

أداء الاعلام الانتخابي التلفزيوني في الإنتخابات النيابية

2022





أعدت التقرير وحدة الأبحاث والرصد الإعلامي في مؤسسة مهارات بإشراف المحامي
طوني مخايل ومراجعة د جورج صدقة.

فريق الرصد:

جنى شقير، جلال يموت، حبيب عقيقي، زهراء عبد الله، سيلين كفوري، ويندي الحاج،
لورا رحال، بلال ياسين، تشلسي العريف.

تم إعداد هذا التقرير من قبل مؤسسة مهارات، بتكليف من منظمة اليونسكو في إطار برنامج المانحين
المتعددين حول حرية التعبير وسلامة الصحفيين.
إن الآراء والأفكار المذكورة في هذا المنشور لا تعبّر إلا عن رأي المؤلف، ولا تمثل بالضرورة
وجهات نظر اليونسكو ولا تلزم المنظمة بشيء.

تقرير مؤسسة مهارات حول أداء الإعلام الانتخابي التلفزيوني الانتخابات النيابية 2022

تنشر مؤسسة مهارات تقريرها الشامل عن أداء الإعلام الانتخابي التلفزيوني خلال الانتخابات التشريعية اللبنانية التي اختتمت مرحلتها النهائية في 15 أيار 2022، وهو خلاصة رصدها محطات التلفزيون المحلية منذ أول شباط حتى تاريخ الاستحقاق الانتخابي. وقد دأبت مؤسسة مهارات على مواكبة الإعلام اللبناني عبر دورها في الرصد الاعلامي الذي تخصصت فيه سعياً منها لدراسة أداء هذا الإعلام الذي يلعب دوراً أساسياً في الحياة السياسية في لبنان ويشكل إحدى ضمانات الحريات العامة وإحدى أدوات مراقبة الحياة السياسية.

والمعروف أن وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في الأنظمة الديمقراطية بحيث أنها تعتبر إحدى ركائز النظام السياسي الحر لدرجة بات من المسلم به أن "لا ديمقراطية من دون وسائل إعلام حرة". ويتجسد دور وسائل الإعلام خلال الانتخابات حيث تلعب دوراً أساسياً في التواصل بين المرشحين والجمهور فتسمح للمرشحين بعرض مشاريعهم ورؤيتهم العامة، وتتيح للجمهور التعرف عليهم لاختيار من يراه الأفضل. كما تضطلع هذه الوسائل بدور هام في التنقيف العام كما في التنقيف الانتخابي ما يساهم ببناء رأي عام واع يقوم بدوره في اختيار أفضل المرشحين بمحاسبة القيمين على الشأن العام وتقييم أدائهم.

وينطلق رصد الأداء التلفزيوني من واقع أن التلفزيون ما زال يلعب الدور الأول في الانتخابات بفضل خصائصه المتعددة، ويُنظر إليه على أنه صانع الرؤساء والسياسيين، لذا الاهتمام الكبير بأدائه خلال هذه المراحل. وقد قامت مهارات برصد أداء قنوات التلفزيون اللبنانية خلال الانتخابات النيابية 2022 من خلال فريق عمل تمّ تدريبه لهذا الدور. وكان سبق لمؤسسة مهارات أن نشرت تقارير عديدة عن المسار الانتخابي في لبنان منها الانتخابات النيابية عام 2009 والانتخابات النيابية عام 2018.¹

من هذا المنطلق تأتي دراسة مؤسسة مهارات حول مراقبة الإعلام الانتخابي التلفزيوني في انتخابات 2022. وتتميّز الدراسة بالشمولية واعتماد نهج المصادر المفتوحة من خلال إتاحة الوصول "عن بعد" (اونلاين) الى الداتا المجمّعة أمام الباحثين والمهتمين بشأن الإعلام الانتخابي.

¹ - يمكن العودة الى موقع مهارات للاطلاع على مجمل التقارير الدورية التي تصدرها.

1- الملخص التنفيذي

هدف الدراسة:

قامت هذه الدراسة بمواكبة تغطيات قنوات التلفزيون اللبنانية خلال مرحلة الانتخابات التشريعية التي جرت في 15 أيار 2022 سعياً لمعرفة الأدوار المختلفة التي قامت بها هذه القنوات ومدى مطابقتها لما تنصّ عليه القوانين لاسيما قانون الانتخاب وأحكام فصل الإعلام والإعلان الانتخابيين فضلاً عن مدى التزامها مبدأ التوازن في تغطيتها وقيامها بالدور الوطني المطلوب منها في عملية تجديد السلطة من خلال تحفيز الناخبين على القيام بواجبهم الانتخابي و الإفساح في المجال أمام عرض المشاريع الإصلاحية المقترحة كي يتمكن الناخب من المقارنة بينها.

السياق العام للانتخابات النيابية اللبنانية:

طغت طوال أشهر قبل الانتخابات أجواء التشكيك في إمكان حصولها والتشكيك برغبة السلطة في اجرائها ووسط حديث دائم عن امكان تأجيلها بالنظر الى تجارب سابقة. وما شجّع على ذلك تأخر السلطة في تقرير مسار هذه الانتخابات وتعيين الهيئة المشرفة عليها والنقص في اللوازم اللوجستية والتأخر في تأمين تعويضات القائمين عليها. (بيان تحالف الإصلاح الانتخابي)

انطلقت الحملات الانتخابية باكراً في هذا الاستحقاق وتحديداً منذ العاشر من كانون الثاني 2022 مع إصدار وزير الداخلية بسام المولوي التعميم رقم 1/م/2022 تاريخ 5/1/2022 والذي فتح باب الترشيحات لمن يرغب، مما جعل فترة الحملات الانتخابية التي تخضع لأحكام قانون الانتخاب تبلغ أربعة أشهر تقريباً حتى تاريخ 15 أيار موعد الانتخابات العامة.

تم فتح باب الترشيحات للانتخابات النيابية من دون أن تكون الحكومة قد عيّنت هيئة إشراف جديدة للانتخابات. ولم يُحسم موضوع هيئة الإشراف للاحقة تعيين هيئة جديدة أو التمديد للهيئة القائمة إلا في جلسة مجلس الوزراء في 25 شباط 2022 أي بعد مرور أكثر من شهر وخمسة عشر يوماً على بدء الحملات الانتخابية.

جرت الانتخابات في أجواء اجتماعية واقتصادية مأساوية نتيجة الانهيار الاقتصادي غير المسبوق الذي شهده لبنان تباعاً بشكل سريع منذ بداية 2020 والذي أوقع البلاد في أزمتين متلاحقتين يبرز تحتها الشعب اللبناني. وقد فقدت العملة الوطنية أكثر من 90% من قيمتها، ما أدّى الى نسبة تضخم غير مسبوقة وانهيار القوة الشرائية للمواطنين الذي بات أكثر من 80% منهم تحت خط الفقر. هذه الأجواء أفسحت في المجال للحديث عن شراء للأصوات في مقابل المال أو المساعدات العينية.

منهجية الدراسة وعينة الرصد:

● عمدت الدراسة الى مراقبة ما تبثه المحطات التلفزيونية المحلية (7 محطات) منذ الاول من شباط 2022، وبلغ مجموع التغطية العامة للفاعلين السياسيين التي تمّ رصدها في هذه المحطات حتى 15 أيار 2022، ما مجموعه 3066643 ثانية (حوالي 850 ساعة) دون احتساب المساحات المخصصة لبرامج الاعادة. تشمل هذه المساحة من التغطية التلفزيونية كل برامج القنوات الممتدة من الساعة 10 صباحا حتى منتصف الليل عن الفترة الزمنية من 1 شباط حتى 15 أيار وتضمنت رصد ظهور وتصريحات الفاعلين السياسيين فضلا عن المساحة المخصصة لبث المعلومات المتعلقة بالشأن الانتخابي والتوعية والتثقيف والدعاية الانتخابية.

● عملت الدراسة على رصد نشرات الأخبار والمقابلات والبرامج المختلفة التي تبثها محطات التلفزيون اللبنانية المحلية. واستندت استنتاجات الدراسة على تحليل كامل مضامين البرامج التي تبثها المحطات. وقد تمّ جمع البرامج المرصودة خلال الفترة التي امتدت على ثلاثة أشهر ونصف، ومن ثمّ توثيقها في قاعدة بيانات موحّدة تسهّلا لعملية درسها وتحليلها بشكل منهجي. وشمل الرصد كل الجهات السياسية الفاعلة، من أحزاب ومجموعات، وليس فقط المرشحين.

المشهد الإعلامي اللبناني وقانون الانتخابات الحالي:

● على رغم الأزمة المالية التي تعاني منها كل المؤسسات الإعلامية، يميّز النظام الإعلامي في لبنان بحريّات واسعة كما يميّز بتعدد الوسائل الإعلامية الخاصة بما فيها محطات التلفزيون التي تبدو تعبيراً عن تنوّع لبنان الطائفي والسياسي. غير أن قانون الإعلام المرئي والمسموع يجعل من البثّ التلفزيوني ملكيّات خاصة بتصرّف أفراد أو أحزاب، الأمر الذي يجعل أن الظهور على هذه المحطات ليس مفتوحاً أمام جميع الناشطين في الحقل السياسي.

