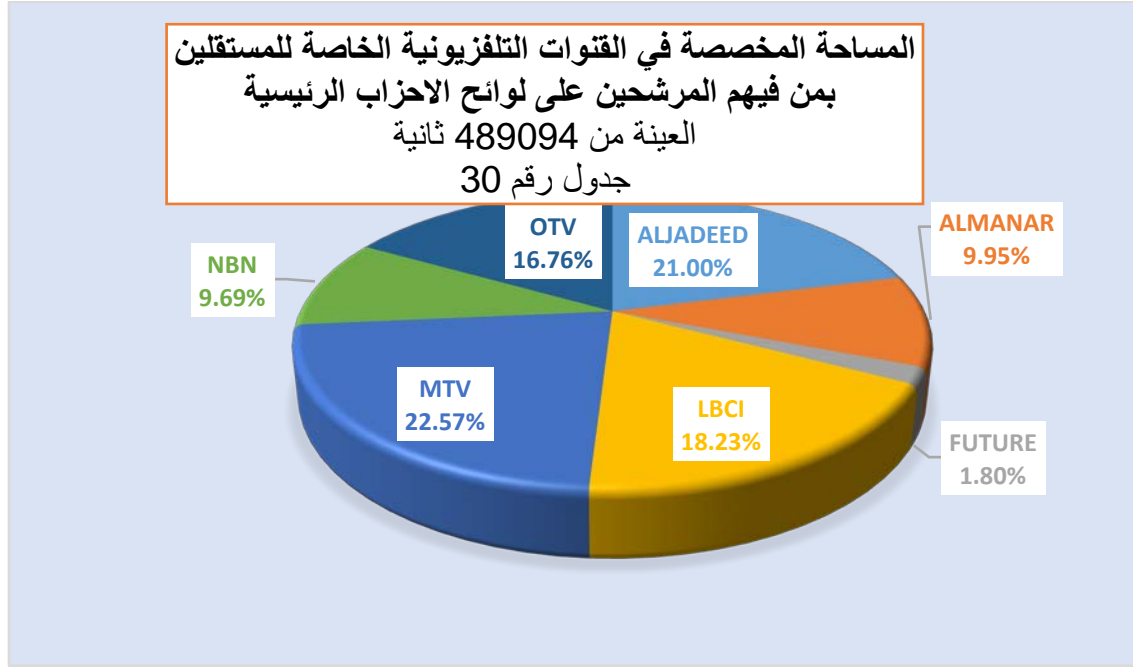
كانت نسبة النفاذ المباشر للمرشحات على قناة ال MTV بنسبة 34.3% من ثم تلفزيون لبنان 26.9% فالجديد بنسبة 15.5%. هذه القنوات الثلاث شكلت نسبة 76% مجتمعة في حين تراوحت النسب الباقية بين NBN 5.9% وLBCI 4.9%، المنار 4.3%، otv 4% والمستقبل 3.8%.

#### 14 - توزيع التغطيات التلفزيونية للقنوات الخاصة على الاحزاب المختلفة



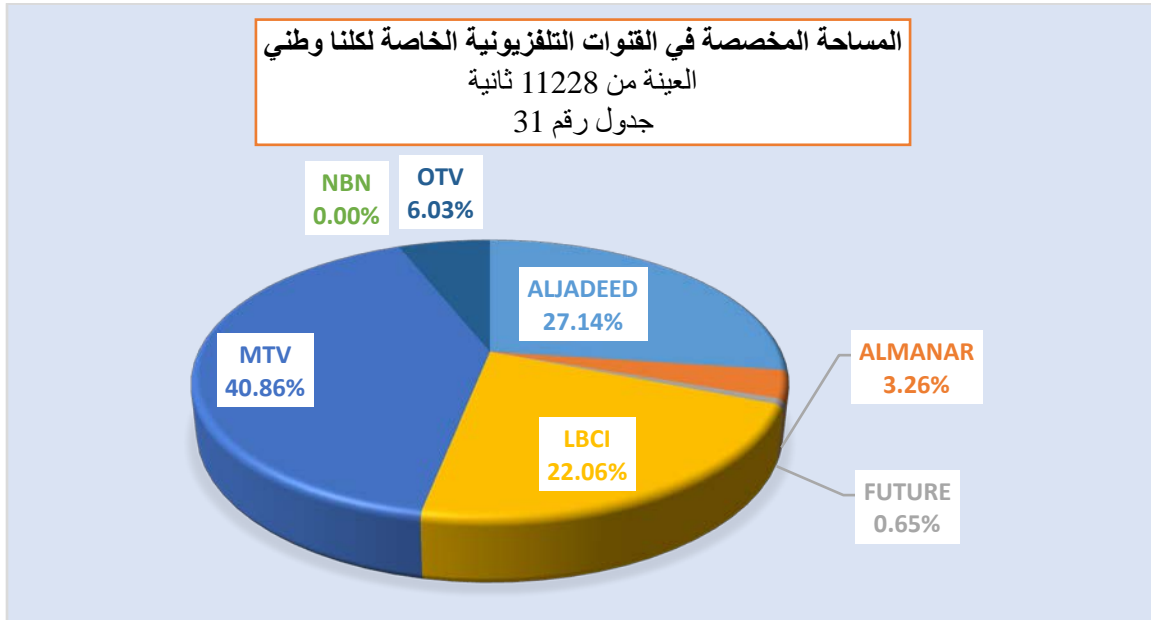
حظي تيار المستقبل بنسبة التغطية الاعلى 22.2% وتقارب معه التيار الوطني الحر بنسبة 21%. تقارب حزب الله 8.2% وحركة امل 8.8% بنسبة التغطية. وتقارب ايضا حزبا القوات اللبنانية 4.7% والكتائب 3.3%. كلنا وطني أخذ نسبة تغطية تعادل 5.8%.

## 15 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للمستقلين



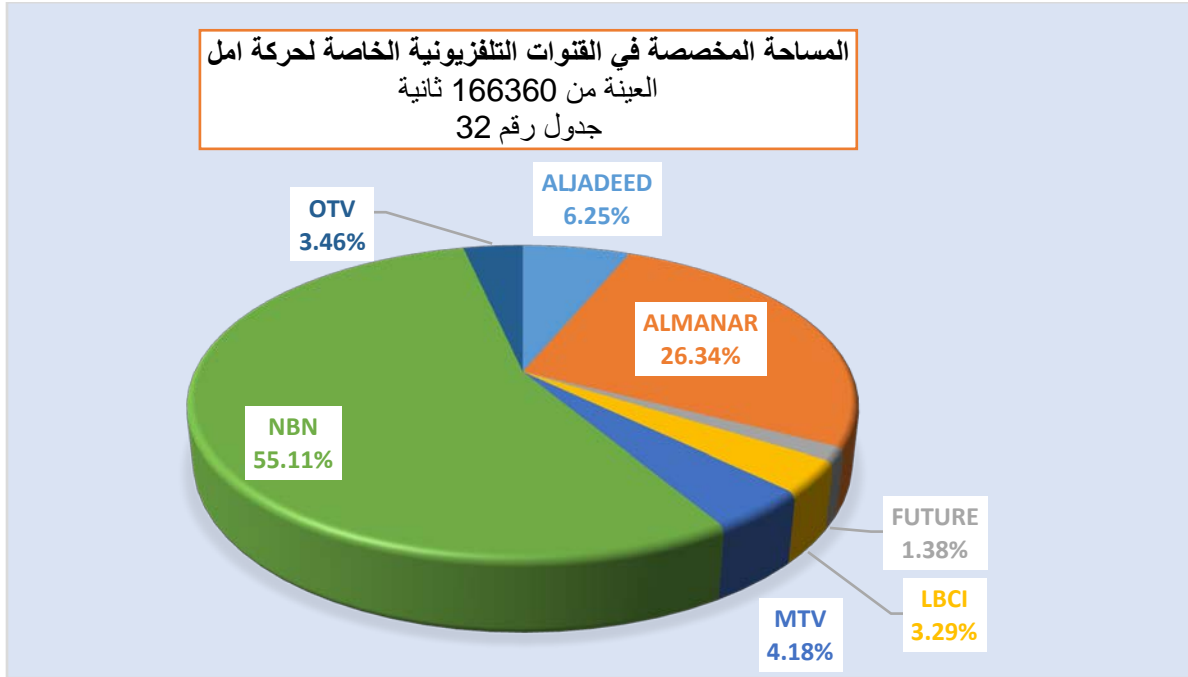
كانت المساحة الاكبر المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للمستقلين بمن فيهم المرشحين على لوائح الاحزاب الرئيسية، على محطة MTV 22.5% وعلى مسافة قريبة منها محطة الجديد بنسبة 21%، ثم LBCI 18.2%، OTV بنسبة 16.7%. وتشابهت محطات المنار وNBN بالنسب فجاءت 9.9% للاولى و9.6% للثانية. سجلت النسبة الادنى على محطة المستقبل.

## 16 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لكلنا وطني



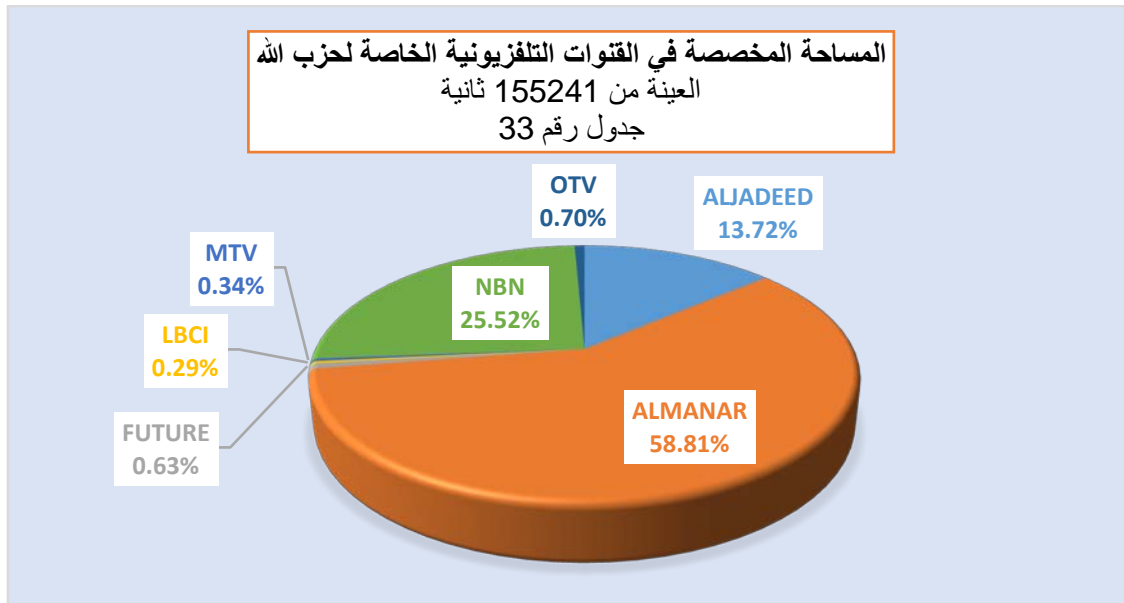
سجّلت على الـ MTV النسبة الأكبر للمساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لكلنا وطني (40.8%) وبفارق ملحوظ مقارنة مع الجديد ( 27.1%) و LBCI (22%) وبفارق كبير، مقارنة مع OTV 6% والمنار 3.2%. المستقبل سجلت النسبة الأدنى 0.6%، قبل NBN التي غيبته كلياً.

### 17 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لحركة امل



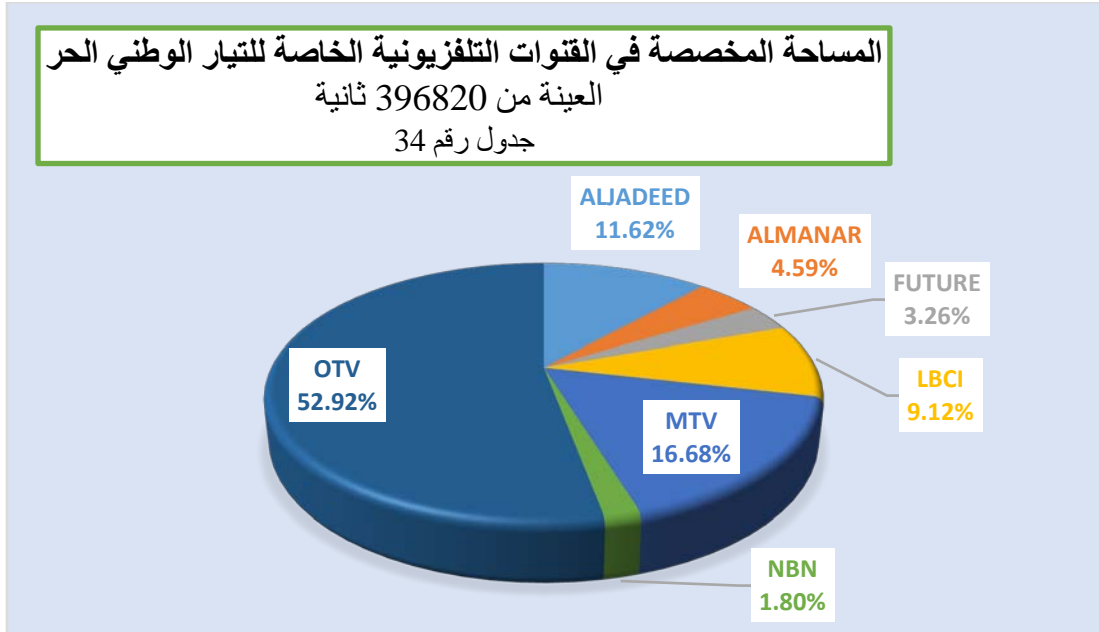
المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لحركة امل جاءت كما هو متوقع على محطة الـ NBN 55.1% من ثم المنار 26.3% فبقية القنوات وتلفزيون الجديد في طليعتها بنسبة 6.2%.

### 18 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لحزب الله



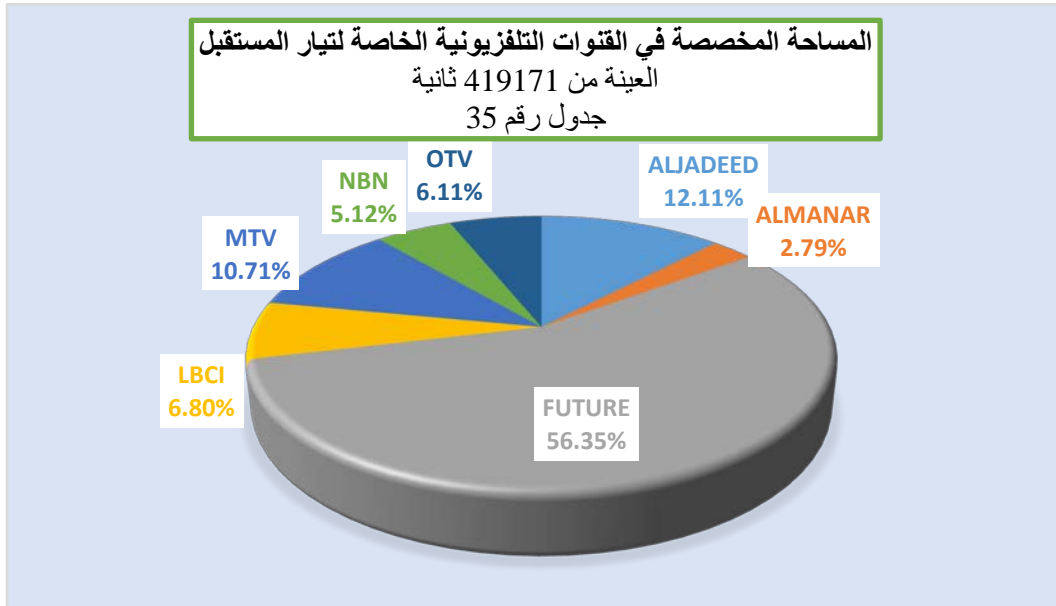
المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لحزب الله جاءت كالمتوقع على محطة المنار بنسبة 58.8%، ثم NBN 25.5%. تليها القنوات الباقية والجديد في طليعتها بنسبة 13.7% اي اعلى من النسبة التي سجلتها المحطة الاخيرة بالنسبة الى المساحة المخصصة لحركة أمل كما أظهر الجدول السابق.

### 19 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للتيار الوطني الحر



المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للتيار الوطني الحر سجّلت نسبة 52.9% على الـ OTV كما هو متوقع، تلتها تبعا للنسب المحطات كالتالي: MTV، الجديد، LBCI، NBN. وسجلت NBN النسبة الأدنى.

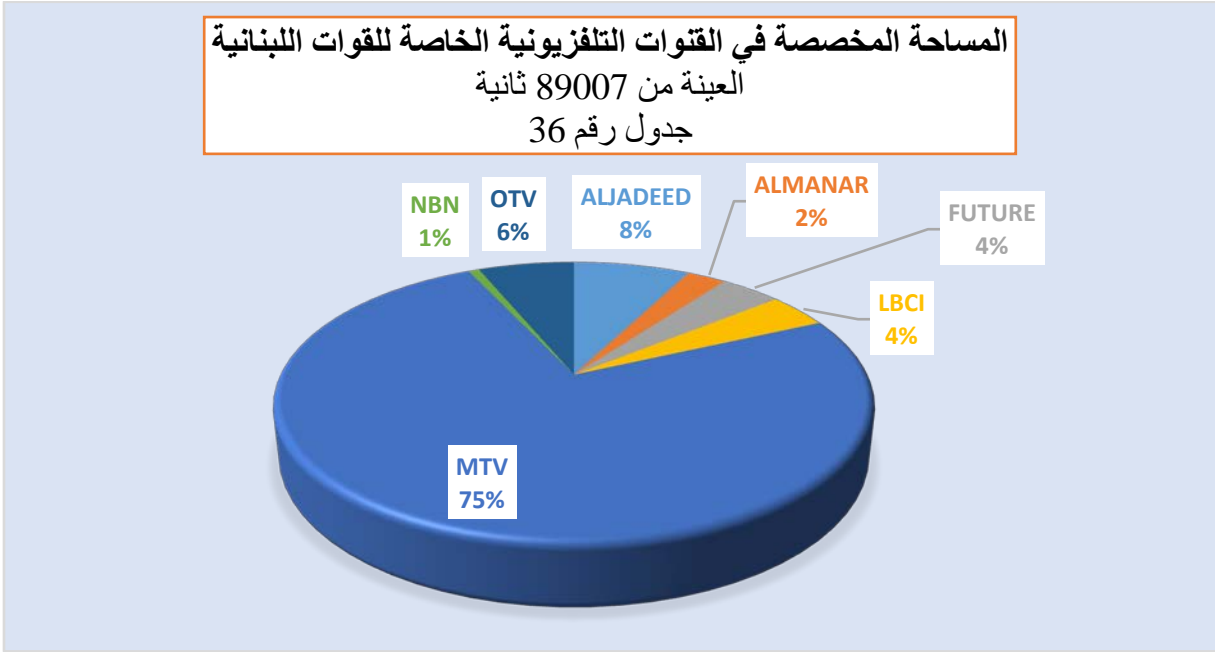
### 20 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لتيار المستقبل





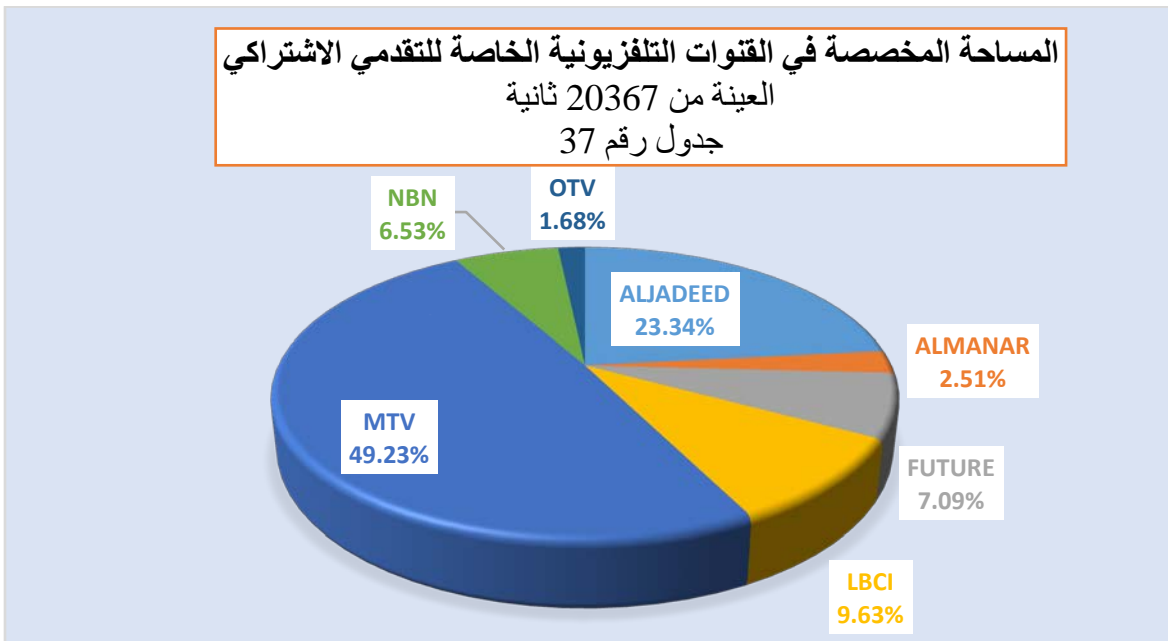
المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة لتيار المستقبل هي بنسبة 56.3% على محطة المستقبل. وتتألف النسب في المحطات كالاتي: الجديد، MTV، LBCI، OTV، NBN، فالمنار.

## 21 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للقوات اللبنانية



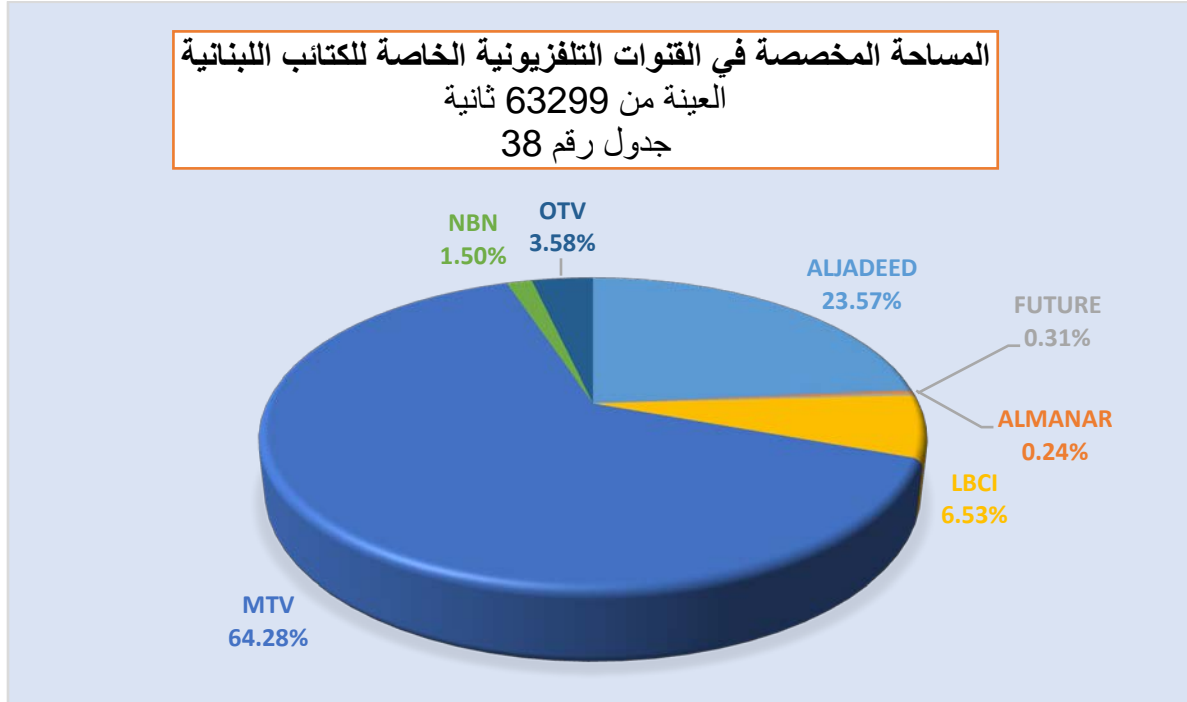
المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للقوات اللبنانية جاءت بنسبة 75% على MTV وبين 8 و1% على القنوات الأخرى.

## 22 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للتقدمي الاشتراكي



المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للتقدمي الاشتراكي 49.2% على MTV، فالجديد بنسبة 23.4% فبقية القنوات. النسبة الادنى على قناة OTV (1.6%).

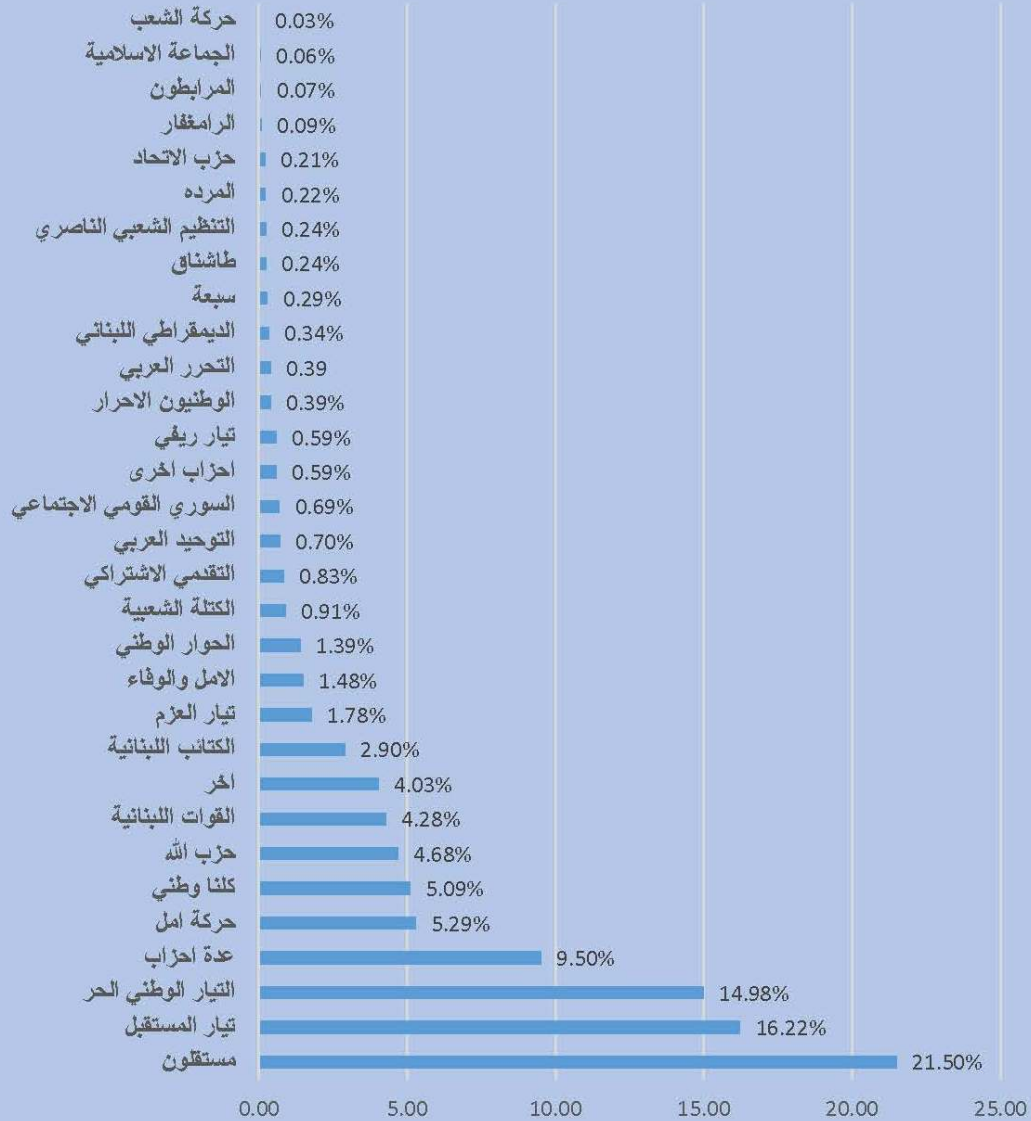
### 23 - المساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للكاتب اللبنانية



سجّلت محطة MTV النسبة الاعلى للمساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للكاتب اللبنانية (64.2%) فالجديد 23.5% فبقية القنوات. وسجلت المنار 0.2% والمستقبل 0.3% النسب الادنى.

