

# تغطية موضوع الانتخابات النيابية على الشاشات اللبنانية المساحة الأكبر للسياسيين التقليديين والمرأة تعاني من التهميش



ملخص تحليل بيانات رصد التغطية الاعلامية

عن شهر كانون الاول 2021

# تغطية موضوع الانتخابات النيابية على الشاشات اللبنانية المساحة الأكبر للسياسيين التقليديين والمرأة تعاني من التهميش

ملخص تحليل بيانات رصد التغطية الاعلامية  
عن شهر كانون الاول 2021

لشهر الثاني على التوالي تواكب مؤسسة مهارات تغطية الاعلام اللبناني لموضوع الانتخابات التشريعية المرتقبة في أيار المقبل من خلال رصد دقيق لمحطات التلفزيون في نشراتها الاخبارية والبرامج الحوارية لاسيما مع اقتراب موعد هذا الاستحقاق الذي يكتسي أهمية كبيرة في تحديد مسار الحياة السياسية الوطنية للسنوات المقبلة.

وتحاول هذه المواكبة البحثية الإجابة على مجموعة تساؤلات منها: كيف تغطي محطات التلفزيون اللبنانية موضوع الانتخابات النيابية؟ ما هي الأهمية التي توليها إياها؟ من هي القوى السياسية التي تستأثر بالوقت الأوسع على هذه المحطات؟ ما مدى الاهتمام بالنتقيف الانتخابي؟ وما هي مكانة المرأة في الحياة السياسية اليومية؟<sup>1</sup>

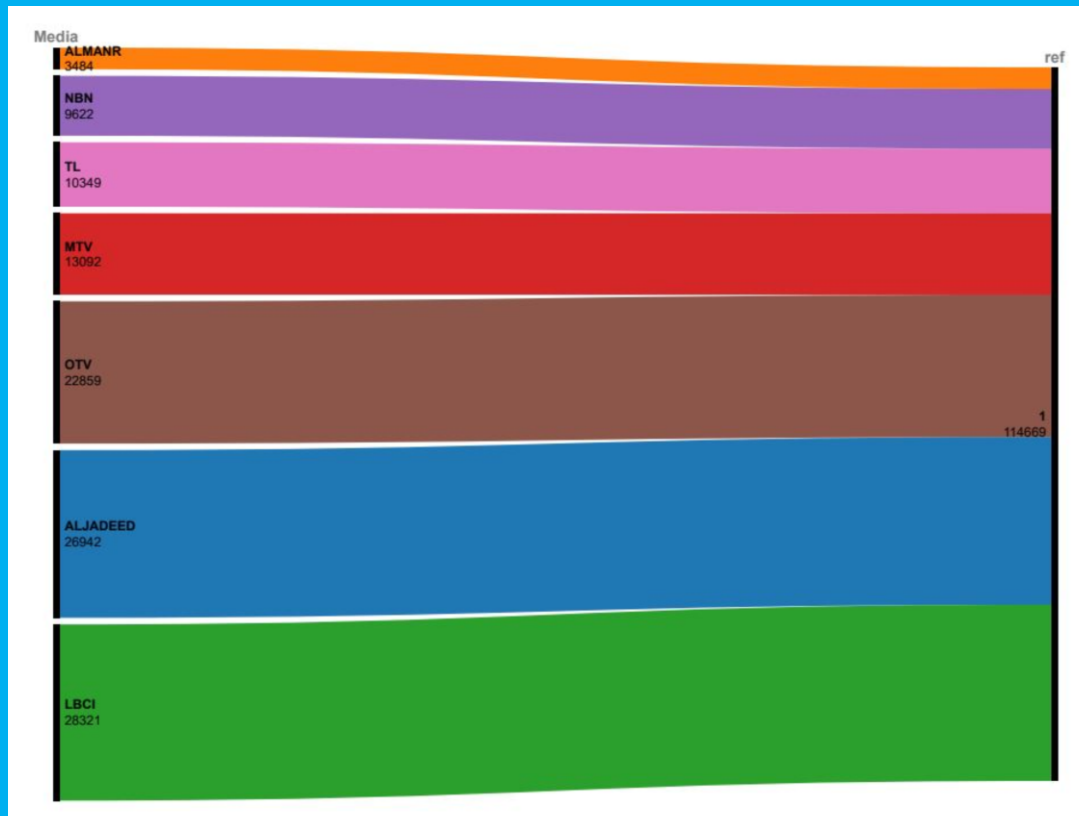
1 - - تشمل عملية الرصد سبع قنوات تلفزيونية وهي : MTV، LBCI، ALJADEED، TL، NBN، OTV، ALMANAR.

