

دراسة عن منصات الإعلام البديل في لبنان

مهمة قامت بها

الباحثة الرئيسية غنوة مكداشي

بالتعاون مع فريق الباحثين الميدانيين حسّان شعبان وحسين الشريف

نيابة عن

مركز الموارد العربية للفنون الشعبية (الجنى)،

ومؤسسة مهارات وأكاديمية DW

تشرين الثاني 2020

قائمة المحتويات

1.	المقدمة وخلفية المشروع	3
1.1	الخلفية	3
1.2	النطاق والغرض	3
1.3	المنهجية	4
1.4	التحديات والقيود الرئيسية التي واجهت هذه الدراسة	6
2.	التعريفات والمعايير الرئيسية	6
2.1	تعريف وسائل الاعلام البديل	6
2.2	المعايير	7
3.	ترسيم منصات وسائل الإعلام البديل في لبنان وتفاعل المستخدم معها	7
3.1	ترسيم وسائل الإعلام البديل ذات الجمهور المحلي/ الوطني وتفاعل المستخدم معها	7
3.1.1	ترسيم وسائل الإعلام البديل ذات الجمهور المحلي/ الوطني	7
3.1.2	ملخص تفاعل المستخدم مع الإعلام البديل الذي يستهدف المواطن المحلي (ذات الجمهور المحلي/ الوطني)	9
3.2	ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجنون فلسطينيون أو سوريون أو تقدم تقاريراً عن اللاجئين الفلسطينيين والسوريين وتفاعل المستخدمين معها	10
3.2.1	ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجنون فلسطينيون أو تقدم تقاريراً عنهم	10
3.2.2	ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجنون سوريون أو تقدم تقاريراً عنهم	11
3.2.3	ملخص تفاعل المستخدم مع وسائل الإعلام البديل التي يديرها اللاجئون أو تقدم تقاريراً عنهم	12
4.	التحليل: حالة الإعلام البديل في لبنان	13
4.1	النتائج الرئيسية المتعلقة بوضع المجتمع والمواطنين والإعلام البديل في لبنان	13
4.2	التحديات الرئيسية المتعلقة بوضع الإعلام البديل في لبنان	14
5.	التوصيات الرئيسية	14
6.	المرفق أ – وسائل جمع المعلومات	16

1. المقدمة وخلفية المشروع

1.1 الخلفية

جذب المشهد الاجتماعي والسياسي المتغير في لبنان انتباه العالم، وعلى الرغم من هذا الاهتمام، فإن البحث في وسائل الإعلام البديل لم يلق استحساناً حتى الآن. ينظر الكثير من الناس في لبنان، سواء كانوا مواطنين أو لاجئين، إلى وسائل الإعلام السائدة التقليدية على أنها امتداد للسياسة الطائفية، وغالباً ما تكون بمثابة "اللسان الناطق بإسم القادة السياسيين وأداة قوية للتحريض والاستقطاب الطائفي على الصعيد الاجتماعي والسياسي والأيديولوجي والاقتصادي"¹. وقد أدى ذلك إلى قيام وسائل الإعلام البديل بتقديم نفسها على أنها تمكن من لا صوت لهم لأنها تقدم أخباراً حول القضايا والمجالات التي لا يتم تناولها تقليدياً في وسائل الإعلام الرئيسية أو تتناولها بشكل مختلف. في الواقع، أتاحت تقنيات التكنولوجيا الجديدة أشكالاً مختلفة من الممارسات الإعلامية بما في ذلك ممارسات الوسائط البديلة/ منصات الإعلام البديل. وقد غذى هذا الاتجاه الجديد بين الصحفيين والمدونين في لبنان القادمين من خلفيات وجنسيات وفئات عمرية مختلفة استخدام الإنترنت للحفاظ على استقلاليتهم الصحفية والالتفاف على الرقابة.

مع الأزمة الاجتماعية والاقتصادية الأخيرة التي تواجه البلاد، يواجه قطاع الإعلام التقليدي اللبناني أزمة عميقة أدت إلى إضعاف و/أو إغلاق العديد من الصحافة والإعلام والمنصات². خلصت دراسة أجرتها دويتشه فيله (DW) عن المشهد الإعلامي في لبنان³ إلى النتائج الرئيسية التالية:

- الإعلام اللبناني حزبي جداً
- يعاني الإعلام في لبنان من نقص في التمويل
- تستهدف الشركات الإعلامية الناشئة عموماً جمهوراً عربياً
- لا توجد شهادات جامعية في إدارة وسائل الإعلام أو تحليل جدوى وسائل الإعلام
- حُلّق عدد الاعتقالات المتعلقة بحرية التعبير في 2018
- دخل قانون حماية حرية التعبير على الإنترنت حيّز النقاش في عام 2019

لمواجهة هذه القيود واتجاه تسييس وسائل الإعلام وفقاً لطائفة المؤسس/ المالك، سعت الجهات الفاعلة في المجتمع المدني مع الناشطين الإعلاميين بشكل متزايد إلى توفير بدائل للإعلام السائد التقليدي، مما يوفر بديلاً عن التحيز في كثير من الأحيان بطريقة طرح الأخبار والمعلومات. باستخدام البنية التحتية المفتوحة للشبكة العنكبوتية/ الويب، يعمل هؤلاء الصحفيون عبر الإنترنت على إنشاء أشكال بديلة من الممارسات الإعلامية التي يُنظر إليها على أنها ضرورية لبقاء المؤسسات الديمقراطية في لبنان والمنطقة. وغالباً ما تعمل الأخبار عبر الإنترنت جنباً إلى جنب مع الحركات الاجتماعية التي تناضل من أجل العدالة الاجتماعية والحقوق السياسية. ويرتكز هدف هذه الوسائل البديلة على الطبيعة التشاركية الضمنية لنوع الصحافة التي تمكن المواطنين والمقيمين من ممارسة السلطة التمثيلية. بناءً عليه، تعمل هذه الدراسة على رسم خريطة لمختلف منصات ووسائل الإعلام البديل النشطة في لبنان وتحليل تفاعل المستخدم معها.

1.2 النطاق والغرض

تم تنفيذ هذه الدراسة بشكل مشترك من قبل مركز الموارد العربية للفنون الشعبية (الجنى)، مؤسسة مهارات، وأكاديمية DW. وتهدف إلى تقديم لمحة عامة عن المنصات الإعلامية/ منصات وسائل الإعلام المدنية في لبنان لإنتاج صحافة ذات جودة عالية موجهة للمصلحة العامة في أشكال مطبوعة أو إذاعية أو تلفزيونية أو رقمية. وتشمل معلومات عن مختلف منصات الإعلام البديل الحالية موقرة معلومات عن تفاعل المستخدم، بما في ذلك معلومات عن وسائل الإعلام/ وسائل إعلام المواطن التي يستخدمها الأشخاص وأسباب وكيفية استخدامها، وما هي احتياجاتهم للمعلومات. في الوقت نفسه، تعمل الدراسة على تحديد الاحتياجات الملحة لمنصات الإعلام البديل والتحديات التي تواجهها.

¹ Beyond Reform and Development (2012). *Media in Lebanon: Towards Enhancing Freedom of Expression*. Lebanon.