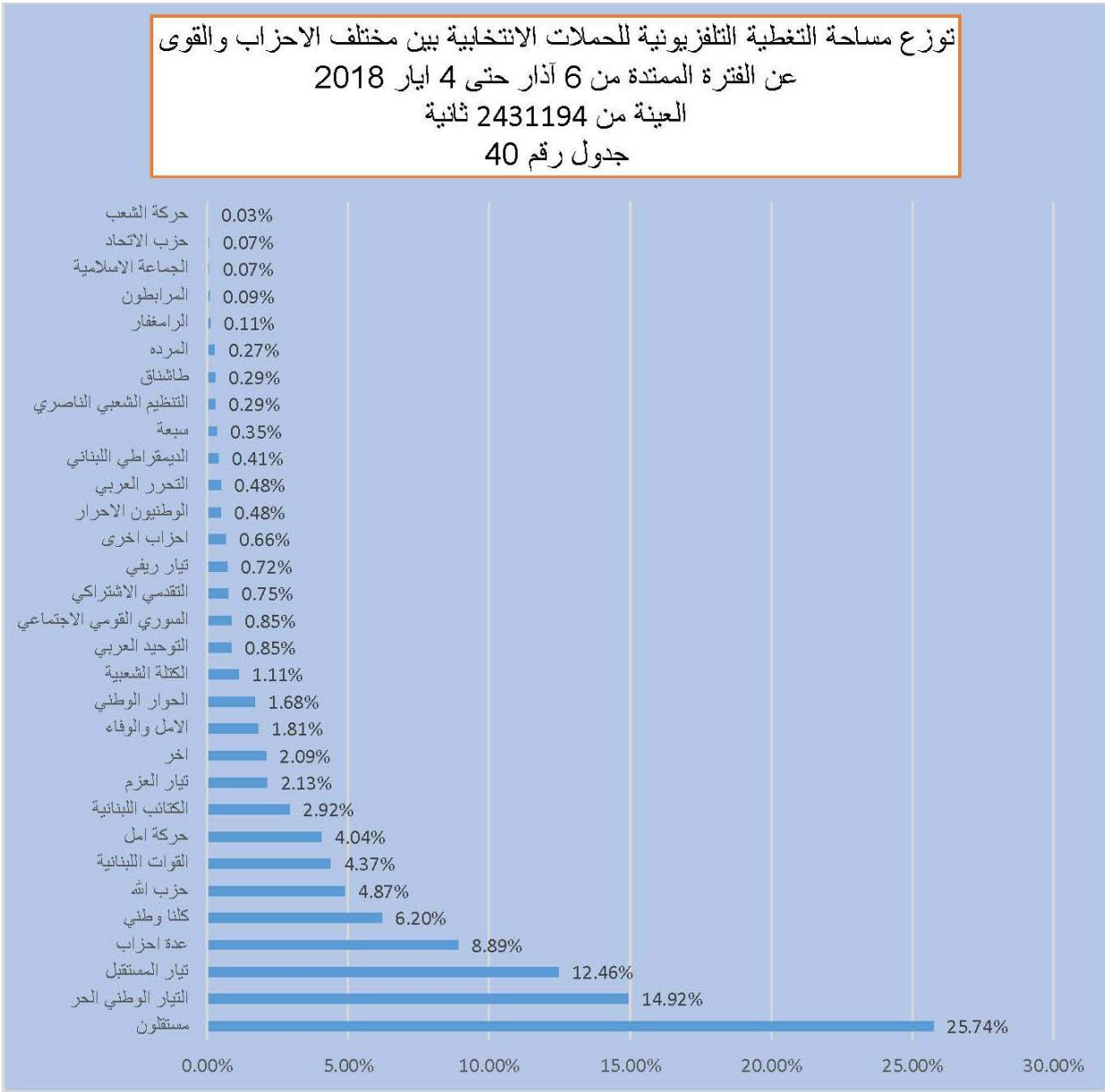
## 24 - توزيع مساحة التغطية التلفزيونية غير الاعلانية بين مختلف الاحزاب والقوى

توزيع مساحة التغطية التلفزيونية غير الاعلانية بين مختلف الاحزاب والقوى  
عن الفترة الممتدة من 6 آذار حتى 4 ايار 2018  
العينة من 2980727 ثانية  
جدول رقم 39



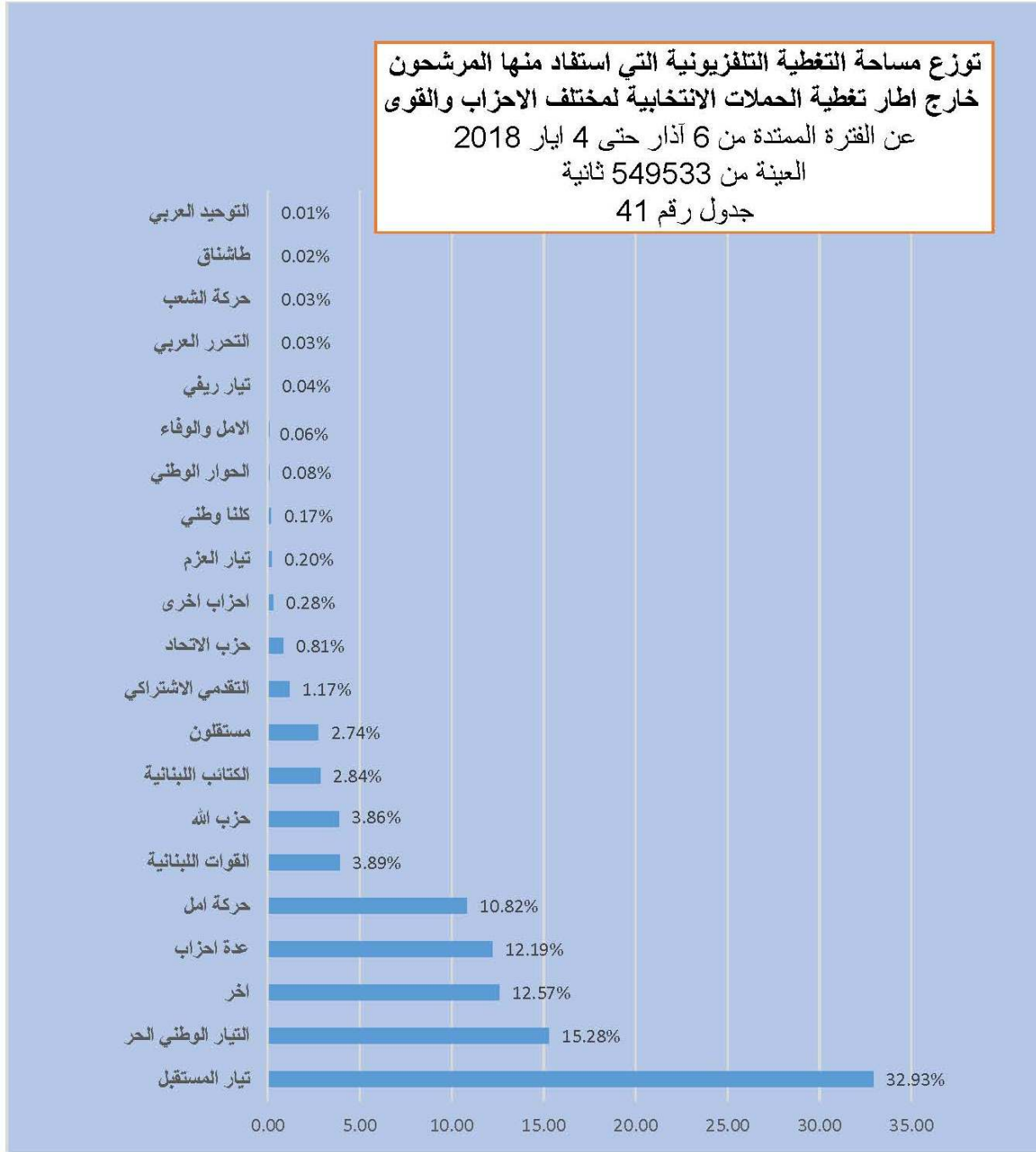
في توزيع مساحة التغطية التلفزيونية غير الاعلانية بين مختلف الاحزاب والقوى سجّلت من بين أعلى النسب، نسبة 21.5% للمستقلين فنسبة 16.2% لتيار المستقبل ثم 14.9% للتيار الوطني الحر. وتقاربت النسب بين حركة امل 5.2% وكلنا وطني 5% وحزب الله 4.6% والقوات اللبنانية 4.2%.

## 25 - توزع مساحة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية بين مختلف الاحزاب والقوى



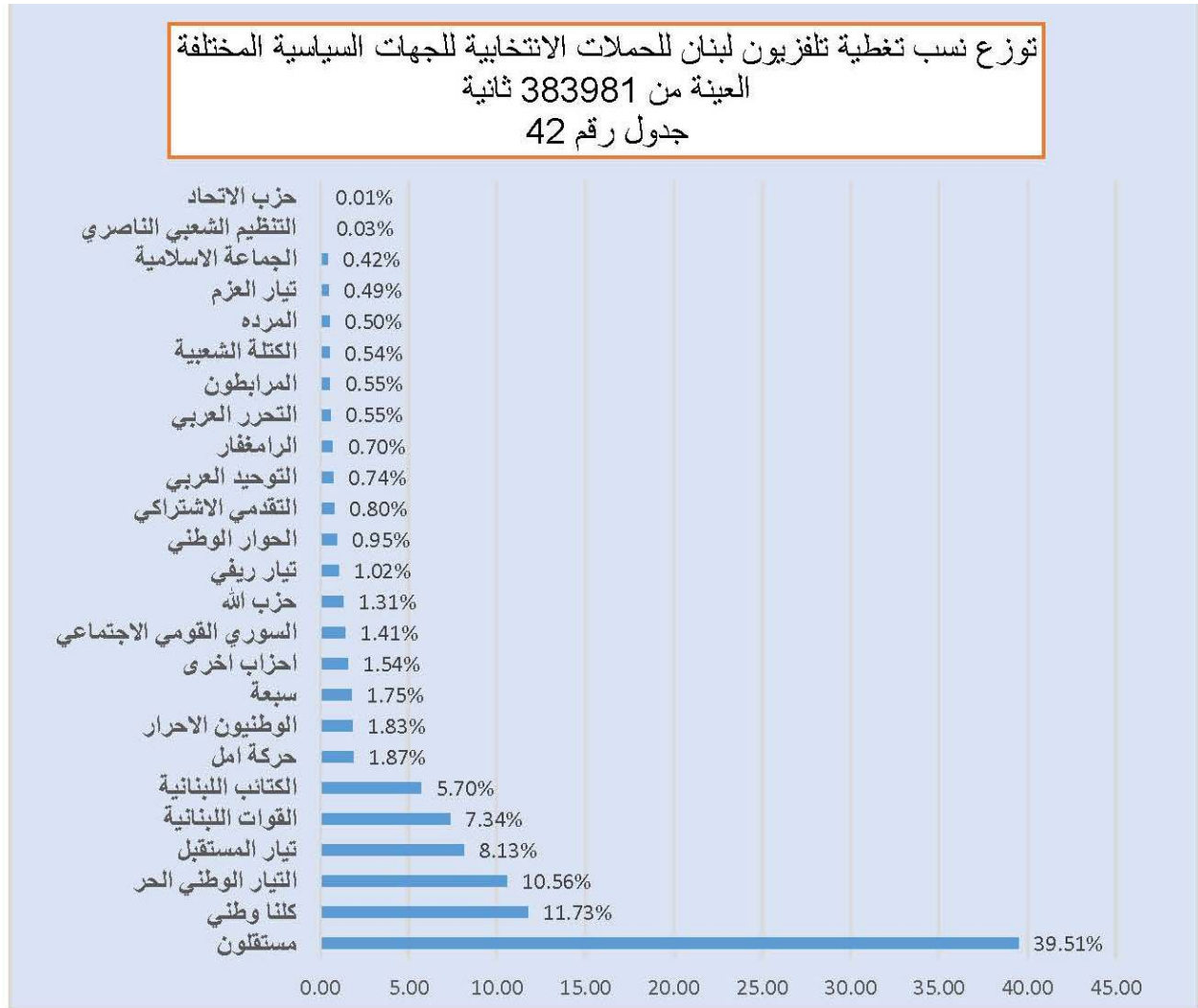
جاء توزع مساحة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية بين مختلف الاحزاب والقوى مشابها تقريبا لتوزيع مساحة التغطية التلفزيونية غير الاعلانية بين مختلف الاحزاب والقوى: المستقلون 25.7% فالتيار الوطني الحر 14.9% فتيار المستقبل 12.4%. ثم كلنا وطني 6.2% فحزب الله 4.8% والقوات اللبنانية 4.3% وحركة أمل 4% بنسب متقاربة.

## 26-التغطية التلفزيونية التي استفاد منها المرشحون خارج اطار تغطية الحملات الانتخابية



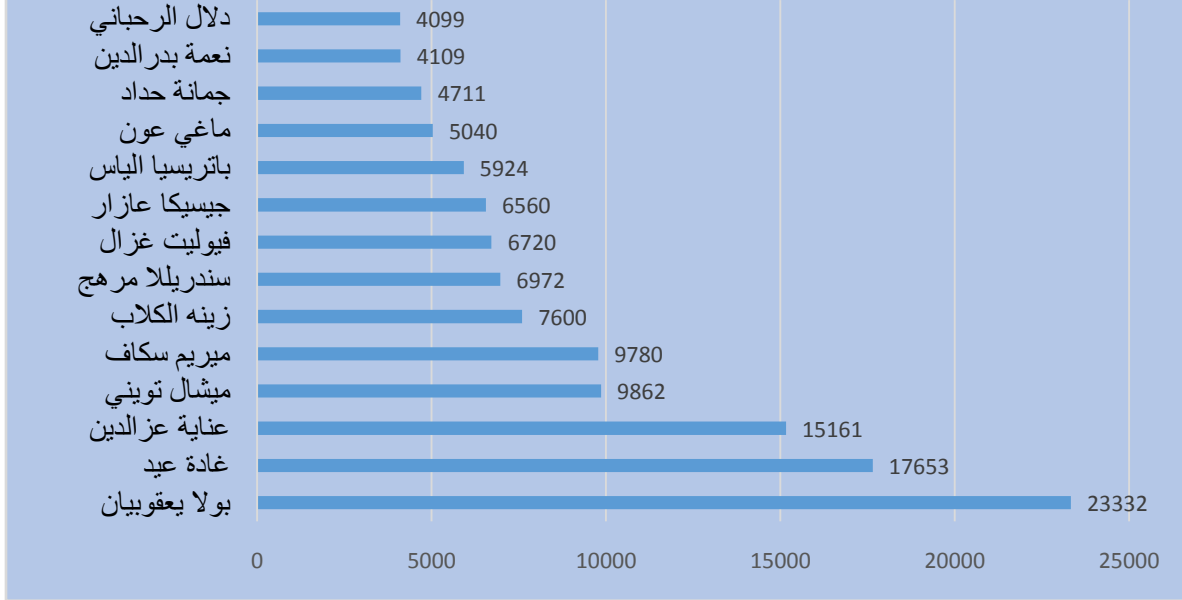
مساحة التغطية التلفزيونية التي استفاد منها المرشحون خارج اطار تغطية الحملات الانتخابية لمختلف الاحزاب والقوى كانت لتيار المستقبل في الطليعة 32.9%، التيار الوطني الحر 15.2%، حركة امل 10.8% . وجاءت النسب متقاربة لكل من القوات اللبنانية 3.8% ، حزب الله 3.8% ، الكتائب اللبنانية 2.8% والمستقلون 2.7%.

## 27 - تغطية تلفزيون لبنان للحملات الانتخابية للجهات السياسية المختلفة



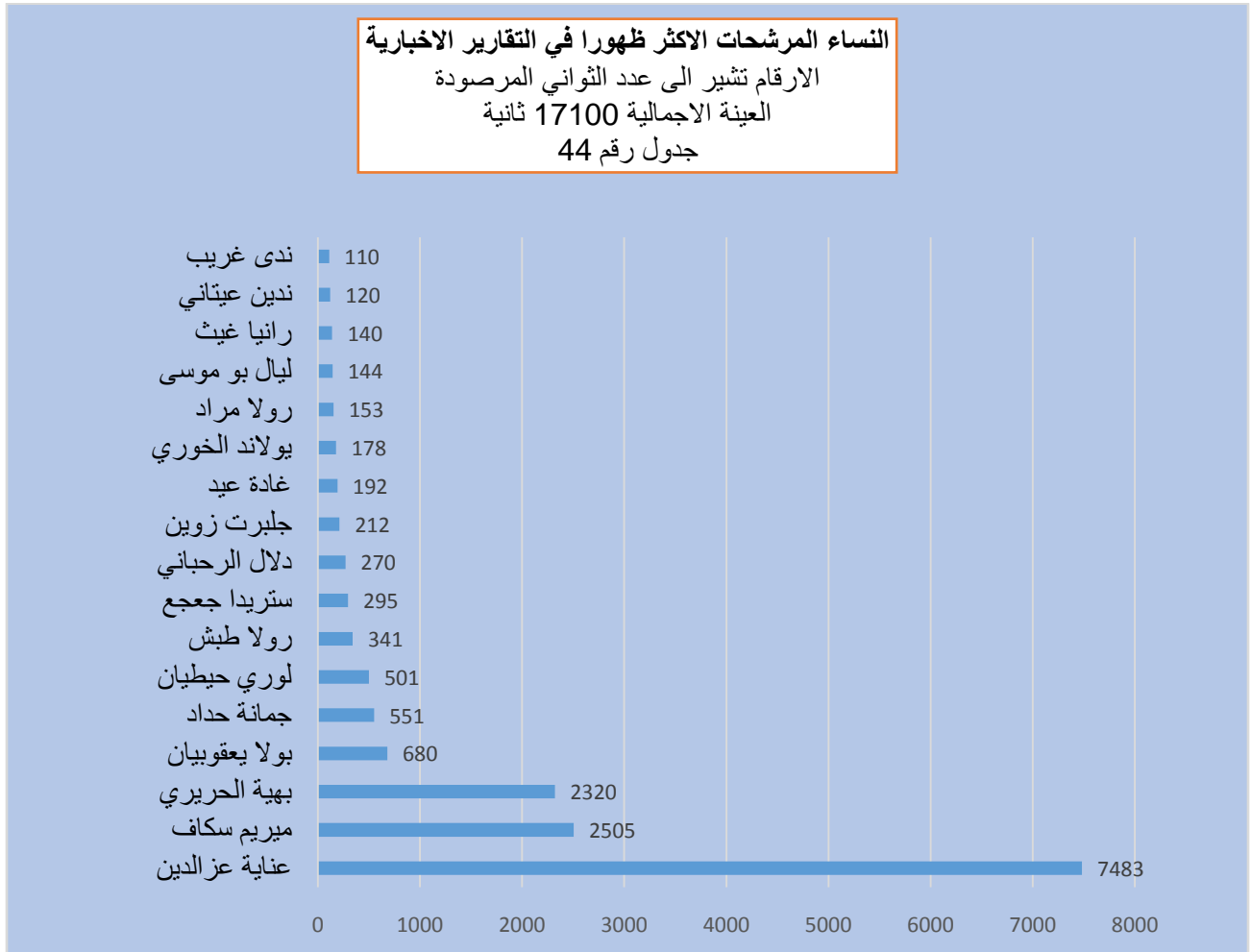
جاء توزيع نسب التغطية لتلفزيون لبنان للحملات الانتخابية للجهات السياسية المختلفة : المستقلون في الطليعة 39.5%، كلنا وطني 11.7%، التيار الوطني الحر 10.5%، ومن ثم تيار المستقبل 8.1%، القوات اللبنانية 7.3%، الكتائب اللبنانية 5.7%. وتوزعت النسب بين 1% و0% على الاحزاب الباقية.

النساء المرشحات الاكثر ظهورا في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة  
الارقام تشير الى عدد الثواني المرصودة  
العينة الاجمالية 188517 ثانية  
جدول رقم 43



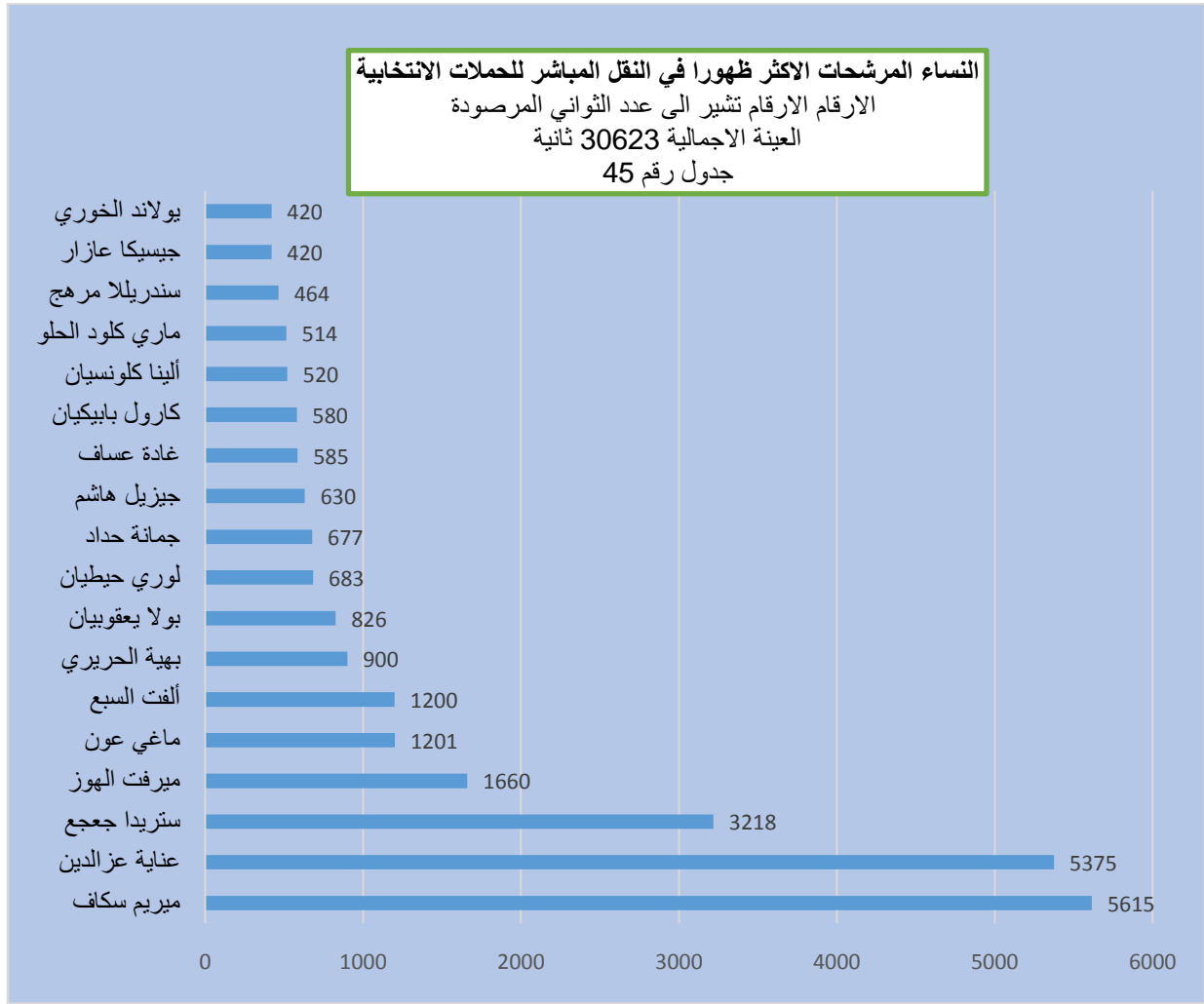
النساء المرشحات الاكثر ظهورا في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة: بولا يعقوبيان 12.3%، تليها غادة عيد 9.3%، عناية عز الدين 8%، ميشال تويني 5.2%، ميريم سكاف 5.1%.  
وسجلت نعمت بدر الدين 2.1% ودلال الرحباني 2.1% النسبة الادنى.

## 29 - النساء المرشحات الأكثر ظهوراً في التقارير الاخبارية



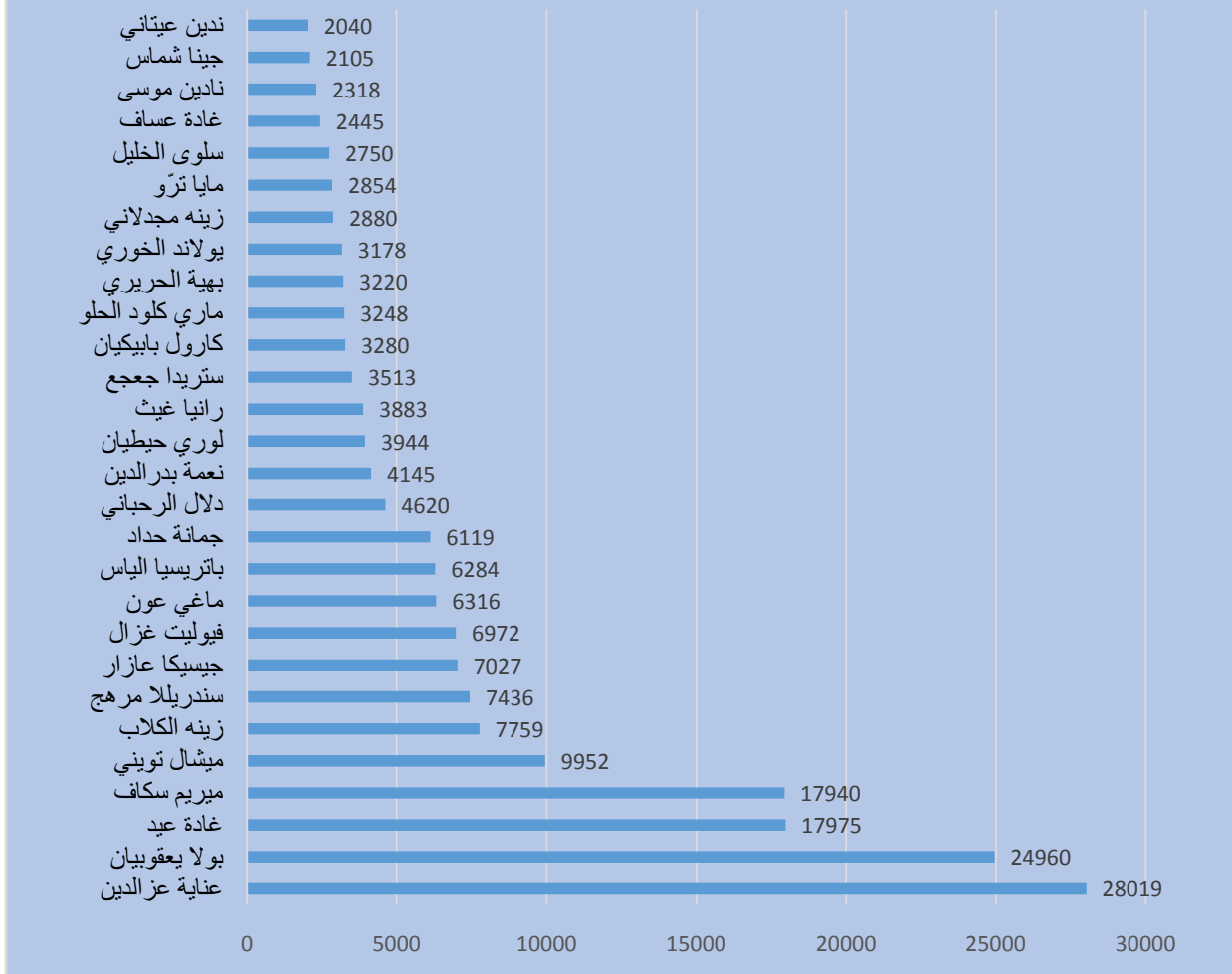
المرشحة الأكثر ظهوراً في التقارير الاخبارية هي عناية عز الدين 43.7% وبفارق كبير عن المرشحة التي تليها من حيث نسبة الظهور مريم سكاف 14.6%، ثم بهية الحريري 13.5% بفارق ايضا مع المرشحة التالية بولا يعقوبيان التي سجلت نسبة 3.9%. جمانة حداد سجلت بسبة 3.22% ورولا طبش 1.99% وستريدا ججع 1.7%. النسبة الادنى سجلتها المرشحة ندى غريب 0.6%.





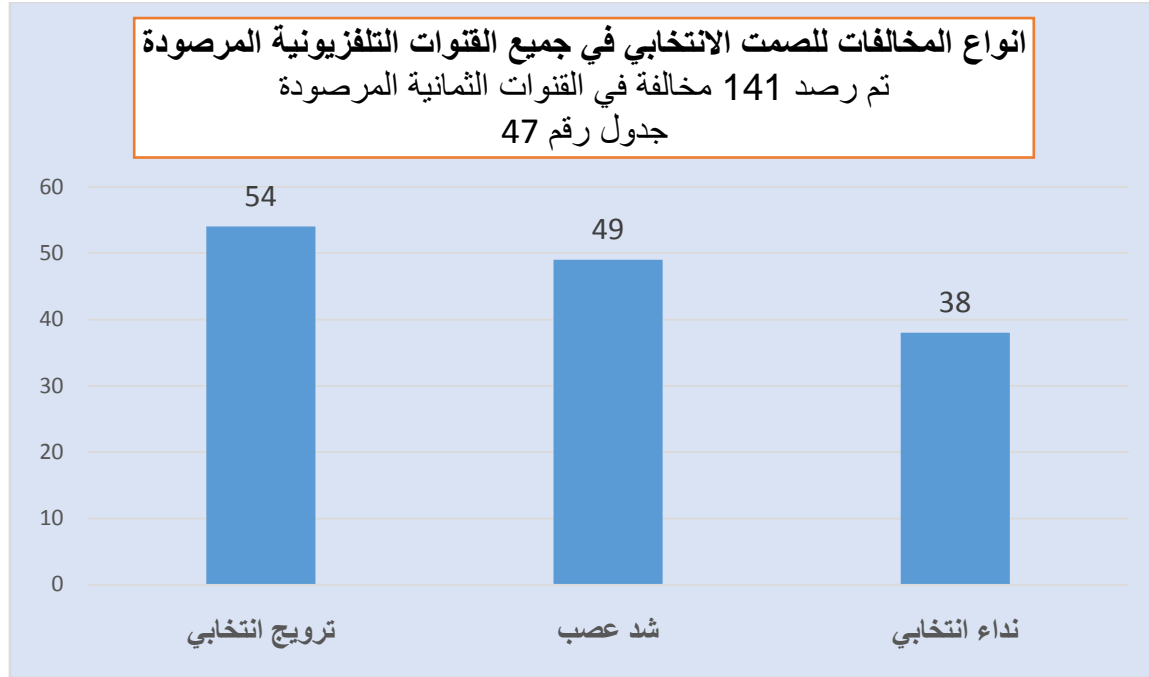
النساء المرشحات الاكثر ظهورا في النقل المباشر للحملات الانتخابية هن ميريم سكاف، عناية عزالدين بفارق 240 ثانية اي 4 دقائق. ثم ستريدا ججع بفارق عن سكاف 2397 ثانية اي 39.95 دقيقة.

النساء المرشحات الاكثر ظهورا في مجموع التغطيات التلفزيونية  
الارقام تشير الى عدد الثواني المرصودة  
العينة الاجمالية 238815 ثانية  
جدول رقم 46



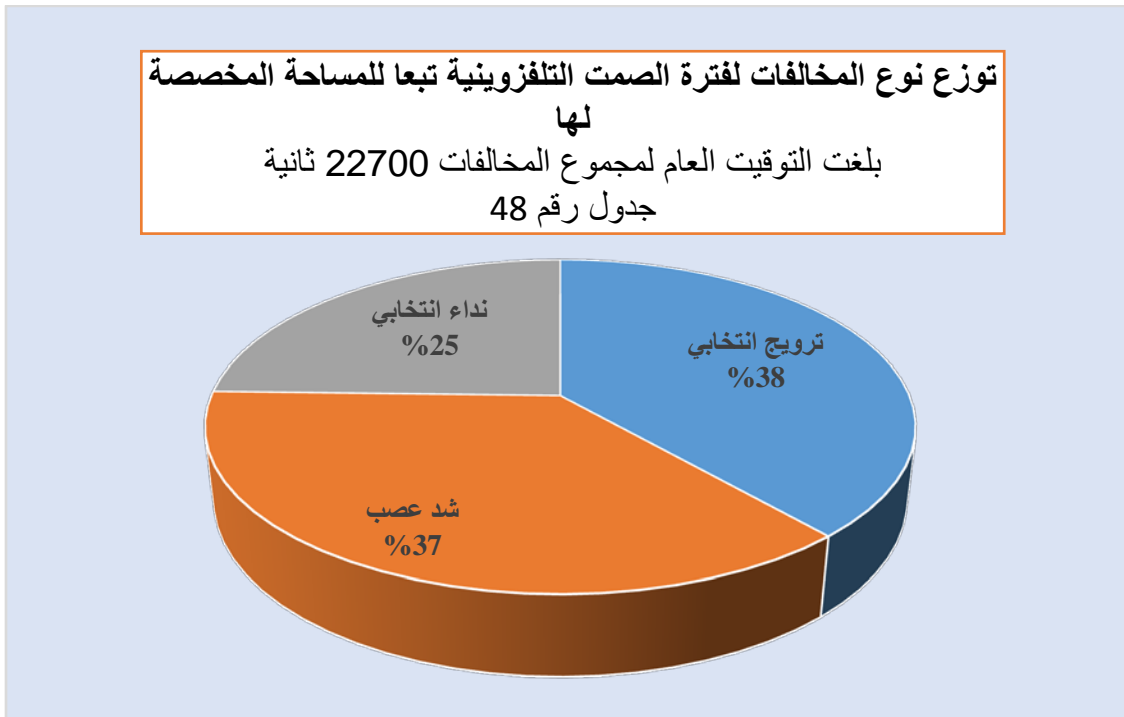
عناية عز الدين في طليعة المرشحات الاكثر ظهورا مع فارق بسيط بينها وبين بولا يعقوبيان ثم عادة عيد وميريم سكاف مع فارق لا يذكر بينهما.