ويشمل الرصد نشرات الاخبار المسائية والبرامج الحوارية الرئيسية وعددها 25 وتوزع في كل من هذه المحطات كالتالي: 3 برامج في كل من MTV، LBCI، ALJADEED، و 7 برامج في OTV، 4 برامج في NBN، 4 برامج ALMANAR وبرنامج واحد في TL.

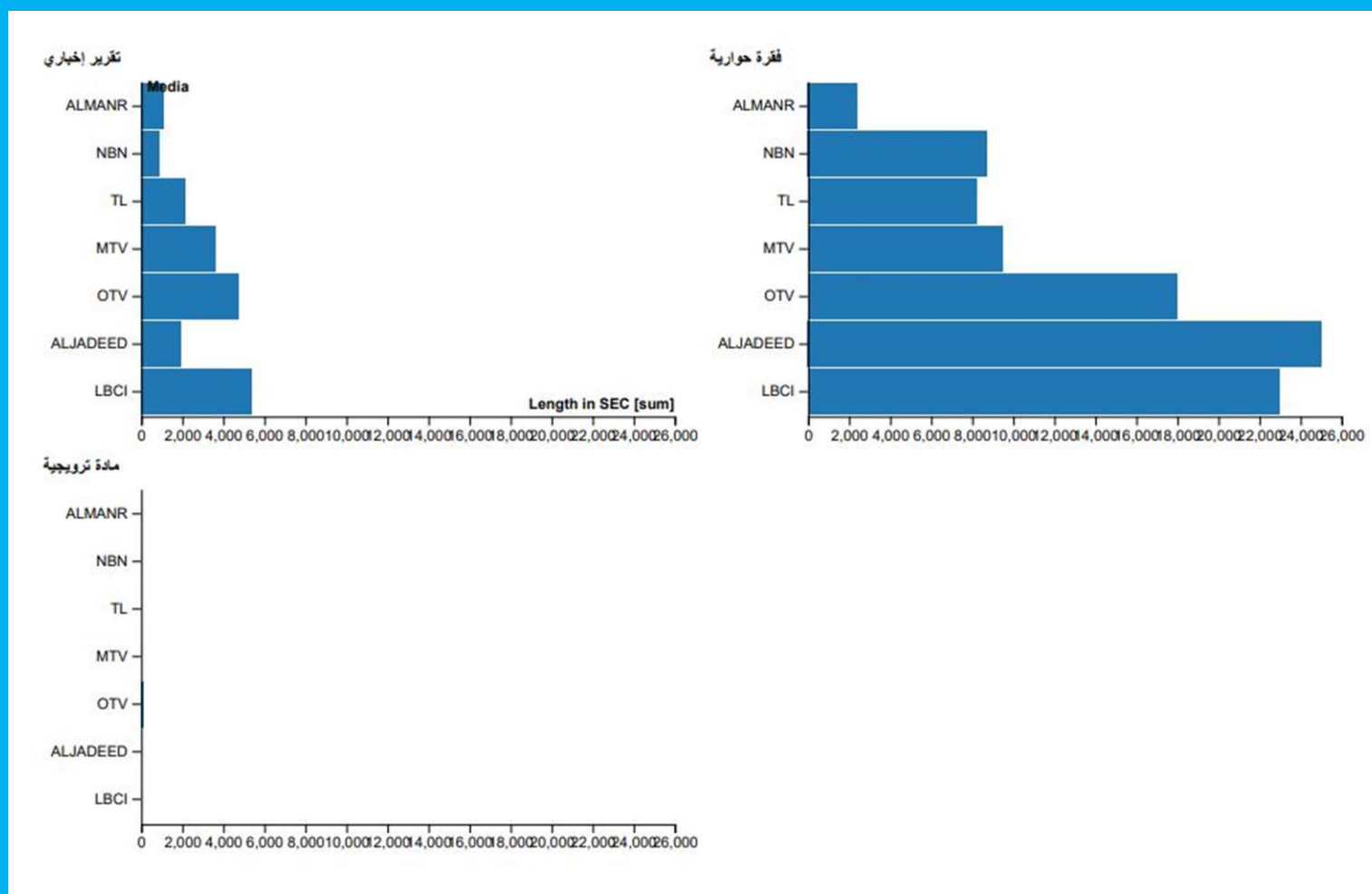
## 1- مدى مواكبة موضوع الانتخابات

في تحليل تغطيات شهر كانون الأول المنصرم تميّزت محطات ال بي سي والجديد بأنهما في طليعة المحطات لناحية حجم الوقت المخصّص لموضوع الانتخابات خلال هذا الشهر، وقد بلغت تغطية محطة ال بي سي حوالي 8 ساعات ومحطة الجديد حوالي 7 ساعات ونصف الساعة. وجاءت بعدهما محطة او تي في بحوالي 6 ساعات ونصف الساعة. المحطات الأخرى جاءت بعيدة وسجلت الأوقات التالية: ام تي في حوالي 3 ساعات ونصف الساعة، تلفزيون لبنان حوالي 3 ساعات . والملاحظ أن