² Retrieved from <https://medialandscapes.org/country/lebanon>

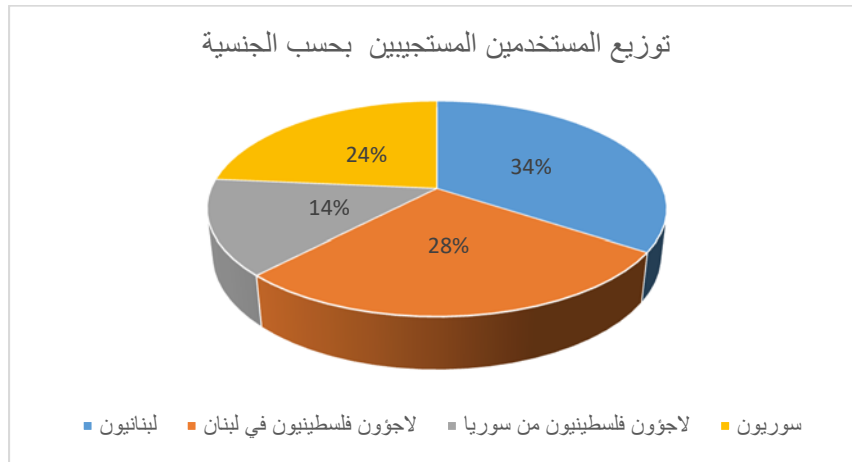
³ Retrieved from <https://www.dw.com/en/lebanons-media-landscape-struggling-with-digitalization-and-media-freedom/a-48635698>

1.3 المنهجية

في بداية هذه الدراسة، تم تطوير أدوات جمع البيانات⁴ بما في ذلك:

- المبادئ التوجيهية لمجموعات النقاش المركزة المنعقدة في المجتمعات المختلفة عبر المحافظات اللبنانية. كان الهدف من مجموعات النقاش المركزة هذه (أ) تحديد منصات وسائل الإعلام البديل الأكثر استخداماً بين المجموعات/ المجتمعات المستهدفة و (ب) دعم التحليل العام لأنماط المستخدم والمساعدة في تطوير الفهم لحالة المجتمع والمواطن ووسائل الإعلام البديل في لبنان.
- المبادئ التوجيهية للمقابلات الفردية التي عقدت مع منصات الإعلام البديل التي تم رصدها على (أ) المستوى الوطني، و(ب) بين مجتمعات اللاجئين، و(ج) بين الفئات المهمشة.

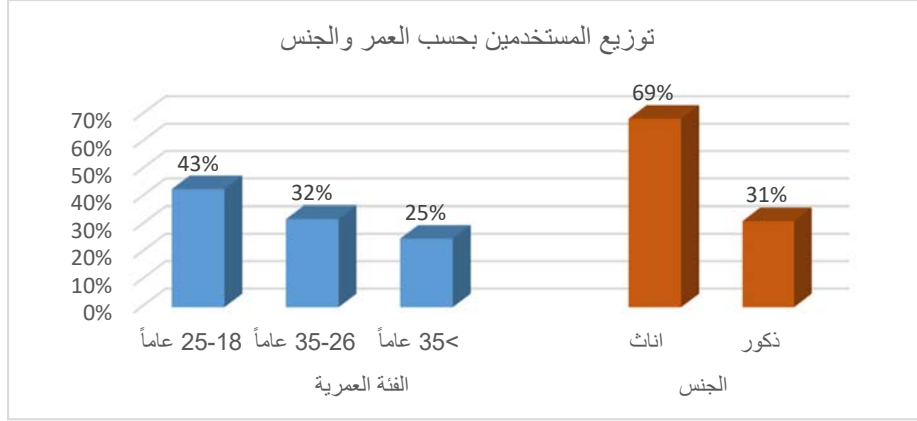
تم عقد اجتماع مع الشركاء والباحثين الميدانيين لمناقشة وللتوافق على المعايير التي ستستخدم في اختيار وسائل الإعلام البديل/ منصات إعلام المواطن التي سيتم تناولها في هذه الدراسة وأدوات جمع البيانات المصاغة. بعد ذلك، بدأ جمع البيانات وانتشر على مدى سبعة أسابيع. تم الاتصال بـ 178 عضواً من أعضاء المجتمع/ المستخدمين للمشاركة في هذه الدراسة، كما تم وضع خريطة لمنصات الإعلام البديل الأكثر استخداماً من قبلهم وفهم تفاعل المستخدم. وافق 140 عضواً من أعضاء المجتمع/ المستخدمين على الاستجابة/ المشاركة، مما جعل معدّل الاستجابة 79%. وبذلك أتت الاستجابة من قبل 35% لبنانيون و65% موزعون بين لاجئين فلسطينيين في لبنان و لاجئين فلسطينيين من سوريا و لاجئين سوريين كما هو مبين في الرسم البياني أدناه.



الرسم البياني 1: توزيع إجمالي المستجيبين من المجتمعات المحلية بحسب الجنسية

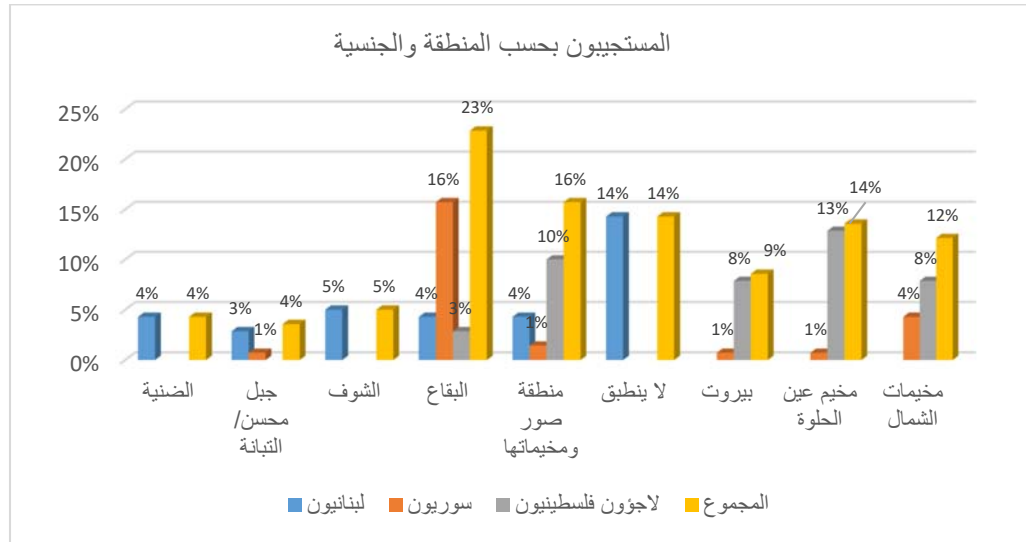
75% من الـ 140 مستجيب هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عاماً. أما بالنسبة للجنس، فكانت الغالبية العظمى من الإناث، مع الإشارة إلى أنه تم استهداف الإناث بشكل خاص كفئة مهمشة بالإضافة إلى استهدافهن ضمن الفئات الأخرى.

⁴ الرجاء اللجوء الى المرفق "أ" لنسخة عن أدوات جمع البيانات



الرسم البياني 2: توزيع إجمالي المستجيبين من المجتمعات المحلية حسب العمر والجنس

نظراً لعدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في الردود التي تم جمعها من "المجموعات المهمشة الأخرى" مثل المثليات/ المثليين وثنائي الجنس والمتحولين جنسياً الذين أعربوا عن عدم وجود منصة مخصصة تلبي احتياجاتهم من المعلومات، وبما أن الدراسة بأكملها ركزت على جمع التعليقات من المجتمعات المهمشة والمستخدمين الذين من المحتمل جداً أن يستخدموا وسائل الإعلام البديل، ركز التحليل على التمييز بين الاجابات التي قدمها اللاجئون وتلك المقدمة من قبل غير اللاجئين للتحقق من الأنماط المشتركة والاختلافات. يوضح الرسم البياني 3 توزيع المستجيبين جغرافياً. يشير "لا ينطبق" إلى المجموعات المهمشة التي تم جمع آرائها بغض النظر عن منطقة إقامتها وتشمل المجموعات النسوية والمثليين وطلاب الجامعات والأشخاص ذوي النفوذ.



الرسم البياني 3: توزيع إجمالي المستجيبين من المجتمعات المحلية بحسب المنطقة والجنسية

إضافة إلى ذلك، تم إجراء مقابلات مع 24 منصة إعلامية كما هو موضح في الجدول أدناه. تم اختيار هذه المنصات بناءً على (أ) ردود المستخدمين و (ب) استعداد المنصات للمشاركة في هذا الاستبيان. بشكل عام، تم الوصول بنجاح وإجراء المقابلات مع 13 منصة ذات هدف وطني، 10 منصات تركز على اللاجئين الفلسطينيين، وواحدة تركز على اللاجئين السوريين. وتوفر هذه الدراسة ملفاً تعريفياً لكل من المنصات التي تمت مقابلتها في ملحق.