● يعتمد نظام الانتخاب المعمول به والصادر بموجب القانون 44/2017 نظام الانتخاب النسبي على أساس اللائحة الانتخابية المغلقة. وتوزّع المقاعد النيابية الـ128 التي يتألف منها مجلس النواب اللبناني مناصفة بين المسيحيين والمسلمين، وتتشكل اللوائح الانتخابية تبعاً لذلك على أساس التوزيع المذهبي للمقاعد في كل دائرة من الدوائر الانتخابية الـ15. وقد منح قانون الانتخاب لكل ناخب الحق في تفضيل اسم من بين مرشحي اللائحة التي يصوّت لها ممّا يسهم في منح المرشحين الذين يصوّت لهم تفضيلاً النّقْدَم على سائر المرشحين عند توزيع الحواصل الانتخابية على اللوائح المتنافسة.

● يعاني قانون الانتخاب الحالي من ثغرات كثيرة كمثّل تقسيم الدوائر الانتخابية غير المبني على أسس علمية وديمقراطية ما يشكل تمييزاً بين المرشحين والناخبين في مختلف الدوائر، ونظام العتبة الانتخابية المرتفعة وغير الموحّدة بين الدوائر الانتخابية الذي يؤدّي الى استبعاد قوى سياسية وشريحة واسعة من المقترعين، ونظام اللائحة المغلقة واحتساب الحواصل التي تجعل أن بعض المرشحين قد يصلون الى الندوة البرلمانية بأصوات معدودة.

الاعلام والاعلان الانتخابي: موجبات الاعلام ودور هيئة الاشراف على الانتخابات:

● على رغم التوصيات المستمرة بإنشاء هيئة مستقلة لإدارة العملية الانتخابية إلا أن هذا الإصلاح الأساسي لم يرَ النور (مشروع قانون لجنة فؤاد بطرس للعام 2006)، وبقيت مهمة تنظيم الانتخابات والإشراف عليها في يد وزارة الداخلية والبلديات اللبنانية من دون وجود ضوابط لضمان نزاهة العملية الانتخابية خصوصاً عندما تكون قوى السلطة تدعم مرشحين للانتخابات. في الوقت نفسه، حيدّ قانون الانتخاب الجديد وزارة الداخلية والبلديات عن مهمّة مراقبة نزاهة العملية الانتخابية ناحية الإنفاق الانتخابي للمرشحين واللوائح والأحزاب واستخدام وسائل الإعلام للدعاية السياسية وأوكلها إلى «هيئة الإشراف على الانتخابات».

● يولي القانون الراهن هيئة الإشراف مهام مراقبة الحملات الانتخابية للمرشحين واللوائح لناحية الإنفاق والظهور الإعلامي والدعاية الانتخابية المدفوعة فيما هذه الهيئة لا تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية الإدارية والمالية وتبقى مرتبطة بوزير الداخلية وفق أحكام المادة 9 من قانون الانتخاب. وفي ظلّ قانون الانتخاب الحالي والواقع الإعلامي الميسّس بشكل عام، يشكل الإنفاق الانتخابي والحملات الإعلامية للأحزاب والمرشحين عاملاً أساسياً في التأثير في نزاهة العملية الانتخابية وتكافؤ الفرص بين المتنافسين. كما أن هيئة الإشراف تفتقر إلى الكادر البشري والإمكانات المادية والسلطة التقديرية للقيام بالمهام الموكولة إليها.

● أثبتت الممارسات من جانب الحكومة ووزارة الداخلية أن هناك رغبة في إضعاف هيئة الإشراف على الانتخابات وعدم الإقرار بدورها المحوري في مراقبة الإعلام والاعلان والنفقات الانتخابية. وظهرت الانتخابات النيابية الراهنة عدم جدية السلطة السياسية في مقارنة موضوع هيئة الإشراف على رغم أهمية دورها المنصوص عنه في قانون الانتخاب، وهذا ما ظهر في تأخر الحكومة في تعيين هيئة إشراف جديدة بالرغم من انطلاق الحملات الانتخابية مع فتح باب الترشيحات في العاشر من كانون الثاني 2022.

● نصّ القانون على أن البثّ المباشر للحملات الانتخابية وبرامج المناقشات السياسية والمقابلات واللقاءات والحوارات والطاولات المستديرة يجب أن تكون مجانية ومن دون مقابل مادي. كما نصّ على أن تتمتع وسائل الإعلام عن تأييد أي مرشح وأن تراعي العدالة، التوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين على قدر الامكان. غير أن إشكاليات كثيرة ظهرت في التطبيق وباتت كثيرة الممارسات الإعلامية غير المطابقة للقانون لاسيما موضوع ضبط الإعلان والدعاية الانتخابية المدفوعة، والبرامج التي تحمل دعاية مبطنّة، وموضوع التوازن الإعلامي بين المرشحين وغيرها.

● شاب أداء هيئة الإشراف على الانتخابات ثغرات كثيرة فهي لم تحدد قبل بدء العملية الانتخابية، المعايير الدقيقة التي تسمح بالتمييز بين الاعلام الانتخابي والاعلان الانتخابي وفقاً لأحكام للبند 7 من المادة 72 من قانون الانتخاب، كما لم تحدد سنداً للفقرة ب من المادة 71 المساحات القصوى التي يمكن لوسائل الاعلام ان تبثّ مواد إعلامية ودعائية تتعلق بالمرشحين واللوائح وأوقات بثّ أو نشر هذه المساحات، كما انها لم تقم بإصدار توصيات ملزمة إلى وسائل الإعلام، بما يضمن تأمين العدالة والتوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين وبين اللوائح، كما لم تعتمد الى اتخاذ التدابير المستعجلة في مراجعة محكمة المطبوعات وإحالة وسائل الإعلام المخالفة لموجبات التغطية الاعلامية خلال فترة الحملة الانتخابية.

● أجاز قانون الانتخاب في مادته العشرين حول "مراقبة الانتخابات" لهيئات المجتمع المدني ذات الاختصاص، تحت إشراف الهيئة، مواكبة الانتخابات ومراقبة مجرياتها. غير أن هيئة الإشراف "توسّعت"

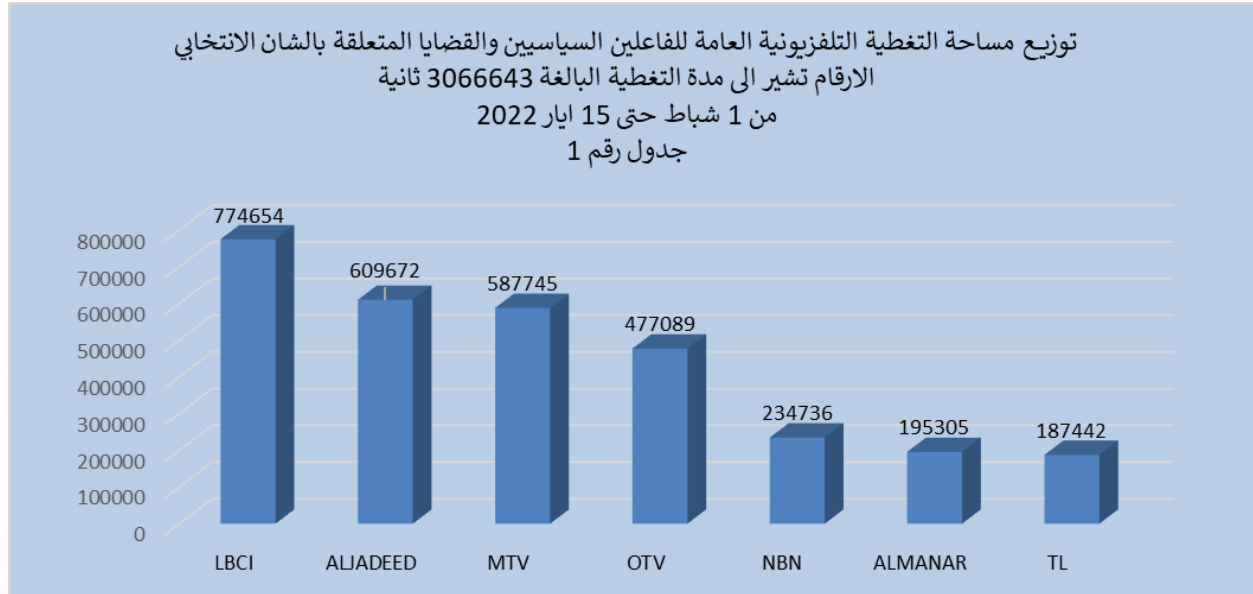
في تفسير نص المادة 20 لتضع [قيودا](#) على مواكبة هيئات المجتمع المدني العملية الانتخابية. وما حصل مع جمعية مهارات يؤكد هذا التوجّه الذي مارسه الهيئة وخروجها عن النص القانوني.