محطتي الثنائي الشيعي، كما في نتائج رصد شهر تشرين الثاني الماضي، خصصتا الوقت الأقل للموضوع، بنسبة حوالي الساعتين والنصف في محطة ان بي أن وتأتي بعيدا وراءها محطة المنار بساعة واحدة (الجدول رقم 1).

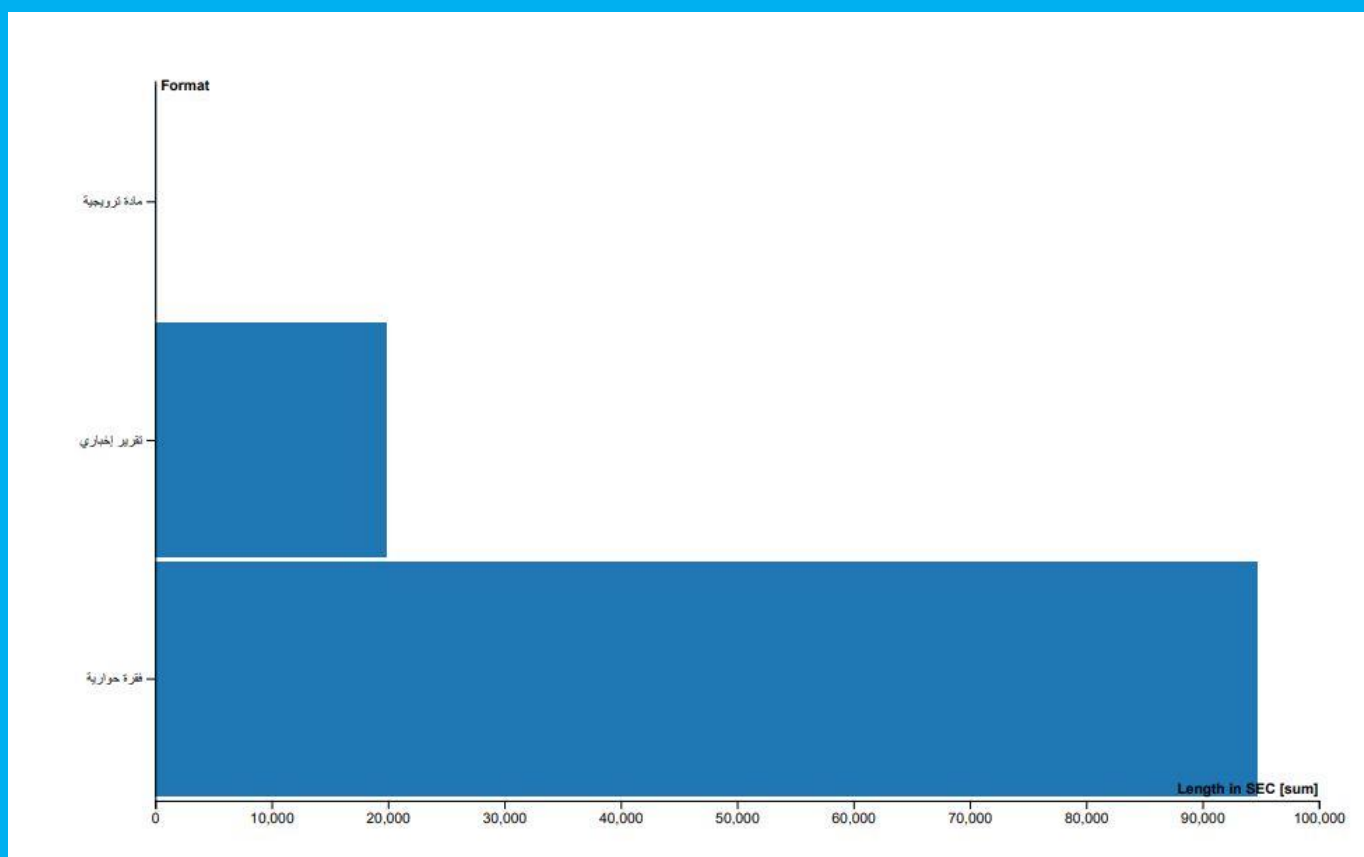
ويختلف الاهتمام بالموضوع الانتخابي بين طرحه في نشرات الاخبار أو تناوله في البرامج الحوارية. فنشرات الاخبار تعكس بشكل أفضل مدى الاهتمام بالموضوع لأن النشرات تخضع للخط التحريري للمحطة ويتمّ تحضيرها بشكل دقيق على خلاف البرامج الحوارية. كما أن مقارنة نشرات اخبار المحطات ببعضها تسمح بخلاصات أغنى بالنظر الى تساوي النشرات المسائية في المحطات من ناحية عددها والوقت المخصص لها على خلاف البرامج الحوارية التي لا تتساوى فيها المحطات لا في عدد البرامج الحوارية ولا في الوقت المخصص لها.