ب - الصمت الانتخابي في القنوات التلفزيونية  
1 - المخالفات للصمت الانتخابي في جميع القنوات المرصودة



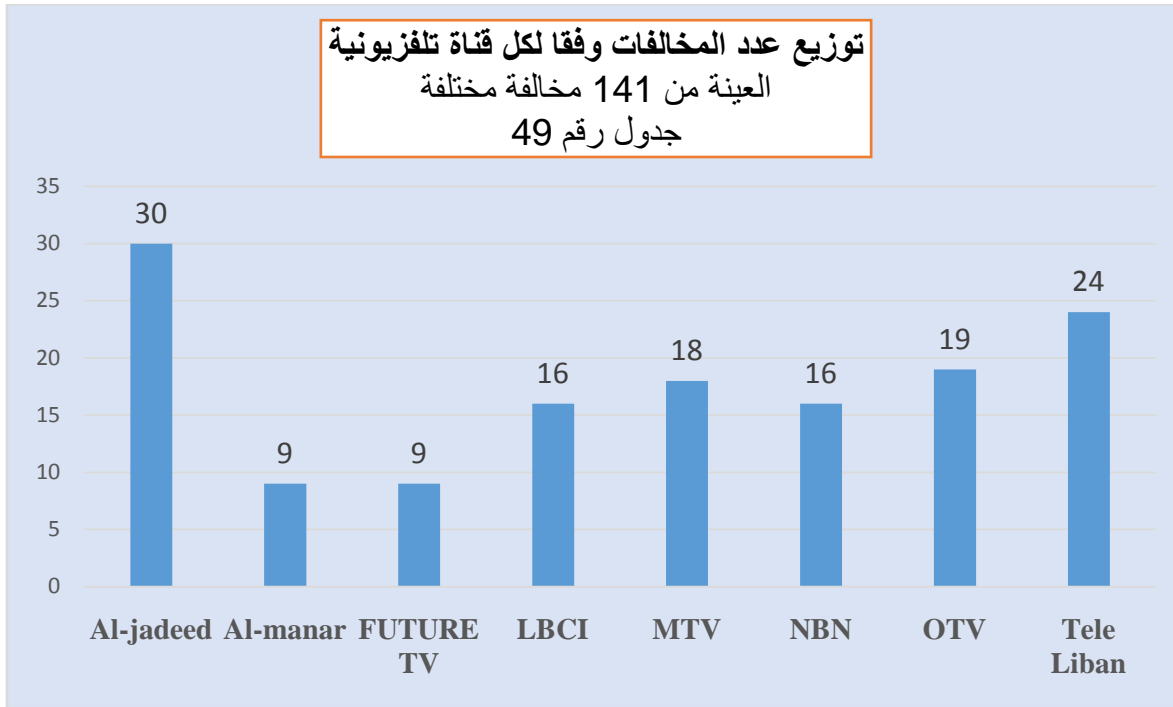
من بين 141 مخالفة رصدت في فترة الصمت التلفزيونيون توزعت النسب بين ترويج انتخابي في الطليعة ثم شد العصب بنسب قريبة ثم نداء انتخابي.

2 - المخالفات لفترة الصمت الانتخابي في المحطات تبعا للمساحة المخصصة لها



تقاسم الترويج الانتخابي وشد العصب النسبة نفسها تقريبا 38% و 37% فالنداء الانتخابي 25%.

### 3- توزيع عدد المخالفات وفقا لكل قناة تلفزيونية

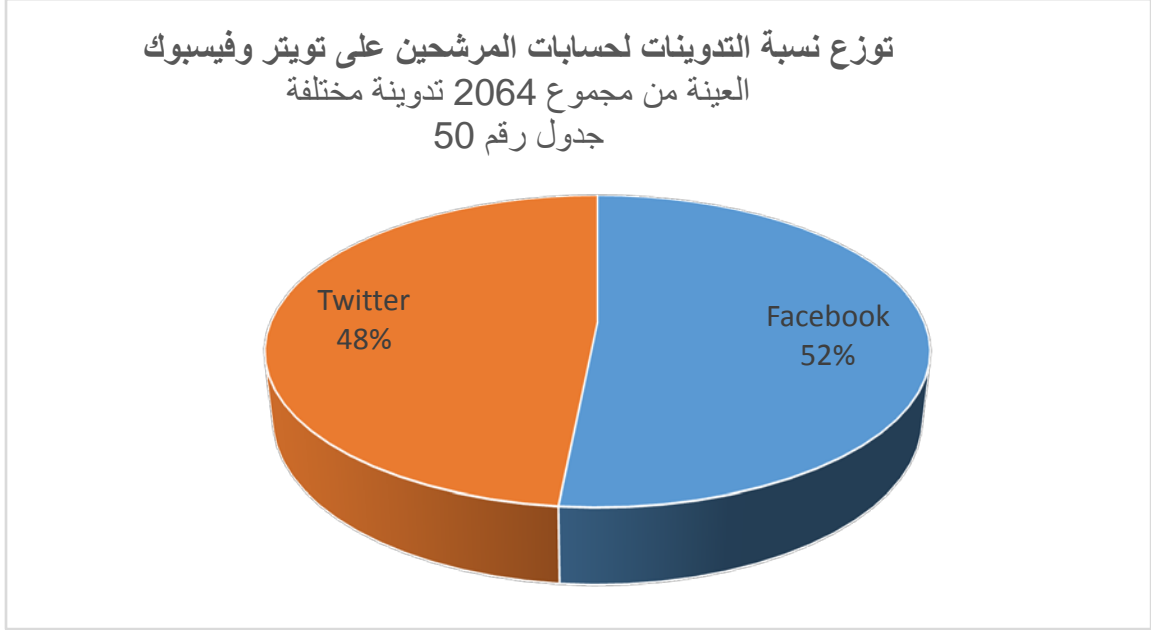


احتلت الجديد المرتبة الاولى من حيث توزيع عدد المخالفات بنسبة 21.27%، ثم تلفزيون لبنان 17%، OTV بنسبة 13.4%، و MTV 12.7%، و NBN و LBCI بنسبة 11.3% لكل منهما، فالمستقبل والمنار بنسبة 4.2% بالتساوي.

## ثالثاً: في مواقع التواصل

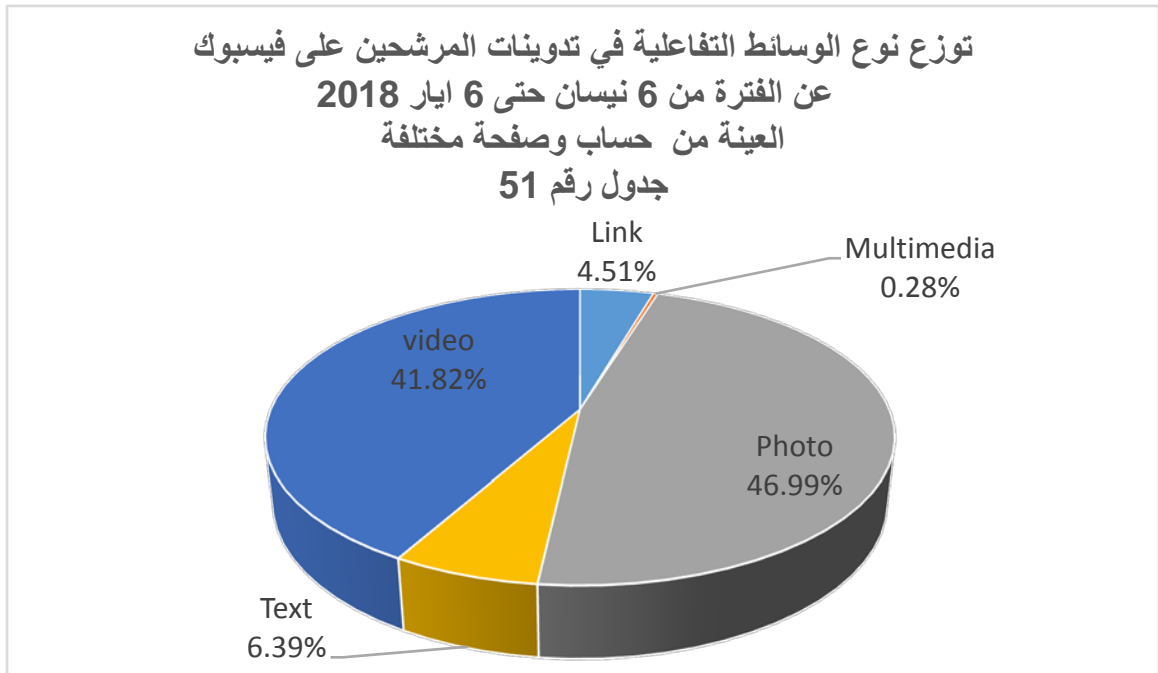
### أ - تدوينات المرشحين

#### 1- توزيع نسبة التدوينات لحسابات المرشحين على تويتر وفيسبوك



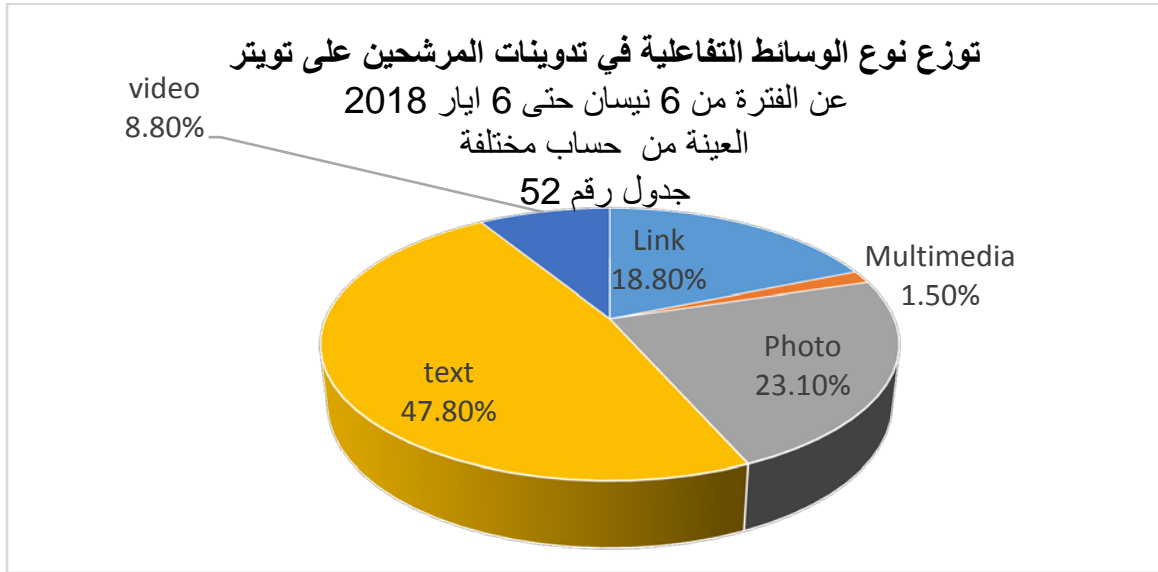
توزعت نسب التدوينات بفارق بسيط يوازي 4 نقاط بين الfacebook 52% و twitter 48% عند المرشحين.

#### 2- توزيع نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحين على فيسبوك



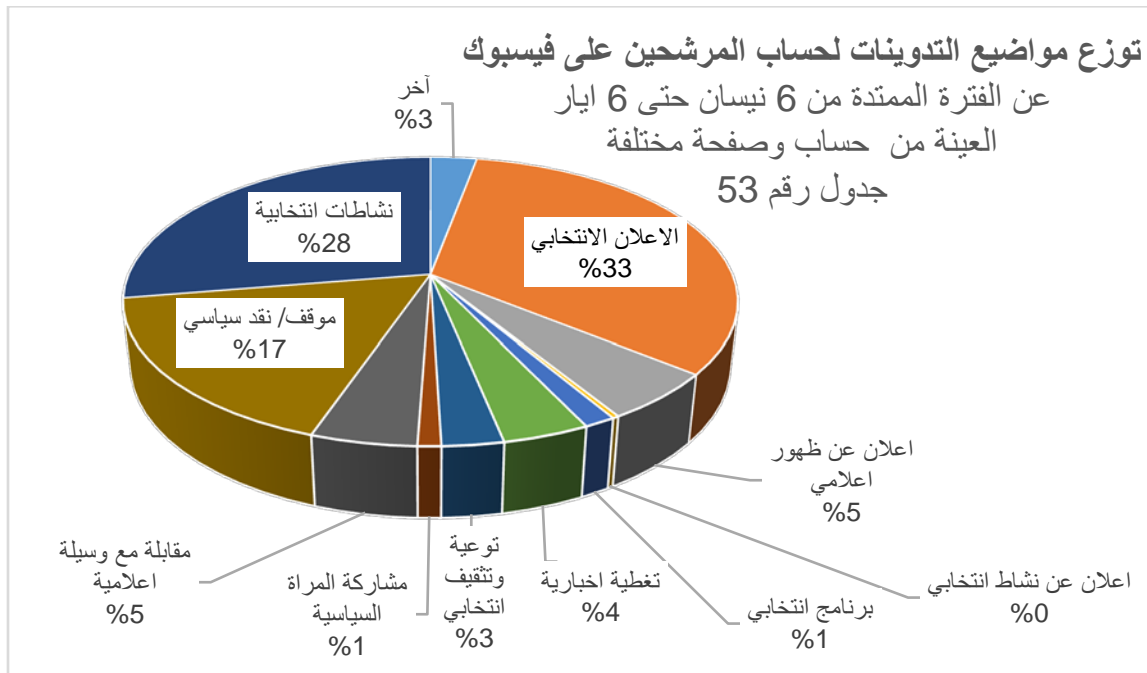
لجهة النوع في استخدامات الوسائط جاءت في الطليعة استخدامات الصور 46.9% وبجانبها استخدامات الفيديوها 41.8% ومن ثم بفارق ملحوظ النصوص 6.3% و link 4.5%.

### 3- توزع نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحين على تويتر



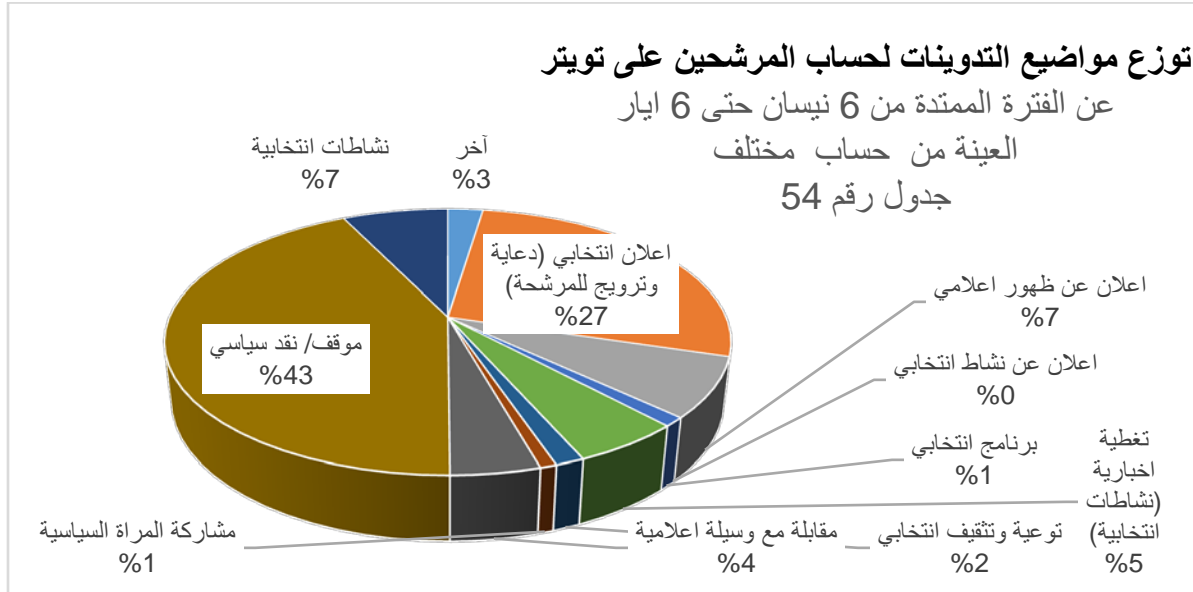
على تويتر كان نوع text في الطليعة مع نسبة 47.8% اي ما يشكل نصف مساحة التوزيع تقريبا، من ثم الصور 23.1% ، ثم link 18.8%، الفيديوها 8.8%، و Multimedia 1.5%.

### 4- توزع مواضيع التدوينات لحساب المرشحين على فيسبوك



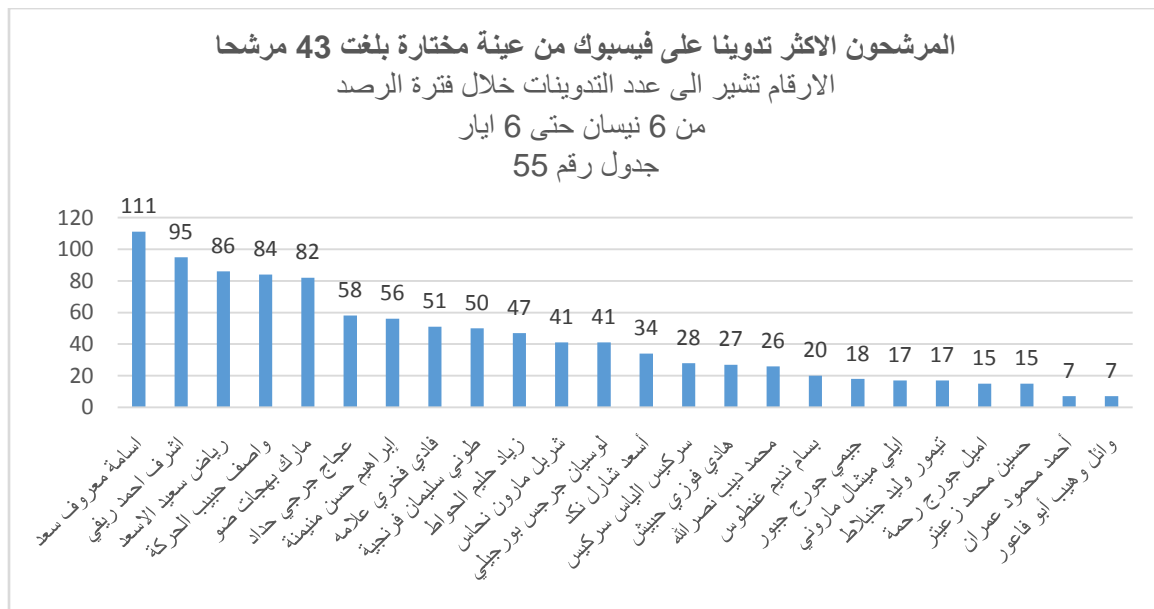
في موضوع التدوينات لحساب المرشحين على فيسبوك جاء الاعلان الانتخابي في الطليعة مع نسبة 33% من ثم نشاطات انتخابية 28% فمواقف سياسية 17%، وتوزعت النسب الباقية على المواضيع الاخرى. ولكن اللافت ان موضوع مشاركة المرأة السياسية جاء بنسبة 1% من المواضيع وسجلت نسبة 3% للتوعية والتثقيف الانتخابي.

## 5 -توزع مواضيع التدوينات لحساب المرشحين على تويتر



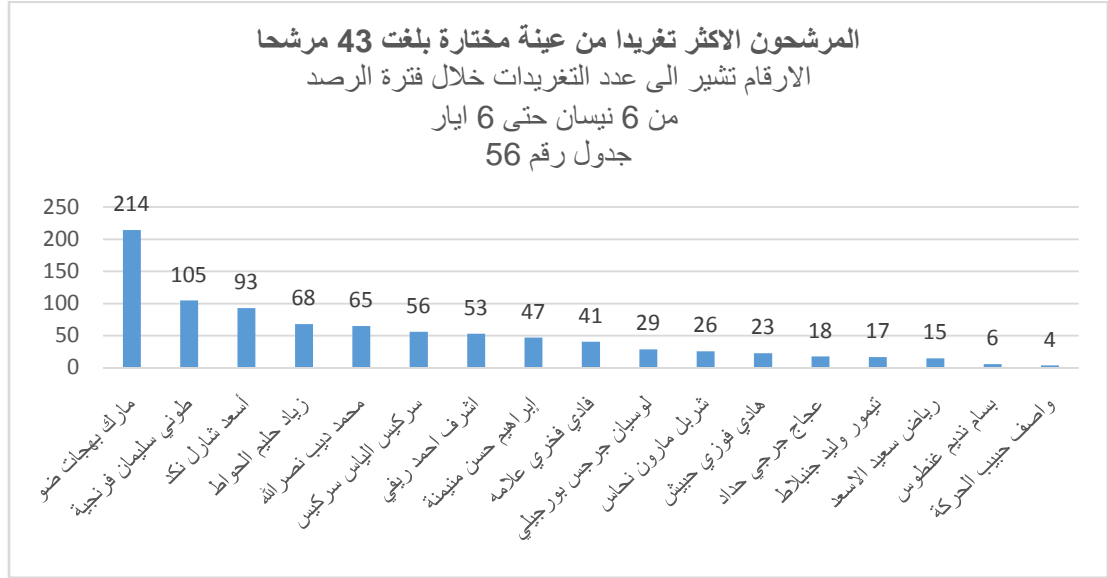
على تويتر احتلت المواقف السياسية النسبة الاعلى 43% تليها الاعلانات الانتخابية 27%. وبقيت نسبة مشاركة المرأة السياسية 1% والتوعية والتثقيف 2% والبرنامج الانتخابي 1% في التويتر كما في الفيسبوك.

## 6 -المرشحون الاكثر تدوينا على فيسبوك من عينة مختارة بلغت 43 مرشحا



يظهر الجدول المرشحين الأكثر تدوينا على الفيسبوك : اسامة سعد الاكثر تدوينا يليه اشرف ريفي بنسبة متقاربة ثم رياض الاسعد فواصف الحركة. والاقبل تدوينا هما احمد عمران ووائل ابو فاعور.

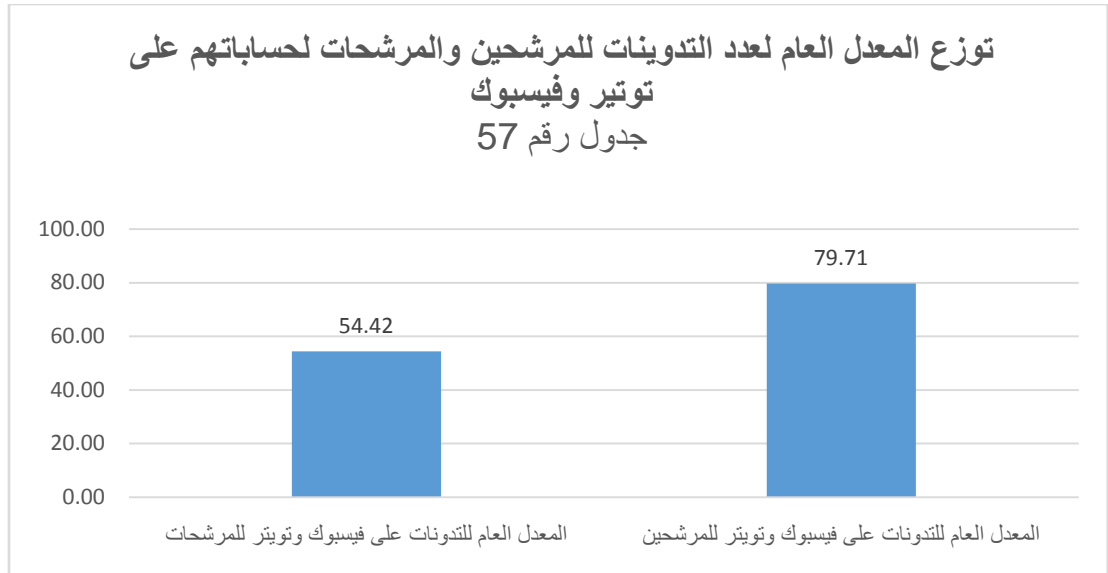
## 7 - المرشحون الاكثر تغريدا



المرشحون الاكثر تغريدا على تويتر هم مارك ضو ثم طوني فرنجية، اسعد نكد، زياد حواط، محمد نصرالله. والاقبل تغريدا هما بسام غنطوس ثم واصف الحركة.

واصف الحركة ناشط على الفيسبوك والاقبل تغريدا على تويتر، بينما اشرف ريفي ناشط فيسبوكيا وعلى العكس في تويتر.

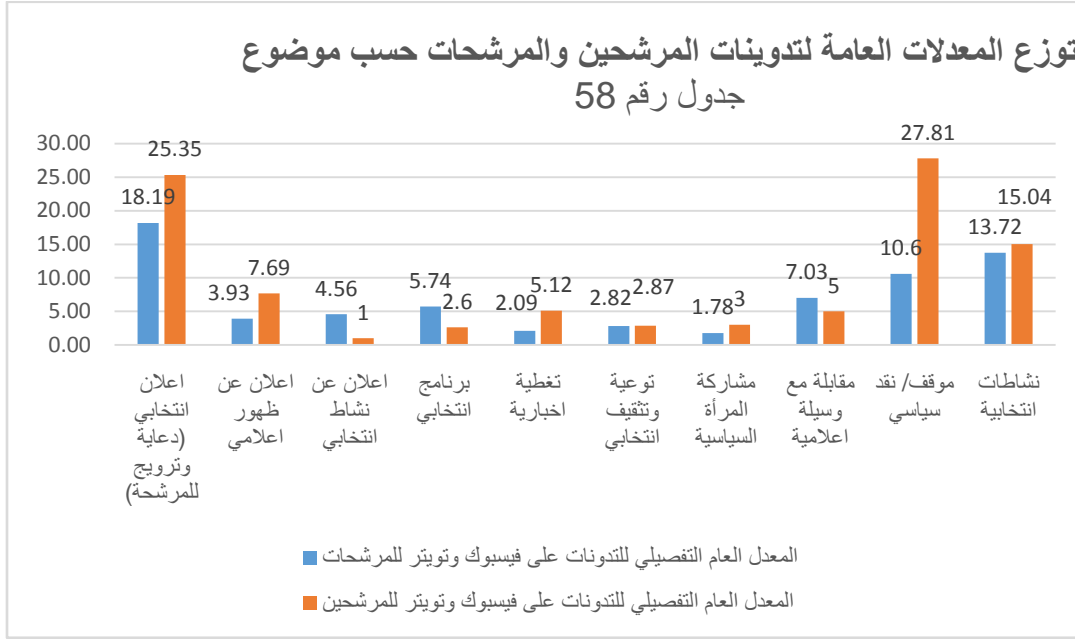
## 8 - مقارنة عدد تدوينات المرشحين والمرشحات





يبدو المرشحون اكثر نشاطا من حيث استخدامات الفيسبوك والتويتر، وبلغ المعدل العام للتدوينات والتغريدات 79.7 لكل مرشح في مقابل 54.4 لكل مرشحة اي بفارق 25.29 نقطة.

## 9 -تدوينات المرشحين والمرشحات تبعا للمواضيع



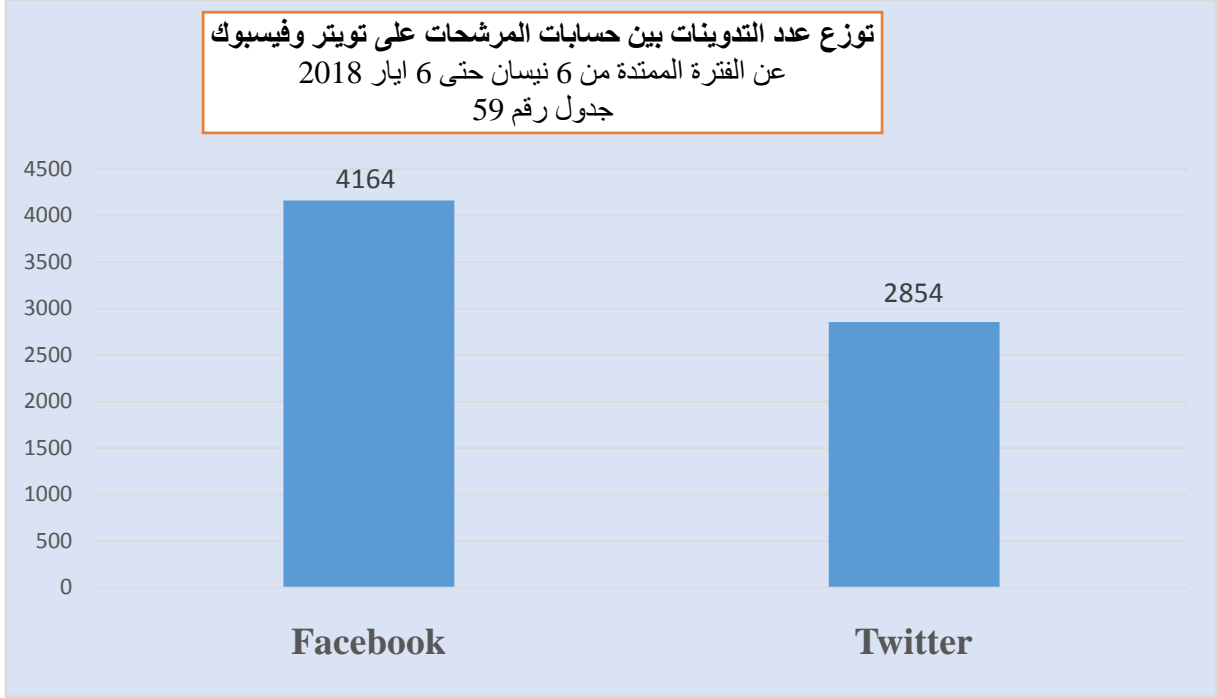
لناحية توزع المعدلات العامة لتدوينات وتغريدات المرشحين والمرشحات فالمواقف السياسية تأتي في الطليعة بالنسبة الى المرشحين 27.8%، والاعلان الانتخابي في الطليعة بالنسبة الى المرشحات 18.1%.