منصات ذات استهداف وطني	منصات يديرها لاجئون / تركّز على اللاجئين
أخبار لبنان 365	ناستوبيا
LebanonTimes	شبابيك
رصيف 22	كامبجي
المفكرة القانونية	جزور
رحلة	منتدى الشمال
جريدة ١٧ تشرين	تجمع الاعلاميين الفلسطينيين في لبنان - تفاعل
شريكة ولكن	عين الشتات
درج	بوابة صيدا
ميغافون	شدة
بوست 180	عاصمة الشتات
خمسية	سوريون في البقاع
خطيرة	
مهارات News	

1.4 التحديات والقيود الرئيسية التي واجهت هذه الدراسة

انطلقت هذه الدراسة في وقت عانى فيه لبنان من مأساة كبيرة. أسفر انفجار مرفأ بيروت عن مقتل أكثر من 200 شخصاً وإصابة أكثر من 6000 شخصاً وتدمير آلاف المنازل والشركات. أدت هذه الكارثة إلى بعض التأخير في البحث. علاوة على ذلك، وبسبب الإغلاق الذي فرضته جائحة كورونا، تحولت معظم مناقشات مجموعات التركيز إلى مقابلات فردية تم تنفيذها عبر الهاتف وأدوات وسائل التواصل الاجتماعي.

التحدي الآخر الذي واجهه هذه الدراسة هو انخفاض مستوى الوعي المجتمعي بشأن ما يشكل منصات اعلام بديل، فغالبًا ما تم خلطها مع وسائل التواصل الاجتماعي العامة وتصفح الويب. على سبيل المثال، قام العديد من المستخدمين بتضمين + AJ و MTV اونلاين كجزء من منصات الاعلام البديل. علاوة على ذلك، هناك إجماع واضح من بعض المواطنين/ المستخدمين عن مشاركة المعلومات بسبب الخوف من الإجراءات التي قد تُتخذ ضدهم من قبل الفاعلين السياسيين الذين يجمعون بشكل متزايد حرية الكلام والتعبير ووسائل الإعلام. يكاد هذا التردد أن يقابله تردداً موازياً من قبل منصات وسائل الإعلام البديل نفسها، التي تتردد في مشاركة المعلومات المتعلقة بأعضائها وعملياتها وهيكلتها، ويشعرون أن حريتهم وحرية منصاتهم قد تتعرض للخطر إذا أصبحوا أكثر شهرة في ضوء وجهات نظرهم التي تعارض وجهات نظر الحكومة.

قيود مهمة أخرى يجب تسليط الضوء عليها تتعلق بالموضوعية. نظراً لأن كل مستخدم فردي يميل إلى متابعة مجموعة واسعة من الأخبار/ المنصات بدلاً من صفحة فردية واحدة، من الصعب أن ننسب بشكل مباشر رضا المستخدمين أو عدم رضاهم إلى منصات محددة تم تناولها، أخذين بعين الاعتبار تنوع المنصات التي يميلون إلى متابعتها. بالإضافة إلى ذلك، يميل الأشخاص إلى التأثر بالآخرين من حولهم، وبالتالي، قد يندفعون لمتابعة منصة ما لأن أشخاصاً "من حولهم يتابعونها أو يتابعون منصة معينة لأنهم مهتمون بأراء شخص واحد ينشر عليها.

أخيراً وليس آخراً، واجه البحث صعوبة في ترسيم المنصات التي تُعنى باللاجئين السوريين، حيث يبدو أن اللاجئين السوريين يميلون إما إلى متابعة المنصات التي تركّز على الأخبار داخل سوريا والشتات بشكل عام أو نفس المنصات التي يتابعها اللاجئون الفلسطينيون في لبنان، حيث يميل العديد من اللاجئين إلى متابعة الأخبار المتعلقة بالمناطق التي يقيمون فيها.

2. التعريفات والمعايير الرئيسية

2.1 تعريف وسائل الاعلام البديل

تعتمد هذه الدراسة التعريفات الرئيسية التالية:

■ وسائل الإعلام البديل هي "بالأساس تركز حول توفير وسائل الاتصال الديمقراطي للأشخاص الذين يتم استبعادهم عادة في وسائل الإعلام التقليدية"⁵. فهي تسمح لأولئك الذين غالباً ما يكون تمثيلهم ناقصاً أو خاطئاً في وسائل الإعلام التقليدية بإخبار قصصهم من خلال وسائل الإعلام الخاصة بهم. لهدف هذه الدراسة، تمت إضافة النقاط الرئيسية التالية لتوضيح التعريف:

- تستهدف جمهوراً محدداً، وتخدم مجموعة مستهدفة مختلفة، وتوفّر صوتاً للمجموعات التي ليس لها صوت
- لديها القدرة على النمو
- تقدّم محتوى بديل خارج الهيكل الرسمي الحالي (الشكل، الابتكار، النهج)

■ **المجموعات المهمشة** هي مجتمعات تعاني من التهميش الاجتماعي والاقتصادي والجغرافي و/ أو السياسي. يمكن قياس التهميش بمجموعة من العوامل، بما في ذلك ما يلي:

- النطاق الجغرافي / المدى الذي يغطي المناطق النائية
- ضعف البنية التحتية الاجتماعية والاقتصادية
- لديها مجموعات مهمشة تكون تقليدياً أكثر تهميشاً من المجتمع العادي (مثل النساء والشباب ...)

2.2 المعايير

لغرض هذه الدراسة، تم استخدام المعايير التالية لتحديد منصات الاعلام البديل:

- توفّر محتوى منظم (تواتر التحديث / استدامة البث). لقياس الانتظام، نظرت الدراسة في عدد المنشورات الشهرية على مدى الأشهر الثلاثة الماضية واستبعدت المنصات ذات المنشورات الأقل عدداً (أولئك الذين لم ينشروا لأكثر من ستة أشهر)
- تخدم فئة مستهدفة محددة
- تستجيب لاحتياجات المجتمع و/ أو خدمة المصلحة العامة
- لديها القدرة على النمو (الوصول، الابتكار، النهج)
- تتجنب الدعاية (أي لا تعمل كناطق إعلامي رسمي لحزب سياسي)

3. ترسيم منصات وسائل الإعلام البديل في لبنان وتفاعل المستخدم معها

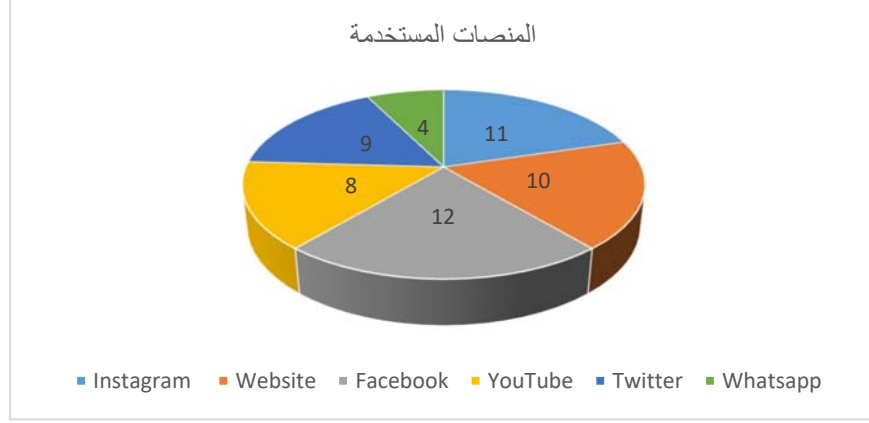
في هذا البحث، يتم استخدام مصطلح "الاعلام البديل" للمنصات التي تستهدف الجمهور المحلي/ المواطن بينما يتم استخدام مصطلح "إعلام المواطن" للمنصات التي تُستخدم من قبل اللاجئين والمجموعات المهمشة أو تُعنى بهم. في سياق هذه البحث، لم يتم العثور على فرق بين المصطلحين، بل في الواقع يتم مقارنتهما مع وسائل الإعلام التقليدية فقط.