ومن خلال التدقيق في النشرات الإخبارية يتبين ان محطة ال بي سي خصصت الوقت الأعلى للموضوع في نشرتها المسائية بلغت حوالي 90 دقيقة تلتها محطة او تي في بحوالي 80 دقيقة، ومن بعدها محطة ام تي في بحوالي 65 دقيقة. المحطات الاخرى جاءت بعيدة وراءها بأقل من 40 دقيقة لكل من محطتي تلفزيون لبنان والجديد، وبأقل من عشرين دقيقة لكل من محطتي المنار و ان بي ان (الجدول رقم 2).

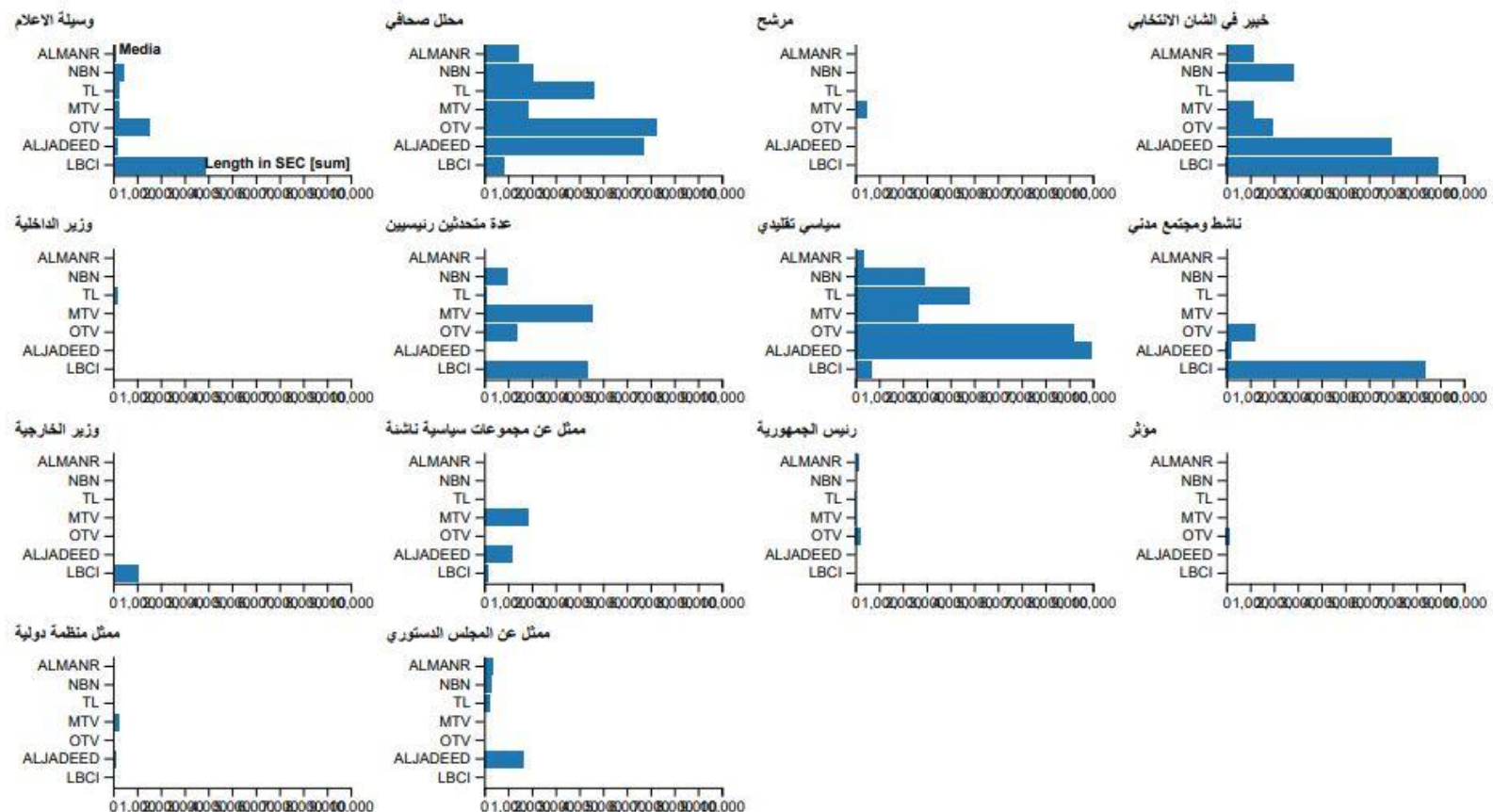


وفي احتساب توزّع الوقت الذي ناله موضوع الانتخابات في البرامج قياسا الى النشرات، فقد تناولته البرامج الحوارية بنسبة 83%، قياسا على 17% في النشرات الإخبارية (الجدول رقم 4). وتميزت محطة او تي في عن غيرها بأنها بدأت ببث مواد ترويجية تمهيدا للانتخابات، منها خطابات سابقة للرئيس ميشال عون قبل توليه الرئاسة تحثّ على تأدية "الواجب الانتخابي والاقتراع من اجل التغيير."



## 2- الاستفادة من الظهور على الشاشات

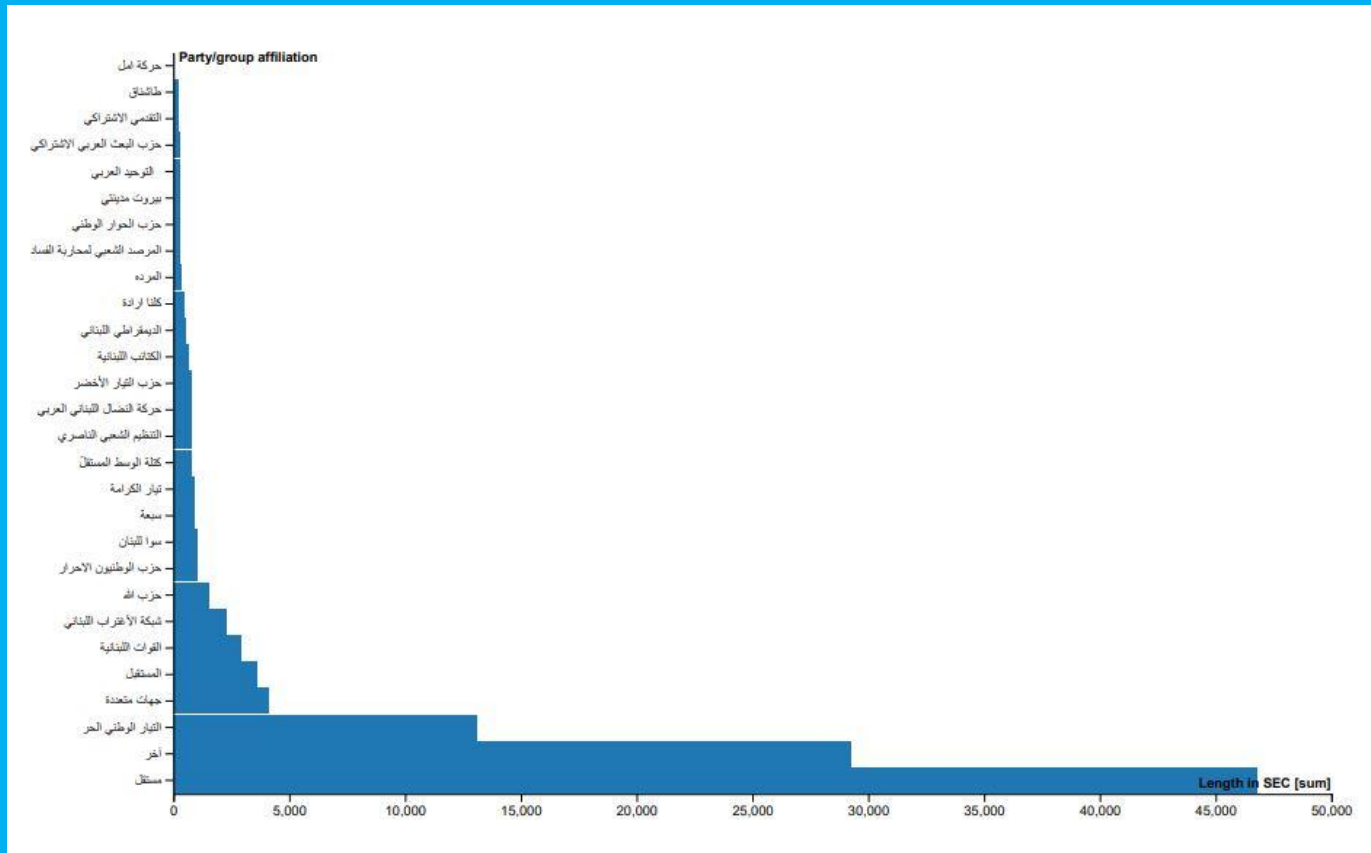