اللافت ان المرشحات قدمن نسبة اعلى في التدوينات والتغريدات عن الاعلان عن نشاط انتخابي 4.5% في مقابل 1%، وكذلك بالنسبة الى التدوينات المتعلقة بالبرنامج الانتخابي 5.7% في مقابل 2.6% للمرشحين.

اللافت ايضا ومن المفارقة ان التدوينات بخصوص مشاركة المرأة السياسية كانت اعلى عند المرشحين 3% بمقابل 1.7% عند المرشحات. التوعية والتنقيف الانتخابي بتعادل عند الجهتين 2.8%.

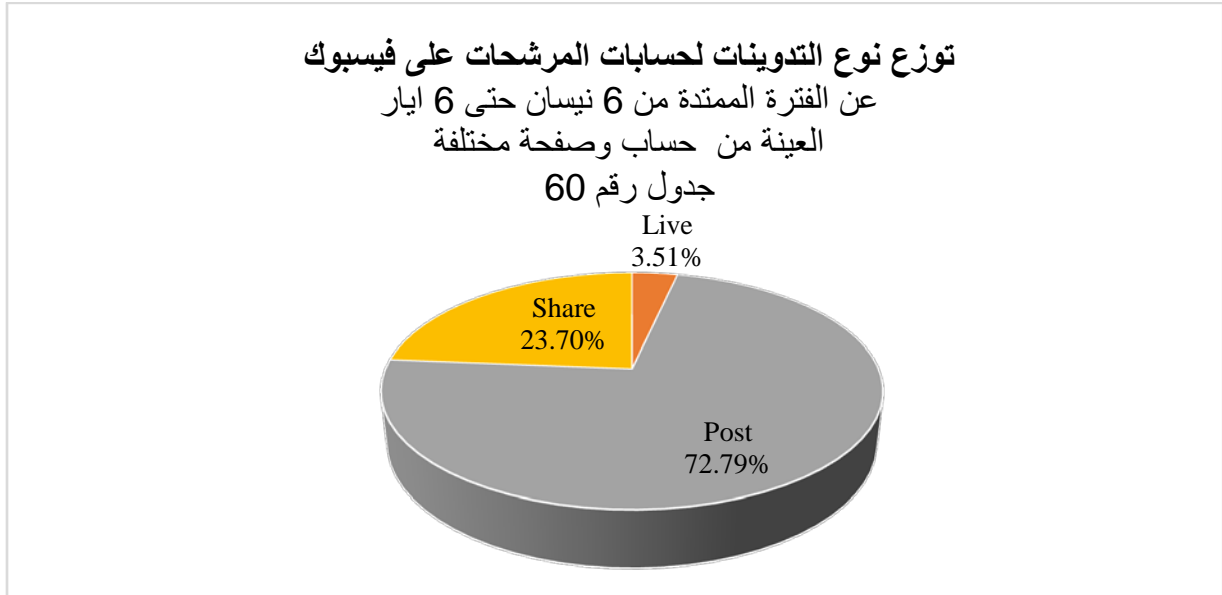
## ب - تدوينات المرشحات

### 1 - تدوينات المرشحات على تويتر وفيسبوك



يظهر الجدول ان المرشحات أنشط على فايسبوك من تويتر وبدا الفارق بين استخدامات المرشحات للمنصتين 18.67 نقطة حيث سجلت نسبة 59.33% لفايسبوك و 40.66% على تويتر من مجموع عدد التدوينات الـ 7018 .

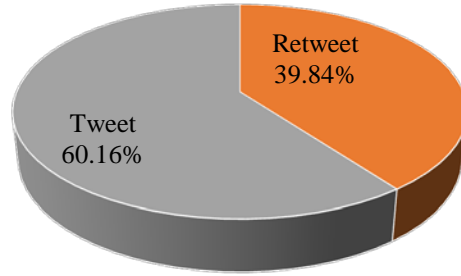
### 2 - تدوينات المرشحات على فيسبوك



في الطليعة Post بنسبة 72.7% و Live 3.5% بالنسبة الأدنى.

### 3- تدوينات المرشحات على تويتر

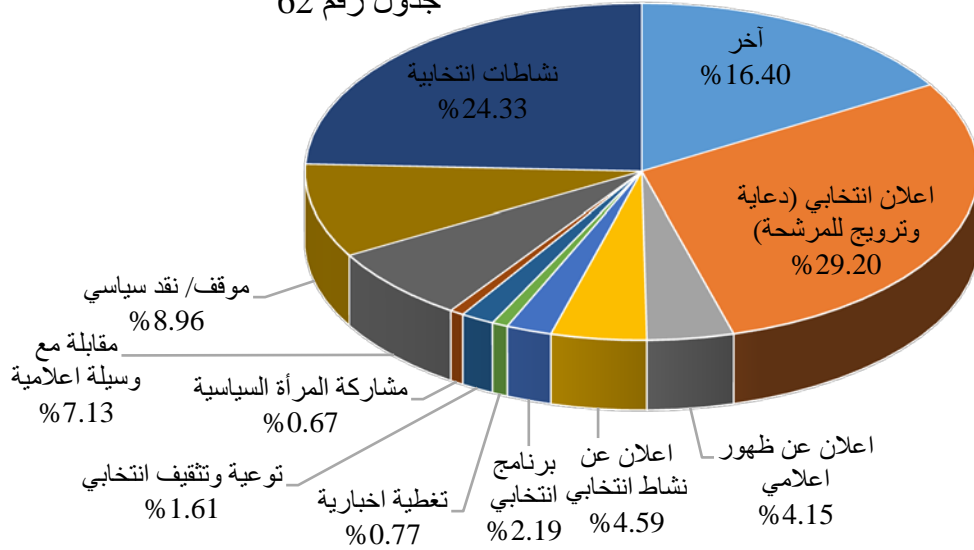
توزع نوع التدوينات لحساب المرشحات على تويتر  
عن الفترة الممتدة من 6 نيسان حتى 6 ايار  
العينة من حساب مختلف  
جدول رقم 61



التغريدات كانت في الطليعة بنسبة 60.1%.

### 4- مواضيع التدوينات لحساب المرشحات على فيسبوك

توزع مواضيع التدوينات لحساب المرشحات على فيسبوك  
عن الفترة الممتدة من 6 نيسان حتى 6 ايار  
العينة من حساب وصفحة مختلفة  
جدول رقم 62

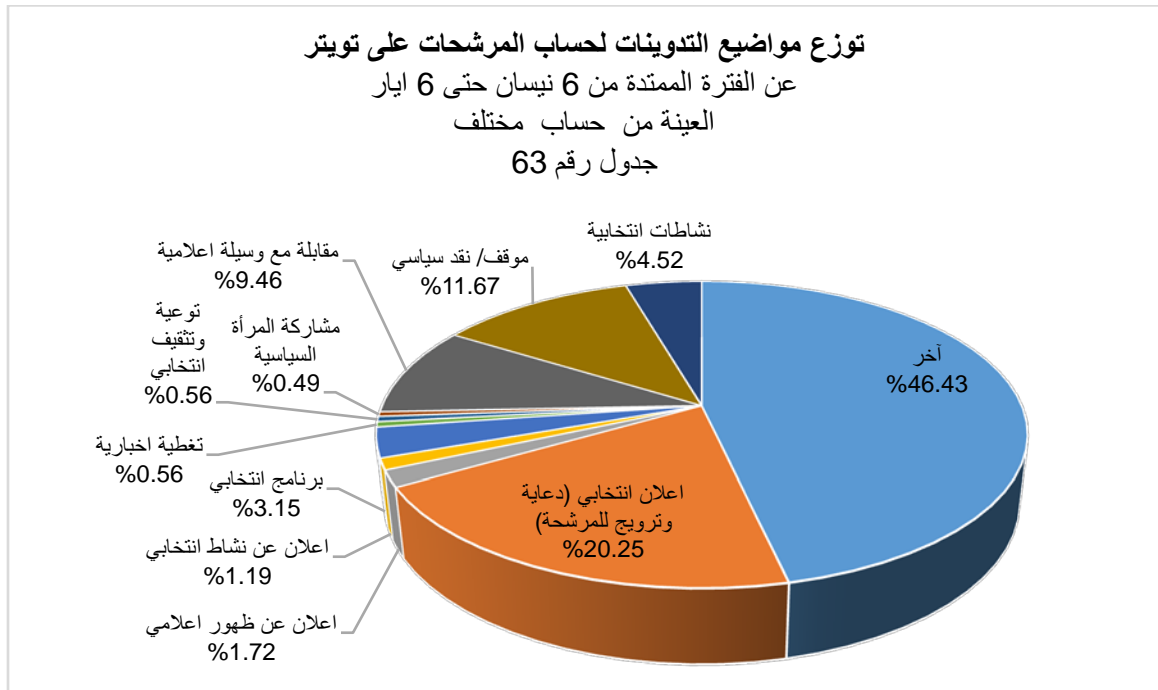


اما مواضيع التدوينات على فيسبوك فكانت في الطليعة للاعلانات الانتخابية بنسبة 29.2% وللنشاطات الانتخابية بنسبة 24.3% .

موضوع التدوينات على فيسبوك بخصوص النقد السياسي هو بنسبة 17% عند المرشحين و 8.9% عند المرشحات.

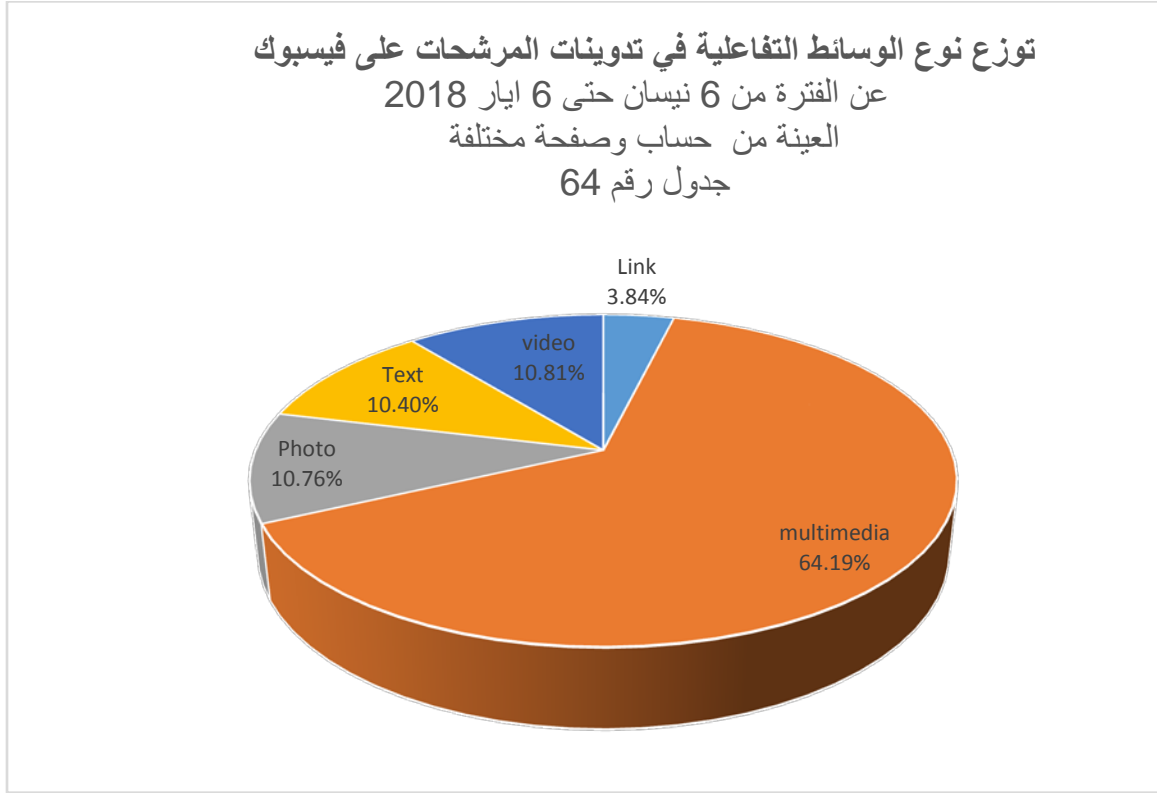
النسبة الادنى هي لمشاركة المرأة السياسية التي جاءت شبه معدمة 0.6%. التوعية والتثقيف الانتخابي بنسبة 1.6%.

## 5- مواضيع التدوينات لحساب المرشحات على تويتر



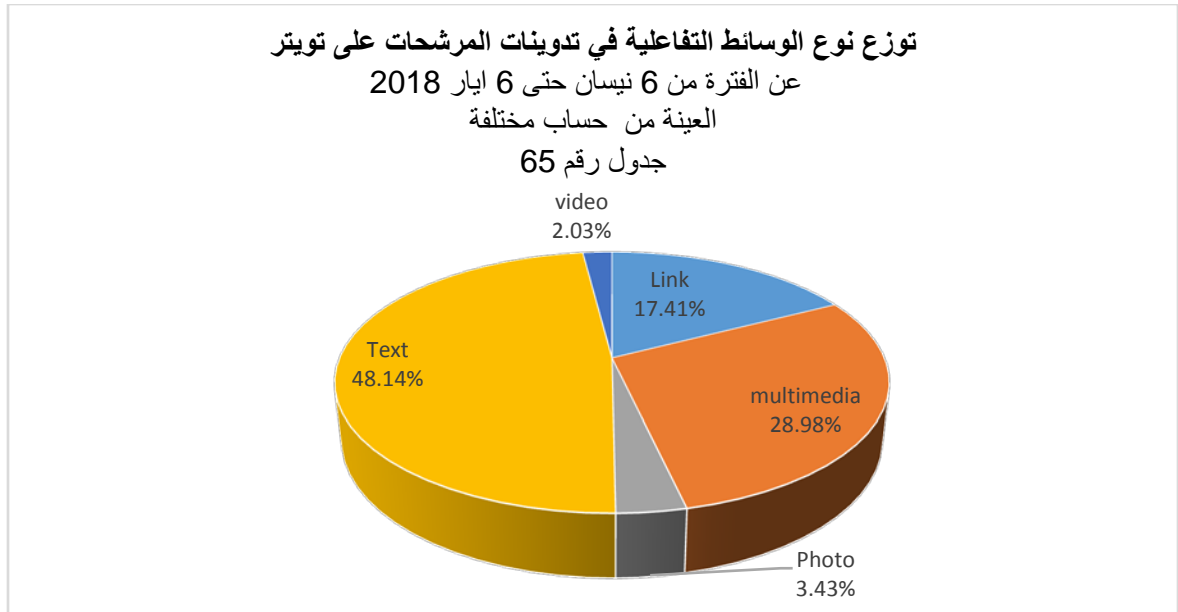
يظهر الجدول ان الاعلانات الانتخابية هي في الطليعة مع 20.2% وان النسبة الادنى هي لمشاركة المرأة السياسية 0.4%. التوعية والتثقيف الانتخابي ايضا جاءت نسبتهما شبه معدمة 0.5%.

## 6 -توزيع نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحات على فيسبوك



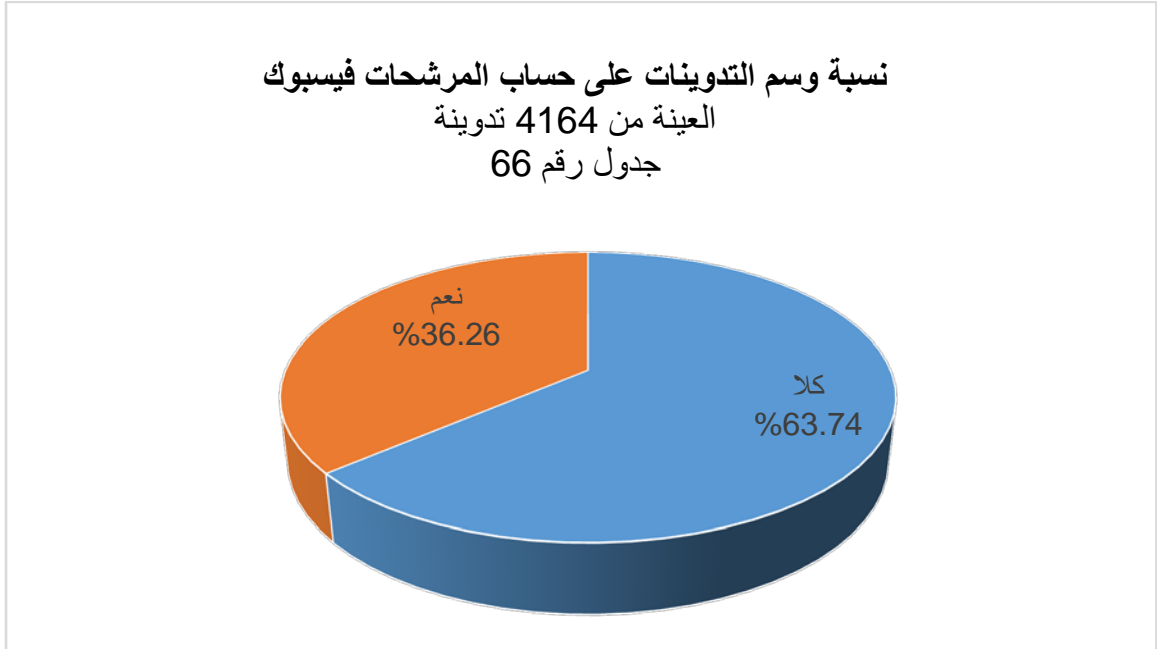
نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحات على فيسبوك : multimedia في الطليعة بنسبة 64.1%،  
video والصور و text بالنسب نفسها تقريبا حوالي 10%. ال link في المرتبة الادنى مع 3.8%.

## 7 -توزيع نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحات على تويتر



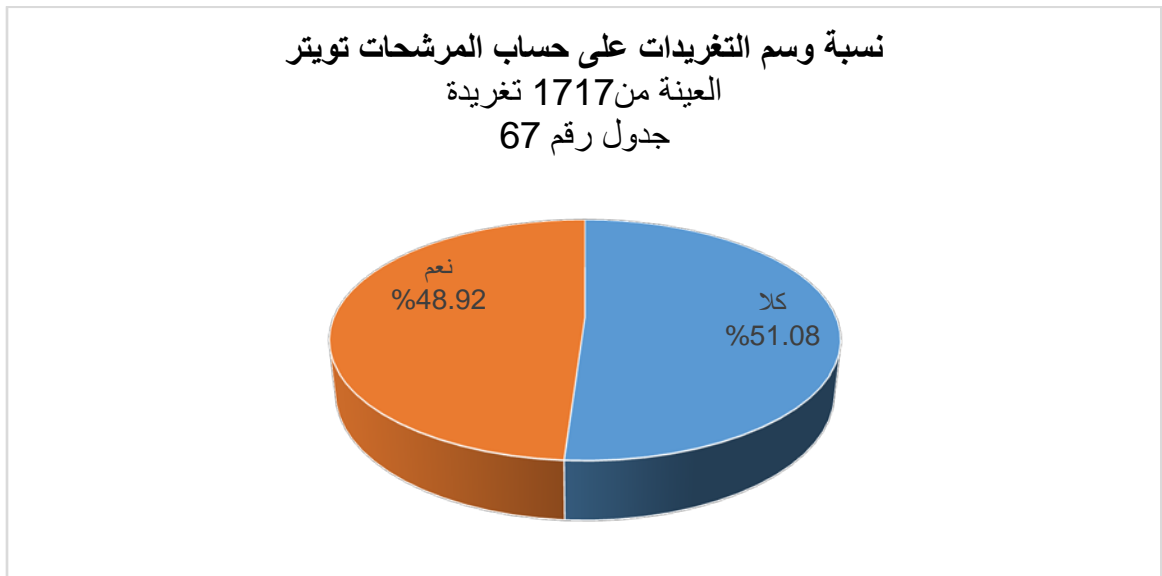
الـtext في الطليعة من حيث نسبة توزع نوع الوسائط التفاعلية في تدوينات المرشحات على تويتر بنسبة 48.1% من ثم multimedia بنسبة 28.9% ، link 17.4% فالصور والفيديو بنسب متقاربة 3.4% و2%.

#### 8- نسبة وسم التدوينات على حساب المرشحات فيسبوك



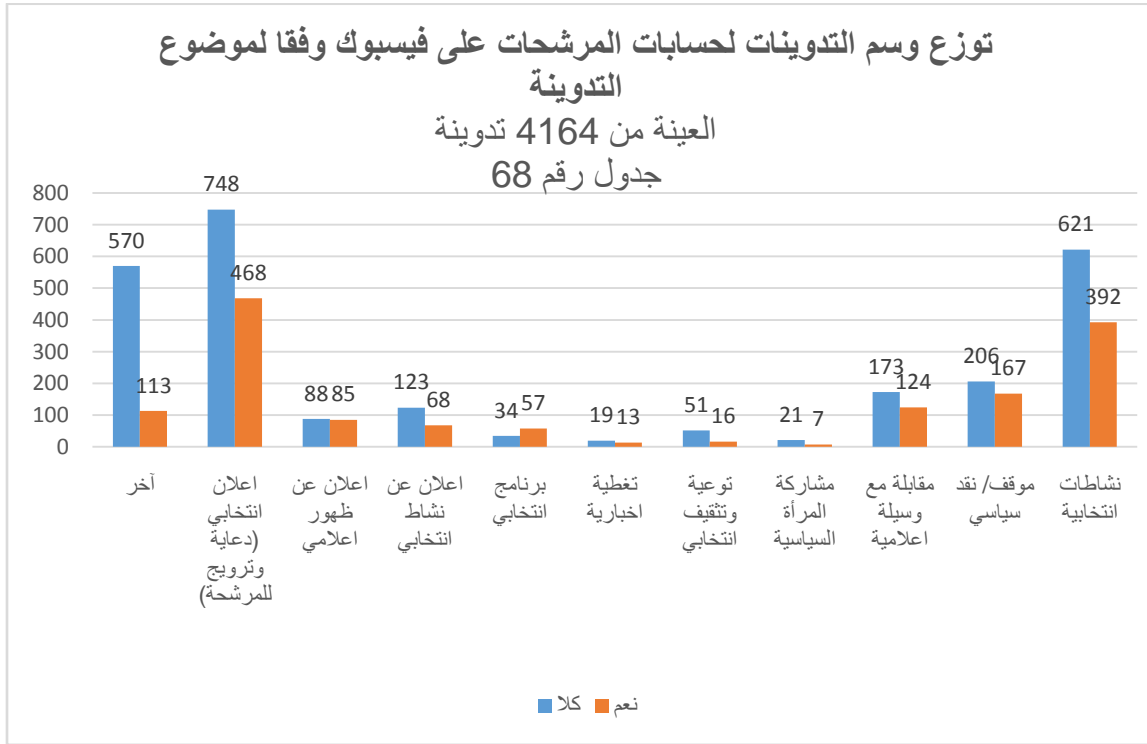
63.7% من المرشحات لم يضمن تغريداتهم وسمًا مقابل 36.2% ضمنّ وسمًا.

#### 9- نسبة وسم التغريدات على حساب المرشحات تويتر



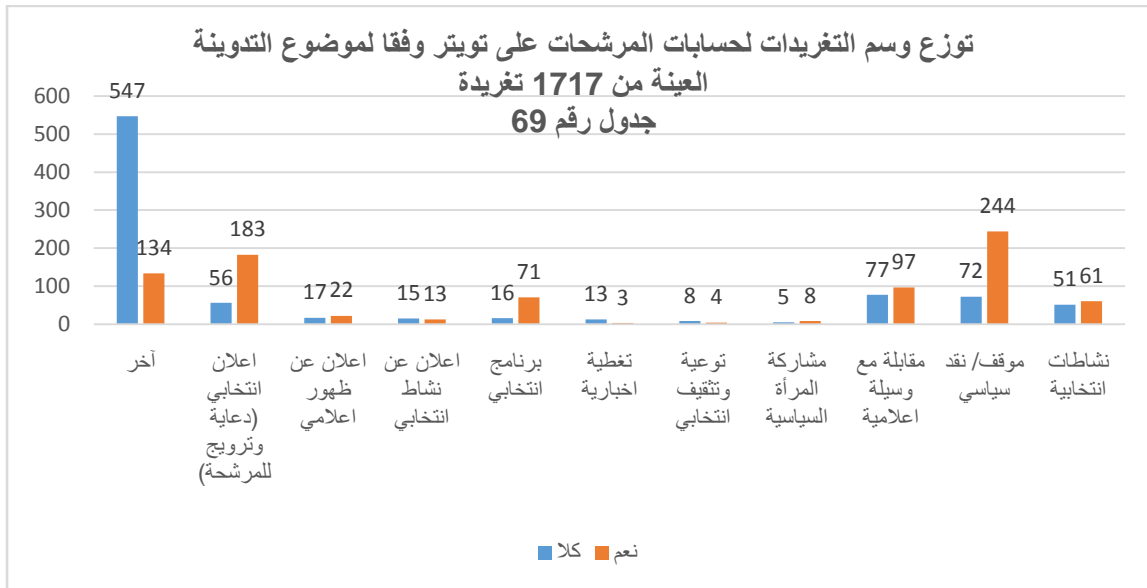
جاءت نسبة وسم التغريدات متقاربة بين كلا ونعم بفارق لا يذكر : 51% كلا و48.9% نعم.

## 10 - توزيع وسم التدوينات لحسابات المرشحات على فيسبوك



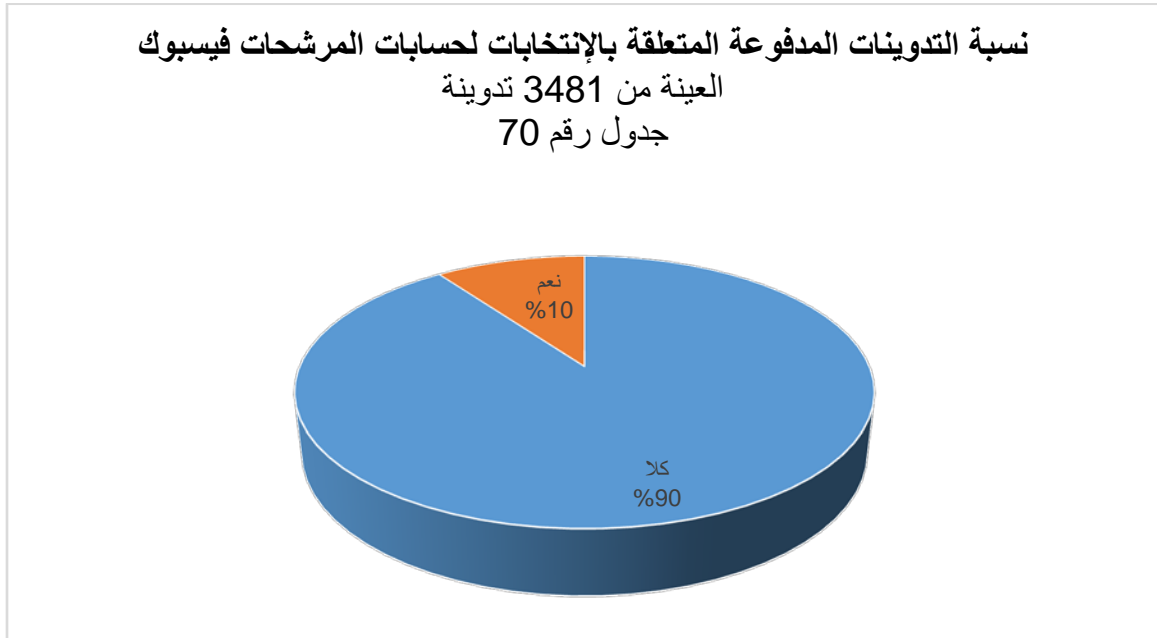
يظهر الجدول ان استخدامات الوسم على فايسبوك للاعلان انتخابي (نعم) هي في الطليعة بنسبة 11.2% من ثم للنشاطات الانتخابية (نعم) بنسبة 9.4%.

## 11 - توزيع وسم التغريدات لحسابات المرشحات على تويتر



استخدامات الوسم على تويتر لتتبع للاشخاص متابعة الموضوعات التي يهتمون بها بسهولة كانت من قبل المرشحات في الطليعة للمواقف السياسية بنسبة 14.2% (نعم) فالاعلان الانتخابي بنسبة 10.6% (نعم).

## 12 - نسبة التدوينات المدفوعة المتعلقة بالانتخابات لحسابات المرشحات على فيسبوك



نسبة التدوينات المدفوعة (sponsored) على فيسبوك بلغت 10% من مجمل تدوينات النساء المرشحات.



## القسم الثالث

### تحليل المحتوى

يرتكز القسم الثالث على النتائج التي وردت كليا في القسم الثاني ليحللها ويقرأ مضامينها. ولقد تبين في عملية الرصد ان نسبة الوصول المباشر للمرشحات في الصحف بلغ 3.42% وبلغت في التلفزيون 7.89% كمجموع عام في جميع البرامج وتراجع هذه النسبة في نشرات الاخبار الى 3.46%.

التغطية الصحافية لمواضيع التثقيف الانتخابي والتوعية شبه معدومة اذ بلغت نسبتها العامة 0.19% وفي التلفزيون افضل بقليل ولكن مع نسبة لا تذكر بلغت 2.93%. والتفاوت كبير بين نسبة التغريدات لمواقف ونقد سياسي في مواقع التواصل الاجتماعي 11.67% عند المرشحات و43% عند المرشحين.

والتفاوت الاكبر هو في توزيع نسب التغطية الصحافية بين المرشحين والمرشحات في الصحافة لصالح المرشحين طبعا بمعدل يوازي 95% للرجال و5% للنساء وفي التلفزيون 84.18% للرجال في مقابل 15.82% للنساء.

الهدف من تحليل المحتوى هو البحث في الاداء الاعلامي تجاه المرأة في التغطية والاضاءة على مواقع الخلل بغية طرح حلول تساعد في تأمين ممارسة اعلامية ترضى عدالة النوع الاجتماعي.

#### 1- القراءة في عدد فوز المرشحات

قبل الاطلاع على نتائج التغطية الاعلامية، في نظرة سريعة لنتيجة فوز المرشحات، تبين ان ضعف نسبة الاقتراع للمرأة يشير الى ان الذهنية لا تتقدم على نفس وتيرة القانون الذي اتاح للمرأة منذ عام 1953 الانتخاب والترشح. فالصورة المنمطة للمرأة والتي تعيق تفعيل مشاركتها اجتماعيا وعلى صعيد الذهنية لا تزال تؤثر في الاداء المدني بشكل كبير عند الرجال والنساء على حد سواء.