3.1 ترسيم وسائل الإعلام البديل ذات الجمهور المحلي/ الوطني وتفاعل المستخدم معها

3.1.1 ترسيم وسائل الإعلام البديل ذات الجمهور المحلي/ الوطني

رصد هذا البحث 13 منصة اعلام بديل تتوجه لجمهور محلي/ وطني تم تأسيسها بين عامين 2000 و 2020. وتستخدم كافة المنصات الوسائل الرقمية باستثناء ثلاثة منها حيث تستخدم أيضاً وسائل الاعلام المطبوعة. يتم استخدام اللغة العربية للنشر بالأساس، غير أن 6 منصات تستخدم اللغة الانكليزية أيضاً. 85% من هذه المنصات تنشر بشكل يومي بينما تعتمد البقية النشر الاسبوعي أو الشهري. وتتيح كافة المنصات تفاعل المستخدم معها لمشاركة الآراء وردود الفعل. إضافة الى ذلك، تستخدم الغالبية الفيسبوك كمبنى أساسي للنشر ومشاركة الاخبار يليه الانستغرام والمواقع المخصصة (الرجاء النظر الى الرسم البياني الرابع لمعلومات حول عدد المنصات التي تستخدم كل من وسائل التواصل الاجتماعي).

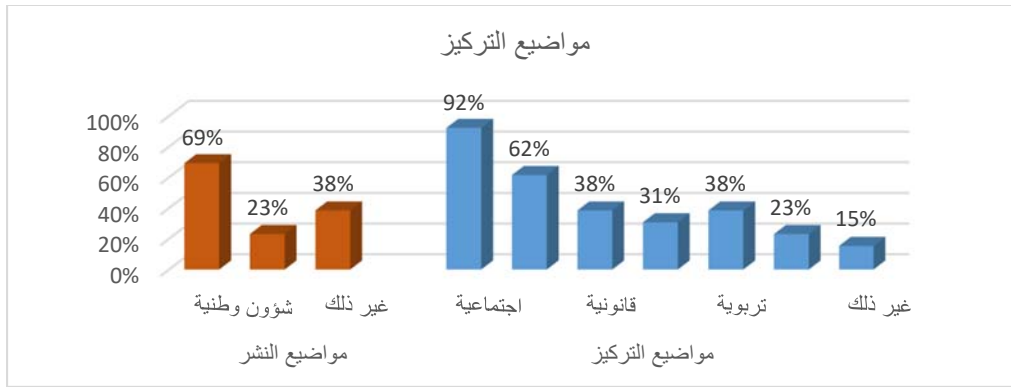
⁵ Atton, Chris. Alternative Media. London: Sage Publications, 2002. Translated from: "crucially about offering the means for democratic communication to people who are normally excluded in mainstream media"



الرسم البياني 4: المنصات المستخدمة من قبل وسائل الاعلام البديل ذات الجمهور المحلي لنشر الأخبار

تملك 77% من المنصات رؤيا ورسالة مهمة خطيتين بينما تملك 46% فقط مدونة سلوك خطية. وتعتمد 3 من هذه المنصات على المتطوعين بشكل كامل بينما تملك الغالبية فريقاً أساسياً مكوناً من لبناني الجنسية ما عدا اثنان يملكان فريقاً متعدد الجنسيات (لبنانيون وغير لبنانيين). كل أعضاء الفريق الأساسي هم من خريجي الجامعات ضمن اختصاصات متعددة مثل الصحافة والعلوم السياسية والرسوم التصميمية والميديا وغيرها. تتوزع أدوار الفريق لتشمل رؤساء التحرير والمحريين والباحثين والمراسلين الاخباريين والمصممين البيانيين والمدراء الفنيين ومدراء منصات التواصل الاجتماعي. عند السؤال عن انتماءاتهم، أكدت كافة المنصات عدم انتمائها لأي حزب سياسي.

أشارت غالبية المنصات المرصودة (62%) الى وجود مبادئ توجيهية شفوية للنشر بينما أكدت 38% امتلاكها لمبادئ توجيهية خطية. أما بالنسبة لمصادر التمويل الأساسية، فتملك الأقلية فقط مصادر مستدامة مثل إيرادات البيع المباشر و/ أو الاعلانات بينما تعتمد الغالبية على الهبات واشتراكات الأعضاء التي تختلف قيمتها. غير أن 69% أشارت الى ولوجها الى موارد وافية مثل الكهرباء، معدات النشر... غير أن القليل منهم (23%) يملك نموذجاً تجارياً للاستدامة يتنوع ليتضمن نموذجاً هجيناً يشمل خدمات الانتاج، والاعلان، والاشترابات، وحشد التمويل الجماعي، والانتاج المشترك. عند سؤالهم عن مضمون تقاريرهم، أشارت الغالبية الى تركيزها على الاهتمامات والشؤون المحلية الوطنية والمواضيع الاجتماعية التي تستهدف فئة الشباب أو كافة الفئات العمرية. وبالنسبة للمنصات المحلية/ الوطنية، تتضمن الشؤون المحلية الوطنية مواضيعاً مختلفة مثل الأمن والسياسة- الجغرافية والاقتصاد والقانون تُنشر كخبر سريع مع بعض التحليل والآراء.

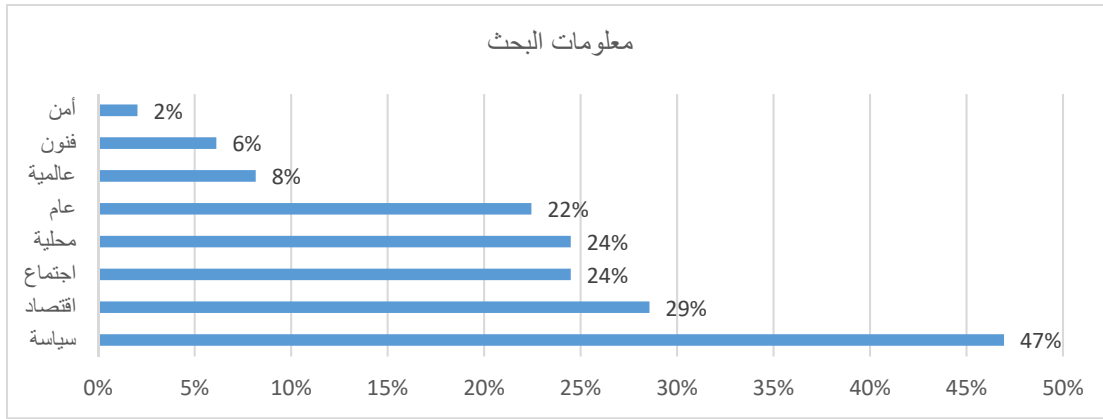


الرسم البياني 5: مواطن تركيز المنصات التي تتوجه للجمهور المحلي/ الوطني

لتجميع المعلومات/ ردود الفعل من الجمهور، تلجأ الغالبية الى التعليقات أو الملاحظات المشاركة على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي، بينما تستخدم منصة واحدة تحليل غوغل وترسل أخرى استبياناً بالبريد الالكتروني لأفراد محددين غالباً ما يكونوا أعضاء.

3.1.2 ملخص تفاعل المستخدم مع الإعلام البديل الذي يستهدف المواطن المحلي (ذات الجمهور المحلي/ الوطني)

أفاد غالبية المستخدمين اللبنانيين الذين تمت استشارتهم أنهم يلجؤون إلى مصادر الإعلام البديل بسبب الوصول الأسرع والأسهل على أي جهاز محمول وبكبسة واحدة عوضاً عن الحاجة لانتظار بث تلفزيوني محدد. وشعر الكثيرون أن هذه المصادر "تشبههم أكثر" وتزودهم بأراء متنوعة وموضوعية لا توفرها وسائل الإعلام التقليدية. تعرفوا على مثل هذه المنصات بشكل رئيسي من خلال الأصدقاء أو وسائل التواصل الاجتماعي؛ لا سيما الفيسبوك وتويتر. أكثر المنصات التي ذكرها المستخدمون الذين تمت استشارتهم هي ميغافون يليها درج ورصيف 22. ومع ذلك، يستخدم الكثيرون مجموعات فيسبوك، تويتر، انستغرام، وواتس آب لجمع المعلومات دون الحاجة إلى استشارة منصات اعلام بديل محددة. تضمنت المعلومات التي سعى /تصفحها المستخدمون في الغالب/ معلومات سياسية في المقام الأول، تليها الاقتصادية والاجتماعية، كما هو موضح في الرسم البياني 6 أدناه. من الملاحظ أن فئة "عام" تشير إلى أخبار متنوعة وغير محددة.