لمن أعطت المحطات الكلام؟ سؤال مهم جدا في زمن الانتخابات، فمن يأخذ الكلام يستطيع أن يسوّق لنفسه وأن يطرح أفكاره كسبا لتأييد الناخبين. أما الذي لا يستطيع الوصول الى الشاشة فيتعدّر عليه ايصال خطابه الى الجمهور وتعريف الناخبين به وبمشاريعه وبرنامجه. ومن شأن معرفة الذين يمتلكون أوقات البث كشف مواقف المحطات وارتباطاتها السياسية وذلك من خلال معرفة الأشخاص الذين تعطيهم الكلام أو تسوّق لهم. والملفت أن فئة "سياسيين تقليديين" تحتلّ المرتبة الأولى في كمّية الوقت التي تنالها على الشاشات مجتمعة. ففي مقارنة محصورة بين الفئات المؤثرة التي أخذت الكلام على المحطات حصلت فئة "سياسيين تقليديين" على حوالي 27%، في مقابل حوالي 3% فقط "للمجموعات السياسية الناشئة". فيما حصلت فئتا "خبير انتخابي" و"محلل سياسي" على حوالي 20% لكل منهما من مجموع الوقت المخصص لقضايا الانتخابات. كما حصلت فئة "ناشط وتجمع مدني" على 8% من الوقت الاجمالي (جدول رقم 6).