فالناخب قرر اعطاء صوته بما يخص المرشحات للحزبيات وليس للمستقلات. فجاءت النتيجة بفوز خمس نساء ينتمين الى الاحزاب وسيدة واحدة مستقلة ترشحت على لائحة المجتمع المدني. بشكل عام ورغم ان القانون النسبي يشكل دعما للقوى غير التقليدية بالفوز الا ان لا المجتمع المدني ولا حتى المستقلين الذين شكلوا، ولفترة طويلة، مرجعيات سياسية في دوائر عديدة مثل بطرس حرب وفارس سعيد تمكنوا من تحقيق نتائج على حجم التوقع. وليس المجال هنا للبحث في هذا الموضوع الا انه وبشكل سريع يمكننا ان نشير الى مؤشرين:

- عدم تمكن مرشحي المجتمع المدني من الخرق بشكل ملحوظ وكذلك الامر بالنسبة الى المستقلين،
- ضآلة نسبة المشاركة في الانتخاب التي بلغت 49.20 في المئة، مقارنة مع 54 في المئة العام 2009.

ويمكننا ايضا بسرعة ان نستنتج ان المواطن اللبناني فضلا عن انه لم "يهضم" القانون الجديد، خفت ثقته بالقوى التقليدية من جهة من دون ان يقتنع بقدرة المجتمع المدني والمستقلين على تلبية طموحاته وعلى احداث التغيير.

وبما يخص النساء، دأبت النسبة المتدنية للنساء الفائزات على ان المواطن اللبناني لا يزال خجولا جدا في اعطاء صوته للمرأة كي تمثله وذلك رغم التنوع في الدوائر التي ترشحت فيها، والاحزاب التي دعمتها، ورغم ايضا وجود مرشحات من المجتمع المدني ومن المستقلات.

وفي هذا الصدد:

- هناك عامل لا بد من الاشارة اليه وهو ثقافي يتعلّق بالنظرة الى المرأة عامة وفي السياسة خاصة وفي التمثيل والتشريع تحديدا، ان من قبل المرأة المواطنة والناخبة، او الرجل المواطن والناخب. فإذا كان نصف او اكثر بقليل من نصف الناخبين إناثا فهذا يعني ان المواطنة لم تنتخب المرأة أكانت مدعومة من المجتمع المدني ام مستقلة ام حزبية وكذلك فعل الرجل بمنطق الامور. (بحسب الامم المتحدة شكلت النساء 50.8 في المئة من إجمالي الناخبين المسجلين)<sup>31</sup>.
- الناخب كما الناخبة فضلا القوى التقليدية متمثلة برجالها التقليديين. واللافت ان البرلمان شهد، دفعة واحدة، وجوها جديدة لابناء زعامات تقليدية نالت ثقة الناخبين والناخبات بسهولة.
- تثير هذه النتيجة ايضا تساؤلا: هل هو اسهل على المواطن ان يتقبل امرأة معينة في السلطة التنفيذية من ان يختار هو بنفسه امرأة تمثله في البرلمان؟ في حال الايجاب فذلك يعني ان بين ما يقدم عليه المواطن طوعيا وتقبّل ما يفرض عليه مسار مفاهيمي طويل محيّد او انه لم يتشكّل بعد.
- فجاءت النتيجة فوز عدد ضئيل جدا من النساء نسبة الى عدد المرشحات الاعلى في تاريخ لبنان. ومن بين النساء الست الفائزات :
- سيدتان كانتا سابقا في البرلمان وهما ستريدا جعجع وبهية الحريري وتنتميان الى عائلتين سياسيتين. فستريدا جعجع هي زوجة قائد القوات سمير جعجع نجحت للمرة الثالثة بعد نجاحين متتاليين في ال 2005 وال 2009<sup>32</sup>.
- وللمرة السادسة منذ الانتخابات التشريعية الاولى في العام 1992 بعد الحرب ( 1975-1990) نجحت بهية الحريري، شقيقة رئيس الوزراء الأسبق رفيق الحريري وعمة رئيس الوزراء الحالي سعد الحريري<sup>33</sup>.
- وفازت ديما جمالي ورولا الطيش جارودي والاثنتان من تيار المستقبل للمرة الاولى.

<sup>31</sup> "تعرف على الفائزات الست الوحيديات بالانتخابات اللبنانية"، 2018/5/8

<https://arabi21.com/>

<sup>32</sup> و"حصدت عددا كبيرا من الأصوات تخطى 6500 صوت تفضيلي، من أصل 37 ألف صوت نالته لانحتها، لتحل الأولى على قضاء بشري مدعومة بتصويت حزبي". شريف ديمة، "هكذا اقتحمت ست نساء البرلمان اللبناني"، 2018/5/11

<http://www.aljazeera.net/>

<sup>33</sup> وكما ستريدا جعجع نالت الحريري أعلى نسبة أصوات في دائرتها بصيدا، وصلت إلى 13700 صوت تفضيلي لها من أصل 16 ألفا نالته لانحتها". المرجع نفسه.

- ونجحت ايضا الوزيرة عناية عز الدين المنتمية الى المكتب السياسي لحركة أمل منذ اربعين سنة والمعينة وزير دولة لشؤون التنمية الإدارية في الحكومة الحالية منذ كانون الاول 2016<sup>34</sup> لتكون ايضا اول امرأة شيعية تدخل البرلمان.
- والمستقلة الوحيدة التي فازت هي الاعلامية ومقدمة البرامج الحوارية بولا يعقوبيان وكانت ترشحت مع تحالف "كلنا وطني" في دائرة بيروت الأولى<sup>35</sup>. وتعمل يعقوبيان في المجال الاعلامي منذ اكثر من عشرين سنة وهي وجه معروف قابلت اهم السياسيين في البلد وعملت لفترة طويلة منذ العام 2006 على تدريب السياسيين وخطباء الشأن العام على الظهور التلفزيوني وعلى كيفية التحدث ببلاغة وإجادة قوة الاقناع<sup>36</sup>. والملاحظ انها كانت اطلقت حملتها الانتخابية باكرا.

يمكن ان نستخلص ايضا من النتائج انه :

- على رغم تراجع حجم تيار المستقبل في البرلمان الا ان الحصة الاكبر هي للفائزات من التيار بنسبة 3 من اصل 6 (الحريري، جمالي و جارودي).
- ورغم فوز حركة أمل وحزب الله بغالبية مقاعد الجنوب وبعلمك والهرمل والمقاعد الشيعية عامة، من خلال كتلة تضم أكثر من 26 نائبا الا انها لم تضم الا امرأة واحدة (عزالدين).
- حقق المجتمع المدني خرقا نساءيا من خلال فوز يعقوبيان، من حزب<sup>37</sup>.
- فازت سيدتان في بيروت (في الدائرة الاولى والثانية).

## 2- السيدة النائب : تأنيث اللغة

تحيلنا الإشارة الى المرأة التي فازت بالمقعد بالنائب كون مصطلح النائبة يتضمّن معنى سلبيا الى التفكير في تأنيث اللغة. اللغة ليست جامدة وهي في تطوّر مستمر انطلاقا من التغيرات الاجتماعية، من هنا جاء الحديث عن تأنيث اللغة.

في العام 2017 اتجهت الاكاديمية الفرنسية الى بذل المجهود من اجل ذلك<sup>38</sup>. فبعد عشرين سنة من عدم الشروع والقبول بتأنيث اللغة، وعدت الأكاديمية بان تتحرك نحو المزيد من تأنيث الألقاب والوظائف. فالتغيرات في المجتمع دفعت بالاتجاه نحو التعديل في اللغة. انه شأن له دلالاته. فاللغة تهيئة أيضا.

<sup>34</sup> "وقد نالت عز الدين أقل من نصف الأصوات التي نالها رئيس اللائحة نبيه بري ( 18850 صوتا تفضيلا من أصل 134 ألف صوت للائحة كلها)، ولكنها حلت رابعة وسبقت اثنين من المرشحين الدائمين على لوائح حزب الله وحركة أمل. المرجع نفسه.

واعتمدت عز الدين على أصوات حزبها حركة أمل، وكان نجاحها مضمونا إلى حد ما، خصوصا أن الدائرة التي ترشحت عنها لم تشهد منافسة جديّة للائحتين. المرجع نفسه.

<sup>35</sup> وقد نالت يعقوبيان 2500 صوت تفضيلي من أصل 6500 صوت نالته لائحتها، وهو رقم يعتبر جيدا في هذه الدائرة ذات عدد المقترعين المنخفض.

وهي دائرة كان فيها قدر لا بأس به من المنافسة، مع لائحة يدعمها التيار الوطني الحر وأخرى تدعمها القوات اللبنانية وثلاث مستقلات، منها لائحة "كلنا وطني". المرجع نفسه.

36 حاوي زينب، "بولا يعقوبيان: تدريب خطباء الشأن العام على فن الظهور التلفزيوني"، السفير، 2012/3/27.

<sup>37</sup> 6 نساء في البرلمان الجديد ... هل العدد على قدر التوقعات والطموحات؟"، 2018/5/8.

وفي هذا الاطار، قررت صحيفة Le Monde منذ بداية العام 2018 تأنيث بعض التسميات والوظائف<sup>39</sup>. ما دفع بالامور في هذا الاتجاه، كتاب مدرسي في التاريخ مخصص الى طلاب الCE2 في فرنسا في العام 2017 لدار النشر Hatier وهو اول كتاب يكتب في هذا الشكل اذ أدرج ضمن التسميات ما يسمّى بال« écriture inclusive » اي يمكننا ان نقرأ « les agriculteur.trice.s ». فمن خلال وضع نقطة وسط الاشارة الى التذكير او التأنيث. الهدف: تفكيك أولوية الذكر على المؤنث في اللغة الفرنسية، لمحاربة صور النوع النمطية.

فاللغة تنظّم تفكيرنا، وهي لا تعكس فقط التفكير انما توجّهه<sup>40</sup>. من هنا ضرورة التفكير في تأنيث الوظائف والادوار التي تقوم بها المرأة في المجال العام كتمهيد لطريقة تفكير تحقق عدالة النوع الاجتماعي.

### 3- في التغطية

في ما يتعلّق بالتغطية الاعلامية للحملة الانتخابية من منظور جندي، برز كما ذكرنا تفاوت كبير في توزيع نسب التغطية الصحافية بين المرشحين والمرشحات في الصحافة لصالح المرشحين طبعاً بمعدل يوازي 95% للرجال و5% للنساء (جدول رقم 5). وفي التلفزيون بلغت حصة المرشحات من المقابلات الخاصة والبرامج الحوارية حوالي 11.85%، اما في المساحة التي احتلتها في نشرات الاخبار فلم تتخط النسبة 3.46%. (جدول رقم 19 و21).

### 3-1 المساحة ضئيلة للمرأة

في المساحة الهزيلة التي خصصت للمرأة في الاعلام ومقارنة مع عدد المرشحات مؤشرات عدّة :

- لم يكن مفاجئاً هذا التفاوت لانه يعكس التعاطي عامة مع المرأة في المجال العام والمجال السياسي تحديداً. فالمكان هنا للرجل بامتياز.
- عمل الاعلام في تغطيته وفق اجندة منمطة أقامت تفوّقاً لمكانة الرجل. فلم يكن هناك من تكافؤ في التعاطي مع ترشّح المرأة والرجل. وما يدعم هذا الطرح، عناوين الصحف واستهلايات نشرات الاخبار التي عند اقبال باب الترشح اشارت بالخط العريض الى بلاغة عدد المرشحات ( 113 مرشحة). فجاء الرقم كمحسنات بلاغية لم يترجم في التعاطي الاعلامي جدياً في النظرة الى المرأة كمتكّنة من القيام بالدور. فاقصر وجود المرأة في العناوين عند الترشح ومن ثم عاد الرجل الى المساحة الكبرى والاكبر في التغطية اليومية للحملة الانتخابية. فالمرأة ظهرت بنسبة ضئيلة جداً في القصص الصحافية كموضوع رئيسي للتغطية وصل الى 8% (جدول رقم 9) وحتى في نشرات

<sup>38</sup> « Féminisation de la langue : l'Académie française prête à évoluer », 24/11/2017. www.rtl.fr

<sup>39</sup> « La féminisation de la langue française dans "Le Monde" », 27/01/2018.

<https://www.rtl.fr/>

<sup>40</sup> Spiler Clémentine, « Écriture inclusive : pourquoi féminiser le français ? », 28 septembre 2017.

<http://www.nova.fr/ecriture-inclusive-pourquoi-feminiser-le-francais>

الاخبار بلغت نسبة التغطية المباشرة للمرشحات في نشرات الاخبار 3.46% مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين 96.5%.

- بالإضافة الى عامل يرتبط بتجذّر القوى التقليدية في المجال السياسي فذلك ايضا يصعب على المرأة نجاحها. إذ عندما تفوز بالمقعد لانها ترتبط بصلة قرابة مع رجل سياسي معروف فذلك يصعب اقتناع الناخب بالمرأة عامة. فلعقود طويلة تكرر في لبنان هذا التمثّل للمرأة في البرلمان: هي تكمل دور الرجل السياسي الذي تنتمي له، ووجودها هو بفضلها، فقط. ويأتي هذا التمثّل بالنسبة الى الناخب من تراكمات التاريخ السياسي في البلد الذي لم يشهد حركة سياسية نسائية مستقلة لافتة او حتى حزبية سمح للمرأة بان تؤسس لنفسها مكانة خارج الدعم العائلي الذكوري. ولا بد من الاشارة ايضا الى ان تجذّر القوى التقليدية يصعب على المرشح الرجل أيضا من ان يصل فكيف الحال بالنسبة الى المرأة حيث تتضاعف الصعوبة.

- يتحكّم بالاعلام منطلق مزدوج تجاري وديمقراطي. هذان المنطقتان هما معاديان ويجعلان من وسائل الاعلام تعمل كألة قوية وهشة على حد سواء<sup>41</sup>. فلجذب المشاهد والمعلن يخضع الاعلام لسياسة السوق "التقليدية" حيث الغلبة في السياسة للرجل. ورغم كون الاعلام ركن أساسي من اركان الديمقراطية الا انه بدوره يخضع لآليات تتحكّم به وتحد من حركته<sup>42</sup>.

### 3-2- في المقابلات والبرامج الحوارية: الوضع افضل

اما في المقابلات الخاصة والبرامج الحوارية فتمتدّن نسبة التغطية بما يخص المرشحات قليلا، لتلامس 11.85% فجاءت اعلى نسبة من نسبة التغطية المباشرة ( 3.4%) او المساحة التي احتلتها كخبر اول (8%) (جدول رقم 20). ويبقى مؤشر النسبة الضئيلة للتغطية المباشرة في نشرات الاخبار ليبدل على ان المرأة حتى في استحقاق مماثل ورغم ارتفاع العدد لجهة المرشحات للمرة الاولى في لبنان، لا تحظى في اكثر البرامج مركزية في كل محطة تلفزيونية بمساحة تعكس تهيئة لممارسة عملها في السياسة.

واللافت في المقابلات والبرامج الحوارية الدعم للنساء المستقلات اللواتي نلن اكبر نسبة تغطية تلفزيونية بلغت 55.53% مقابل 24.79% للمرشحات من حزب سبعة، فيما توزعت النسبة المتبقية على المرشحات من الاحزاب الاخرى (جدول رقم 24). والذي ساهم في اعلاء هذه النسبة هو تلفزيون لبنان الذي اعطى مساحة 77.2% للنساء المستقلات، فحزب 7 بفارق كبير 7.7% (جدول رقم 25). بينما في التلفزيونات الخاصة (جدول رقم 26) جاءت نسبة الظهور التلفزيوني للمرشحات في البرامج الحوارية للنساء المستقلات 46.7%، ولحزب 7 جاءت 31.6%. وينسجم الرقم المرتفع في تلفزيون لبنان مع ما

<sup>41</sup>Patrick Charaudeau, "Analyse de discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un ?", Revue SEMEN 23, Sémiotique et communication.État des lieux et perspectives d'un dialogue, Presses Universitaires de Franche-Comté, Besançon, avril 2007., 2007, sur le site de Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Analyse-de-discours-et.html>

<sup>42</sup>انظر في هذا الخصوص كتاب

Charaudeau P., *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan / Institut national de l'audiovisuel (coll. «Médias-Recherches»), 1997.

أوجبه قانون الانتخاب الجديد في المادة 73 التي خولت اي مرشح او لائحة استعمال وسائل الاعلام الرسمية دون مقابل.

ولفت تلفزيون لبنان أيضا بنسب التغطية للحملات الانتخابية للجهات السياسية المختلفة التي جاءت لصالح المستقلين في الطليعة 39.5% فكلنا وطني 11.7% ومن ثم جاءت بقية التيارات والاحزاب : التيار الوطني الحر 10.5% ومن ثم تيار المستقبل 8.1% فالقوات اللبنانية 7.3% فالكتائب اللبنانية 5.7%. وتوزعت النسب بين 1% و 0% على الاحزاب الباقية (جدول رقم 42). ما يفسر هذه الارقام في هذه المحطة هو ان المحطات الخاصة تمثل بغالبيتها القوى السياسية في الحكم فلا حاجة لتلفزيون لبنان لان يدعم.

جاء توزيع التغطيات التلفزيونية للقنوات الخاصة على الاحزاب المختلفة (جدول رقم 29) ليعكس حجم القوى السياسية الحاكمة والفاعلة ايضا. فقد حظي في الطليعة تيار المستقبل بنسبة التغطية الأعلى 22.2% وتقارب معه التيار الوطني الحر 21%، في حين نال "كلنا وطني" نسبة تغطية تصل الى 5.8% اي نسبة متدنية جدا مقارنة مع نسبة التغطية التي حظيت بها الاحزاب التقليدية مجتمعة.

وكانت المساحة الاكبر المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للمستقلين بمن فيهم المرشحين على لوائح الاحزاب الرئيسية (جدول رقم 30) هي على محطة ال MTV 22.5% وعلى مسافة قريبة منها محطة الجديد بنسبة 21%، ثم LBCI 18.2%، OTV 16.7%. وتشابهت محطتا المنار و NBN بالنسب فجاءت 9.9% للاولى و 9.6% للثانية. وسجلت النسبة الادنى على محطة المستقبل. وحتى لو كانت النسب ضئيلة في محطة المستقبل ومتدنية في محطتي NBN والمنار فأقله خصصت هذه المحطات الملزمة مساحة للمستقلين بينما سجلت محطة MTV النسبة الاعلى من بين التلفزيونات الخاصة.

توزع مساحة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية بين مختلف الاحزاب والقوى جاءت مشابهة تقريبا لتوزع مساحة التغطية التلفزيونية غير الاعلانية بين مختلف الاحزاب والقوى. المستقلون 25.7% فالتيار الوطني الحر 14.9% فتيار المستقبل 12.4%. ثم كلنا وطني 6.2% فحزب الله 4.8% والقوات 4.3% وحركة امل 4% بنسب متقاربة (جدول رقم 40). اي ان المستقلين وحزب 7 وكلنا وطني يشكلون 32.2% من مجموع التغطية والباقي للاحزاب التقليدية التي استحوذت على الجزء الاكبر من التغطية.

وفي مساحة التغطية غير الاعلانية (انظر جدول رقم 39)، 26.7% لكلنا وطني، حزب 7 والمستقلين. وهنا لا بد من ربط دلالة هذه النسب مع موضوع المرأة. فالاعلام بغالبيته لا يزال يعطي المساحة الاكبر للقوى التقليدية من دون ان يغيب كاملا الحركات الجديدة. وبما انه لم ترشح الاحزاب النساء باعداد كبيرة شمل التهميش كل ما هو خارج التقليدي.

ان اعطاء مساحة للمستقلين والمجتمع المدني في تلفزيون لبنان والتلفزيونات الخاصة، حتى لو تفاوتت النسب، فان ذلك يعد مدخلا يساعد في اعطاء اكثر فأكثر مساحة للمرأة اذ بدأ التنوع يخرق المشهد التقليدي الجامد ولكن ببطء.

#### 4 - التمثلات الاجتماعية للمرأة

على ضوء هذه المعطيات- الارقام ودلالاتها، ومن خلال المصطلحات المستخدمة في التغطية الاعلامية تبين ان آلية الخطاب الاجتماعي تجاه المرأة لا تزال تتحكّم فيه تمثّلات قديمة عن المرأة وعن الرجل.

فالرجل يبدو قويا، عقلانيا ويجابيا بينما المرأة ضعيفة، عاطفية وسلبية. مرد ذلك الى تمثّلات ثقافية، دينية، بيولوجية قديمة. "ففي هذه المعطيات "البيولوجية" أو شبه البيولوجية نجد آلية تبرير إيديولوجي هي من أقدم الآليات وأبسطها، وتتمثل في تحويل نظام الهيمنة البشرية الثقافية إلى نظام طبيعي سرامي"<sup>43</sup>. لان هناك من "هيمنة ذكورية" على حد قول بيار بورديو الذي كتب "تجد الهيمنة الذكورية ... وكل الظروف مجتمعة لملء ممارستها. والحضور المعترف به كونيا للرجال، يتأكد في موضوعية البنى الاجتماعية ونشاطات الانتاج واعدة الانتاج، والقائمة على تقسيم جنسي ..."<sup>44</sup>

وتنسحب هذه السلبية على المجال العام الذي أقصى مشاركة المرأة في الفكر واللغة قبل ان يقصدها في المجال العام.

هذه التمثلات انعكست في شكل واضح ومباشر من خلال نسبة المواقف في الاعلام اللبناني التي لم تتناول موضوع المشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة 94.9%، في مقابل 4.49% مؤيدة تناولت هذا الموضوع بشكل رئيسي (جدول رقم 10).

#### 5 - المرأة (لم) تتحدّث

اليوم دخل على مصطلح الكثير من السياسيين في لبنان، الى اية طائفة انتموا، وهم يتوجّهون الى الحضور او المتلقي بصيغة الانتن والانتم. اي انه صار واضحا من خلال مكّون الجمهور بالنسبة الى الخطيب ان النساء تشكل اكثر من النصف. فصار من الضروري التوجه الى هذا النصف بالاشارة اليه.

ولكن الاكتفاء بالاشارة الى ان جمهور نصفه نساء لا يعني ان الامور اصطلحت اذ لم تدعم هذه الاشارة تهيئة المكان للمرأة لان تكون هي نصف من يتكلم. هي نصف من يسمع فقط أقله حتى الآن.

لا يمكن ان تكون المرأة موجودة خارج السردية وخارج الخطاب وخارج "الأنا" المتكلمة. فمذ 1929 دعت فيرجينا وولف النساء الى "ان تكتبن في كل المجالات والا تحجمن عن الكتابة في اي موضوع مهما كان تافها او مهما<sup>45</sup> واعطتهن الكيفية: للتمكّن من الكتابة على المرأة ان تمتلك غرفة "تخصّها لوحدها"، واستقلالية مادية. واعتبر كتابها "غرفة تخص المرء وحده"، رافعة للفكر النسوي في بدايات القرن العشرين. فلا يمكن ان تتحرّر المرأة من دون ان تنوجد في السرد.

<sup>43</sup> انظر بن سلامة رجا، " أهلية المرأة للمشاركة السياسية في الخطابات الدينية المعاصرة"، النساء في الخطاب العربي المعاصر، باحثات، الكتاب التاسع، 2003-2004.

<sup>44</sup> بورديو بيار، الهيمنة الذكورية، ترجمة قعفراني سلمان، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009.

<sup>45</sup> Woolf Virginia, *A Room of One's Own*, Hogarth Press, First published on 24 October 1929.

## 5-1 دلالة الأرقام مؤشر غياب

وتشير الأرقام إلى أن المرأة في الإعلام لم تتحدث أقله بشكل يعكس تمثيل نصف الناخبين الذين هم نساء، أو بشكل يعكس نسبة المرشحات من مجموع المرشحين. تحدثت المرأة من خلال التصريح المباشر أي ما أدلت به شخصيا كمرشحة في التغطية الصحافية بنسبة 3.4% (جدول رقم 6) من مساحة النفاذ المباشر للمرشحات من مجموع التغطية العامة في الصحف. وبلغت النسبة في التلفزيون 7.89% كمجموع عام في جميع البرامج. وتراجع هذه النسبة في نشرات الأخبار إلى 3.46% (جدول رقم 18). فلم تعط الكلمة لها بشكل واف من قبل الإعلام لتشجيعها على خطوة الترشح من جهة ولتشجيع الناخب على الوثوق بها. لا بد أيضا من التذكير هنا بقوة الكلمات وبارتباط الخطاب بالسلطة. فكيف للمرأة أن تكون بقوة إذا لم تكن نسبة نفاذها المباشر إلى الإعلام لافتة.

## 5-2 في النفاذ المباشر

نتطلق من أن نسبة النفاذ المباشر للنساء المرشحات في نشرات الأخبار 3.46% (جدول رقم 19) في مقابل نسبة نفاذ مباشر في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة 11.85%. وبلغ المعدل الوسطي للوصول المباشر للمرشحات في مختلف التغطيات التلفزيونية معدل 7.89% (جدول رقم 18).

كانت الحصة الأكبر في النفاذ المباشر من بين النسب المتدنية أصلا هي للوجه المعروفة :

- فالنساء المرشحات الأكثر ظهورا في مجموع التغطيات التلفزيونية (جدول رقم 45): عناية عز الدين في الطليعة مع فارق بسيط بينها وبين بولا يعقوبيان، ثم غادة عيد وميريم سكاف مع فارق لا يذكر بينهما.
- النساء المرشحات الأكثر ظهورا في النقل المباشر للحملات الانتخابية هن ميريم سكاف ثم عناية عز الدين بفارق 240 ثانية أي 4 دقائق. ثم ستريدا ججع بفارق عن سكاف 2397 ثانية أي 39.95 دقيقة (جدول رقم 44).
- المرشحة الأكثر ظهورا في التقارير الإخبارية هي عناية عز الدين 43.7% وبفارق كبير عن المرشحة التي تليها من حيث نسبة الظهور ميريم سكاف 14.6%، ثم بهية الحريري 13.5% بفارق أيضا مع المرشحة التالية من حيث النسبة، بولا يعقوبيان 4.8%. ستريدا ججع سجلت نسبة 1.7% وبولا يعقوبيان 3.9%. النسبة الأدنى سجلتها المرشحة ندى غريب 0.6% (جدول رقم 44).
- اللافت أيضا أن النساء المرشحات الأكثر ظهورا في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة هن بولا يعقوبيان 12.3% تليها غادة عيد 9.3% في المقدمة، ثم عناية عز الدين 8%، ميشال تويني 5.2%، ميريم سكاف 5.1%، نعمت بدر الدين 2.1%، دلال الرحباني 2.1% (جدول رقم 43).
- أي أن المرتبتين الأولى والثانية في البرامج الحوارية من حيث نسبة الظهور جاءتا لإعلاميتين يتقنان إدارة الحوار (بولا يعقوبيان وغادة عيد) ويعملان منذ سنوات طويلة في المجال التلفزيوني ما جعلهما شهيرتين على الصعيد العام.



اما بالنسبة الى مجموع التغطيات التلفزيونية ففي المرتبتين الاولتين الوزيرة عناية عز الدين وبولا يعقوبيان. في التقارير الاخبارية: عناية عز الدين و رئيسة الكتلة الشعبية ميريم سكاف. واثناء النقل المباشر توزعت المرتبتان بين عناية عز الدين وميريم سكاف. فالمجهود الاعلامي لم يذهب باتجاه الوجوه الجديدة وبدا ان الاسرع والاسهل هو من خلال تغطية من يعرفه الجمهور اساسا وفي الوقت نفسه لا مخاطرة مع نسبة المشاهدة.

واللافت ايضا ان النساء المستقلات نلن اكبر نسبة تغطية تلفزيونية في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة لمختلف التلفزيونات الخاصة وتلفزيون لبنان وبلغت 55.53% مقابل 24.79% للمرشحات من حزب سبعة، فيما توزعت النسبة المتبقية على المرشحات من الاحزاب الاخرى (جدول رقم 24).

فالبرامج الحوارية عوّضت نسبيا عن النقص في نشرات الاخبار والتغطية بشكل عام وقد يكون ذلك ايضا دافعا الى حث الاعلام عامة والنشرات الاخبارية خاصة على تخصيص مساحات اكبر للنساء في الشأن العام خصوصا وان تشجيع المستقلات يساعد في تعزيز الثقة في المرأة التي تنجح من دون ان يكون ذلك لانها تنتمي الى رجل سياسي. وذلك بغض النظر عن مقدرة النساء اللواتي فزن من خلال هذا العامل وأثبتن جدارة.

هنا لا بد من الاشارة الى انه في موضوع التغطية التلفزيونية للاحزاب والجهات المختلفة حظيت 48 مرشحة مستقلة من بين 74 مرشحة بالنفاذ المباشر الى الاعلام اي بنسبة 64.86% وهي النسبة الاكبر تليها مرشحات حزب 7 بنسبة 10.8% (جدول رقم 23).

وعلى هامش هذه الارقام، ففي نشرات الاخبار، من اصل 3687 تقريرا اخباريا مختلفا استفادت المرأة المرشحة من 11 تغطية كخبر اول في مقابل 357 للمرشحين من الرجال، اي ما نسبته 0.3% من مجمل التغطية العامة مقابل 9.7% للرجال المرشحين.

وكانت بلغت نسبة التغطية المباشرة للمرشحات في نشرات الاخبار 3.46% مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين (جدول رقم 19).

اما نسبة المساحة التي احتلتها المرشحات كخبر اول في نشرات التلفزيون فشبه معدومة 0.87% في مقابل المساحة التي خصصت للمرشحين 99.13% (جدول رقم 20). ونالت مرشحة حركة امل النسبة الاكبر من المساحة المخصصة في نشرات الاخبار 43.60% (جدول رقم 27).

ان النفاذ المباشر يعطي فرصة للمرأة كي تتكلم هي بنفسها عن نفسها، فتكون صاحبة القول. وفي فترة الحملة الانتخابية اظهرت الدراسة انه لم يعط لها المجال الكافي لكي تمارس دور الاقناع فتتوجه الى الرأي العام عامة والى الناخب خاصة، بكلماتها هي، مباشرة. وقد اشارت الارقام الى الهيمنة الذكورية على النفاذ المباشر اي على الخطاب في حين تحتاج الذات، كل ذات، الى السرد اي الى ان تكون متكلمة. ففي اسكات الآخر عنف ممارس بصمت.

### 3-5 الدور المحمي

في مضمون النفاذ اي حيث المواضيع التي تحدّثت فيها المرشحة، كانت النسبة بشكل شبه كامل 92.13% عن الحملة الانتخابية. وبيّنت الدراسة ان النسبة شبه معدومة بخصوص المواضيع المتعلقة بالتشريع والسياسات العامة، والاقتصاد والامن والبنى التحتية وضمان الشيخوخة، الخ... (جدول رقم 7). وفي ذلك دلالة على ان المرأة في المرحلة الاولى منهنكة في العمل على حملتها الانتخابية و/او انها لم تتمكن بعد من معالجة المواضيع بعمق لتتناولها و/او انه لم تسنح لها الفرصة لذلك فاكتفت بالتسويق.