- نصّ القانون على ضرورة تطبيق مبدأ ضمان تكافؤ الفرص في وسائل الإعلام من أجل تمكين كل الأطراف من الوصول الى الناخبين وشرح برامجهم. غير أن تكافؤ الفرص لم يتأمن وظهرت فوارق كبيرة بين المرشحين وبين الأحزاب في نسب ظهورها التلفزيوني خصوصا لصالح الأحزاب التقليدية. كذلك لم يتساوا المرشحون في ظهورهم في البرامج الحوارية، لا بل كانت الفوارق بينهم كبيرة جدا.

نتائج الدراسة:

في حجم التغطية الانتخابية: LBCI متقدمة والمنار وتلفزيون لبنان النسبة الادنى

- لم تتساو المحطات في حجم كمية البثّ التي خصصتها للتغطية الانتخابية. وقد جاءت محطة LBCI متقدّمة على غيرها إذ بلغ ما بثته 25% من مجموع البثّ العام لكل المحطات، تلتها ثلاث محطات وهي: AL JADEED بنسبة حوالي 20% ثم MTV ب 19%، ثم OTV بنسبة 15.5%. فيما جاءت ثلاث محطات أخرى بحجم محدود وهي NBN و ALMANAR بحوالي 6.5% لكل منهما، و TL بحوالي 6%.



- رصدت الدراسة مدى الظهور التلفزيوني للأحزاب على الشاشات المحلية منذ 1 شباط حتى تاريخ الاستحقاق في نشرات الاخبار التلفزيونية. وقد بلغت مساحة الوصول المباشر لهذه الأحزاب والائتلافات في النشرات الاخبارية في هذه الفترة 177619 ثانية (حوالي 49.33 ساعة) وقد تمّ رصد 66 حزبا او ائتلافا حاضرا في التغطيات يمكن العودة الى الجداول التفصيلية في الدراسة للاطلاع عليها.

- بلغت المساحة العامة التي نالها المرشحون من 1 شباط حتى 15 ايار من خلال البرامج الحوارية المختلفة 1484510 ثانية بثّ (حوالي 412 ساعة) توزّعت بين القنوات التلفزيونية على الشكل التالي: LBCI و MTV و ALJADEED جاءت أمام المحطات الأخرى بحجم الوقت الذي خصصته لظهور المرشحين في برامجها الحوارية، وجاءت نسبها تباعا كالآتي: 30%، و 25%، و 23%. وتأتي محطة OTV بنسبة وسطية بلغت 12% فيما تقابلها بحجم متدن كل من ALMANAR و NBN و TL بنسب جاءت تباعا: 2%، و 3%، و 5%.

- قامت مختلف المحطات بنقل حيّ لأنشطة مرشحين لاسيما خلال اعلانهم اللوائح أو في مناسبات إلقاء خطابات عامة. وقد بلغت مساحة ظهور المرشحين في بثّ تلفزيوني حيّ من الأول من شباط حتى 15 أيار 287831 ثانية (حوالي 80 ساعة)، ما يشكل نسبة 9.4% من مجمل مساحة التغطية العامة المرصودة.

- انخرط قناة ALMANAR التابعة لحزب الله في المعركة الانتخابية كان ضعيفا قياسا الى المحطات الأخرى. وقد جاء حجم تغطيتها العامة للانتخابات في أدنى نسبة أمام القنوات الخاصة وتقريبا بمساواة تلفزيون لبنان أي حوالي 6% من مجموع التغطية العامة طوال فترة الرصد، وتراجعت هذه النسبة الى 3.7% في الأسبوعين الأخيرين من الانتخابات. كما سجلت القناة أدنى نسبة في البرامج الحوارية وجاءت 2%.

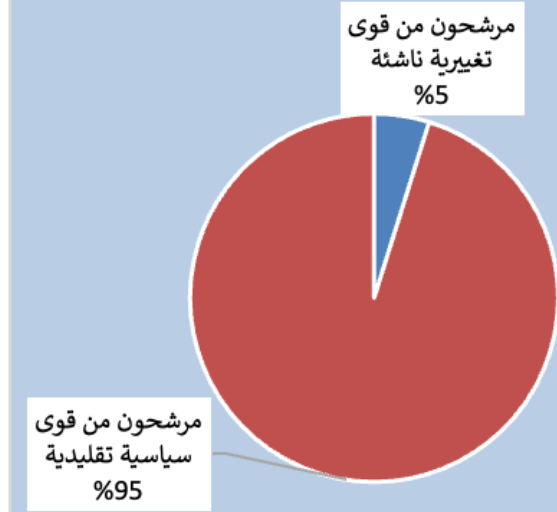
ححص المرشحين والأحزاب والائتلافات في التغطيات التلفزيونية: الأحزاب التقليدية مسيطرة

- رصدت الدراسة حصص المرشحين والأحزاب والائتلافات في مختلف التغطيات التلفزيونية للمحطات المحلية من نشرات أخبار وبرامج حوارية وبرامج ساخرة ومقابلات. وتمّ تقسيم فترات الظهور تبعا لشطور زمنية نسبة إلى بعدها عن موعد الانتخابات، وتبعا لظهورها على الشاشة لاسيما في فترات "الذروة" التي تكتسي أهمية خاصة. وتمّ وضع جداول مفصلة بنسب ظهور المرشحين في كل من هذه البرامج والشرائح الزمنية يمكن العودة إليها بالتفصيل.

- أظهر رصد المحطات أن الأحزاب التقليدية ما تزال تسيطر على المشهد الإعلامي وتحظى بالحجم الأكبر من التغطيات الإخبارية ومن حجم البرامج الحوارية في هذه المحطات، ما يدعو الى التساؤل كيف يمكن للأحزاب الناشئة وحركات التغيير أن تعرّف بنفسها وأن تطرح رؤيتها للتغيير.

- لم يحظ المرشحون من القوى الناشئة والذين بلغت نسبتهم حوالي 60% من مجمل المرشحين، بفرص ظهور تلفزيوني متكافئة مع القوى التقليدية. ويتبيّن في رصد الوصول المباشر للمرشحين من القوى الناشئة في نشرات الأخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 ايار، أن هذه القوى لم تحصل سوى على نسبة 5% فيما القوى التقليدية حصلت على 95% من نسبة الظهور. أما في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى موعد الانتخابات، فجاءت نسبة ظهور القوى الناشئة مرتفعة قياسا الى حضورها في النشرات الاخبارية وبلغت 37% في مقابل 63% للقوى التقليدية.

الوصول المباشر للمرشحين من القوى التغييرية مقابل مرشحي القوى التقليدية في نشرات
الاخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 ايار
من مجموع 135584 ثانية
جدول رقم 34

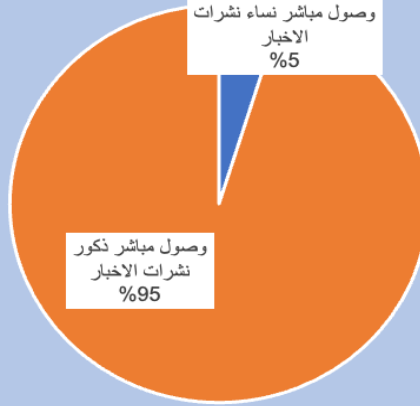


● جاءت محطات MTV LBCI في مقدّمة القنوات التي ظهر فيها مرشحون من "قوى التغيير" في البرامج الحوارية بنسبة تزيد على 30%، تليهما مباشرة محطة AL JADEED بنسبة 25%. بينما تغيب كلياً عنهم محطة ALMANAR، كما جاءت النسبة في NBN شبه معدومة بنسبة 0.14%، وبمساحة ضئيلة في محطة OTV بنسبة 3.80%، وبنسبة متواضعة في TL بلغت 7.41%.

حصة المرأة من التغطية التلفزيونية: 5 % فقط في نشرات الاخبار

● بلغ عدد اللوائح الانتخابية المسجلة 103، وعدد المرشحين 718، بينهم 600 رجلاً و 118 امرأة، فتكون نسبة النساء المرشحات 16.43% من مجموع المرشحين. غير أن المرشحات النساء لم يحصلن على المساواة في الظهور التلفزيوني مع المرشحين الرجال. ففي نشرات الاخبار التلفزيونية المرصودة من أول شباط حتى تاريخ الاستحقاق بلغت حصة المرأة 5% في مقابل 95% للرجال. وارتفعت نسبة مشاركة المرأة الناشطة في الحقل السياسي في البرامج الحوارية بحيث بلغت نسبة ظهورها 18% في مقابل 82% للرجال.