وتبيّن أن السياسيين التقليديين كانوا الأكثر ظهوراً على محطتي الجديد و اوتي في، والاقل ظهوراً على شاشة ال بي سي، فيما "المجموعات السياسية الناشئة" سجّلت أعلى نسبة حضور على قناة ام تي في تليها الجديد.

وقد تميّزت محطتا ال بي سي و الجديد بشكل معاكس. فمحطة ال بي سي أعطت مساحة كبيرة لفئة "ناشطين ومجتمع مدني" في مقابل مساحة محدودة لفئة "سياسيين تقليديين"، فيما محطة الجديد عكست الامر فأعطت مساحة كبيرة ل "سياسيين تقليديين" ومساحة محدودة ل "ناشطين ومجتمع مدني".

وفي حجم ظهور الأحزاب السياسية على المحطات، جاء التيار الوطني الحر في المقدمة قياساً الى الأحزاب الأخرى، يعود ذلك أولاً الى كثرة البرامج الحوارية على محطة اوتي في التي يملكها التيار. وتلاه بعيداً في نسبة الظهور تيار المستقبل ثم القوات اللبنانية ف حزب الله. وملفت ان تكون بعض الأحزاب التقليدية مثل حركة أمل والحزب التقدمي الاشتراكي، جاءت بعيداً وراء بعض الاحزاب والحركات التي لا حضور سياسي فاعلا لها بعد كمثل حزب الوطنيين الاحرار و "سوا للبنان"، و "سبعة" و "تيار الكرامة" وغيرها (جدول رقم 7). وهذا يؤشر الى ان الحملات الانتخابية لم تنطلق بعد.





### 3- غياب التثقيف الانتخابي

تشير الدراسة الى ان المحطات التلفزيونية لم تولي بعد اهتماما بموضوع التثقيف الانتخابي أو بمواضيع توعية المواطنين بشأن الانتخابات، ولم يسجل الا مضامين بسيطة حول هذين الموضوعين وردت في محطتي ال بي سي و او تي في.