وجاءت نسبة نفاذ المرأة المرشحة وفقا لموضوع التغطية من مجموع التغطية العامة: نشاطات ومواقف مختلفة بنسبة 5.38% ثم حملات انتخابية 4.40%، حقوق الانسان 1.24%، التشريع والسياسات العامة 0.94% في حين لامست المواضيع الاخر بالصفر (جدول رقم 13).

لا بد ايضا من التعاطي مع نسبة النفاذ (الكلام المباشر او النص الحرفي لما ادلت به النساء المرشحات من خلال التغطية الصحافية) في الصحافة المكتوبة المرتفع نسبيا مقارنة مع نسبة النفاذ المباشر في التلفزيون بروية. فصحيفة L'Orient le Jour سجّلت لوحدها النسبة الاكبر للنفاذ المباشر للمرشحات 56%، تلتها صحيفة المستقبل بنسبة 30% ومن ثم بنسب قليلة جدا ومتقاربة تتراوح بين 5% للنهار و 4% للجمهورية و 3% للأخبار (جدول رقم 8). وتعود النسبة المرتفعة الى L'Orient le Jour كونها خصصت للمرشحات والمرشحين مقابلات دورية (الاسئلة نفسها وجهت الى المرشح والمرشحة اضافة الى سؤال اذا ما كان المرشح/ة نائب سابق) بينما المستقبل سجلت صفر مقابلة. وتأتي مساهمة L'Orient le Jour التي تتوجه الى شريحة محددة من المواطنين، على اهميتها، محصورة ضمن هذه الفئة.

وفي التلفزيون شكّلت القنوات الثلاثة ال MTV (بنسبة 34.3%) من ثم تلفزيون لبنان (26.9%) فالجديد بنسبة (15.5%) مجتمعة نسبة 76% من النفاذ المباشر للمرشحات في حين تراوحت النسب الباقية بين NBN 5.9% و LBCI 4.9% المنار 4.3% و otv 4% المستقبل 3.8% (جدول رقم 28). وهنا ايضا يلعب تلفزيون لبنان دورا لافتا في السماح للمرشحة بأن تتوجه بالمباشر الى الجمهور. يبقى ان التأخر في التعرض لمواضيع مرتبطة بشكل مباشر بالمناسبة اي العناوين والمضامين التي تشكل صلب الخطابات في الحملات الانتخابية والتي على اساسها يختار مبدئيا الناخب مرشحه اشارة الى تأخر المرشحة في امتلاك ملفاتها من جهة وفي حسن امتلاك لعبة الاعلام من جهة ثانية لان ذلك ايضا يتطلب خبرة. اما بما يخص الاعلاميات المرشحات فهنا ايضا اختلف الدور واختلف معه تعاطي المتلقي الذي اصبح ناخبا.

### 6 - في استخدام منصات مواقع التواصل

استعانت المرشحات بمواقع التواصل الاجتماعي للنفاذ الى المتلقي الناخب ايضا. وهنا ايضا تحدّثت عن الحملة الانتخابية وسوّقت لها في حين أطلق المرشح من هذه المنصات مواقف سياسية في الدرجة الاولى. وهو عندما تناول موضوع ترشّح المرأة تفوّق بنسبة تحدّثه عن هذا الموضوع عنها. وكونه اقوى في المعادلة السياسية فان الاشارة الى ترشّح المرأة في خطابه رصيد يضاف الى القيم التي يسوّق لها مما يعزز ايضا صورته كرجل مرشح ديمقراطي ومنفتح على المساواة. ولكن، ان عدم انسجام ذلك مع نسبة ترشيح

الاحزاب للمرأة ومع نسبة التغطية الاعلامية لها حيث ايضا للرجال الحصة الاكبر في امتلاك وادارة المؤسسات الاعلامية والعمل فيها وادارة نشرات الاخبار والبرامج الحوارية فيها، يظهر ان الكلام عن مشاركة المرأة هو مجرد كلام، او انه بهدف ترويجي لكسب اصوات الناخبات.

وتوزعت نسب التدوينات بفارق بسيط بين ال facebook 52% و twitter 48% عند المرشحين (جدول رقم 50). وفي مواضيع التدوينات لحساب المرشحين على فيسبوك جاء الاعلان الانتخابي في الطليعة مع نسبة 33% من ثم نشاطات انتخابية 28% فمواقف سياسية 17%. وتوزعت النسب الباقية على المواضيع الاخرى. ولكن اللافت ان موضوع مشاركة المرأة السياسية جاءت بنسبة 1% من المواضيع و3% للتوعية والتنقيف الانتخابي (جدول رقم 53). اما على تويتر فاحتلت المواقف السياسية النسبة الاعلى 43% تليها الاعلانات الانتخابية 27%. وبقيت نسبة مشاركة المرأة السياسية 1%، والتوعية والتنقيف 2%، والبرنامج الانتخابي 1% في التويتر كما في الفيسبوك (جدول رقم 53).

من جهة ثانية فان مواضيع التدوينات للمرشحات على فايسبوك كانت للاعلانات الانتخابية بنسبة 29.2% وللنشاطات الانتخابية في الطليعة بنسبة 24.3% (جدول رقم 62). اما مواضيع التدوينات للمرشحات على تويتر فكانت للاعلانات الانتخابية في الطليعة مع 20.2% ولمشاركة المرأة السياسية بالنسبة الادنى 0.4% (جدول رقم 63).

في الغالب يستخدم تويتر للتدوينات السياسية اكثر من فيسبوك. وأشارت الدراسة الى ان المرشح استخدم هذه المنصة للتعبير عن مواقفه السياسية بالنسبة الاعلى في حين بقيت المرشحة تستخدم منصتي فيسبوك وتويتر للغرض نفسه وهو الاعلانات الانتخابية.

اما من حيث توزع المعدلات العامة لتدوينات وتغريدات المرشحين والمرشحات، فاللافت ان المرشحات قدمن نسبة اعلى في التدوينات المتعلقة بالبرنامج الانتخابي 5.7% بمقابل 2.6% للمرشحين. (جدول رقم 58). لا شك ان النسبة ضئيلة عند الطرفين ولكنها تعكس اهتماما عند المرشحة لجهة القيام بالدور اي الاعلان عن البرنامج والوعود والحلول.

## 7- في تبرير ترشيح المرأة

من حيث تناول مواضيع التصاريح والمداخلات التي قدمتها المرشحة كان لافتا الخطاب الخاص بها حول دوافع الترشيح، المهمة والدور. هي ترشحت فاحتاجت لان تشرح الاسباب، اما هو فترشح فقط. لم يقتصر الشرح على البرنامج كما هو عادة في كل الديمقراطيات بل تعداه الى التصريح عن حقها في ان تكون من القوى الفاعلة على مستوى صنع القرار، فحاولت ان تقنع من خلال الفسحة الضيقة التي اعطيت لها في الاعلام بأن "انتخبي". ولا بد من قراءة خطاب المرأة في العام 2018 على انه يتشكّل بعد 65 سنة من أخذها الحق بالاقتراع وبالترشح، من هنا ضرورة عدم اغفال عنصر الزمن الذي يتقدّم فيه الخطاب ببطء شديد.

في سرديّة توجّهت بها لنفسها وللرجل وللأحزاب وللدولة وللقيمين على سن القوانين، وللرأي العام، يمكن النظر الى خطاب المرشحة على مستويات عدة :

- مستوى يتضمّن عناوين ايجابية ملحة وتكاد في الوقت نفسه تكون عامة تتخطى حدود الجغرافيا وشكّلت ايضا مضامين لخطابات مرشحين رجال مثل : محاربة الفساد ودعم الانماء، الخ...،
- مستوى لافت استوقفنا يتضمّن عناوين خاصة بالمرأة تعلن فيها عن اسباب ترشحها. وفي الاسباب: قضية نضال، واثبات للذات وشرعية وجود من خلال مطالبة للمجتمع ان يعترف بحقها في المشاركة، الاعتماد على النفس ازاء عدم التزام الاحزاب بوعودها بترشيح سيدات، الخ...
- مستوى تطوّر خطاب المرشحة بما يتعدى التنموي، الى السياسي (بمعنى السياسية الداخلية والخارجية) والذي يتنازع خطاب آخر خاص بالمرأة عن حصر دورها بالتربوي والتنموي.
- مستوى تطور الخطاب التقليدي الخاص بها والمتعلق بها والذي ايضا يتنازع خطاب آخر خاص بمرشحات ابقى على الصور النمطية التقليدية المتعلقة بالمرأة.
- مستوى تطور خطاب المرشحة الحقوقي لجهة حقوق الانسان والغاء اي شكل من اشكال التمييز (ضدها) ولجهة حقها بأن تعمل في الشأن العام على صعيد صنع القرار ، ولجهة حقها في المشاركة والمناصفة (نصف البرلمان).

في اسباب ترشيح المرأة كان هناك التناقضات من قبل بعض المرشحين الرجال والفاعلين اثنوا فيها على أهمية وجود المرأة في البرلمان.

اللافت انه على رغم تقدّم خطاب المرأة باتجاه السياسي اي باتجاه تفعيل مهامها في السلطة التشريعية والتنفيذية بعد الانتخابات، أعاد هذا الخطاب انتاج ادوار تقليدية وصور نمطية تحصر ادوار المرأة في الشأن العام ضمن التربوي والتنموي. كما رد اسباب الترشح الى حسن ادارة المرأة لمنزلها او لتربية اولادها او تلاميذها، الخ...

من هنا كان الخطاب يتنازع اتجاهان، احدهما تقدمي، حقوقي، يفعل كسر الصورة النمطية من جهة، وثانيهما تقليدي، محافظ يكرّس دونية المرأة تجاه الرجل لجهة قدرتها على القيام بكل الادوار في المجال السياسي.

وفي قراءة لخطاب المرشحات، اضاءة على عناوين رئيسية شكلت محاور مشتركة في الدافع الى القيام بالدور:

#### - التقصير على مستوى الاحزاب

"ما يشجعنا اكثر على الترشح هو ان الاحزاب لم يلتزموا بما وعدوا به حول موضوع عدد النساء المرشحات" (لينا حمدان، الجديد، 2018/3/7).

#### - نصف المجتمع، نصف البرلمان

"المرأة هي شريكة في الوطن ونطمح أن نصبح نصف البرلمان" (رولا مراد، تلفزيون لبنان، 2018/3/8).

"كلنا وطني للمساواة في الحقوق والواجبات بين كل المواطنين والمواطنات" (اعلان لائحة كلنا وطني في جبل لبنان الثالثة – بعيدا، تلفزيون لبنان، 2018/4/4).

"النساء شريكات في الرأي العام وسنكون شريكات في صناعة الوعي الانتخابي" (عز الدين، في صور وديردبا، 2018/4/7NBN).

"المرأة نصف المجتمع و عليها الانخراط بمختلف الميادين" (عناية عز الدين ، NBN ، 2018/4/2).

"دعم المرأة مش مسألة شكلية: نص المجتمع، نص البرلمان" (توعية وتنقيف انتخابي، المستقبل، 2018/3/8).

"نساء المتن حيفرجوا قديش عندن القدرة انو يدعموا المرأة ويشوفوا حالن فيها لأنو اليوم أنا اذا قدرت وصلت يعني كل وحدة منن وصلت وهني أصلا يلي وصلوني والمرأة هي نصف المجتمع وهي اليوم اذا وصلتني بتكون هي عم توصل معي" (جيسيكا عازار ، MTV ، 2018/5/4).

"أنا موجودة باللايحة مش لزيّتها أنا مش زينة ولا زهرة، المرأة هي موقعها هون بمركز القرار. هيدا موقعك الطبيعي وانتِ نصف المجتمع ويجب انو كل امرأة بلبنان تنتخب امرأة ونحن عارفين نوصل لكل صاحب حق حقه" (يولاند الخوري، MTV ، 2018/4/9).

"المرأة هي نصف المجتمع ومش عم تكون ممثلة ببعض القضايا ... وأكثر حدا ممكن يدافع عن قضية المرأة هي المرأة نفسها" (جمال جراح، OTV ، 2018/5/2).

#### - المشاركة والمناصفة

"ايماننا مني ان العمل الجماعي يكمن في الشراكة بين المرأة والرجل في صنع القرار تقدمت للترشح عن طرابلس ولبنان لأتكلم عنها و باسمها"، "اريد العمل على انماء حس المواطنة و معالجة اي خلل يعيق التمثيل الحقيقي لدور المرأة"(نريمان الجمل، MTV ، 2018/4/7).

"من دون كوتا فرضنا انفسنا على الساحة (...). المرأة تستطيع ان تخوض المعارك السياسية و هي لا تزيج الرجل بل تشاركه. ننظرالى ان المعركة بين السلطة والمعارضة". (ندى غريب، تلفزيون لبنان، 2018/4/2).

## - مواكبة التطور

"يجب الدفع بالمرأة للدخول في الشأن العام ليس لاننا معرضين لان نصبح من البلدان المتخلفة بل لاننا قد نصبح غير قادرين على مواكبة تطور الدول". "يجب على المجلس النيابي المقبل ان ينصف المرأة ويمنع اي شكل من اشكال التمييز ضدها" (عناية عز الدين ، المنار، 2018/3/7)

## - الوصول الى مركز القرار

"انا عملت دائما في نضالات لوصول المرأة الى مراكز القرار"، "وامثل منظمة دولية بهذا الاختصاص"، "من المعيب ان يكون وجود المرأة في مراكز القرار ضئيل الى هذا الحد، اذ تعبئ فقط 3،1% في مركز القرار". "اكثر من 30% من القضاة في لبنان هم من النساء، فلبنان متقدم جدا بمناصب النساء". "انا لا اتكلم من منطلق انني امرأة بل كإنسان كفوء" (خلود موفق الوطار ، OTV 2018/4/5).

## - فشل الاحزاب التقليدية

"كمجتمع مدني هذا القانون لن يسمح لنا بالقيام بانقلاب بل سيساعدنا للتأسيس لمرحلة جديدة... اذا الناس لم ينتخبوننا ساقول لهم ما بقي تنقو. انتو اخترتو هيك". "فزنا او لم نفرز تحالفنا الوطني اسس لمعارضة" ... "ليس من الهين مشاركة 3 او 4 نواب من المجتمع المدني داخل المجلس، كل صوت منهم يساوي عشرة من الغفيانيين في الداخل". "على النواب الحاليين ان يعلموا انه لم يعد باستطاعتهم ان يكونوا فاسدين، فليركبوا موجة الاصلاح". "التيار الوطني الحر فشل. ادعى الاصلاح واصبح فاسد مثلهم". "انا اخاف ان يكون الناس قد تعودوا على هذه الثقافة واعادة انتخاب نفس الاشخاص فهذا امر مرعب". (غادة عيد، MTV، 2018/4/25).

## - المرأة متمكّنة

"المرأة مكانها الطبيعي ان تشارك في القرار السياسي". "انا عندما كنت مستشارة رئيس حكومة او عندما كان لبنان مترئسا مجلس الامن كنت في عمق القرار السياسي" (يولاند خوري، MTV، 2018/4/25).

"المرأة اللبنانية منذ زمن اليسار وهي قيادية واثبتت انها قادرة على حمل هم الوطن في ظل جميع الظروف". "نحن اكثر من نصف المجتمع و يجب ان ندافع عن حقوقنا داخل المجلس (وعد حسين سكرية، تلفزيون لبنان، 2018/5/2).

"انا محامية متمرسة بقوانين التجارة وحقوق المرأة والمطالبة بحقوق الطفل" (رولا طبش، الجديد، 2018/4/24).

## - المصلحة الوطنية

"دافع ترشحي الاساسي هو بناء المواطن اللبناني، ليس هناك وعي لمسؤوليتنا كمواطنين نعمل للمصلحة الوطنية لا الشخصية (يولاند خوري، MTV، 2018/4/25).

## - تنفيذ الحلول

"انا قررت الترشح لانني اريد ان ابدأ بتنفيذ حلول المشاكل التي مرت علينا في الجمعيات". "اريد القول للمرأة ان لك الحق ان تتمثلي اكثر لتمهيد الطريق، واجباتكن التحضر من الان من خلال انتخاب نساء" (فاندا شديد، تلفزيون لبنان، 2018/4/25).

"لدينا فرصة الوصول إلى مركز القرار. نحن نعرف الحلول وقادرون على تنفيذها لا سيما في ما يخص المحارق والمكبات وإنشاء معامل فرز قريبة من مصادر النفايات" (نادين موسى، تلفزيون لبنان، 2018/4/4).

## - البرنامج

"منطقة بعلبك الهرمل هي ثلث الوطن لكنها منكوبة لان معظم شبابها يسافرون". "تسريع زراعة الحشيشة امر مستعجل لانها نجحت في المنطقة و يجب ان تكون تحت اشراف الدولة، و يجب بناء مصانع ادوية بالتزامن مع تسريعها لقطع الطريق على ترويجها لامور غير اخلاقية" (وعد حسين سكرية، تلفزيون لبنان، 2018/5/2).

"هواجس الخلل الديموغرافي من منح الجنسية هي اوهام". "لدينا اهم قلعة في العالم لكن لا طرقات او فنادق سياحية مناسبة واحد الاسباب عدم سيطرة الدولة على المنطقة كما يجب". "مشروع تعديل الضمان الاجتماعي ليشمل الطلاب والمسنين" (وعد حسين سكرية، تلفزيون لبنان، 2018/5/2).

"اول مشروع اقدمه لمجلس النواب هو منح المرأة حق اعطاء الجنسية لاولادها" (رولا طبش، الجديد، 2018/4/24).

## - في السياسة

"لا تبرير لاي سلاح خارج عن الشرعية" (ستريدا جعجع، MTV، 1/4/2018).

"سياستنا الدفاعية تقتضي ان الدولة وحدها هي المسؤولة عن امن لبنان فيجب اعادة هيكلة المؤسسات الامنية والعسكرية"، "سناحارب ظاهرة السلاح المتفقت"، "نريد ان نقاوم العدو الاسرائيلي بالاساليب الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية وهذه المقاومة ليست احتكار ل احد" (لوري هيتيان، تلفزيون لبنان، 2018/4/3،).

"سياستنا الخارجية تنفذ اجندات دول لها نفوذ علينا وتتعامل معنا كرعايا. الحق ليس على هذه الدول، الحق علينا لاننا ننتخب اشخاص مرتهنين". "نحن لسنا طوائف، نحن شعب واحد نتقاسم المصيبة"، "كل سياسة تقسيمية و خطاب طائفي تجعل افتراسنا اسهل"، "من اربعمائة سنة ونحن محكمون من قبل سفراء وقناصل"، "على الانتشار في الخارج ان يعرف كيف يختار حتى لو لحقوا به الى الخارج". "حقوقنا يجب ان نحصل عليها بلا جميلة من حدا"، "الانظمة الخارجية ليست خيرية، عندما يقدمون مساعدة يريدون شيء بالمقابل"، "يجب ان نكف عن كتابة التقارير الخارجية عن بعضنا ليحترمنا الخارج" (بولا يعقوبيان، تلفزيون لبنان، 2018/4/3،).

## - ليس موجها ضد الرجل :

"ان وجود 113 مرشحة هو انجاز للنساء. اتمنى ان يصل اكبر عدد. انا احلم ان تزول الجمعيات النسائية لانه عندما تزول فهذا يعني ان المرأة حصلت على كامل حقوقها". "انا ضد الكوتا لانها لا تحفظ كرامة المرأة"... "نحن لسنا ضد الرجل بل ضد الافكار المتحجرة". "انا احبي كل مرشحة كان لديها الجرأة على الترشح في ظل هذا القانون الصعب". "كل امرأة في لبنان يجب ان تعطي صوتها لامرأة، هذا هو السبيل الوحيد لوصول اكبر عدد من النساء الى البرلمان". "لأن هناك تقصير كبير لهذا تشجعت" (يولاند خوري، MTV، 25/4/2018).

## - دعم المرأة وتأييد الكوتا

"فكرة حزبنا (رولا مراد ، أول امرأة لبنانية تؤسس وتترأس حزباً سياسياً لبنانياً " 10452") منذ خمس سنوات هو دعم المرأة في مراكز القرار". "لائحتنا هي من النساء فقط لاننا لم نرد ان ننتظر اشارة من الرجل لنترشح". " 60% من الناخبين في عكار هم من النساء فصوت المرأة العكارية يميل الدفة". "نحن حزب سياسي يحمل قضايا الناس من بينها حقوق المرأة"... "نحن وضعنا حجر الاساس، تغيير الذهنية اكبر نجاح قمنا به" (رولا مراد، Tele Liban، 2018/4/29).

"الحديث خلال الحلقة عن ترشح النساء التي اصبحت نسبتهن 14% من المرشحين الذين لم ينتسبوا، ولكن فرصة وصولهن قد لا تتجاوز أصابع اليد الواحدة لذلك لا بد من كوتا" (برنامج interviews استضاف راغدة درغام وأحمد فتفت ومحمد شمس الدين للحديث حول آخر مستجدات الانتخابات ، المستقبل، 2018/3/28).

"عملنا ليصبح هناك كوتا نسائية ولم ننجح، ولكن لدي مشروع لوطني لذا ترشحت" (باتريسيا جان الياس، MTV، 2018/4/5).

## - الدافع من خلال التمثل النمطي

"قضيتي هي الاسرة، فانا محامية كنسية وهمي العائلة التي تتفكك نتيجة الضغوطات الاقتصادية... فلم يعد للرجل حياة اجتماعية بسبب الركض وراء لقمة العيش ما يولد ضغوطات... وطبعاً يهمني وصول المرأة الى الندوة البرلمانية لاحداث فرق في الشفافية التي تتحلى بها المرأة"... "المرأة لديها شمولية للأمر كما في منزلها، فهي تفيد في البرلمان" (زينا كلاب).

"المرأة بشكل عام هي من تدير المنزل لديها الحنان و الذكاء و لديها قوة احتمال" (اينا مخيبر، تلفزيون لبنان، 2018/4/28).

"انا اربي في منزلي وفي المدرسة، فانا اولى بان امثل الناس"... "انا امرأة قادرة ان امثل اهل منطقتي نساء ورجال" (غادة عساف، تلفزيون لبنان، 2018/4/2).

"وراء كل وطن عظيم امرأة فهي تربي الاجيال و نحن نعمل على عدة قوانين كالغاء الزواج المبكر". "سنعمل على الضمان الاجتماعي كي تضمن المرأة زوجها" (رانيا باسيل ، MTV، 2018/4/29).

ومن الآراء التي وردت، تعبير عن تضاد بين صورتين للمرأة، اولى تستبعدا عن موقع القرار وثانية تنقدها من سلطة الرجل: "في رأي أول بقول انو ما بدو يصوت للمرأة لأنه ولا مرّا شافها



بموقع قرار، والرأي الثاني بقول ما بدي صوّت لأن بشوف انو المرأة مغلوب على امرها من قبل الرجل" (تقرير حول دعم الناخبات للمرشحات النساء وأخذ عينات من الشارع مع كلام لعدّة مرشحات، فاطمة حماصني، الجديد، 2018/4/9).

#### - كسر الصورة النمطية

"قضيت سنوات نضال في الشارع وسمعت اصوات الناس الموجهة، صار لازم روح مطرح ما فيني شرّع". "لماذا لا اكون انا او انت او اي شخص يستحق منصب رئيس مجلس نواب و يجب فصل الدين عن الدولة" (نعمة بدر الدين، الجديد 2018/4/8).

"للأسف السبب كان مش حنقدر نحقق أمور جوهرية منأمن فيها وما وافقنا على تنازلات وكرمال هيك انسحبت. بالإضافة انو نقال عنيّ اني ما بشبه بيروت التقليدية بسبب دفاعي عن الحريّات بقضايا شتيّ" (نايلة جعجع، مرشحة منسحبة، لم ترد خوض الإنتخابات من دون الإتفاق مع التحالف الوطني، LBCI، 2018/3/27).

#### - قضايا النساء والتهميش

"الانتخابات الحالية تشكل فرصة لوصول المرأة الى مراكز القرار او لدفع المرشحين لأخذ قضايا النساء بعين الاعتبار والتوقف عن تهميشهم". "من العار على لبنان ان يستمر مسلسل انتهاك حقوق المرأة و كرامتها" (عناية عز الدين، NBN، 2018/3/8).

#### - الدفاع عن حقوق المرأة

الدفاع عن حياتها : "سجلت جرائم قتل النساء معدلات غير مسبوقه" ( زويا جريديني، LBCI، 2108/3/15).

الجنسية: سأكون صوت المرأة في البرلمان للدفاع عن حقوقها وأولها حقها في منح الجنسية لأولادها" (رولا طبش، المستقبل 2018/4/9).

الزواج المبكر: "بدي احميك من التزويج المبكر يلي بيسلب حقك بالتعليم". "المرأة هي بنتك وامك واختك هيي يلي ربّت القياديين والعلماء، هي رائدة وقائدة". (ألفت السبع، تلفزيون لبنان، 2018/3/31).

#### - الاقتداء

"بهية الحريري مهّدت الطريق أمام المرأة للمشاركة السياسية" (أنجيل خوند، أول امرأة مرشحة في جزين، المستقبل، 2018/4/10)

#### - التحدي

"أحب التحدي لأنني مقتنعة بما أقوم به وبالمشروع الذي أدافع عنه في المدينة" (بهية الحريري ، تلفزيون لبنان، 2018/3/16).

## - محاربة الفساد

"أنا بوعد الناس رح اكشف كل الملفات من قلب مجلس النواب (غادة عيد، MTV، 2018/4/9).  
"نريد دولة خالية من الفساد و الصفقات و السمسات" (ستريدا جعجع، MTV، 2018/1/4).

## - الاشارة الى المهام التشريعية

"سامارس مهامى التشريعية بنفس حس المسؤولية التي لذي في عملي التنفيذى الطبي و الوزاري بهدف ان اكون قيمة مضافة في مجلس النواب" (عناية عز الدين، المنار، 2018/4/20).

## 7-1 في ما يعيق الترشح

في خطاب المرشحة معوقات حالت دون وصولها الى ان تكون مشاركة في صنع القرار و فاعلة في المجال العام. من هذه المعوقات ما أنت هي على ذكره مثل :

## - الزعامات

"ليست المشكلة في النظرة لترشح المرأة فزغرتا منطقة منفتحة. المشكلة ان لا مقعد فارغ انما محجوزون للزعامات". "ترشحت عن كلنا وطني لانه بديل عن التقليد السياسي". " الزعامات اصبحوا جزء من حياتنا لدرجة ما بقى الناس تعرف كيف تطلع ممن". "البعض يقولون لنا بس نحنا ما منعرفكم. طيب، بيكفي انه بتعرفوهم الن". "قوتنا هي و عي الشعب اللبناني". "الاعلام مسكر علينا ما عدا TL". "ليش تشحيد المواطن الوظيفة بدل تأمين فرص عمل". "اذا دخل عشرة من المجتمع المدني الى المجلس فقط، كل قانون مشبوہ سيفضح اعلاميا". " (انطونيا غمرة ، تلفزيون لبنان، 2018/4/30).

## - الدين وتشويه صورة المرأة

"منذ 1400 سنة ائتمنت السيدة زينب على الاسلام، و اسلام اليوم يشوه صورة المرأة" (عناية عز الدين، المنار، 2018/4/20).

## - الذكورية

"انسحبت راغدة درغام لأن اللائحة التي كانت ستترشح عليها لم تحترم الاتفاق وراح من أسمتهم الرجال الذكور يغيرون في أسماء المرشحين" (برنامج interviews استضاف راغدة درغام وأحمد فتفت ومحمد شمس الدين للحديث حول آخر مستجدات الانتخابات ، المستقبل، 2018/3/28).

## 2-7 في الاستبعاد

في فارق مع المعوقات المرتبطة بالذكورية اجمالاً هناك بعد ثان أنتت على ذكره المرشحة في خطابها شكّل قراءة في استبعادها، وهنا تلتقي مع المرشح الرجل المستبعد للأسباب نفسها، على نفس قدم المساواة : الاستبعاد في الإشارة الى المال.  
"لا يوجد تكافؤ بيننا و حيتان المال و اصحاب السلطة، لكن بالمقابل لدينا معنويات و لدينا صفحة بيضاء على عكسهم. لدينا عاطفة الناس" ... "نحن في حزب سبعة نمول نفسنا" (غادة عيد، MTV، 2018/4/25).

## - الاستبعاد في الإشارة الى ثقافة الحرب

"عدم وجود المرأة في الحياة السياسية لا يعني ان حقوقها ضائعة في لبنان، بل انه ناتج عن استلام المجتمع الميليشياوي للسلطة ولم يكن هناك نساء في الميليشيات، حتى الرجل المستقل لم يكن لديه فرصة تماما كالمراة. اما الآن فالمجتمع المدني فمتساوي بين الرجل والمرأة" (غادة عيد، MTV، 2018/4/25).

## 8 - المرجعية والتمايز

في خطابات المرشحات العائدات خصوصا، لفتت العودة الى المرجعية- الرجل، في حين كانت الحجاجية عند المستقلات واللواتي ينتمين الى حزب 7 او حزب 10452 او المجتمع المدني تأتي انطلاقا من التمايز عن التشكلات السياسية والحزبية التقليدية.

## 1-8 المرجعية

### 1-1-8 الإشارة الى القائد او السياسي

"اي عنفوان لجبة بشري من دون سمير جعجع و حكمته وقيادته" (ستريدا جعجع، MTV، 1/4/2018).  
"يريدون اضعاف سعد الحريري نيابيا للسيطرة على البلد" (بهية الحريري، المستقبل 2018/4/26).  
"لن يستطيعوا الغاء مشروع رفيق الحريري" (بهية الحريري، المستقبل 2018/4/5).  
"اسقاطي انتخابيا لمعاقبة نهج رفيق الحريري"، (بهية الحريري، الاخبار 2018/4/13).  
"علينا أن نشارك بشكل كثيف في الانتخابات إذا كنا نحب بيروت والرئيس رفيق الحريري" ( رولا الطيش، المستقبل، 2018/3/18).

### 2-1-8 الإشارة الى الحزب

"لقد كانت حركة امل على الدوام منحازة الى المحرومين" ، "كما نجحنا في دحر العدو و القضاء على الفتنة سوف ننجح ببناء الازدهار" (عناية عز الدين في لقاءاتها الانتخابية في الجنوب NBN، 2018/4/2).

"الثقة التي منحنا اياها الرئيس الحريري دفعتنا كشباب للدخول والعمل في السياسة". "نعم انتخبنا لائحة المستقبل في ال2009 و اتحمل مسؤولية خيارتي، لذلك النقد الذاتي ونفس التغيير ضروريين" (رولا طبش، الجديد، 2018/4/24).

"انا لم ارشح نفسي بل الحركة فعلت واشكرهم على ثقتهم بي" (عناية عز الدين، المنار، 2018/4/20).  
"يجب ان اعلل على ايمان الرئيس بري بأن المرأة يجب ان يتفعل دورها السياسي" (عناية عز الدين، المنار، 2018/4/20).