ظهور المرأة في نشرات الاخبار التلفزيونية
من 1 شباط حتى 15 ايار
العينة من 181625 ثانية
جدول رقم 47

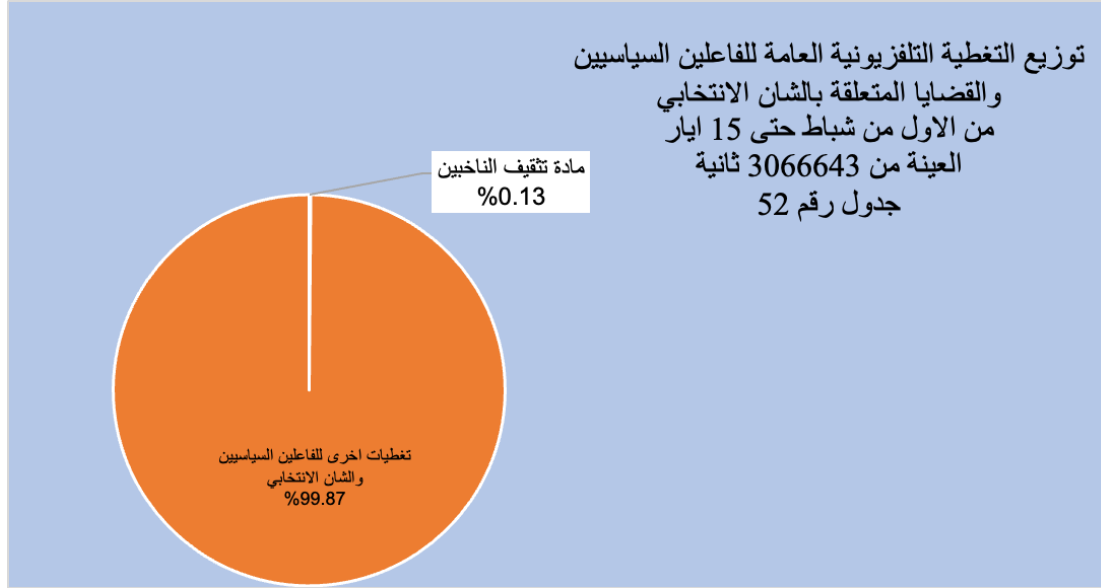


الدعاية الانتخابية دون ذكر انها مقابل بدل مادي

- أوجب قانون الانتخاب أن تكون الدعاية الانتخابية في وسائل الإعلام مدفوعة وبالتالي فإن أي إعلان انتخابي أو دعاية انتخابية يُبث من خلال وسائل الإعلام التلفزيونية يدخل في الإنفاق الانتخابي وعلى المرشحين واللوائح ووسائل الإعلام أن تعلن عنه للمراجع المختصة. كما على وسائل الإعلام أن تضع إشارة واضحة لتعريف المشاهد بالإعلان أو الدعاية المدفوعة. غير أن القنوات بثت أنواعاً عدة من الدعاية الانتخابية من دون ذكر انها مقابل بدل مالي.

التثقيف الانتخابي: فقط 0.13% للتثقيف الانتخابي الرسمي

- انحصرت مساحة مواد التثقيف الانتخابي الرسمي على المحطات بين 1 شباط و 15 ايار بنسبة 0.13% من مجمل مساحة التغطية التلفزيونية للفاعلين السياسيين والقضايا المتعلقة بالشأن الانتخابي. ولم يتم رصد أي مواد تثقيف انتخابي صادرة عن هيئة الإشراف على الانتخابات. ولم يلحظ أي إنتاج اعلامي مادة اعلامية انتخابية مخصصة لذوي الاعاقة.

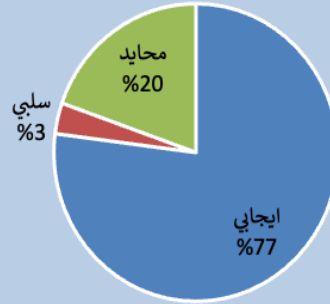


• بثت القنوات التلفزيونية مضامين تثقيفية في نشرات الاخبار والبرامج المختلفة تتضمن توعية ومعلومات تدرج في إطار التثقيف الانتخابي، غير أن النسب تبقى متواضعة خصوصا مع اهمال بعض القنوات لهذا الجانب من دورها الانتخابي. وقد تميّزت قناة LBCI بالنسبة العالية في هذا المجال إذ حصلت على نسبة 47% من مجمل التغطيات التي تتضمن تثقيفا انتخابيا، تبعثها ALJADEED بنسبة 18%، فيما لم تسجل TL سوى نسبة 1% في الوقت الذي كان يفترض بها أن تنشط في هذا الميدان بصفتها تلفزيون القطاع العام والخدمة العامة.

النبرة الاعلامية الايجابية هي الطاغية حتى في نشرات الاخبار:

• بلغ حجم النبرة الاعلامية الايجابية في مجمل التغطية التلفزيونية بما فيها نشرات الاخبار، البرامج الحوارية، البث الحي والبرامج السياسية الساخرة نسبة 95%. وجاءت النبرة السلبية محدودة نسبيا، على رغم أن وجودها ولو بنسبة ضئيلة هو مؤشر الى خطاب نقدي محدود مارسه القنوات تجاه الفاعلين السياسيين بنسب متفاوتة حسب القناة. أما النبرة الإعلامية في نشرات الاخبار فقد جاءت ايجابية بنسبة 77% مقابل نبرة سلبية بلغت 3%. والملاحظ في النشرات الإخبارية ان نسبة النبرة الاعلامية المحايدة سجلت 20%، وهي تشكل سمة المضمون الإخباري اجمالا. وهذا مؤشر الى ان نشرات الاخبار شكلت منبرا للفاعلين السياسيين لتغطية نشاطاتهم ومواقفهم، كما عبّرت عن توجه المحطة في خياراتها السياسية.

النبرة الإعلامية العامة للتغطيات التلفزيونية المرصودة للفاعلين السياسيين
خلال الحملات الانتخابية في نشرات الاخبار
من 1 شباط حتى 15 ايار 2022
جدول رقم 5



- كان الخطاب العنفي التحريضي حاضرا في التغطيات التلفزيونية وقد بلغ الخطاب درجات قصوى من العنف بتوجيه اتهامات للخصوم على الصعيد الشخصي كوصفهم بالجنون والغدر والخيانة، وعلى الصعيد الوطني بوصفهم بالعمالة والتعاون مع العدو.

استطلاعات الرأي مخالفة:

- تمّ تسجيل عدة مخالفات لأحكام نشر استطلاعات الرأي حيث كان يُعلن عن ترجيحات انتخابية للمرشحين والأحزاب من دون اعتماد معايير الشفافية كما يوجب القانون لناحية بثّ مختلف المعطيات المتعلقة بتمويل استطلاعات الرأي والجهة المستفيدة منها فضلا عن الاسئلة الموجهة والعينة المختارة ومعايير اخرى تضمن شفافية الظروف التي جرت فيها استطلاعات الرأي التي يتمّ الكشف عنها.

المحطات التلفزيونية تخرق الصمت الانتخابي:

- لم تحترم غالبية المحطات مبدأ الصمت الانتخابي الذي ينصّ عليه القانون. وقد رصدت الدراسة خروقات مستمرة طوال فترة الصمت من جانب المحطات التلفزيونية لاسيما في تغطيتها المباشرة للعملية الانتخابية او من خلال ضيوفها وبرامجها الحوارية.
- أولت المحطات التلفزيونية مواقف القيادات الروحية المتعلقة بالانتخابات اهتماما خاصا. وبلغ حجم خطاب رجال الدين المتعلق بالشأن الانتخابي في نشرات الأخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 أيار حوالي 3.5 ساعة، كان للبطريرك الماروني الحصة الكبرى منها بنسبة 60%.

2- الإطار المنهجي للدراسة

قامت هذه الدراسة بمواكبة تغطيات قنوات التلفزيون اللبنانية خلال مرحلة الانتخابات التشريعية التي جرت في 15 أيار 2022 سعياً لمعرفة الأدوار المختلفة التي قامت بها هذه القنوات ومدى مطابقتها ما تنصّ عليه القوانين لاسيما قانون الاعلام والاعلام الانتخابي فضلاً عن مدى التزامها مبدأ التوازن في تغطيتها وقيامها بالدور الوطني المطلوب منها في عملية تجديد السلطة من خلال تحفيز الناخبين على القيام بواجبهم الانتخابي و الافساح في المجال أمام عرض المشاريع الإصلاحية المقترحة كي يتمكن الناخب من المقارنة بينها.

1-2 أهداف الدراسة

ان نزاهة العملية الانتخابية لا تقتصر على سلامة عملية الاقتراع والإجراءات السابقة والمتممة لها، ولكن الإعلام يلعب دور مهماً في ضمان تنافسية العملية الانتخابية، من خلال تنوّع وتوازن التغطية الإعلامية للأطراف المتنافسة، وعرض الافكار وبرامج المرشحين من دون تدخل أو ترويج أو تأييد يَنم عن انحياز يفسد حرية الناخب في الاختيار. كما أن التزام المهنية ومبادئ الاخلاق الإعلامية يملي على وسائل الإعلام الابتعاد عن خطاب العنف وخطاب الكراهية.