الرسم البياني 6: المعلومات الأكثر طلباً من قبل المستخدمين

عبر جميع الفئات العمرية، كان الانطباع العام أن وسائل الإعلام البديل تستهدف الشباب في المقام الأول، مع ذكر فئة قليلة أنها تخاطب المجتمعات المحلية والمواطنين المستقلين والنساء. يتم التوجّه إلى النساء بشكل رئيسي من قبل شريكة ولكن وخطيرة.

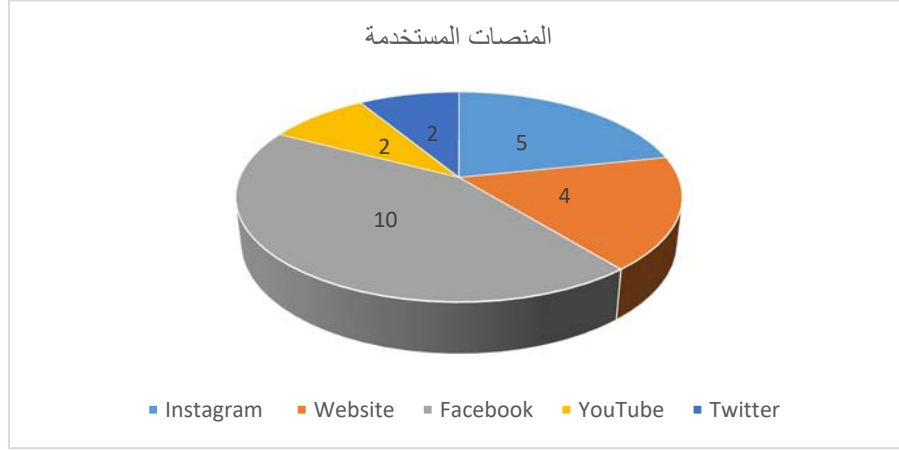
يقضي 40% من المستخدمين ما معدله ساعتين إلى أربع ساعات يومياً على منصات الاعلام البديل، ويقضي 35% آخرون أكثر من أربع ساعات. لا يبدو أن هذه النسب تتأثر بالعمر أو الجنس. بينما يشاهد البعض مواقع معينة على أساس يومي، فإن الغالبية تتبّع روابط مثيرة للاهتمام يشاركها الأصدقاء أو يصادفونها أثناء التصفح في وسائل التواصل الاجتماعي. غالبية المستخدمين يقرأون/ يشاهدون العناوين الرئيسية ثم يتعمقون في الموضوعات التي تجذبهم بينما القليل منهم يتطرق إلى كل المحتوى بالتفصيل.

في حين أن غالبية المستخدمين راضون تماماً أو إلى حد ما عن وسائل الاعلام البديل الموجودة، معبرين عن أنها تلبي احتياجاتهم من المعلومات، فإن حوالي 18% غير راضين، معتقدين أن بعض الوسائل لديها أجنداث مخفية، وتفتقر إلى الموضوعية والاحتراف، وتقدم معلومات غير دقيقة و/ أو تنتهك الخصوصية وحقوق التأليف والنشر. لا تزال هذه الآراء قائمة على الرغم من حقيقة أن جميع الوسائل التي تمت مقابلتها تؤكد أنها محايدة وغير تابعة. عندما طُلب منهم التوضيح، أشار هؤلاء المستخدمون أيضاً إلى عدم دقة المعلومات التي توفرها وسائل الاعلام البديل، حيث علّقوا على جانب "الكمية فوق الجودة" في توصيل الأخبار بسرعة وسهولة مسلطين الضوء على واقع أنه بسبب الحجم الهائل للمعلومات المقدّمة، تُفقد دقة المعلومات.

3.2 ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجئون فلسطينيون أو سوريون أو تقدّم تقاريراً عن اللاجئين الفلسطينيين والسوريين وتفاعل المستخدمين معها

3.2.1 ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجئون فلسطينيون أو تقدم تقاريراً عنهم

تم تحديد 10 منصات تركّز على اللاجئين الفلسطينيين في لبنان. تستخدم كافة المنصات هذه الوسائل الرقمية فقط. كما أن اللغة الرئيسية للنشر هي اللغة العربية مع وجود اثنتين تنشران باللغة الإنجليزية من وقت إلى آخر. 70% ينشرون على أساس يومي، بينما تعتمد الوسائل الباقية نشرًا أسبوعيًا أو شهريًا. تمكّن 80% من الوسائل المستخدمين من التفاعل معها، وتقديم ملاحظاتهم وتعليقاتهم. تستخدم الغالبية فيسبوك كوسيلة أساسية لنشر الأخبار، يتبعها انستغرام.

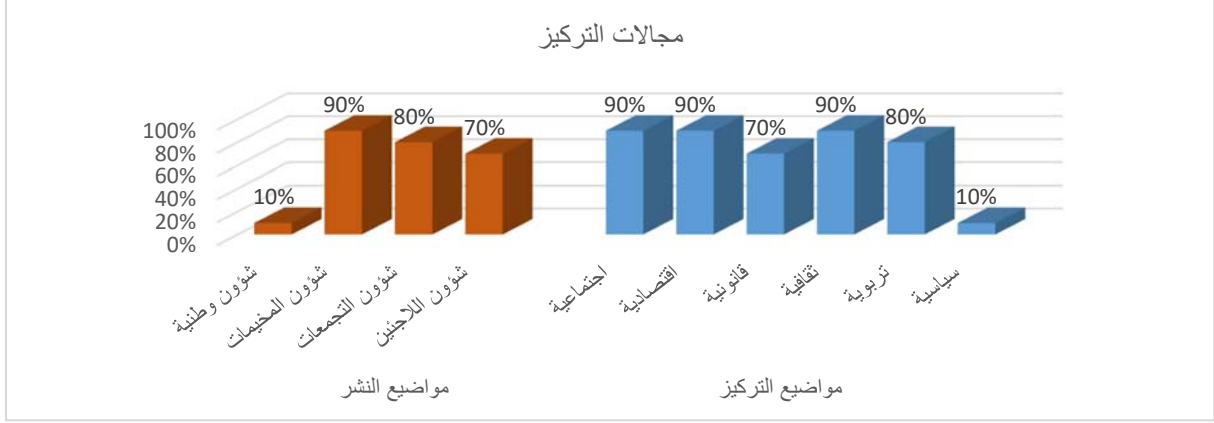


الرسم البياني 7: المنصات التي تستخدمها وسائل الإعلام البديل التي يديرها اللاجئون أو تُدار من قبلهم لنشر الأخبار

تملك 40% فقط من وسائل الاعلام هذه بيانات الرؤيا ورسالة المهمة الخطية بينما 30% لديهم مدونة سلوك مكتوبة. أربعة من هذه المنصات تعتمد كلياً على المتطوعين. 90% لديهم فلسطينيون كأعضاء في الفريق الأساسي، بما في ذلك أربعة يعتمدون على أعضاء من جنسيات مختلفة (لبنانيون وسوريون وأردنيون بالإضافة إلى فلسطينيين). جميع أعضاء الفريق الأساسي هم من خريجي الجامعات من تخصصات مختلفة، مثل الصحافة والراديو/ التلفزيون والإعلام والاتصالات والهندسة وغيرها. وزعت كل هذه المنصات أدوار أعضاء الفريق لتشمل محررين ومراسلين ومصنفين ومديري تصوير ومصممي رسوم وباحثين ميدانيين. عند سؤالهم عن انتماءاتهم، أكدت جميع المنصات التي شملتها الدراسة حيادها (أي عدم ارتباطها بحزب سياسي).

أشارت الغالبية (70%) إلى وجود إرشادات شفوية للنشر بينما أكد 10% منهم أن إرشاداتهم خطية. وأعرب ال 20% الباقون عن عدم وجود مبادئ توجيهية منظمة.