## 8-2 التمايز من خلال الابتعاد عن الاحزاب التقليدية

"نحن نستغل مناصبنا الاعلامية لحملتنا وهذا فخر، فنحن نساند المجتمع المدني والناس". "بسبب برنامجي الاعلامي النضالي لدي تأييد من غير طائفتي". "لا لزوم ان اضع صوري على الطرقات، الناس لعيت نفسها من الصور". "لا اعتقد ان الصور لديها نتيجة ايجابية للناخب، الناس تعرف المرشح جيدا فلماذا صورته" (غادة عيد، MTV، 2018/4/25).

" العمل الاعلامي ساعدني ان اعرف التركيبة السياسية عن كذب" (يولاند خوري، MTV، 25/4/2018).

## 9 - الاحزاب وترشيح المرأة

علاقة الاحزاب بالديمقراطية تطرح على مستويين: الاول ديمقراطية الدولة التي تتفعل من خلال الاحزاب السياسية المتعددة والا لا تسمى ديمقراطية، والثاني ديمقراطية الحزب لناحية الممارسات الداخلية فيه. من هنا تطرح علاقة الاحزاب وترشيح المرأة اشكالية تتعلق بمدى الممارسات الديمقراطية وآلياتها داخل الحزب نفسه. فجاءت التصريحات من قبل بعض الاحزاب لجهة عدم تمكنها من ترشيح نساء وضمها الى لوائحها لتتشد على المعوقات بسبب شدة المنافسة وبسبب الخوف من عدم تأمين اكبر كتلة في البرلمان بعد التحالفات.

فعند الحديث عن التمييز ضد المرأة كانت الاحزاب تعد بالغائه وبدعم ترشيح المرأة، لكن عند تسمية المرشحين لم تفعل بغالبيتها. الشرح بين التصريح والقيام بالفعل يطرح تساؤلات تتصل بالثقافة الاجتماعية والمدنية وتحيل الى مكان ما ينتظر "نفضة" تساعد في الحل، وفي مقدمها الاحزاب. وكانت اشارت المرشحات في خطاباتها الى جدلية العلاقة بين الحزب وترشيح المرأة التي تشكل جزءا لا يستهان به من مجالسها واعضائها ومنتسبيها :

"الظروف منعت الحزب التقدمي الاشتراكي من ترشيح نساء رغم أن 30% من أعضاء الحزب نساء" (مسؤول في الحزب التقدمي الاشتراكي، المستقبل، 2018/3/8).

"يجب أن نبدأ ب 20- 25 سيدة في البرلمان. الأحزاب دائماً تعد بترشيح نساء ولكنها تتخلف عن ذلك لإرضاء مناطق وطوائف لا ترضيها مرشحة امرأة. البعض رشحوا نساء فقط لوضعهن على اللائحة وليس

لأن لديهن فرصة في الفوز" (مي كحالة المستشارة الإعلامية للرئيس السابق الياس الهراوي للحديث حول مشاركة المرأة في الإنتخابات في يوم المرأة العالمي ، 2018/3/9 LBCI).  
"نحن بتيار المستقبل أخذنا خطوات كثيرة بموضوع مشاركة المرأة ونحن عنا بالمكتب عدد لا يستهان به من السيدات يلي عم يشاركون واليوم عنّا ايمان بقدرة المرأة بكل القطاعات ولازم نوصل لمحل ما يكون في تمييز لأن المرأة اثبتت مطرحها وهي بتستحق تكون فيه" (ربيع حسونة، المستقبل، 2018/4/18).

"فعاليّة المرأة بتتّار المستقبل ما بتقل عن فعاليّة الرجل، وبدي شوف بالمكتب السياسي والتنفيذي حضور للمرأة وخصوصا للشابات، حضور أبدا ما بقلّ عن الشباب والرجال" (تقرير عن المهرجان الذي أحياه الرئيس سعد الحريري لمرشحات تيار المستقبل، المستقبل، 2018/4/20).

"عيب لوائح مش حاطة ست وحدة، يا عمّي حطوها بمقعد ضعيف أو بمقعد عنده فرصة قليلة بس حطوها عالقيلية فوتوها بالمنافسة... وهيدي قلّة احترام لدور المرأة ولإعطائها فرصة اليوم ونقلها تفضلي عالسبق، كيف يعني ما تقدم مرا؟ وما حدا يقول المرا ما عندها كفاءة وصحة التمثيل الجندي ضرورية" (مقابلة مع بولا يعقوبيان في برنامج سمر أبو خليل، الجديد، 2018/5/1).

حشدت المرأة جهودها لاقتناع المرأة وراهنّت عليها للتغيير، كان ذلك قبل النتائج. حتى انه هناك آراء سعت في فترة السباق الانتخابي الى التشديد على هذا الرهان كما كان صرح رئيس منظمة "جوستيسيا" الحقوقية المحامي الدكتور بول مرقص من خلال قوله: ان "دخول المرأة الندوة البرلمانية يركز على مطلب أساسي هو أن تبادر المرأة إلى انتخاب امرأة أخرى، وليس الاتكال على مقاعد محفوظة للنساء كما الحال في الكوتا"، مشددا على أن "هذا الأمر - في حال تم تحقيقه - لا يغير في الذهنية الذكورية في المجتمع، ويعرّض ان يبقى الأمر على واقعه الحالي"<sup>46</sup>.

في خطابها طالبت المرشحة المرأة بان تنتخبها تحقيقا للمساواة والغاء للتمييز. وكانت ساعدت جمعيات شرحت القانون الجديد المرأة من خلال تحفيزها في اتجاه ممارسة حقها بالترشح والانتخاب. اما رئيس الجمهورية فدعاها الى ان تأخذ حقها من دون أن تنتظر ذلك من الرجل. وهنا المفارقة اذ لم تقترع المرأة ولا الرجل بالقدر الكافي لتأمين عدد لافتم من الفائزات في البرلمان.

## 9-1 المرأة مطالبة بالدعم

"المرأة عليها أن تدعم المرأة خصوصا في مرحلتنا هذه... أنا بحاجة لكتلة تدعمني تضم نبض شبابي وتنوع جندي" (خلود الوتار، الجديد، 2018/3/23).

"القوانين التي تنصفنا وتجعلنا مواطنين ومواطنات في هذا البلد نحن منجيبا" (جمانة حداد، الجديد، 2018/3/11).

<sup>46</sup> رئيس منظمة "جوستيسيا" الحقوقية المحامي الدكتور بول مرقص في اتصال مع النهار، المرأة "عدوة نفسها"... الكوتا النسائية "في ذمة الله"، روزيت فاضل، 2018-02-23 النهار

## 9-2 الرجل يدعم

هناك آراء داعمة من قبل الرجل أيضا سواء اكان مرشحا ام لا .  
"المرأة تنجح أينما كانت وهي قطعاً ضد الفساد" (الأسد، MTV، 2018/3/27).  
"لنعطي المرأة قيمتها وحققها يعني تشجيعها اكثر، وتشجيعها اكثر سيكون فرصة لتشارك اكثر في المراحل المقبلة بالحياة السياسية، والمهم ان تكون المشاركة بكل ما للكلمة من معنى من الطرح الى البرنامج، الى القرار، الى المتابعة... (شامل روكز ، الجديد 2018/3/18)  
"منذ بداية حركتي السياسية كنت دائما احد المشجعين انو المرأة تنزل على الانتخابات وتشارك بالشأن العام، ووقت وصلت انا على الداخلية عينت 4 مدراء عامين ستات يمكن اول مرة بالداخلية ببيكون في هلق ستات لانو عندن كفاءة وشاطرين واقوياء. انا رأيت انو المرأة اشجع بكثير من الرجل على عكس الشائع (نهاد المشنوق، MTV، 2018/3/20).

"أنا كشاب مرشح للانتخابات النيابية، بشجع كل مرا تصوت لزميلتها بالبرلمان لأنكن بتمثلوا 52% من المجتمع اللبناني بحقلكن توصلوا صوتكن على قلب المجلس" (سيلفيو شيحا، تلفزيون لبنان، 2018/4/21).

"المرأة هي أساس المجتمع ووراء كل رجل عظيم امرأة عظيمة" (فايز شكر ، 2018/4/7LBCI).  
"المرأة في عملها أصدق من الرجل ولذلك يعمل في شركتي عدد كبير من النساء وهن يمسن بزمام الأمور في عملهن / دخول العنصر النسائي الى اللائحة شيء ايجابي/ وأنا مع أن تأخذ النساء دور أكثر في السياسة لأنهن أقل فساداً من الرجل" (أسعد نكد ، 2018/4/17 NBN).  
"كل ما ارتفع تمثيل المرأة في مراكز القرار انخفضت نسبة الفساد، ولازم الأم اللبنانية تقدر تعطي الجنسية لأولادها بالإضافة الى إلغاء كل أشكال التمييز ضد المرأة" (مازن سكاف، MTV، 2018/4/20).

## 9-3 الدعوة للمرأة

في إطار شرح قانون الانتخاب الجديد ودعوة للمرأة للترشح والانتخاب، توعية وتثقيف انتخابي: "هلق صار عندكن فكرة عن قانون الانتخاب الجديد. انتخابي. ترشحي" (المستقبل، 2018/3/8).

"هناك علاقة وثيقة بين تمكين المرأة ومكافحة الفساد/ رئيس الجمهورية يدعو المرأة الى اخذ حقها دون أن تنتظر ذلك من الرجل" (عناية عزالدين، OTV، 7/3/2018).

ولا بد ايضا من قراءة هذه العناوين الثلاثة على ضوء مؤشر افادت به الدراسة من خلال التغطيات الصحفية لمواقف مؤيدة للمشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة.

من خلال عينة من 1312 تصريحاً مختلفاً للفترة الممتدة من 6 آذار حتى 4 ايار، (جدول رقم 10) والذي جاءت نتيجته : 4.4% فقط من المواقف جاءت مؤيدة بشكل مباشر.

## 10- الواقع اليوم

لا يكفي التوقف عند عدد المرشحات (113) اذ هناك في المقابل رقم آخر وهو 6 فائزات من بين 86 استمرين في المنافسة الانتخابية عن 128 مقعداً، أي ان نسبة تمثيل المرأة في البرلمان هي 4.6%.

ويبدو لبنان في مرتبة متأخرة بما يخص عدالة النوع. ففي الحكومة الأخيرة ايضاً (حالياً حكومة تصريف أعمال) وزيرة واحدة من أصل 30<sup>47</sup>.

فمنذ العام 1953، تاريخ إقرار حق المرأة بالانتخاب والترشح لم يكن التقدم لافتاً ان لجهة نسبة النساء المرشحات او المنتخبات او خصوصاً لجهة نسبة النساء المرشحات والمنتخبات من خارج التوريث السياسي او من خارج ان تكون زوجات او اخوات رجل سياسي.

"بحسب أرقام 2016، هنالك 1,841,089 ناخبة يشكّلن 50.8% من إجمالي الناخبين. وشكّلن في آخر انتخابات نيابية، عام 2009، 51.2% منهم، واقترع منهم 52.4%، أي أكثر من نصفهن"<sup>48</sup>.

كان عدد المرشحات لانتخابات عام 1992 ست نساء فقط، 3 فزن منهن.

في العام 1996 بلغ عدد المرشحات 11 وبقي رقم النساء الفائزات نفسه اي 3.

في العام 2000 عدد المرشحات كان 18، والفائزات 3 نساء.

في العام 2005 عدد المرشحات 14 (من أصل 448 مرشحا، اي 3.12 من النساء) و 6 فزن.

في العام 2009 عدد المرشحات 12 من أصل 702 مرشحا، اي نسبة النساء المرشحات 1.7%. فاز منهن 4<sup>49</sup>.

في العام 2018 ترشحت 113 سيدة (حسب وزارة الداخلية، و 111 الرقم الشائع في الاعلام) وبعد الانسحاب بقيت 86 سيدة في المنافسة الانتخابية من أصل 592 مرشحا اي بمعدل 14.52%، فاز منهن 6.

<sup>47</sup>في حين بحسب احصاءات هيئة الأمم المتحدة للمرأة "أن تمثيل المرأة في البرلمان الاردني الحالي وصل الى 20 من أصل 120 مشرعاً أي ما يعادل 15,4 في المئة، وذلك وفقاً لنتائج الانتخابات في 20 أيلول 2016، فيما رصد المصدر نفسه ان المرأة الاردنية حصلت على 10 مقاعد من أصل 65 في انتخابات مجلس الشيوخ في 27 أيلول 2016". وبحسب المصدر نفسه ايضاً في تركيا "فازت النساء في إنتخابات 2014، بـ68 مقعداً من أصل 217 في الندوة البرلمانية، أي وصلت النسبة الى 31,3 في المئة من المشاركة النسائية". وتتوالى الإحصاءات في بلدان عدة منها الجزائر 119 مقعداً نيابياً للنساء من أصل 462 في إنتخابات 2017، تونس 68 من أصل 217 مقعداً في إنتخابات 2014 (33,1%)، السعودية 30 إمراً من أصل 151 مقعداً (19,9%)، العراق 83 من أصل 325 مقعداً في إنتخابات 2014 (25,3%) وليبيا 30 من 188 مقعداً في إنتخابات 2014 (16%)". المرأة "عدوة نفسها"... الكوتا النسائية " في ذمة الله"، روزيت فاضل، النهار، 2018/2/23.

<sup>48</sup>مرتضى سجي، "المرأة اللبنانية في انتخابات 2018 ... هل تدخل البرلمان نساء من غير بنات او زوجات او اخوات" رجل

السياسة"؟"، رصيف 22، 2018/2/22.

وللبحث في المعوقات التي تحول دون وصول المرأة الى البرلمان لا بد من قراءة الترشيحات على محور فرص تحقيق النجاح. من هذه المعوقات :

- التمييز في حق المرأة والنظرة الدونية لها.
- الوراثة السياسية التي هي خصوصية لبنانية بامتياز. ورغم وجود الاحزاب الجديدة الا ان التوريث بقي وبات شبه مكرسا وبقيت الاحزاب ضمن العائلة.

وتحدد فاديا كيوان - وهي اول لبنانية مديرة عامة لمنظمة المرأة العربية، وهي كانت ايضا ممن ساهموا في تأسيس الهيئة الوطنية لشؤون المرأة لطرح ومعالجة قضايا المرأة - في هذا الخصوص ثلاثة عوامل ليست لصالح المرأة : اولها "الموقع الاقتصادي وملكية الموارد"، الذي من خلاله تهتز الترشيحات اذ ان غالبية المرشحات لا تتمتعن بنفوذ اقتصادي و"لا يمتلكن في الغالب رأسمال شخصي يمكن أن يعتمدن عليه للإنفاق الانتخابي وللمفاوضة مع القيادات السياسية التي تتزعم تشكيل اللوائح"<sup>50</sup>.

العامل الثاني الذي يضعف غالبية المرشحات هو عدم انطلاقهن من "سياق سياسي حزبي". وهنا ايضا تشير كيوان الى ثلاثة حواجز على المرأة ان تجتازها : ان تنضم الى لائحة، ان تحصل هذه اللائحة على الحاصل الانتخابي، واكبر نسبة من الاصوات التفضيلية.

العامل الثالث "صلة القربى والجوار مع الزعيم" وهو ما ينطبق ايضا على المرشح الرجل اذ "ان العديد من المرشحين من الرجال لم ينطلقوا من خلال اعتلاء المناير بل من بركة الزعيم. وهؤلاء مغمورون وليسوا بحاجة لا للمال ولا للنفوذ العائلي أو الرأسمال المهني. نراهم صفر اليدين، آتين من لا مكان ولكن مغمورين برضى هذا الزعيم أو ذاك القائد"<sup>51</sup>.

## 11-مخالفات للصمت الانتخابي

على صعيد آخر وعلى هامش رصد الاعلام في فترة الحملة الانتخابية من منظور جندي اظهرت الدراسة انه سجلت مخالفات للصمت الانتخابي في جميع القنوات التلفزيونية المرصودة اذ تم رصد 141 مخالفة مختلفة في القنوات الثمانية المرصودة. توزعت انواع المخالفات بما يخص الصمت الانتخابي بين ترويج انتخابي بنسبة 38% وشد عصب 37% ونداء انتخابي 25% (جدول رقم 48).

وسجلت النسبة الاكبر من عدد المخالفات في قناة الجديد، ثم تلفزيون لبنان (جدول رقم 49).

ومن شأن الصمت الانتخابي ان يسمح للناخب ان يمارس حقه باقل تدخل وتأثير ممكن فيترك له فترة لا تقل عن يوم لان يقرر الى من سيعطي صوته. من هنا ليس من مصلحة حسن سير الانتخابات ان تسجل نسبة ملحوظة من مخالفات للصمت.

<sup>50</sup>"سقف الانفاق الانتخابي نفسه الذي يضعه قانون الانتخاب 2018\44، يعتبر سقف مرتفع إذا ما اخذنا بالاعتبار أن الدوائر الانتخابية أصبحت متوسطة وأكبر من القضاء وأن معدل الناخبين لا يقل عن 150000 ناخب. قد يجيبنا البعض أن السقف النفقات لا يعني أنه يتعين على أي مرشح أن ينفق مبالغ تصل الى السقف. وهذا الامر صحيح. لكن ماذا عن دخول المرشحة في منافسة مع مرشحين آخرين يقبلون على الانفاق الى حدود هذا السقف أو أكثر؟"، كيوان فاديا، "ماذا عن المشاركة السياسية للمرأة اللبنانية في انتخابات 2018؟"، النهار، 2018/3/20.

<sup>51</sup>المرجع السابق.



## 12- في التثقيف الانتخابي

في شكل عام كان للحملات الانتخابية الحصة الأكبر من نسب توزيع مواضيع التغطية 71.66% كما هو متوقع، والتوعية والتثقيف ادنى مرتبة بنسبة 0.3% (جدول رقم 11 و 12).

النسبة الضئيلة وشبه المعدومة جاءت للتثقيف الانتخابي في الصحف والتلفزيون وكان يمكن ان لا تكون مهمة لو كان المواطن على علم بشكل كاف بالثقافة الديمقراطية والعمل الانتخابي والآلية الانتخابية، ولاسيما بقانون الانتخاب الجديد.

التغطية الصحافية لمواضيع التثقيف الانتخابي والتوعية شبه معدومة اذ بلغت نسبتها العامة 0.19% وفي التلفزيون افضل بقليل ولكن مع نسبة لا تذكر بلغت 2.93%.

من حيث توزع المعدلات العامة لتدوينات وتغريدات المرشحين والمرشحات فالتوعية والتثقيف الانتخابي بتعادل عند الجهتين 2.8% (جدول رقم 57).

يظهر التثقيف الانتخابي والتوعية كأسلحة رئيسية قادرة على الحث على المشاركة الكثيفة في العملية الانتخابية (وهذا من اهداف الانتخابات) والمساهمة في انتخابات أكثر تمثيلا وصحة. فكلما زادت نسبة المشاركة كلما كان معنى الديمقراطية يقترّب من جوهره.

وعندما تخفت المشاركة، لا يتأثر حصول الانتخابات وعلان نتائج الفوز، ولكن ما يتأثر هو صحة التمثيل الذي يكون من قبل شريحة معينة من الشعب في حين تكون شريحة اخرى اختارت عدم المشاركة كموقف.

التثقيف يتضمّن شرح القانون الانتخابي للمرشح وآليات الاقتراع خصوصا وان القانون جديد، يطبّق للمرة الاولى ويعتمد آليات غير تلك التي كان تطبق في ظل القوانين السابقة. قامت جمعيات بشرح القانون في الجامعات ولكن في الاعلام لم يكن التثقيف لافتا. ومن شأن التثقيف اعلام المواطن عن كيفية احتساب الاصوات وكيف تكون اوراق التصويت ملغاة كما يرشد المواطن الى حقوقه وواجباته. يشرح التثقيف ما هي الرشوة ويزيل الالتباس حولها فيفهم المواطن ان الرشوة مباشرة وغير مباشرة، مادية وغير مادية الخ... وتساعد التوعية في اعلام الناخب عن كيفية التبليغ عن مخالفة، كما تحفّزه على ان يقترح بوعي وقناعة لمن يريد. التثقيف ايضا يلقي الضوء على مفهوم الصمت الانتخابي والمخالفات في هذا المجال كما يتناول حق الاشخاص الذين لديهم احتياجات خاصة في تسهيل ظروف قيامهم بالعملية الانتخابية.

وفي موضوع دراستنا يلفت التثقيف الانتخابي النظر الى مبدأ ال"كوتا" الذي وافق عليه لبنان ولم يلتزم به. والى اهمية التمثيل الذي يراعي عدالة النوع الاجتماعي.

### 13- الاعلام وتحقيق العدالة الاجتماعية

ان شكل ومحتوى التغطية الاعلامية من منطلق جندي يؤثر بشكل كبير في تحقيق المساواة في المجال العام. وتظهر النتائج ان الاعلام اللبناني لا يزال بعيدا عن تحقيق ذلك. فالاعلام مكّون للرأي العام ووسيلة على جانب كبير من الاهمية في سبيل التغيير وارساء مفاهيم جديدة تخدم العدالة الاجتماعية. من هنا التعويل على هذا المرفق من اجل حث القوى الفاعلة الموجودة في الحكم والتي هي ذكورية بامتياز على اعطاء دور للمرأة في صنع القرار وفي التشريع والتمثيل من خلال تطبيق الـ"كوتا" كمرحلة اولى ومن خلال تشجيع الاحزاب على ترشيح نساء مع كل انتخابات على ان تكون النسبة مرضية ايضا. فالاعلام منذ العنوان والصورة والخبر والمقابلة واعداد التقارير الخ... يمكنه ان يجهد في تثقيب المتلقي حتى يثق بالمرأة فيكثر من الاضاءة على اعمال المرشحات ودورهن في الحياة العامة ويؤمن لهن مساحة للظهور والكلام ويعطي اهمية لبرنامجهن الانتخابي ولهواجسهن. وهو بذلك يخدم الانسان ككل والمجتمع الذي لا يزال يعاني بقوة من هذا الخلل القائم<sup>52</sup>.

ان التمييز المباشر والمعوقات المخفية تمنع المرأة من الوصول الى مراكز القرار. من هنا جاء مفهوم الكوتا الذي اعتبر "تميزا ايجابيا" ليحول دون المعوقات وليمنح شعورا عند النساء في البرلمان انهن مجموعة وازنة وفي الوقت نفسه تكون الديمقراطية مفعلة من حيث تمثيل نسبة كبيرة ان لم نقل النصف من المواطنين. فمع التساوي في فرص الترشح اذ يحق للمرأة كما الرجل الترشح تأتي الكوتا لتأمين التساوي في النتيجة اي في فرص التمثيل<sup>53</sup>. من هنا لا ينظر الى الكوتا انها تمييز ضد الرجل بل ازالة العوائق التي لا تسمح بتحقيق المساواة على صعيد النتائج.

علق الصحفي نبيل ابو منصف على كلمة رئيس الجمهورية في مؤتمر شؤون المرأة، (الجديد، 2018/3/7): "عند اغلاق ابواب الترشح سيظهر من<sup>52</sup> من الاحزاب يحترم نفسه عبر عدد المرشحات على لائحته"

<sup>53</sup> « A Propos Des Quotas », International IDEA et Université de Stockholm, 2009. <https://www.idea.int/data-tools/data/gender-quotas/quotas?quotalang=fr>

## 1- في الرصد الكمي

- يؤشر العدد المرتفع في الترشيح لدى السيدات ان الانتخابات لم تعد مقتصرة على عدد محدود من النساء الراغبات بالترشح بل صار يهتم عددا اكبر وشريحة واسعة من المواطنين.
- ان مجموعة كبيرة من المرشحات جامعات ومن اختصاصات متعددة ويعملن في مهن متعددة ومنهن ناشطات في منظمات غير حكومية ومنهن اعلاميات معروفات، ويرغبن بلعب دور قيادي في المجتمع.
- أظهرت الارقام في الرصد تفاوتا كبيرا في توزيع نسب التغطية الصحافية بين المرشحين والمرشحات في الصحافة لصالح المرشحين طبعا بمعدل يوازي 95% للرجال و 5% للنساء (جدول رقم 5)، وفي التلفزيون بنسب 3.46% في نشرات الاخبار و 11.85% في المقابلات والبرامج الحوارية. (جدول رقم 19 و 21).
- لم يقتصر غياب المرأة في التغطية على قلة نسبة الظهور ولكن بيّنت الدراسة ان المرأة ظهرت بنسبة ضئيلة جدا في القصص الصحافية كموضوع رئيسي للتغطية لم يتخط 8% (جدول رقم 9).
- في شكل عام كان للحملات الانتخابية الحصة الاكبر من نسب توزيع مواضيع التغطية 71.66% كما هو متوقع، والتوعية والتثقيف ادنى مرتبة بنسبة 0.3% (جدول رقم 11 و 12). وكان يمكن للتثقيف الانتخابي والتوعية ان يمهدا لثقافة قبول عدالة النوع.
- بلغت نسبة التغطية المباشرة للمرشحات في نشرات الاخبار 3.46% مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين 96.5%. هذا يعني ان المرأة تبقى مهمشة وان النشرة الاخبارية فرضت واقعا بشكل ما ولم تساعد على ايصال صوت المرأة للاقتناع بها والوثوق بقدرتها وبالتالي التصويت لها.
- حصة المرشحات من المقابلات الخاصة والبرامج الحوارية 11.85%، وجاء هذا الرقم بفضل نسبة التغطية المباشرة او المساحة التي احتلتها كخبر اول (جدول رقم 21). وهنا لا بد من الاشارة الى انه جاءت المقابلات للتعويض نسبيا عن القصور في التغطية في نشرات الاخبار ولكن النسبة لا تزال منخفضة.
- كان تلفزيون لبنان المساهم الاكبر في رفع نسبة تغطية المرشحات المستقلات في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة في مختلف التلفزيونات مجتمعة اذ بلغت النسبة عنده فقط 77.2% للنساء المستقلات (جدول رقم 25). وبلغت النسبة في التلفزيونات مجتمعة 55.53% مقابل 24.79% للمرشحات من حزب سبعة، فيما توزعت النسبة المتبقية على المرشحات من الاحزاب الاخرى (جدول رقم 24). اما التلفزيونات الخاصة فقد اعطت مساحة 46.7%.
- المرتبتان الاولى والثانية من حيث نسب التغطية في تلفزيون لبنان للحملات الانتخابية كانت للمستقلين في الطليعة 39.5%، فكلنا وطني 11.7% ومن ثم التيار الوطني الحر 10.5% فتيار المستقبل 8.1% فالقوات اللبنانية 7.3% فالكتائب اللبنانية 5.7%. وتوزعت النسب بين 1% و 0% على الاحزاب الباقية (جدول رقم 42).
- تفاوتت النسب في اعطاء مساحة للمستقلين والمجتمع المدني في تلفزيون لبنان والتلفزيونات الخاصة، فكانت المساحة الاكبر المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة للمستقلين بمن فيهم

- المرشحين على لوائح الاحزاب الرئيسية (جدول رقم 30) هي على محطة ال MTV 22.5% وعلى مسافة قريبة منها محطة الجديد بنسبة 21% ثم LBCI 18.2%، و OTV 16.7%. وتشابهت محطات المنار و NBN بالنسب فجاءت 9.9% للاولى و 9.6% للثانية. وسجلت النسبة الادنى على محطة المستقبل (جدول رقم 30). وفي تلفزيون لبنان جاءت نسب التغطية للحملات الانتخابية للجهات السياسية المختلفة لصالح المستقلين في الطليعة 39.5% فكلنا وطني 11.7% ومن ثم جاءت بقية التيارات والاحزاب (جدول رقم 42).
- كانت التلفزيونات الخاصة الداعمة الاكبر لحزب 7 مقارنة مع تلفزيون لبنان. فهل كان ذلك انسجاما مع دعم الحراك المدني؟ ام نتيجة شراء المساحات الاعلامية؟
  - عكس توزيع التغطيات التلفزيونية للقنوات الخاصة على الاحزاب المختلفة (جدول رقم 29) حجم القوى السياسية الحاكمة والفاعلة. فجاءت النسب مجتمعة لصالح الاحزاب التقليدية. فقد حظي تيار المستقبل بنسبة التغطية الأعلى 22.2% وتقارب معه التيار الوطني الحر 21% في حين تقارب حزب الله 8.2% وحركة امل 8.8% بنسبة منخفضة من التغطية. وتقارب ايضا حزبا القوات اللبنانية 4.7% والكتائب 3.3%. في حين جاءت نسبة كلنا وطني 5.8%، اي بفارق كبير عن مختلف الاحزاب التقليدية مجتمعة.
  - حتى المحطات التلفزيونية الملتزمة اعطت مساحة وان ضئيلة للمستقلين ( MTV النسبة الاعلى) (جدول رقم 30).
  - سجّلت MTV النسبة الاكبر ( 40.86%) للمساحة المخصصة في القنوات التلفزيونية الخاصة ل"كلنا وطني" وبفارق ملحوظ مقارنة مع الجديد (27.1%) و LBCI (22%) وبفارق كبير مقارنة مع OTV 6% والمنار 3.2% والمستقبل 0.6% المحطة التي سجلت النسبة الادنى (جدول رقم 31). وشكلت محطات LBCI والجديد معا ما يعادل نسبة 50% من التغطية اي تقريبا كما MTV لوحدها. وشكلت المحطات التلفزيونية الثلاثة ما مجموعه 90% من المساحة المخصصة لكلنا وطني .
  - جاء توزيع مساحة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية بين مختلف الاحزاب والقوى في مساحة التغطية غير الاعلانية، 26.7% لكل من: كلنا وطني، حزب 7 والمستقلين، والباقي للاحزاب التقليدية على رأسها تيار المستقبل (جدول رقم 39). وتوزع مساحة التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية بين مختلف الاحزاب والقوى : المستقلون وحزب 7 وكلنا وطني يشكلون 32.2% والباقي للاحزاب التقليدية على رأسها التيار الوطني الحر (جدول رقم 40).
  - في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، اظهرت الدراسة ان المرشحات كنّ انشط على فيسبوك من تويتر (جدول رقم 59) وكذلك المرشحين. توزعت نسب التدوينات بفارق بسيط يوازي 4 نقاط بين ال facebook 52% و twitter 48% عند المرشحين (جدول رقم 50) وبفارق اعلى عند المرشحات 18.67 نقطة حيث سجلت نسبة استخدامات المرشحات لفيسبوك 59.33% ولتويتر 40.66%.
  - المرشحون انشط من حيث استخدامات الفيسبوك والتويتر وبلغ المعدل العام للتدوينات والتغريدات 79.7 لهم في مقابل 54.4 للمرشحات (جدول رقم 57).