لذلك فان لوسائل الإعلام دوراً أساسياً في مواكبة تطبيق النظام الانتخابي من حيث الإجراءات والترشيحات وصوغ التحالفات ومتابعة الحملات الانتخابية ونشر وبث كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية من مواد انتخابية وقرارات الادارة المشرفة على الانتخاب والمواد التثقيفية واستطلاعات الرأي، فضلاً عن الموجبات الملقة على عاتقها بموجب أحكام القانون الجديد لحسن تغطية الحملات الانتخابية وأخبار المرشحين واللوائح وحفاظاً على نزاهة العملية الانتخابية وعدم الاساءة في استخدام المنابر الاعلامية لمكاسب انتخابية محضة وللتأثير في الناخبين بطرق وأساليب مضللة وغير نزيهة.

وقد تحددت الأهداف الرئيسية للدراسة كالآتي:

- التحقق من متابعة القنوات التلفزيونية للروزنامة الانتخابية وإجراءات إدارة الانتخابات،
- التحقق من نشر مواد التثقيف والتوعية حول الشأن الانتخابي،
- تحديد نوع وحجم التغطيات المتعلقة بالانتخابات،
- قياس التوازن في التغطيات بين القوى المتنافسة،
- قياس مدى تمكين المرشحين من الظهور وعرض برامجهم،
- تحديد المشاركة السياسية للمرأة من خلال ظهورها التلفزيوني،
- تحديد استخدام القنوات التلفزيونية لأهداف الترويج السياسي،

- تحديد النبذة الإعلامية لتبيان الخطاب العنفي التحريضي وخطاب الكراهية الذي ساد خلال الحملة الانتخابية،

- التزام وسائل الإعلام بمبدأ الصمت الانتخابي الذي ينصّ عليه القانون.

2-2 محطات التلفزيون موضوع الرصد

عملت الدراسة على رصد نشرات الأخبار والمقابلات والبرامج المختلفة التي تبثها محطات التلفزيون اللبنانية المحلية. والمعروف أن التلفزيون ما زال يلعب الدور الأكبر خلال الحملات الانتخابية ويتوجّه الى الشريحة الأكبر من الرأي العام من المستويات كافة، كما أنه الوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة من الجمهور. لذلك هو يعتبر صانع الرأي العام الأول خلال الانتخابات، من هنا أهمية معرفة كيف غطّت القنوات اللبنانية مرحلة الانتخابات.

شملت عملية الرصد سبع قنوات تلفزيونية محلية وهي: MTV، LBCI، AL-JADEED، AL-MANAR، NBN، OTV، TL. وكلها تبث أكثر من 16 ساعة في اليوم وهي محطات تغطّي كل الأراضي اللبنانية وتواكب الأخبار والتطورات السياسية من خلال نشرات أخبار دورية وبرامج متعددة.

3-2 الفترة الزمنية للرصد

امتدت فترة الرصد وتحليل بيانات التغطيات التلفزيونية للحملات والمواضيع المتعلقة بالانتخابات من الأول من شباط 2022 حتى يوم الانتخابات في 15 أيار 2022، على اعتبار أن الحملات الانتخابية وعمليات التسويق السياسي قد تبدأ إعلامياً قبل أسابيع من عملية الترشح أو إعلان لوائح المرشحين.

وقد تمّ رصد هذه القنوات التلفزيونية بشكل يومي طوال الفترة المحددة، وامتدّ الرصد من الساعة العاشرة صباحاً حتى الساعة الثانية عشرة ليلاً. كما تمّ تقسيم هذه الفترة موضوع الرصد الى شرائح زمنية ما يسهّل المقارنة واستخراج النتائج. والشرائح الزمنية جاءت كالتالي:

- الشريحة الأولى: كامل فترة الرصد من 1 شباط الى 15 أيار،
- الشريحة الثانية: من الأول من نيسان الى 15 أيار،
- الشريحة الثالثة: الأسبوعان الأخيران قبل الانتخابات، من 1 أيار الى 15 منه.

4-2 عينة الرصد (corpus)

شمل الرصد مضامين البرامج التالية:

- نشرات أخبار الظهيرة والمساء،
- برامج الحوارات السياسية والاجتماعية،
- المقابلات،
- البرامج المخصصة للانتخابات،

- النقل المباشر للمهرجانات الانتخابية،
- برامج الاعلان والدعاية الانتخابية،
- كل البرامج الاخرى التي بشت تغطيات تتعلق بالشأن الانتخابي سواء على شكل برامج ترفيه أو نقد سياسي وغيرها.

2-5- أسلوب جمع المعلومات وتحليلها

استندت استنتاجات الدراسة على تحليل كامل مضامين البرامج التي بثتها المحطات. وقد تمّ جمع البرامج المرصودة خلال الفترة التي امتدّت على ثلاثة أشهر ونصف، ومن ثم توثيقها في قاعدة بيانات موحّدة تسهّلا لعملية درسها وتحليلها بشكل منهجي. استخدم في تقنيات الرصد والتحليل نظام الترميز من خلال ملء الراصد نموذج تسجيل المعلومات ثم الاستعانة بجدول يلخص المتغيّرات الأساسية التي يمكن استعمالها لتحليل التغطيات الإعلامية وتعدادها وتصنيفها.

وقد تمّ رصد كل التغطيات الإعلامية الصادرة عن جهات سياسية فاعلة (المسؤولون، الأحزاب، المرشحون، اللوائح، الإدارة الانتخابية...) حتى لو لم تكن الانتخابات موضوع التغطية الأمر الذي يسهم في تحديد مقدار استثمار المرشحين والمسؤولين مواقعهم الرسمية لأهداف انتخابية. وشمل الرصد كل الجهات السياسية الفاعلة، من أحزاب ومجموعات، وليس فقط المرشحين.

وفي تحليل البيانات تمّ اعتماد منهجية التحليل الكمي والنوعي. فالتحليل الكمي يساهم في تحديد حجم التغطية ونوعها وشكلها وفنّتها وتوزعها، إضافة الى المستفيدين من التغطية (Actors) والوظيفة التي يشغلونها (positions) والدور الذي يلعبونه (أي موقعهم وصفتهم كمتحدثين أو موضوع التغطية)، وقياس المساحات المخصصة لهم، ومقدار مشاركة المرأة وظهورها الإعلامي، ومدى التزام وسائل الإعلام باحترام التنوع في الأفكار والتعددية، ومدى الافساح في المجال للحركات السياسية الناشئة في الوصول الى الاعلام وعرض برامجها والتعريف بنفسها.

أما التحليل النوعي فيرتكز على جمع منهجي للملاحظات فيما يتعلق بجوانب التغطية مثل الأسلوب الصحافي، التعامل مع استطلاعات الرأي، الانحياز الإعلامي، الدور في توعية الناخبين، النبذة الإعلامية وغيرها.

ويكشف هذا التحليل الدور الذي لعبته قنوات التلفزيون من خلال تغطياتها وبرامجها وكيفية تعاملها مع الرأي العام وتحديد مدى حيادها، أو في المقابل مدى انخراطها في الحملات الانتخابية من خلال الانحياز في التغطية أو التأييد المباشر لفريق على حساب آخر. ويشمل التحليل النوعي الخطاب الإعلامي لمختلف الأطراف المشاركة في العملية السياسية وسقف النبذة المعتمد التي قد تصل الى مستوى خطاب كراهية والفئات المستهدفة منه.

وقد التزم فريق الرصد والمحللون بمدونة سلوك تكفل الحياد وعدم التحيز في توثيق البيانات عن طريق اتباع القواعد المهنية والعلمية الأساسية.

1-3 الوضع السياسي عشية بدء الحملات الانتخابية

منذ انتفاضة تشرين الأول 2019 التي شهدت تظاهرات عمّت معظم المناطق اللبنانية، يعيش لبنان على وقع تخبّط سياسي وتعثّر اقتصادي وأزمات اجتماعية خطيرة تواكبها اتهامات متبادلة بين القوى السياسية بالفساد والمسؤولية عن الانهيار العام الذي تشهده البلاد.

وقد ظهرت مع الانتفاضة أصوات جديدة طرحت نفسها "قوى تغيير" حاولت أن تجد موقعا لها على الخريطين السياسية والاعلامية. وبدأت الانتخابات التشريعية المقررة عام 2022 كمحطة اساسية لمحاسبة الطبقة السياسية ولتشكيل انطلاقا جديدة في معالجة المشكلات القائمة، لذلك ارتفعت أصوات كثيرة تدعو الناخبين الى تحمّل مسؤولياتهم وحسن اختيار ممثليهم في الندوة البرلمانية.

وقد ساد الشك طوال هذه المرحلة حول اجراء الانتخابات، وما إذا كانت السلطة السياسية ستعتمد الى تأجيلها. وعلى رغم التشكيك من جانب الكثير من الأطراف الفاعلة في نية السلطة السياسية إجراء الانتخابات في موعدها إلا أن حكومة الرئيس نجيب ميقاتي التي تشكلت في 10 أيلول 2021 بعد 13 شهرا من الفراغ الحكومي بدأت فوراً في اتخاذ خطوات تنفيذية للتحضير لإجراءات واستحقاقات الروزنامة الانتخابية وفقا للمواعيد القانونية.