بالنسبة لمصادر التمويل الرئيسية، فإن القليل من وسائل الاعلام البديل هذه لديها مصادر مستدامة مثل إيرادات المبيعات المباشرة و/ أو الإعلانات، بينما تعتمد الغالبية على المنح ومساهمات الأعضاء. وفي حين أشارت 30% إلى وجود وصول كافٍ إلى الموارد الضرورية مثل الكهرباء ومعدات الإنتاج... عبرت الوسائل الأخرى عن مواجهتها لعدد من التحديات في هذا الإطار. إضافة إلى ذلك، لا يبدو أن أيًا من هذه الوسائل قد بنى نموذج عمل للاستدامة. عند سؤالهن عما تركّز تقاريرهن، أشارت الأغلبية أنها تركّز على أخبار المخيمات (أي التقارير عن الأحداث التي تجري داخل المخيمات أو تعكس حالة المخيمات) والقضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تستهدف الشباب والشابات اللاجئين، لا سيما الفلسطينيين.



الرسم البياني 8: مجالات تركيز المنصات التي تتوجه لجمهور اللاجئين

لجمع التعليقات من جمهورهم، تعتمد 80% من منصات الاعلام البديل على تفاعل الفيسبوك، مثل الإعجابات والتعليقات والرسائل. تعتمد إحدى المنصات على تقييم خارجي وعلى استطلاعات رأي ربع سنوية (ناستوبيا) وتعتمد منصة أخرى على تعليقات المجتمع المباشرة التي يتم جمعها من الميدان (منتدى الشمال).

3.2.2 ترسيم وسائل الإعلام البديل التي يديرها لاجئون سوريون أو تقدم تقاريراً عنهم

واجه تحديد المنصات التي تركز على اللاجئين السوريين في لبنان العديد من التحديات، حيث يبدو أن غالبية اللاجئين السوريين الذين شملهم الاستطلاع واللاجئين الفلسطينيين من سوريا يستخدمون ذات الوسائل المستخدمة من قبل اللاجئين الفلسطينيين في لبنان. فلم تكن هذه الوسائل متعارضة؛ فقد سمى العديد من اللاجئين السوريين واللاجئين الفلسطينيين صراحةً الوسائل ذاتها مع اختلاف ضئيل ظهر عندما أشار اللاجئون السوريون الى متابعتهم الأخبار الوطنية السورية أو عندما سمى اللاجئون الفلسطينيون صفحات سياسية معينة تتعلق بفلسطين. ومع ذلك، فإن استشارة أصحاب المصلحة الرئيسيين النشطين في وسط اللاجئين السوريين نتج عنها 8 اشارات إلى صفحات أو مجموعات على الفيسبوك يُعرف أن السوريين يديرونها:

- سوريون في البقاع، صفحة عامة على الفيسبوك
- أنا لاجئ في لبنان مجموعة خاصة على الفيسبوك
- أنا لاجئ، صفحة عامة على الفيسبوك
- اللاجئون السوريون في لبنان صفحة عامة على الفيسبوك
- سوريا سوا صفحة عامة على الفيسبوك
- أنا طفل لاجئ، صفحة عامة على الفيسبوك
- أفراح وأحزان أهل القصير، صفحة عامة على الفيسبوك
- أخبار المعتصمين السوريين في لبنان، مجموعة عامة على الفيسبوك

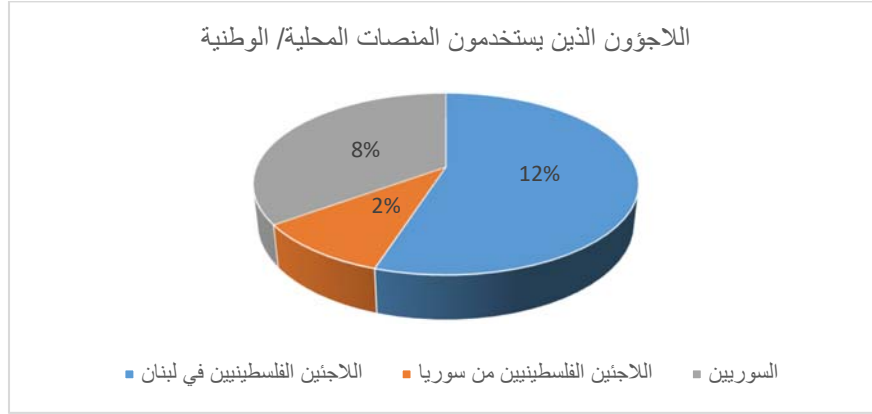
بعد الاطلاع على هذه الصفحات، لوحظ أن 3 منها فقط تركز على أخبار السوريين في لبنان (اللاجئين السوريين في لبنان، سوريين في البقاع، وأخبار المعتصمين السوريين في لبنان) تم الاتصال بها، بينما كان الآخرون أكثر تركيزاً على الأخبار المتعلقة بسوريا. من الثلاثة الذين تم الاتصال بهم، كان هناك تجاوباً من قبل وسيلة واحدة فقط (سوريون في البقاع) فتم اجراء مقابلة معها. مع ذلك، تم توفير ورقة تعريف موجزة في ملحق يلخص المعلومات المتاحة عن وسائل الاعلام البديل الثمانية.

3.2.3 ملخص تفاعل المستخدم مع وسائل الإعلام البديل التي يديرها اللاجئون أو تقدّم تقاريراً عنهم

93% من اللاجئين الذين تمت استشارتهم يتابعون منصات الاعلام البديل أساساً بسبب سهولة الوصول إليها. في الواقع، يعتقد 56% من اللاجئين الذين تمت استشارتهم أن هذه المنصات تلبي احتياجاتهم بسبب سرعة الولوج إليها، بينما 22% يجدون أن هذه المنصات تفتقر إلى المصداقية. وأشار 22% آخرون إلى أن رضاهم عن هذه الوسائل يعتمد على حاجتهم للمعلومات.

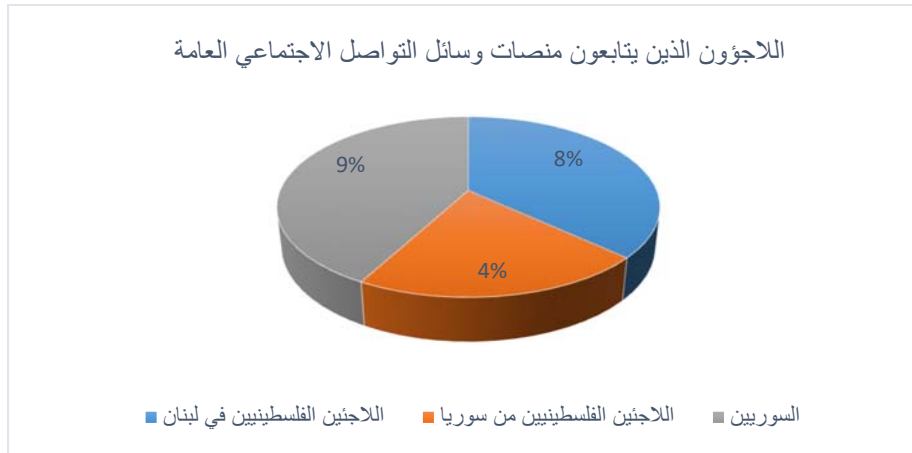
في حين أن غالبية اللاجئين يتابعون الأخبار والمعلومات المحلية المتعلقة بوضع اللاجئ، يتابع البعض الأخبار الاقتصادية، وخاصة سعر الدولار مقابل الليرة اللبنانية، والأخبار الأمنية وإغلاق الطرق، وتحديثات الصحة ومعلومات عن جائحة كورونا. كما يعتمد كل من الذكور والإناث أيضاً على وسائل الاعلام البديل للبحث عن وظائف وفرص السفر/ الهجرة. بالإضافة إلى ذلك، أشارت حوالي 11% من الإناث إلى أنهم يستخدمون مثل هذه المنصات للوصول إلى المعلومات الاجتماعية، بما في ذلك أخبار الموضة.

غالبية اللاجئين، سواء الفلسطينيين أو السوريين، يتبعون كامبجي وناستوبيا، يليهما Aj +. كما ذكر 22% منهم وسائل إعلام بديل أخرى مثل ميغافون، جعفر توك، أخبار لبنان، نبض، شبابيك، والقلم السياسي.