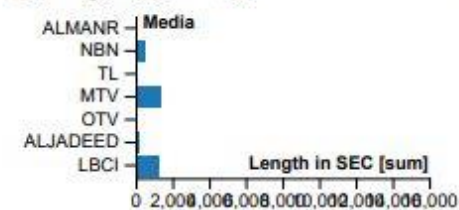
أما باقي مواضيع التغطية والحوار فقد تركّزت في اتجاهين: الأول متابعة الروزنامة الانتخابية بكونها في الأجندة السياسية حالياً، والثاني مواضيع متعددة أخرى تتعلق بالانتخابات. وفيما توزّعت اهتمامات المحطات بين الاتجاهين كان لافتاً أن محطة المنار تابعت بشكل رئيسي الروزنامة الانتخابية من دون أن تتناول مواضيع انتخابية متفرقة كغيرها. وهذا يذهب في منحى ان محطتي الثنائي الشيعي هما أقل اهتماما بموضوع الانتخابات عن غيرها من المحطات.

وقد تركّزت التغطيات الإعلامية حول عنوانين رئيسيين: الأول قانون الانتخاب المعدل والانتخابات المبكرة وما يتناول موضوع الطعن بالقانون، والثاني خارطة التحالفات والمصالح الانتخابية. فهذان الموضوعان بنسب مقاربة احتلا أكثر من تسعين بالمئة من التغطيات في النشرات والبرامج الحوارية في معالجة الانتخابات. فهما من ناحية مرتبطان بالأجندة السياسية والاحداث الانية كما انهما يستجيبان لحاجة الأحزاب السياسية التي تتحضّر للانتخابات (جدول رقم 5).

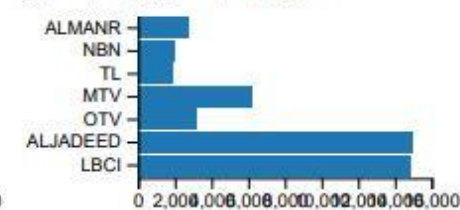
أما المواضيع الأخرى التي وردت سريعا في التغطيات فتناولت: إجراءات تسجيل واقتراع المغتربين، مواقف ونشاطات حزبية، النظام الانتخابي والتمثيل، أرقام واستطلاعات رأي، وتحضيرات إدارة الانتخابات. وقد غابت بعض العناوين المهمة كمثل: مواقف أطراف دولية حول الانتخابات، توعية انتخابية، تثقيف انتخابي، مشاركة المرأة، وغيرها.



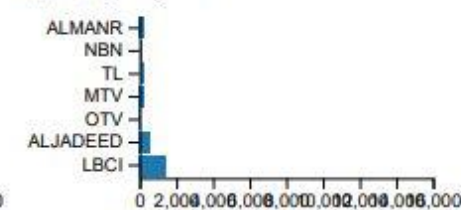
اجراءات تسجيل واقتراع المقترين



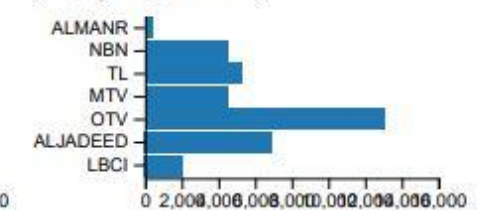
قانون الانتخاب المعدل والانتخابات المبكرة