رافق النقاش العام بشأن الانتخابات النيابية أحداث صعدت من وتيرة الخطاب السياسي، لاسيما انفجار مرفأ بيروت في شهر آب 2020، ثم أحداث الطيونة في تشرين الأول 2021 اثر تظاهرة اعتراضية على مسار التحقيق في قضية تجبير المرفأ أدت الى احتكاك بين مناصري حزب الله وحركة أمل من الطائفة الشيعية من جهة، وسكان مسيحيين من منطقة عين الرمانة في غالبيتهم من مناصري حزب القوات اللبنانية وحزب الكتائب من جهة ثانية. ونتج عن ذلك اشتباكات مسلحة وسقوط عدد من القتلى والجرحى مع عودة أجواء الحرب الأهلية والتراشق الكلامي الذي تضمّن خطاب كراهية وتحريض على العنف.

2-3 مسار الانتخابات

وافق مجلس الوزراء في جلسته في 18 أيلول 2021 على تطوير بطاقة الهوية الحالية إلى بطاقة بيومترية تُعتمد في العملية الانتخابية، و أقرّ الموافقة على اقتراح وزير الخارجية وضع آلية تسجيل المغتربين للمشاركة في العملية الانتخابية.

في 28 ايلول أطلق وزير الخارجية والمغتربين عبدالله بوحبيب عملية تسجيل المغتربين الراغبين في الاقتراع في الخارج ابتداء من الأول من شهر تشرين الاول المقبل ولغاية العشرين من تشرين الثاني 2021، من خلال اعتماد التسجيل الالكتروني او الحضور الشخصي الى مراكز البعثات الدبلوماسية.

في 13 تشرين الأول 2021 تعطلت جلسات الحكومة نتيجة خلاف بين مكوناتها يتعلق بإقالة المحقق العدلي في قضية تفجير مرفأ بيروت واتهامه بتسييس الملف. واستمرّ تعطيل اجتماعات الحكومة حتى 15 كانون الثاني من العام 2022. لكن هذا الأمر لم يؤثر على إجراءات تسجيل المغتربين التي تمّت بنجاح وأعلنت الخارجية اللبنانية عن تسجيل نحو 245 ألف مغترب لبناني أسمائهم للمشاركة في الانتخابات.

وفي جلسة مجلس النواب بتاريخ 19 تشرين الأول 2021 التي درست اقتراحات قوانين الانتخابات المقدّمة من النواب والكتل المختلفة لتعديل قانون الانتخاب رقم 44/2017، سقط اقتراح الكوتا النسائية، الذي كان يطمح إلى تخصيص 26 مقعداً للنساء في المجلس النيابي. وتمّ اقرار تقديم موعد الانتخابات الى آذار بدلا من ايار من العام 2022 وتعليق العمل بالمادة 122 من قانون الانتخابات التي تحصر اقتراع المغتربين بستة نواب مخصصين للاغتراب واعتماد نظام الانتخاب نفسه للمقيمين وغير المقيمين الذين يشاركون في اختيار النواب الـ 128 الذي يتألف منهم المجلس النيابي، والغاء المقاعد الستة الاضافية التي كانت مخصصة حصريا لهم.

في 22 تشرين الاول أعاد رئيس الجمهورية قانون تعديل قانون الانتخاب لمجلس النواب ليعيد التصويت على بند تقريب موعد الانتخابات لوجود اعتراضات تتعلّق بالأحوال المناخية و حرمان شريحة من الشباب من حق التصويت وتأثيره على اقتراع المغتربين. لكن الكباش السياسي بين الاقراء دفع مجلس النواب الى اعادة تأكيد التعديلات التي صوّت عليها سابقاً وردّ مقترحات رئيس الجمهورية الذي أصبح مجبرا على إصدار القانون المعدّل وفق المهل الدستورية.

وعلى رغم إقرار القانون ونفاذه الا ان رئيس الجمهورية توعد بعدم توقيع دعوة الهيئات الناجبة إلا في شهر أيار. هذا الأمر حدا بوزير الداخلية الى الاعلان عن موعد الإنتخابات النيابية في 15 أيار. وانطلقت الحملات الانتخابية رسميا مع توقيع رئيس الجمهورية مرسوم دعوة الهيئات الناجبة في 29 كانون الأول 2021 واعلان وزير الداخلية في 10 كانون الثاني فتح باب الترشّح للإنتخابات.

عدد اللوائح المتنافسة: بلغ عدد اللوائح الانتخابية المسجّلة لخوض الانتخابات النيابية 103 لوائح، 64 منها تضمّن نساء. وسجّل ارتفاع ملحوظ في اللوائح المسجلة مقارنة بالانتخابات النيابية التي حصلت في العام 2018، إذ بلغ عددها حينها 77 لائحة فقط. وقد ضمت اللوائح الـ 103 المسجلة 718 مرشحا بينهم 118 امرأة.

3-3 الوضع الاقتصادي الاجتماعي

انطلق التحضير للانتخابات النيابية في أجواء اقتصادية واجتماعية مأساوية نتيجة الانهيار الاقتصادي غير المسبوق الذي شهده لبنان تباعا بشكل سريع منذ بداية 2020 والذي أوقع البلاد في أزمة بحجم زلزال ، "فهي واحدة من أشد عشر ازمات، وربما أشدّ ثلاث أزمت في العالم منذ خمسينيات القرن التاسع عشر"، كما وصفها تقرير البنك الدولي 2021 ("المرصد الاقتصادي للبنان: الإنكار الكبير")، معتبرا أنها "تُعرّض للخطر الاستقرار والسلم الاجتماعي في البلاد على المدى الطويل".

ويشير المرصد إلى انخفاض إجمالي الناتج المحلي للبنان من قرابة 52 مليار دولار أميركي في 2019 إلى مستوى 21.8 مليار دولار أميركي في 2021 ، مسجلاً انكماشاً نسبته 58.1%، وهو "أشد انكماش في قائمة تضم 193 بلداً".

وقد فقدت الليرة اللبنانية أكثر من 90% من قيمتها، ما أدى إلى نسبة تضخم غير مسبوقة وانهيار القوة الشرائية للمواطنين فزادت أسعار الغذاء وحدها بنسبة تزيد على 550% بين آب 2020 وآب 2021.

وأورد تقرير لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) إن معدلات الفقر تزايدت بشكل كبير بين السكان إذ صنّف 80% منهم فقراء. وقد أدى رفع الدعم عن السلع الرئيسية كمثّل المحروقات والأدوية ومواد غذائية كثيرة إلى أزمات متلاحقة منها فقدان الأدوية من الصيدليات وفقدان المحروقات من المحطات وتقنين الكثير من المواد الغذائية كالحبّز وغيره، فضلاً عن تقنين قاس في الكهرباء وارتفاع باهظ لكلفة الاشتراك بمولدات الكهرباء الخاصة التي هي أيضاً اعتمدت نظام التقنين.

وأوردت منظمة اليونيسف إن أكثر من نصف الأسر في لبنان لديها على الأقل طفل واحد لا يحصل على إحدى وجبات اليوم. وما فاقم الأزمة المعيشية هو تعرّض قطاع المصارف التي توقفت عن تسديد ودائع المواطنين.

وقد أدت الأزمة إلى موجة هجرة كبيرة ظهرت معالمها بشكل كبير في قطاع الاستشفاء بعد هجرة عدد كبير من الأطباء يقدر بـ 40% ونسبة كبيرة من الجهاز التمريضي.

وما زاد في الوضع الاقتصادي المتردّي انعكاسات وباء كوفيد 19، ثم انفجار مرفأ بيروت في 4 آب 2020 الذي أوقع أكثر من 230 قتيلًا والاف الجرحى وتسبّب في تدمير الاف الشقق السكنية والمؤسسات ما أدى إلى تشريد آلاف المواطنين وتوقّف مؤسسات إنتاجية كثيرة.

3-4- الوضع الإعلامي

تشكل المحطات التلفزيونية في لبنان بتعددتها وتنوّعها ونسب مشاهديها الركيزة الإعلامية الأولى، كما أنها تغطّي مختلف المناطق اللبنانية ويمكن التقاطها مجاناً. وهي قنوات تبثّ مضامين عمومية من مسلسلات واخبار وحلقات حوارية وبرامج متنوّعة تتوجّه إلى مختلف طبقات المجتمع. وقد واكبت هذه المحطات التطوّر التكنولوجي في قطاع الإعلام والاتصالات بحيث أن غالبيتها يبثّ فضائياً كما أنها وسّعت بثها إلى التقنيات الرقمية بحيث بات من الممكن مواكبة برامجها عبر شبكة الانترنت والهواتف الذكية. ويتأكد مدى انتشار هذه المحطات من خلال وقع ما تبثّه وشهرة مقدمي برامجها المتنوعة.