الرسم البياني 9: نسبة اللاجئين الذين تمت استشارتهم والذين يتبعون المنصات الوطنية

وكما هو حال المستخدم اللبناني، يستخدم العديد من اللاجئين مجموعات فيسبوك وتويتر وانستغرام وواتس آب لجمع المعلومات دون الحاجة بالضرورة إلى استشارة وسائل اعلام بديل محددة، كما هو موضح في الرسم البياني أدناه، حيث ذكر 21% منهم أنهم يتابعون مثل هذه المنصات الاجتماعية دون الاعتماد على صفحة أو منصة إخبارية محددة.



الرسم البياني 10: نسبة اللاجئين الذين تمت استشارتهم والذين يتابعون منصات التواصل الاجتماعي العامة / العشوائية

تعتقد الغالبية أن هذه المنصات ليس لها جمهوراً مستهدفاً محدداً وقد تعرفوا عليها إما من خلال الأصدقاء أو من خلال البحث. يتصفح 34% من المستخدمين منصات وسائل الإعلام البديل لمدة ساعتين إلى أربع ساعات يومياً، بينما يتصفحها 23% أكثر من 4 ساعات، وأشار البعض إلى قضاء ما يصل إلى 12 ساعة يومياً على هذه المنصات. وبينما يتصفح البعض العناوين الرئيسية، يتعمق الكثير في القراءة والمشاهدة بإمعان.

4. التحليل: حالة الإعلام البديل في لبنان

4.1 النتائج الرئيسية المتعلقة بوضع المجتمع والمواطنين والإعلام البديل في لبنان

6 ترسيم نقاط التشابه بين نوعي الاعلام البديل

يبين الرسم أدناه نقاط التشابه بين نوعي الاعلام البديل

3	2	1
		
الفيديو هو أكثر منصة مستخدمة لنشر الأخبار يليه الاستغرام	العربية هي اللغة الأساسية التي تستخدمها وسائل الاعلام البديل	الاسلوب الرقمي لنشر المعلومات هو الاسلوب الاخباري المفضل
6	5	4
		
تعتمد الغالبية على المنح بشكل كبير كمصدر تمويل	تفتقر وسائل الاعلام البديل المشمولة في هذه الدراسة الى المبادئ التوجيهية الخطية	أقل من نصف وسائل الاعلام البديل تعتمد على المتطوعين

الرسم البياني 11: أوجه التشابه بين إعلام المواطن والتركيز الوطني واللاجئ

بالنسبة لوسائل الاعلام البديل، لا تقبل جميعها مشاركة المعلومات المتعلقة بهيكليتها وعملياتها. من بين الذين شملهم الاستطلاع، بدأ الكثير منهم مسيرتهم الاعلامية كمتحمسين غير متخصصين ومن ثم بدأوا بإضفاء الطابع المهني على عملهم. ومع ذلك، وعلى الرغم من جهودهم، فهم بعيدون عن المتطلبات القانونية المطلوبة لإضفاء الطابع المهني على منصاتهم ومنشوراتهم وأساليب بث المعلومات. بمعنى آخر، ليس لديهم الوسائل اللازمة لإضفاء الطابع الرسمي على عملهم وإثبات أنفسهم ككيان إخباري مسجل ومعتمد. في حين أن بعض الوسائل أصبحت ذات كفاءة عالية، إلا أن البعض الآخر يفتقر إلى المعرفة الفنية والتقنية وما زال يعتمد الأساليب التقليدية بعيداً عن الأساليب والأدوات التكنولوجية والإنتاج التفاعلي. علاوة على ذلك، يفتقر الكثيرون إلى المهارات التسويقية اللازمة للترويج لعملهم.

تعتمد غالبية وسائل الإعلام البديل في لبنان، سواء أكانت تركز على اللاجئين أو المواطنين، على الوسائل الرقمية وتنتشر أخبارها باللغة العربية بشكل أساسي لضمان سهولة الولوج إليها. أما المنصات الأكثر استخداماً من قبل كليهما فهي الفيسبوك متبوعاً بالانستغرام. في حين أن 77% ممن يتوجهون لجمهور محلي/ وطني لديهم بيانات خطية للرؤيا والرسالة و46% لديهم مدونة سلوك خطية، تنخفض النسبة عند النظر إلى أولئك الذين يركزون على اللاجئين إلى 36% و27% على التوالي. في ضوء متطلبات التسجيل القانوني غير الداعمة، تبقى معظم وسائل الاعلام البديل غير مسجلة أو تعمل في إطار مؤسسة غير حكومية مسجلة. إضافة إلى ذلك، تفتقر معظمها الى مصادر تمويل مستدامة. تستفيد منصة واحدة فقط من إيرادات البيع المباشر (بوست 180) ويستفيد اثنان من الإعلانات (بوست 180 ورصيف22). وبشكل مماثل، تستفيد إحدى المنصات التي تركز على اللاجئين من المبيعات المباشرة (ناستوبيا) وأخرى من الإعلانات (بوابة صيدا). وعند سؤالها عن نموذج أعمالها من أجل الاستدامة، ذكرت 23% من وسائل الاعلام البديل ذات الجمهور الوطني وجود هكذا نموذج بينما لم يكن لدى أي من المنصات التي تركز على اللاجئين نموذجاً مشابهاً.

4.2 التحديات الرئيسية المتعلقة بوضع الإعلام البديل في لبنان

تواجه وسائل الإعلام البديل في لبنان خوفاً من الرقابة والقمع والقيود المفروضة على حرية تعبير الجهات الإعلامية. إضافة إلى ذلك، يعاني البعض من نقص التمويل إذ لا يوجد لديهم مصادر تمويل مستدامة.

التحدي الآخر الذي يواجه بعض وسائل الإعلام البديل هو اعتمادها الكبير على المتطوعين الذين اجتمعوا بدافع قضية أو موقف ما دون وجود مصدر تمويل. تفتقر مثل هذه الوسائل إلى القدرة المالية لطلب الدعم القانوني والتقني ومأسسة عملها.

وقد شملت التحديات الرئيسية التي ذكرتها المنصات التي تستهدف المواطنين التمويل (69%)، الوصول إلى المزيد من المستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي (23%)، وخطر قمع الحرية (31%). أما بالنسبة للاحتياجات، فقد أشارت 77% من الوسائل إلى حاجتها للتمويل و46% إلى حاجتها لاستقطاب/ توظيف المواهب وبناء القدرات في مجال تنفيذ البحث التقني، وتطوير الشبكات، وبلورة نموذجاً تجارياً.

تشمل التحديات الرئيسية التي ذكرتها المنصات التي تستهدف اللاجئين نقص المحتوى/ عدم دقة المعلومات (50%)، والتمويل (40%)، وتغيير سياسة فيسبوك/ رقابة المحتوى (30%). أما بالنسبة للاحتياجات، فقد أشارت 40% من الوسائل إلى التمويل و60% إلى حاجتها لبناء القدرات.

5. التوصيات الرئيسية

بالتوازي مع النتائج المعروضة أعلاه، توصي هذه الدراسة بما يلي:

- دعم منصات وسائل الإعلام البديل لإضفاء الطابع الرسمي على عملها ومساعدتها على تطوير استراتيجية ومدونة قواعد السلوك وخطة تحرير
- دعم منصات وسائل الإعلام البديل لحشد التمويل لعملها وإنشاء نماذج أعمال مستدامة
- تأمين المشورة القانونية لوسائل الإعلام البديل
- تدريب وسائل الإعلام البديل المهتمة على صحافة الفيديو والأدوات الأخرى القائمة على التكنولوجيا لمساعدتها على الابتعاد عن التقنيات التقليدية
- تدريب وسائل الإعلام البديل المهتمة على إنتاج المواد التفاعلية
- بناء القدرات التسويقية لوسائل الإعلام البديل

التوصيات الرئيسية



مساعدة
المنصات
على منهجة
عملها



مساعدة
المنصات
على حشد
التمويل
وبلورة
نماذج
الأعمال



تدريب
وارشاد
المنصات



مساعدة
المنصات
على تأمين
النصح
القانوني

الرسم البياني 12: التوصيات الرئيسية

مبادئ توجيهية للمجموعات المركزة

اسم الميسر	تاريخ الحوار
المنطقة	

الاسم	الجنسية	العمر	الجنس
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر
			<input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/> ذكر