- اما من حيث مضامين التدوينات والتغريدات فالمواقف السياسية 27.8% في الطليعة بالنسبة الى المرشحين، والاعلان الانتخابي في الطليعة بالنسبة الى المرشحات 18.1%. ويعكس ذلك حاجة المرشحة الى استخدام منصات مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الاعلان عن وجودها ضمن الحملة الانتخابية في مرحلة اولى تمهيدا لدور تلعبه لاحقا. بينما المرشح تمكّن من اكمال دوره من خلال التعليق على الاحداث. وتعكس الارقام ايضا خبرة الرجل في المجال السياسي لجهة المواضيع التي يمكنه ان يعلّق عليها او يؤثّر فيها.
- اللافت ايضا ومن المفارقة ان التدوينات بخصوص مشاركة المرأة السياسية كانت اعلى عند المرشحين 3% بمقابل 1.7% عند المرشحات (جدول رقم 58).
- في التثقيف الانتخابي جاءت النسبة ضئيلة وشبه معدومة في الصحف والتلفزيون اذ بلغت نسبتها العامة في الصحف 0.19% وفي التلفزيون افضل بقليل ولكن مع نسبة لا تذكر بلغت 2.93%. ومن حيث توزيع المعدلات العامة لتدوينات وتغريدات المرشحين والمرشحات فان التوعية والتثقيف الانتخابي بتعادل عند الجهتين 2.8% (جدول رقم 58).
- في اعطاء مساحة للمستقلين والمجتمع المدني في تلفزيون لبنان والتلفزيونات الخاصة حتى لو تفاوتت النسب خصوصا في القنوات الملتزمة سياسيا بشكل مباشر وهذا طبيعي، فان ذلك يعد مدخلا يساعد في اعطاء اكثر فأكثر مساحة للمرأة اذ بدأ التنوع يخرق المشهد التقليدي الجامد ولكن ببطء.

## 2- في تحليل المحتوى

- لم يكن التثقيف لافتا في الاعلام فجاءت نسبته ضئيلة جدا وشبه معدومة. ويلعب التثقيف الانتخابي والتوعية دورا رئيسيا في الحث على المشاركة الكثيفة في العملية الانتخابية (وهو هدف من اهداف الانتخابات) والمساهمة في انتخابات أكثر تمثيلا وصحة. ففي زيادة نسبة المشاركة انتعاش للديمقراطية. وفي موضوع دراستنا يساعد التثقيف الانتخابي الناخب في ان يختار بوعي ويقنعة ويلفت النظر الى مفهوم ال"كوتا" الذي وافق عليه لبنان ولم يلتزم به. والى اهمية التمثيل الذي يراعي عدالة النوع.
- ضرورة التفكير في تأنيث الوظائف والادوار التي تقوم بها المرأة في المجال العام كتمهيد لطريقة تفكير تحقق عدالة النوع.
- اظهرت الدراسة من خلال المساحة الهزيلة التي خصصت للمرأة في الاعلام، مقارنة مع عدد المرشحات ومقارنة مع المساحة القصوى التي اعطيت للمرشح الرجل ان التعاطي الاعلامي جاء مكمّلا للتعاطي الاجتماعي في الواقع عامة مع المرأة في المجال العام والمجال السياسي تحديدا. فالمكان للرجل بامتياز في الواقع وفي الأثير.
- الاشارة في استهلاكية النشرات الى عدد المرشحات عند اقفال باب الترشيح ( 113 مرشحة) وفي قلة ظهور المرأة لاحقا في التغطية بدا ان وجود المرأة اقتصر على العناوين عند الترشح ومن ثم عاد الرجل الى المساحة الكبرى والاكثر في التغطية اليومية للحملة الانتخابية. فالمرأة كانت شبه

- غائبة عن القصص الصحافية كموضوع رئيسي للتغطية وعن نشرات الاخبار مقابل التغطية العامة لجميع المرشحين. وبالإضافة الى عامل يرتبط بتجدر القوى التقليدية الابوية في المجال السياسي فان المهمة كما اظهرت عملية الرصد شاقة على المرأة رغم المحاولة الجدية من قبلها.
- أظهر غياب المرأة او ضآلة حضورها في نشرات الاخبار انها لا تحظى في اكثر البرامج مركزية في كل محطة تلفزيونية بمساحة تعكس تهيئة لممارسة عملها في السياسة.
- لجذب المشاهد والمعلن خضع الاعلام لسياسة السوق "التقليدية" حيث الغلبة في مجال السياسة للرجل. وهي من جملة شروط تتحكم بالاعلام وتحد من حريته في ممارسة عمله بموضوعية واستقلالية اكبر.
- لا يمكن ان تكون المرأة موجودة خارج السردية وخارج الخطاب وخارج "الأنا" المتكلمة. ولكن المرأة لم تتكلم بشكل واف فجاءت نسب النفوذ المباشر اي التصاريح المباشرة التي أدلت بها ضئيلة جدا. وكانت الحصة الاكبر من بين النسب المتدنية اصلا للوجوه المعروفة مثل عناية عز الدين في الطليعة مع فارق بسيط بينها وبين بولا يعقوبيان فغادة عيد وميريم سكاف مع فارق لا يذكر بينهما.
- النساء المرشحات الاكثر ظهورا في مجموع التغطيات التلفزيونية هي وجوه معروفة.
- أشارت الارقام الى ان الهيمنة على النفاذ المباشر اي على الخطاب هي ذكورية.
- المجهود الاعلامي لم يذهب باتجاه الوجوه الجديدة وبدا ان الاسرع والاسهل هو من خلال تغطية من يعرفه الجمهور اساسا وفي الوقت نفسه لا مخاطرة مع نسبة المشاهدة.
- بالنظر الى ان اللاعبين في ميدان السياسة كمجال عام هم رجال بامتياز فان الاعلام ايضا يفضل العودة الى مرشحين يحتلون الساحة السياسية ومعتادين على الحوارات السياسية وعلى اعطاء النبرة في الاداء السياسي باتجاه التصعيد او التهدئة، الخ... وفي ذلك تكون المرشحات ضحية لهذا الاداء الاعلامي المعتاد.
- اما في مضمون ما تكلمت فيه المرشحة فاللافت ان المواضيع المتعلقة بالتشريع والسياسات العامة، والاقتصاد والامن والبنى التحتية وضمن الشيوخة كانت شبه معدومة اذ تحدثت المرأة عن الحملة الانتخابية وفي ذلك دلالة على انها وضعت طاقتها في التسويق من دون ان تتمكن من تناول المواضيع بعمق لقلّة خبرتها في المجال من جهة ولكونها لم يسنح لها المجال لذلك ايضا، ولغياب حملات اعلامية تخضع لقواعد علمية في الاعلان والترويج.
- واللافت ايضا ان النساء المرشحات الاكثر ظهورا في البرامج الحوارية والمقابلات الخاصة هن اعلاميات اعتدن على ادارة الحلقات الحوارية ومقابلة اهم الشخصيات السياسية مثل بولا يعقوبيان وغادة عيد.
- بينت الارقام والنسب التي تناولت تعاطي الاعلام مع المرأة ان آلية الخطاب الاجتماعي تجاه المرأة لا تزال تتحكم فيه تمثّلات قديمة عن المرأة وعن الرجل. هذا الخطاب هو اعلامي ايضا. وهذه التمثّلات انعكست في شكل واضح ومباشر من خلال نسبة المواقف غير المؤيدة للمشاركة السياسية للمرأة المرشحة ومساواتها مع الرجل في تحمل المسؤوليات العامة.
- في النسبة الضئيلة من المساحة التي اعطيت الى المرأة لتتكلم عرضت للاسباب التي دفعتها الى الترشح ومنها : كونها نصف المجتمع، فيجب ان تكون نصف البرلمان، بهدف المشاركة

والمناصفة، دعماً للمرأة وتأييداً للكوتا، على الا يقراً الترشح انه موجه ضد الرجل. ومن الاسباب ايضا مواكبة التطور، فيكون لبنان كما الدول المتقدمة. هناك ايضا دافع الوصول الى مركز القرار، ودافع يجعلها تتجرأ على التقدم بسبب التقصير على مستوى الاحزاب من جهة وبسبب بروز ما يسمى بالمجتمع المدني وحزب جديد غير تقليدي في معارضة فشل الاحزاب التقليدية. دافع مباشر عرضته مرشحات يتعلّق بتنفيذ الحلول، محاربة الفساد وعرض وتنفيذ برنامج محدد. فتمكّن المرأة من القيام بالمهمة عنصر مشجّع. ولكن التمثيل النمطي لدور المرأة كان ايضا من الدوافع (فهي تهتم بالاسرة والمنزل، تربي الاولاد والاحيال فبماكانها الاهتمام بالبلد). تقابله الدوافع من خلال كسر الصورة النمطية التي تأسر المرأة. من الدوافع ايضا، قضايا النساء والتهميش، الدفاع عن حقوق المرأة، عن حياتها في مواجهة العنف وعن حقها في الجنسية ومناهضة للزواج المبكر، التحدي والاقتداء. أما في ما يعيق الترشح: الزعامات، الذكورية، المال، المنطق الموروث من الحرب والتسلط الميليشياوي، الخ...

- من خلال نتيجة الانتخابات يبدو ان الصورة النمطية التي انعكست في تصاريح بعض المرشحات وفي الاداء الاعلامي حتى، شوّشت على قرار الناخبة التي لم تساند المرأة المرشحة وليس بالضرورة لاقتناعها بمن صوتت له في المقابل. كما عبرت عن ذلك فاديا كيوان التي حملت المرأة نفسها "جزءاً من مسؤولية عدم وصول نساء إلى مراكز مسؤولية لأنه عندهنّ نزعة ألا يكون عندهن ثقة بالمرأة الأخرى (...). لكن أعتقد أنّ هناك ترويجاً لهذه الصورة النمطية عن النساء لخلق البلبلة في صفوفهنّ، وهذه من الأفكار الذكورية"<sup>54</sup>.
- مسؤولية الاحزاب التي تضم عددا ملحوظا من النساء في صفوفها ولكنها لا تسمّي مرشحين نساء من ضمن لوائحها. فمن جهة هذه السيدات لا يشغلن مناصب مهمة في الاحزاب وتبقين مهمشات ومن جهة ثانية تترشح النساء من خارج دعم القوى السياسية لها ومن دون دعم حزبي. وهذا سبب من الاسباب التي تعيق وصول المرأة الى البرلمان.
- النساء اللواتي ينتمين الى عائلة سياسية ونفوذ تضمن في الغالب اصواتا بسبب العصبية والارث السياسي.
- الحق بالاقتراع والترشح لا يعني شيئا اذا لم يترجم في الواقع تفعيلا لدور المرأة في المجال السياسي.
- قراءة عدد المرشحات انطلاقا من عدد الفائزات، اي من منظار سلبي (خصوصا وان 4 من الفائزات عائدات ووزيرة واعلامية) ومن منظار ايجابي، يحفز المرأة على المضي قدما في لعب دور في المجال العام والسياسي تحديدا ويحفز المجتمع والرأي العام والاحزاب على تفعيل دورها خصوصا وانه تمت الاضاءة على تقصير حزبي في تسمية مرشحات وتمت الاشارة الى ذلك بشكل سلبي. انه شكل من اشكال التمييز ويقراً من هذه الزاوية.
- تأثير هذه النتيجة ايضا تساؤلا: هل هو اسهل على المواطن ان يتقبل امرأة معينة في السلطة التنفيذية من ان يختار هو بنفسه امرأة تمثّله في البرلمان؟ في حال الايجاب فذلك يعني ان بين ما يقدم عليه المواطن طوعيا وتقبّل ما يفرض عليه مسار مفاهيمي طويل محيّد او انه لم يتشكّل بعد.

<sup>54</sup>كيوان ف.، في لقاء مع زاه يوهبه، بيت القصيد، الميدان، 2018/3/3.

- اشارت الدراسة الى ان المرشح استخدم منصة تويتر للتعبير عن مواقفه السياسية بالنسبة الاعلى في حين بقيت المرشحة تستخدم منصتي فيسبوك وتويتر للغرض نفسه وهو الاعلانات الانتخابية.

- أظهرت النتائج ان المرأة في استخداما لفيسبوك وتويتر كانت اقل نشاطا من المرشحين الرجال، وان التدوينات والتغريدات كانت بالدرجة الاولى عندها للاعلان الانتخابي. فالمرأة لم تستخدم المنصتين لخلق توازن بين تهميشها في الاعلام التقليدي ونشاطها في الاعلام البديل.

ان لدخول مواقع التواصل الاجتماعي على الحملة الانتخابية الاخيرة دلالات عدة :

- أولها انه يساعد على خلق اعلام بديل عن الاعلام التقليدي الذي قد يستبعد المرأة او يهملها ومن هنا يساعد على خلق جمهور بديل في حين أن من ابرز سمات الاعلام التقليدي : الانتقائية، الابرار، الاستبعاد.
- يشكل مصدرا للمعلومات ويخلق جماعات ويكسر العزلة.
- هو شكل من اشكال تبادل المعلومات.
- التفاعلية والتشاركية والفورية وقلة الكلفة.
- تفعيل المناقشات.
- يمكن ان يساهم المستخدمون في تغريدات ثم بانتقالها واعادة ارسالها.
- المشاركة وايضا التفاعلية تم خلال فيسبوك.
- حمل الهموم التي تلهم الاحتجاجات. وهناك دراسات ربطت بين كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى انتشار الاحتجاجات.
- يشكّل رأي عام خارج الاعلام التقليدي.
- مواقع التواصل في العالم هي من الادوات التي ساعدت في اضعاف الانظمة التقليدية الحاكمة.
- طرح لوجهات النظر وانتقاد السياسيين في الحكم او القوى السياسية عامة ومساهمة ايضا في الضغط على الحكومة.
- حوّلت الجمهور (audience) الى مستخدم ( user ) أي من جمهور سلبي الى ايجابي وناشط.
- بالطبع لا يمكن التكلم عن الدقة والمهنية.



## 1- في السياسة الجندرية

- ضرورة دعم الاحزاب للمرشحات وضرورة استكمال العمل على صعيد السلطة التنفيذية اي اشراك المرأة في الحكومة من خلال حقائب لا تقتصر على التربية والشؤون الاجتماعية.
- ضرورة اعتماد "كوتا" نسائية لفترة من اجل تحفيز الثقة بالمرأة في المجال العام والسياسي تحديدا. وبحسب فاديا كيوان " وحده لبنان رفض ويرفض حتى الآن اتخاذ تدابير استثنائية مثل الكوتا النسائية. والمفارقة هي أن لبنان هو البلد الوحيد الذي يعتمد الكوتا الطائفية والمذهبية للتمثيل السياسي"<sup>55</sup>. وفي الوقت نفسه تفعيل مشاركة المرأة في السلطة التنفيذية وعدم حصرها في وزارات قريبة من الصورة النمطية التي تأسرها اجتماعيا اي في التربية والشؤون الاجتماعية.
- لمزيد من حضور المرأة في الاعلام. اللاعبون في السياسة كمجال عام تقليديا هم رجال بامتياز. لذا يفصل الاعلام العودة الى مرشحين يحتلون الساحة السياسية ومعتادين على الحوارات السياسية وعلى اعطاء النبذة في الاداء السياسي باتجاه التصعيد او التهدئة، الخ... وفي ذلك تكون المرشحات ضحية لهذا الاداء الاعلامي المعتاد. لذلك من الضرورة جعل المرأة في الصورة اي ان تكون الخبر كما الرجل في السياسة والشأن العام، والعمل في الاعلام على تخصيص مساحة عادلة للمرأة كفاعل في المجتمع وفي السياسة تحديدا وكخبير في الاقتصاد وكل ما له علاقة بشؤون الدولة من شأنه ان يعكس اهتماما لدور المرأة وتعزيزا للثقة بها.
- ادراك الاعلام ان الخطاب لا ينفصل عن السلطة واعطاء المرأة الفرصة الدائمة لان تتلفظ بالقول اي ان تكون صاحبة القول وليس فقط المحتوى.
- ضرورة تفعيل برامج تثقيفية تعنى بالانوع الاجتماعي وتحقيق العدالة على هذا الاساس حتى يعي المتلقي والمواطن الناخب اكان امرأة ام رجلا كيف تكون حقوق الانسان وكيف ان المساواة على اساس النوع هي قيمة ديمقراطية وواجب.
- في اللغة وجمود الصورة: غالبا ما يأتي الاعلام نسخة عن الواقع اي انه يكرّس ما هو الواقع. وفي ذلك يأتي مثلا وضع النساء المرشحات ضمن الصور النمطية : الاعتناء بالمنزل والعائلة والاولاد، الخ... ولكن الاعلام من جهة ثانية مؤثر في الواقع ويشكل الركيزة التي يعتمد عليها التغيير من خلال كسر الصور النمطية وتفعيل المساواة في قضايا النوع. من هنا يساهم الاعلام بابعاد الاحكام المسبقة عن المرأة مثل انها لن تستطيع ان تقوم بالمهمة كون مكانها الطبيعي بعيدا عن الساحة السياسية. فيحرر الاعلام نفسه بذلك ويحرر الموضوع اي المرأة والعدالة الاجتماعية والانسان ككل. فالمحتوى التحريري والقالب او الشكل والنسب كلها من شأنها ان تقدّم فرصة الى المرأة في ان تكون في المجال العام ومعها المرأة في المجتمع اكانت عاملة ام ربة منزل ومعها يطور القانون الذي لا يزال غير منصف في حق المرأة وكذلك المجتمع والرجل بالتاكيد.

- العمل على ازالة ال خلط بين مفهوم الجنس والجندر حتى لا تبقى المرأة ضمن الاطار النمطي الجامد الذي ينظر اليها انطلاقا من العامل البيولوجي . يمكن للاعلام، من خلال التوعية والارشاد والدراما وكيفية ظهور المرأة في برامج الحوارية ونشرات الاخبار، ان يلعب دورا مهما في هذا المجال لميزة أساسية عنده "قوة المثل".
- ضرورة تنوير الرأي العام وهنا دور الدولة، والقوانين والاحزاب والتربية والاعلام حتى لا يكون الخطاب عن "الحرية التي يتمتع بها لبنان" و"التنوع الذي هو في عمق تكوينه" مجرد عناوين لواقع مغاير.
- تحديث قانون تنظيم الاحزاب وفق قاعدة الديمقراطية. وهنا تستطيع المرأة ان تفعل وجودها لانطلاقة اوسع في الحياة السياسية.
- على المرأة ايضا ان تفعل وجودها في الحزب الذي تنتمي له وأن تقبل على الحياة السياسية بشكل عام
- انتاج ثقافي عربي وباللغة العربية يروج لعادلة النوع في مواجهة ثقافة ذكورية .
- تفعيل ثقافة حقوق الانسان.
- عدم انتظار ان يفسح للمرأة في المجال للمشاركة بل الاعتماد على الذات من اجل تفعيل وتكريس أهلية ودور المرأة.

## 2- في التغطية الاعلامية

- ضرورة تطبيق القوانين فيما يتعلق بالاعلام والاعلان الانتخابي لاسيما التوازن في الظهور ويجاد آليات فعالة لتأمين هذا التوازن للمرشحين والمرشحات بشكل متساو، لاسيما على صعيد الاعلام الخاص من أجل ضمان حصة محقة في التغطية الاعلامية للمرشحة تراعي حقها في النفاذ الى الجمهور، وكي لا يبقى النفاذ الاعلامي رهينة المال او التبعية السياسية.
- ضرورة ان تسعى وسائل الاعلام الخاصة في اطار مسؤوليتها الاجتماعية الى توفير اعلام انتخابي نزيه وحيادي ومتوازن لجميع المرشحين والمرشحات، وان كانت شركات تجارية اذ ان ذلك لا ينفى عنها صفة الخدمة العامة.
- ضرورة استخدام الآليات المتاحة للشكاوى والمراجعة في النفاذ الى الاعلام، التي يوفرها القانون الحالي، وذلك عبر مطالبة المرشحات والمرشحين ووسائل الاعلام والهيئة المشرفة على الانتخابات ان تؤمن لهم النفاذ الى الاعلام بشروط مماثلة لما يحظى به المنافسون.
- ضرورة ان تحدد الهيئة المشرفة على الانتخابات الحد الاقصى للمساحات المدفوعة المخصصة للاعلان والدعاية الانتخابية مما سيزيد من فرص المرشحين والمرشحات للظهور في المساحات المجانية.
- ضمان حصة محقة في التغطية الاعلامية للمرشحة تراعي حقها في النفاذ الى الجمهور. وضمان حصة المرشحة في الكلام والدعوة الى زيادة مشاركتها في النفاذ المباشر في نشرات الاخبار وفي الحوارات والمقابلات وفي التغطية ككل. وفي ذلك تحقيق لنهج يتجه نحو الديمقراطية والموضوعية، ورفع القضايا المتعلقة بقضايا المساواة بين الجنسين في الشكل والمحتوى.
- يمكن للاعلام ان يأخذ في عين الاعتبار كامل عناصر المكون الانتخابي، اي بشكل مستقل عليه ان يختار مواضيعه ومن ضمنها المرأة من دون التأثير ب"الريتنج" الذي سيفعله استضافة شخصية

سياسية ذكورية معروفة. فالطريقة المستقلة تساعد على التعاطي مع المادة الاعلامية بشكل عادل. واذ اخذ الاعلام في الحسبان مراعاة العدالة على مستوى النوع، فعندها تصبح المرأة كمصدر للموضوع ومحتوى وكخبير رئيسي في نسبة مرضية. كما ضمان عدم وضع المرأة المرشحة التي نتحدث عنها في الاعلام او التي نقابلها ضمن اطار نمطي والابتعاد عن الالفاظ المهينة وتجنب استخدام المفاهيم الخاطئة وتجنب التطرق الى مواضيع لها علاقة بالانوثة كالجمال مثلا، والاشارة والتوجه الى المرأة ك"مرشحة" وليس من خلال مصطلح امرأة تماما كما يشار الى الناخب من خلال مصطلح "ناخب" والى المواطن من خلال مصطلح "مواطن".

- تعتبر التغطية الانتخابية التي تراعي مفهوم الجندر محفز لتطبيق الديمقراطية حيث لا تهتمش وحسن تمثيل واحترام لحقوق الانسان وتحقيق لعدالة النوع. اما ما يحصل فان النساء تعاني من نقص في التمثيل في غالبية وسائل الاعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة. وينسحب هذا النقص في التمثيل على نسبة الحضور وعلى انتاج المحتوى كما عكست الارقام والنسب. فالمرأة شبه غائبة في الخطاب العام أي التغطية وفي انتاج خطابها الخاص بشكل مباشر اي في حصتها في النفاذ المباشر. ويعكس ذلك بطبيعة الحال غيابها عن صنع القرار. فماذا يعني نقص في الحضور الاعلامي للمرشحة؟ ان في ذلك تعزيزا في زيادة الامتناع عن التصويت لها اذ لم تكن مسموعة. واذ كانت المرأة مستبعدة، فكيف مارس الخطاب الاعلامي، والسياسي والاجتماعي والثقافي اجراءات الاستبعاد؟

- لم يكن لموضوع النوع الاجتماعي من مكان مهم في النقاش الاعلامي في فترة الحملة الانتخابية، كانت الاشارة الى عدد المرشحات. فالاعلام يعتبر نسقا لانتاج المعنى. ورغم جملة الشروط التي تتحكم في بناء المعنى الاجتماعي في المجال الاعلامي<sup>56</sup> (شروط الانتاج، صاحب القول، الظروف الاقتصادية والاجتماعية المتحركة بالخطاب، ظروف التأويل، الخ...) الا ان الخطاب الذي يتم التوصل إليه في هذا الفضاء، يحمل القصدية المشتركة التي تنشأ بين صاحب القول والمتلقي<sup>57</sup>. من هنا الدعوة الى المتلقي المتواطىء مع القول ومضمونه ان يغيّره باتجاه انفتاح على سردية جديدة تهيه للاعتراف بالآخر وبحقه بالمساواة. انها قضية مجتمع رجلا وامرأة.

"لا وجود للمعنى إلا في إطار نسيج مركب من المواد المحسوسة"، اي "في شكل استثمارات دالة في مواد معينة... إن ما أسميه هنا "استثمارا" ليس شيئا آخر سوى تقديم فضاء - زمن المعنى في شكل سيرورات خطابية<sup>58</sup>". وكما يرى فيرون، اذا كان المعنى موجودا اينما كان فالوضع مشابه بالنسبة الى الايديولوجيا والسلطة. وبعبارة أخرى يمكن أن نقول ان "كل ظاهرة اجتماعية قابلة لأن "تقرأ" في علاقتها مع الايديولوجي، وفي علاقة مع السلطة"<sup>59</sup>.

من هنا كان تأطير مادة الدراسة ضمن تشكّل الخطاب (المعنى) وارتباطه بالسلطة. فالسلطة معطى صار مرتبطا بالخطاب نفسه كما اشار الى ذلك فوكو، وهو ما يتم العودة اليه دائما في هذا المجال، "الخطاب ...

<sup>56</sup>Cf. Charaudeau P., 1997.

<sup>57</sup>Ibid. p 18.

<sup>58</sup>فيرون اليزيو، "سيمبوزيس الايديولوجيا والسلطة"، ترجمة اليزمي عبد العلي، مجلة علامات، العدد 12، 1999.

<http://saidbengrad.free.fr/al/n12/index.htm>

<sup>59</sup>المرجع نفسه.

ليس هو فقط ما يترجم الصراعات او انظمة السيطرة لكنه هو ما نصارع من اجله وما نصارع به، وهو السلطة التي نحاول الاستيلاء عليها"<sup>60</sup>.

ضمن هذه المحددات تتدرج النظرة الى الخطاب الذي تناول المرأة في الاعلام في هذه الدراسة. فالخطاب الثقافي والاجتماعي والديني<sup>61</sup> ايضا الذي تشكل حول تمكّن المرأة من ان تكون عنصرا فاعلا في المجال العام والسياسي تحديدا، هو اشارة الى معطى مهم وقديم كمكوّن اساسي من مكوّنات الوضعية السياسية للمرأة في لبنان.

علاقة وضعية المرأة بالخطاب السائد اشكالي. فالخطاب يسرد ويصنع الواقع في الوقت نفسه. هو لا ينفصل عن السلطة. يتضمّن الموانع والاكراهات.

ان تأثير وسائل الاعلام كافة في تشكيل رأي عام والمساهمة في "تنوّره" أساسي. وفي الانتخابات الاخيرة لفت جهد الماكينات الانتخابية للقوى السياسية في التسويق السياسي الذي هو ابتكار أميركي في الأساس، سرعان ما اعتمدته اوربا خصوصا منذ السبعينات والثمانينات من القرن الماضي. اكثر من اي وقت مضى كان الاعلام مركزيا في الحملات الانتخابية التشريعية اللبنانية من هنا كان بالامكان الاستفادة من نسبة الاستهلاك الاعلامي المرتفعة لمناقشة قضايا النوع – ونتائج عدم المساواة في مسألة النوع، اقتصاديا لناحية الاجور، سياسيا لناحية التكافؤ في الوصول الى صنع القرار، اجتماعيا لناحية الصور المنمطة والعنف ضد المرأة، الخ... - بين المرشحين ومع المرشحات ان تساهم في تثقيف المتلقي الذي سيكون ناخبا في نهاية الحملة.

الوعي ان الاعلام يمكنه ان يكسر الصورة النمطية التي ترسم صفات جامدة للرجل وللمرأة قائمة على الفوارق البيولوجية هو دافع المساهمة في تشكيل ثقافة تعيد قراءة هذه المنظومة. " علينا أن ندرك بل نجبر أنفسنا على رؤية الذكاء والاحترام كصفات إنسانية لازمة في الحياة. فقد حان الوقت لنذكر علاقة الجنس بالشمسية، ونعترف بحقيقة أن الوضع الحالي القائم على ربط السمات الشخصية بالجنس متخلف ومحدود وخطير. ولذلك يجب إعادة تعريف الرجولة... وهناك عدد كبير من النساء أفقن من نوم طويل... وهنّ بذلك يؤسسن للمساواة الحقيقية بين الجنسين الهادفة إلى تغيير دينامية السياسة الجنسية القديمة وإبدالها بأخرى أكثر إنسانية وتحضراً، وأخيراً وضع حد لمنظومة القمع الحالية التي تطل الرجال والنساء على حدٍ سواء"<sup>62</sup>.

كانت مجلة *Manière de voir* عنونت عددها ال 150 (كانون الاول 2016-كانون الثاني 2017) "المرأة، الحرب الاطول". سميت حربا ولكن "فلنبدأ الثورة ولنبدأ بكل حب، كلنا ... رجالاً ونساءً. ولنسعى لإقامة عالم نستطيع العيش فيه، فنحن في النهاية من يرسم مصيره". هكذا كتبت كيت ميليت.

<sup>60</sup>فوكو ميشال، نظام الخطاب، ترجمة سبيلا محمد، دار التنوير للطباعة، بيروت، 1984، ص 5.  
<sup>61</sup>درست بن سلامة ايضا الخطاب الديني الذي تم انتاجه عن اهلية المرأة لهذه المشاركة. انظر بن سلامة، باحثات، الكتاب التاسع، 2003-2004.  
<sup>62</sup>ميليت كيت، "السياسة الجنسية"، ترجمة عزة ح.

## الفهرس

### الاطار العام للدراسة

5 - هدف الدراسة

6 - الاشكالية

7 - عينة الدراسة

8 - المنهجية

### القسم الأول: مقارنة نظرية

1-العلاقة من منظور سياسي

2-ما السياسي؟

3-التمثيل النسائي في البرلمان في لبنان

4-في تحديد الجندر

5-في تحديد ال "الكوتا"

6-في فلسفة الانتخابات

7-في تحديد فترة الصمت الانتخابي

8-أزمات لبنان السياسية

### القسم الثاني: التحليل الكمي لتغطيات الاعلام لحملة المرشحات

أولاً: في الصحافة المكتوبة

ثانياً: في التلفزيون

ب| -التغطية، التوزيع

ب - الصمت الانتخابي في القنوات التلفزيونية

ثالثاً: في مواقع التواصل

أ - تدوينات المرشحين

ب - تدوينات المرشحات

### القسم الثالث: تحليل المحتوى

1 -القراءة في عدد فوز المرشحات

2 -السيدة النائب : تأنيث اللغة

- 3- في التغطية
- 4- التمثلات الاجتماعية للمرأة
- 5- المرأة (لم) تتحدّث
- 6- في استخدام منصات مواقع التواصل
- 7- في تبرير ترشيح المرأة
- 8- المرجعية والتمايز
- 9- الاحزاب وترشيح المرأة
- 10 - الواقع اليوم
- 11 - مخالفات للصمت الانتخابي
- 12 - في التثقيف الانتخابي
- 13- الاعلام وتحقيق العدالة الاجتماعية

#### خلاصات

- 1- في الرصد الكمي
- 2- في تحليل المحتوى

#### توصيات

- 1- في السياسة الجندرية
- 2 - في التغطية الاعلامية