مع العلم ان التلفزيون في لبنان، كما في غالبية الدول، ما زال يعتبر الوسيلة الإعلامية الأولى لاسيما في مرحلة الانتخابات بالنظر إلى خصائصه المتعددة وإلى شمولية مضامينه وسعة انتشاره ونسب متابعيه. من

هنا الدور الهام الذي يمكن لمحطات التلفزيون في لبنان أن تلعبه خلال الانتخابات وإلى سعي المرشحين إلى الظهور عبر شاشاتها.

وإن كان توزّع ملكية القنوات التلفزيونية يبدو معبراً عن تنوّع لبنان الطائفي والسياسي، غير أنه يجعل من البث التلفزيوني ملكيات خاصة بتصرّف أفراد أو أحزاب، إذ أن قانون البث المرئي والمسموع الذي أقرّته الحكومة عام 1994 نتجت عنه محاصصة للرخص التلفزيونية بين أركان السلطة، على حساب محطة تلفزيون لبنان (TL)، المحطة العامة الوحيدة، التي تصارع من أجل بقائها في غياب إهمال شبه تام لها من جانب السلطة.

وتبدو الخريطة الحالية للمحطات موزّعة سياسياً مع طابع طائفي تبعاً للجهة المالكة، فهناك القنوات التي تمتلكها أطراف سياسية محددة مثل المحطات الحزبية: OTV (التيار الوطني الحر)، ALMANAR (حزب الله)، NBN (حركة أمل)، و المحطات المملوكة من أشخاص لهم ميولهم السياسية مثل ALJADEED (تحسين خياط، في خط معارض للسلطة القائمة)، و MTV (ميشال المر، القريب من الأحزاب المسيحية المعارضة)، و LBCI (يملكها بيار الضاهر، سابقاً ملكية القوات اللبنانية). وبالنظر إلى توزّع القنوات على ملكيات خاصة، فإن أصحابها يقررون لمن يفتحون الهواء، في وقت باتت محطة TL عاجزة عن المنافسة أو تلبية خدمة القطاع العام.

القاسم المشترك لهذه المحطات هي الأزمة المالية التي يمرّ بها قطاع الإعلام في لبنان، لاسيّما مع الأزمة الاقتصادية التي أدّت إلى انهيار تام لقطاع الإعلان الذي كان يموّل جزئياً هذه المحطات. هذه الأزمة المالية أفقدت هذه المحطات قدرة التمويل الذاتي، وباتت غالباً في حال البحث عن تمويل لها، الأمر الذي جعل أن المال السياسي والانتخابي بات يشكل أحد مداخلها الهامة.

وقد جاء قانون الإعلام والإعلان الانتخابي يحاول تنظيم تغطيات القنوات للحملات الانتخابية والإعلان الانتخابي ضماناً للشفافية وللمساواة بين المرشحين ومن أجل ضبط ممارسات القنوات الخاصة.

3-5- الإطار القانوني: نظام الانتخاب

يعتمد نظام الانتخاب المعمول به والصادر بموجب القانون 44/2017 نظام الانتخاب النسبي على أساس اللائحة الانتخابية المغلقة حيث يجري التصويت بواسطة أوراق اقتراع رسمية مطبوعة سلفاً تضعها وزارة الداخلية والبلديات.

تتوزع المقاعد النيابية الـ 128 التي يتألف منها مجلس النواب اللبناني مناصفة بين المسيحيين والمسلمين، وتتألف اللوائح الانتخابية تبعاً لذلك على أساس التوزيع المذهبي للمقاعد في كل دائرة من الدوائر الانتخابية الـ 15. كما منح قانون الانتخاب لكل ناخب الحق في تفضيل اسم من بين مرشحي اللائحة التي يصوّت لها

مما يسهم في منح المرشحين الذين يصوّت لهم تفضيلاً في التقدم على سائر المرشحين عند توزيع الحواصل الانتخابية على اللوائح المتنافسة من دون ان ينفذ ذلك امكانية وصول بعض المرشحين الذين يحصلون على اصوات تفضيلية ضئيلة الى الندوة النيابية كاحدى الثغرات التمثيلية للمرشح وفق احكام قانون الانتخاب الراهن.

كما يشكل تقسيم الدوائر الانتخابية غير المبني على أسس علمية وديمقراطية تمييزاً بين المرشحين والناخبين في مختلف الدوائر. في دائرة الجنوب الاولى تتكون من خمسة مقاعد نيابية وينتخب فيها 129317 ناخباً، فيما دائرة جبل لبنان الرابعة مؤلفة من 13 مقعداً نيابياً وينتخب فيها 346561 ناخباً.

ويؤدي نظام العتبة الانتخابية المرتفعة وغير الموحدة بين الدوائر الانتخابية الى استبعاد وعدم تمثيل قوى سياسية وشريحة واسعة من المقترعين بلغت حوالي 43% في دائرة الشمال الاولى، أي ما يمثل 63,508 مقترعاً من مجموع عدد المقترعين في الدائرة والبالغ 148,626 شخصاً، فيما وصلت هذه النسبة الى حوالي 1% في دائرة الشمال الثالثة أي ما يمثل 1204 مقترعين فقط من مجموع عدد المقترعين البالغ 122311 شخصاً.

كما يتفاوت الحاصل الانتخابي الذي يحدد عدد المقاعد التي تناله كل لائحة بين الدوائر الانتخابية الـ15 والذي يحتسب على قاعدة قسمة عدد المقترعين في الدائرة الانتخابية على عدد المقاعد في الدائرة الواحدة بعد استبعاد عدد الأصوات التي اقترعت إلى اللوائح التي لم تتخطى العتبة الانتخابية.

ومن خصوصية قانون الانتخاب أنه يخاطب المرشحين واللوائح من دون الأحزاب. فالترشيحات تُقدّم على أساس شخصي وليس حزبي، فقانون الانتخاب الجديد لم يُلغ دور الزعماء والسياسيين التقليديين أو المستقلين أو الشخصيات العامة الطامحة للدخول الى الندوة النيابية كون النظام الانتخابي يقوم على الترشيحات الفردية وليس الحزبية ويمكن لمجموعة من المرشحين غير الحزبيين أن يؤلفوا لائحة انتخابية.

4- الإشراف على الانتخابات

1-4 وزارة الداخلية

تنظّم وزارة الداخلية والبلديات العملية الانتخابية وتحضّر وتنفّذ معظم مراحلها. وتلعب الوزارة دوراً أساسياً في تنظيم وإدارة العملية الانتخابية وإعلان النتائج وتعاونها وزارة الخارجية في موضوع اقتراع المنتشرين. وعلى رغم التوصيات المستمرة بإنشاء هيئة مستقلة لإدارة العملية الانتخابية وكان أولها مشروع قانون فؤاد بطرس للعام 2006 والذي اقترح إنشاء "الهيئة الوطنية المستقلة للانتخابات"، إلا أن هذا الإصلاح الأساسي سقط، وبقيت مهمة تنظيم الانتخابات والإشراف عليها في يد وزارة الداخلية والبلديات اللبنانية من دون وجود أية ضوابط لضمان نزاهة العملية الانتخابية خصوصاً عندما يكون وزير الداخلية نفسه مرشحاً للانتخابات النيابية كما حصل في العام 2018 مع ترشّح وزير الداخلية في حينها نهاد المشنوق الى الانتخابات عن دائرة بيروت الثانية.

ينيط قانون الانتخاب بوزارة الداخلية والبلديات دوراً محورياً وأساسياً في إدارة العملية الانتخابية وإعلان النتائج سواء لناحية تمكين المرشحين والناخبين من ممارسة حقوقهم المنصوص عنها في القانون ترشيحاً واقتراعاً، أو لناحية التحضيرات اللوجستية والتنفيذية لإتمام العملية الانتخابية وإعلان النتائج الرسمية. ويضع القانون بيد وزارة الداخلية إمكانيات بشرية ولوجستية ومالية تمكّنها من إدارة العملية الانتخابية المنوطة بها.

ومع انتهاء كل انتخابات نيابية منذ العام 2009 تظهر وزارة الداخلية بصورة الإدارة التي استطاعت أن تجري الانتخابات على رغم الظروف السياسية والاقتصادية التي تمرّ في البلاد وعلى رغم الملاحظات والشوايب التي قد تعتريها وأهمها لناحية المهل الكافية للوصول والإطلاع على قوائم الانتخاب وتصحيحها، اختيار أعداد أقلام الاقتراع وتدريب الهيئات المسؤولة عنها، تأمين وصول سهل لذوي الاحتياجات الخاصة إلى أقلام الاقتراع، ضمان تنقل وصول المراقبين ومندوبي المرشحين واللوائح إلى الأراضي اللبنانية كافة وكل أقلام الاقتراع، تفعيل المشاركة من خلال زيادة نسبة الاقتراع من خلال اتخاذ إجراءات محفّزة مثل "الميجا سنتر" والبطاقة الممغنطة والتتقيف الانتخابي.

4-2 فترة الحملة الانتخابية

تبدأ فترة الحملة الانتخابية من تاريخ فتح باب الترشيح وتنتهي لدى إقفال صناديق الاقتراع، (المادة 56 من قانون الانتخاب).