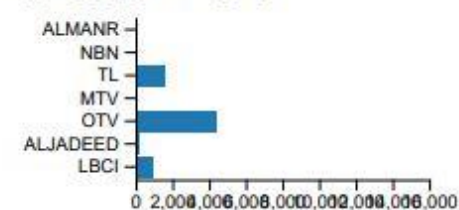
تحضيرات ادارة الانتخابات



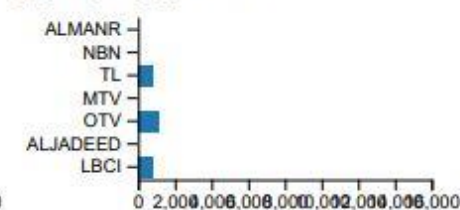
خارطة التحالفات والمصالح الانتخابية



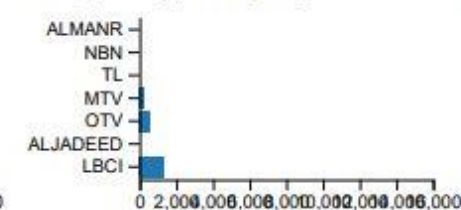
مواقف ونشاطات احزاب وقوى تقليدية



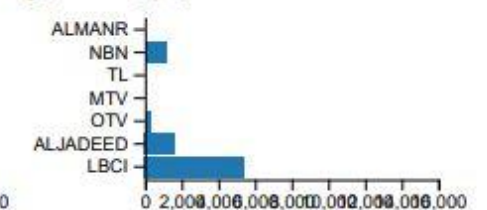
حملات تسجيل والانتخاب المقترين



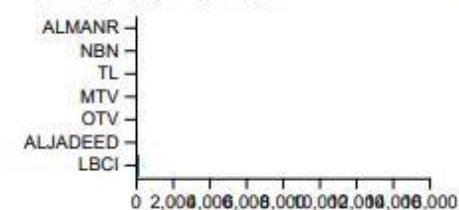
مواقف ونشاطات مجموعات سياسية نشطة



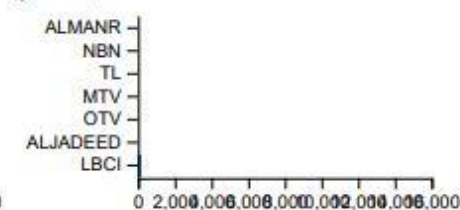
ارقام واستطلاعات رأي



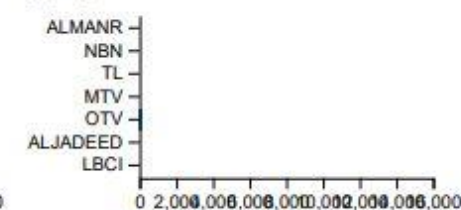
مواقف اطراف دولية حول الانتخابات



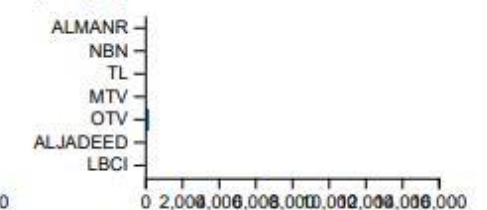
تنقيف انتخابي



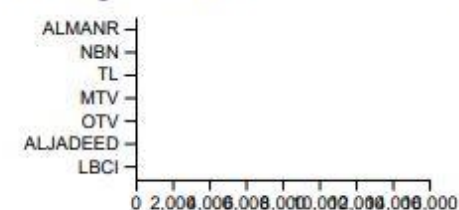
دعاية سياسية



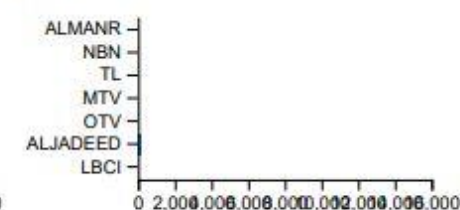
توعية الانتخابية



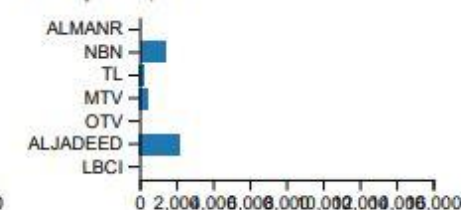
نشاطات رسمية تتعلق بالانتخابات



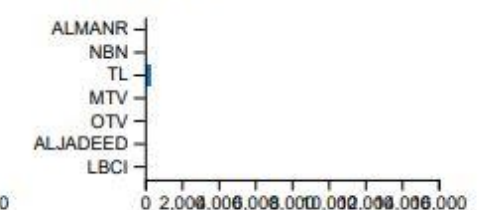
حملات انتخابية



النظام الانتخابي والتمثيل



مشاركة المرأة السياسية



#### 4- تهميش المرأة

بشأن موقع المرأة على الشاشات والمساحة المخصصة لها في النشرات الإخبارية وفي البرامج الحوارية، تبين عملية الرصد أن الحياة السياسية في لبنان ما تزال ذكورية بامتياز وأن المرأة ما زالت في دائرة التهميش، إذ لا يتجاوز ظهورها كمتحدث رئيسي عن نسبة 3.8% مقابل 87.7% المساحة المخصصة للرجل كمتحدث رئيسي من مجمل المساحة العامة. وهذه النسبة الضئيلة تتركز في البرامج الحوارية. أما ظهورها في النشرات الإخبارية فيبقى شبه غائب. أي أن الفضاء السياسي الإعلامي يبقى إلى حد بعيد ذكوري المنحى (جدول رقم 8). وهذا يتطلب مزيداً من الجهد من جانب المجتمع المدني والحركات والمنظمات النسوية من أجل انتزاع مساحة إعلامية أكبر ودور سياسي فاعل للمرأة.