الأسئلة التوجيهية:

1. عندما نتحدث عن الميديا، ما المعلومات التي تبحثون عنها؟
2. هل الميديا التقليدية تلبي احتياجاتكم للمعلومات؟ لم أو لم لا؟
3. هل قمتم بالبحث عن وسائل أو منصات ميديا بديلة (عوضاً عن الميديا التقليدية)؟ لم أو لم لا؟
4. ما الذي تبحثون عنه في وسائل الاعلام البديل؟
5. ما هي وسائل الميديا البديلة/ المنصات التي تستخدمونها باستمرار؟ ما نوعها (تلفاز، راديو، جريدة، رقمي...)?
6. ما نوع المعلومات التي تسعون لها من خلال هذه الوسائل/ المنصات؟ ما الموضوعات التي تنشرها هذه المنصات؟
7. هل تتوجه هذه المنصات الى جمهور محدد؟ اذا كانت الاجابة نعم، أرجو التحديد.
8. بمعدل وسطي، كم ساعة في اليوم تمضونها على كل منصة/ وسيلة؟
9. هل تبحثون عن معلومات محددة أو تتبعون العناوين والروابط بشكل عشوائي؟
10. كيف تتابعون المعلومات على هذه المنصات: (أ) تتصفحون العناوين والصور بشكل سريع؟ (ب) تقرأون وتشاهدون بشكل سريع؟ (ج) تقرأون وتشاهدون بتمعن؟
11. هل المنصات البديلة الموجودة حالياً تلبي احتياجاتكم؟ لم أو لم لا؟
12. كيف تعرفتم على هذه المنصات؟
13. ما مدى مصداقيتها؟
14. كيف تقيّمون نوعية المعلومات والأخبار المتوفرة على هذه المنصات؟

مبادئ توجيهية لمقابلات وسائل الاعلام البديل

اسم الباحث	تاريخ المقابلة	
اسم الشخص الذي أجريت معه المقابلة	المنطقة	
المنصة	تاريخ التأسيس	

معلومات عامة

نوع الوسيلة الاعلامية		
<input type="checkbox"/> مطبوعة	<input type="checkbox"/> راديو	<input type="checkbox"/> تلفزيون
<input type="checkbox"/> رقمية		
اللغة المعتمدة		
<input type="checkbox"/> العربية	<input type="checkbox"/> الانكليزية	<input type="checkbox"/> الفرنسية
معدل النشر والتحديث		
<input type="checkbox"/> يومي	<input type="checkbox"/> اسبوعي	<input type="checkbox"/> شهري
<input type="checkbox"/> أخرى، يرجى التحديد:		
كيف يمكن ان يتفاعل المتابعون مع منصتكم؟		
<input type="checkbox"/> عرض / قراءة / استماع فقط	<input type="checkbox"/> عرض / قراءة / استماع وتفاعل	
<input type="checkbox"/> غير ذلك، يرجى التحديد:		
ما المنصات التي تستخدمها للنشر؟		
<input type="checkbox"/> انستغرام	<input type="checkbox"/> موقع مخصص	<input type="checkbox"/> الفضائيات
<input type="checkbox"/> يوتيوب	<input type="checkbox"/> تويتر	<input type="checkbox"/> رسالة قصيرة
<input type="checkbox"/> غير ذلك، يرجى التحديد:		<input type="checkbox"/> فيسبوك

الهيكل والتمويل

هل لديكم روبا ورسالة مكتوبة لمنصتكم؟
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> كلا
اذا كانت الاجابة نعم، الرجاء الاشارة الى حيث يمكن الوصول اليها أو تقديم نسخة.
هل لديكم مدونة سلوك مكتوبة ؟
<input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> كلا
اذا كانت الاجابة نعم، الرجاء الاشارة الى حيث يمكن الوصول اليها أو تقديم نسخة.
كم عدد العاملين في منصتكم الإعلامية؟
الموظفين بدوام كامل: _____ الموظفين بدوام جزئي: _____ المتطوعين: _____
ما هي جنسية أعضاء الفريق الرئيسيين الذين يديرون هذه المنصة (التحديدات المتعددة ممكنة)
<input type="checkbox"/> لبناني <input type="checkbox"/> فلسطيني <input type="checkbox"/> سوري
<input type="checkbox"/> غير ذلك، يرجى التحديد:
ما هي اختصاصات أعضاء الفريق الأساسيين؟
<input type="checkbox"/> ثانوية <input type="checkbox"/> بكالوريا <input type="checkbox"/> شهادة عليا
يرجى ذكر مجالات الدراسة:

ما هي الأدوار التي يلعبها مختلف أعضاء الفريق؟	
عضو الفريق:	الوظيفة:
عضو الفريق:	الوظيفة:
عضو الفريق:	الوظيفة:
عضو الفريق:	الوظيفة:
عضو الفريق:	الوظيفة:
عضو الفريق:	الوظيفة:
هل تشعر أن لديك إمكانية الوصول إلى الموارد المعرفية اللازمة؟ هل أنت قادر على إيجاد وتعيين موظفين مؤهلين بالمعرفة والمهارات في مجالات مختلفة؟ لم أو لم لا؟	
نعم <input type="checkbox"/> كلا <input type="checkbox"/> التفصيل:	
هل أنت مسجل قانونياً؟ إذا كانت الإجابة لا، فلماذا؟	
لمن تنتمي وسيلتك الإعلامية بشكل أساسي؟	
هل لديكم إرشادات توجيهية لسياسة التحرير؟	
نعم، شفوية <input type="checkbox"/> نعم، خطية (الرجاء إرفاق نسخة) <input type="checkbox"/> كلا <input type="checkbox"/>	
ما مصادر التمويل الرئيسية المتوفرة لكم؟	
الهيئات، مانحين متعددين <input type="checkbox"/>	الهيئات، مانح واحد <input type="checkbox"/>
اشترابات الأعضاء <input type="checkbox"/>	الإعلانات <input type="checkbox"/>
البيع المباشر <input type="checkbox"/>	غير ذلك، أرجو التحديد <input type="checkbox"/>
هل لديك القدرة والإمكانية للحصول على الموارد التشغيلية الضرورية للمنصة كالكهرباء والمطبوعات ومعدات الإنتاج ونظام التوزيع وغيرها؟	
ما هو نموذج الاعمال الذي تعتمده للاستدامة؟	

هل تواجه صعوبات في تنويع مصادر التمويل؟ أرجو الشرح.

التغطية

ما هو النطاق الجغرافي الرئيسي الذي تغطيه وسيلتكم الاعلامية (التحديات المتعددة ممكنة)		
<input type="checkbox"/> مخيمات	<input type="checkbox"/> تجمعات	<input type="checkbox"/> مناطق مهمشة
<input type="checkbox"/> كل المناطق في لبنان		
ما المواضيع الرئيسية التي تغطيها منصتكم؟		
<input type="checkbox"/> أخبار المخيمات	<input type="checkbox"/> أخبار التجمعات	<input type="checkbox"/> مواضيع اللاجئين
<input type="checkbox"/> اهتمامات وطنية	<input type="checkbox"/> غير ذلك، يرجى التحديد:	
ما المواضيع التي تركز عليها تقاريركم؟		
<input type="checkbox"/> اجتماعية	<input type="checkbox"/> اقتصادية	<input type="checkbox"/> قانونية
<input type="checkbox"/> ثقافية	<input type="checkbox"/> تربوية	
<input type="checkbox"/> غير ذلك، يرجى التحديد:		
من هو جمهوركم الرئيسي؟		
يرجى التفصيل حسب العمر والجنسية والجنس والموقع الجغرافي...		
كيف تجمع ردود الفعل من جمهورك؟		
كم عدد المشاهدين والمتابعين لوسيلتكم الاعلامية؟		
عدد المشاهدين: _____	عدد المتابعين: _____	

التحديات والاحتياجات

برأيكم، ما هي التحديات التي تواجه الاعلام البديل في لبنان؟	
ما هي الاحتياجات المطلوبة لتطوير منصتكم الاعلامية؟	