انطلقت الحملات الانتخابية باكراً في هذا الاستحقاق وتحديداً منذ العاشر من كانون الثاني 2022 مع إصدار وزير الداخلية بسام المولوي التعميم رقم 1/م/2022 تاريخ 5/1/2022 والذي فتح باب الترشيح لمن يرغب، ما جعل فترة الحملات الانتخابية التي تخضع لأحكام قانون الانتخاب تبلغ أربعة أشهر تقريباً حتى تاريخ 15 أيار موعد الانتخابات العامة. ومع انطلاق الحملات الانتخابية يفرض قانون الانتخاب جملة قيود تهدف إلى ضمان نزاهة العملية الانتخابية وأهمها تتعلق بسقف الإنفاق الانتخابي، الإعلام الانتخابي، الإعلان والدعاية الانتخابية المدفوعة، استطلاعات الرأي وخطاب الكراهية. ويعتمد بعض المرشحين إلى تأخير تقديم ترشيحاتهم حتى نهاية مهلة الترشيح مستغلين ثغرة في قانون الانتخاب الذي لا يوجب لإحتساب النفقات الانتخابية لمرشح معين اعتماد تاريخ فتح باب الترشيحات بدلاً من تاريخ تقديم طلب الترشيح كما هو معمول به وفقاً للنص الحالي.

4-3 هيئة الإشراف

حيّد قانون الانتخاب الجديد وزارة الداخلية والبلديات عن مهمّة مراقبة نزاهة العملية الانتخابية لناحية الإنفاق الانتخابي للمرشحين واللوائح والأحزاب واستخدام وسائل الإعلام للدعاية السياسية.

فمع عدم اقرار قانون الانتخاب (رقم 25 للعام 2008) الإصلاحات المقترحة في مشروع قانون بطرس لناحية إنشاء هيئة مستقلة لإدارة العملية الانتخابية برمتها، وفي خطوة ناقصة، تمّ إنشاء هيئة أطلق عليها تسمية "هيئة الإشراف على الحملة الانتخابية" لا تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية الإدارية والمالية وترتبط بوزير الداخلية الذي يحقّ له حضور اجتماعاتها من دون التصويت. ولم تنجح الدعوات اللاحقة لتعزيز استقلالية الهيئة في قانون الانتخاب رقم 44/2017 وتفعيل دورها على رغم تلطيف النص الذي يحدد علاقة الهيئة بوزارة الداخلية، فتمّ تعديل فقرة "ترتبط بوزير الداخلية" وأصبحت "بالتنسيق مع وزير

الداخلية" الذي بقي "يواكب أعمال الهيئة، ويحدد مقرها، ويؤمن لها مقراً خاصاً مستقلاً ويحضر اجتماعاتها عند الاقتضاء، من دون أن يشارك في التصويت." (المادة 9 من قانون الانتخاب النافذ).

وفي مقابل المهام المنوطة بوزارة الداخلية والبلديات يولي القانون الراهن هيئة الإشراف مهام مراقبة الحملات الانتخابية للمرشحين واللوائح لناحية الانفاق والظهور الإعلامي والدعاية الانتخابية المدفوعة. وفي ظلّ قانون الانتخاب الحالي والواقع الاعلامي الميسّر بشكل عام، يشكل الانفاق الانتخابي والحملات الإعلامية للأحزاب والمرشحين عاملاً أساسياً في التأثير في نزاهة العملية الانتخابية وتكافؤ الفرص بين المتنافسين.

وبخلاف وزارة الداخلية والبلديات، فإن هيئة الإشراف على الانتخابات تفتقر إلى الكادر البشري والإمكانات المادية والسلطة التقريرية.

هيئة الإشراف على الانتخابات:

يعين مجلس الوزراء أعضاء هيئة الإشراف على الانتخابات التي تمارس المهام المحددة لها في قانون الانتخاب بصورة مستقلة وبالتنسيق مع وزير الداخلية. تمارس الهيئة صلاحية مراقبة تفيد اللوائح والمرشحين ووسائل الإعلام على اختلافها بالقوانين والأنظمة التي ترعى المنافسة الانتخابية وفقاً لأحكام قانون الانتخاب لاسيما لناحية الانفاق الانتخابي والتغطية الاعلامية واستطلاعات الرأي والاعلام والاعلان الانتخابي.

كما تمنح التصاريح اللازمة لوسائل الإعلام الراغبة بتغطية عمليات الفرز والاقتراع وللمراقبين الدوليين والمحليين الراغبين في مراقبة العملية الانتخابية اضافة الى صلاحيات ومهام أخرى أناط بها القانون.

وتقدم الهيئة تقريراً بأعمالها مع انتهاء ولايتها و تحيله إلى كل من رئاسة الجمهورية، رئاسة مجلس النواب ورئاسة مجلس الوزراء ووزير الداخلية والبلديات ورئاسة المجلس الدستوري. ينشر هذا التقرير في الجريدة الرسمية.

4-4- تعاطي السلطة السياسية مع "هيئة الإشراف"

أثبتت الممارسات من جانب الحكومة ووزارة الداخلية ان هناك رغبة في اضعاف هيئة الإشراف على الانتخابات وعدم الإقرار بدورها المحوري في مراقبة الاعلام والاعلان والنفقات الانتخابية. واطهرت الانتخابات النيابية الراهنة عدم جدية السلطة السياسية في مقاربة موضوع هيئة الاشراف على رغم اهمية دورها المنصوص عنه في قانون الانتخاب، وهذا ما يمكن استنتاجه من تأخر الحكومة في تعيين هيئة إشراف جديدة تواكب العملية الانتخابية منذ بدء اجراءات تسجيل الناخبين المنتشرين ابتداء من الأول من تشرين الاول من العام 2021. وأدى تأخر الحكومة في إعلان موقف واضح حول هيئة الاشراف الى التشكيك في جدية العملية الانتخابية وقانونيتها بالنظر إلى اقتراب موعد الانتخابات المقررة في 15 أيار 2022.

وقد فُتح باب الترشيحات للانتخابات النيابية من دون أن تكون الحكومة قد عيّنت هيئة إشراف جديدة. وتنصّ المادة 11 من قانون الانتخاب قبل تعديلها على أنه تنتهي ولاية أعضاء الهيئة بعد ستة أشهر من تاريخ إتمام الانتخابات النيابية العامة، على أن تعيّن الحكومة هيئة جديدة قبل شهر من انتهاء ولايتهم وهذا الأمر لم يحصل بعد انتخابات العام 2018.

وبنتيجة تقاعس الحكومة عن تعيين هيئة إشراف جديدة وفق المهل القانونية تمّ تعديل نص المادة 11 المذكور أعلاه بموجب القانون النافذ حكماً رقم 8 الصادر بتاريخ 3/11/2021، وجاء فيه انه تعيّن الحكومة أعضاء الهيئة قبل ستة أشهر من انتهاء ولاية المجلس في 21 أيار 2022، على أن تستمر الهيئة القائمة بمتابعة مهامها لحين تعيين هيئة جديدة. وقد زاد هذا التعديل من الغموض وعدم الوضوح فيما يتعلق بتعيين أعضاء هيئة الإشراف ومدة ولايتها. وعلى رغم ذلك لم تلتزم الحكومة بالمهل الجديدة لتعيين هيئة الإشراف ولم يحسم موضوع هيئة الإشراف لناحية تعيين هيئة جديدة أو التمديد للهيئة القائمة الا في جلسة مجلس الوزراء في 25 شباط 2022 أي بعد مرور أكثر من شهر وخمسة عشر يوماً على بدء الحملات الانتخابية إذ "قرر مجلس الوزراء التمديد لهيئة الإشراف على الانتخابات النيابية المشكلة سابقاً، وتعيين ثلاثة أعضاء جدد بدلا من الذين قدموا استقالاتهم".

5 - الوصول إلى وسائل الإعلام خلال الانتخابات: الأحكام القانونية

أتاح قانون الانتخاب الجديد للوائح والمرشحين استخدام وسائل الإعلام كافة، سواء كانت رسمية أو خاصة مرئية أو مسموعة أو مطبوعة أو مقروءة أو إلكترونية "مهما كانت تقنياتها" (المادة 68 من قانون الانتخاب).

ويعود لكل لائحة أو مرشح تنظيم النشاطات المختلفة المشروعة لأجل شرح البرنامج الانتخابي بالأسلوب والطريقة المناسبين بما لا يتعارض مع القوانين والأنظمة (المادة 69 من قانون الانتخاب). أمّا بتّ المواد الانتخابية المتعلقة بالأحزاب بمعزل عن اللوائح والمرشحين فهي غير مقيدة بالنص الحالي وإنما تخضع لأحكام المبادئ والنصوص العامة.

وتشكل برامج الحوار السياسية على القنوات التلفزيونية، منبرا انتخابيا مهما، يستفيد منه المرشح بتغطية مباشرة قد تصل الى حدود الساعة من الوقت وربما أكثر من ذلك. ويكون فيها المرشح عادة الضيف الوحيد في مواجهة مقدم البرنامج. ويستغل المرشح هذا الوقت الثمين من الهواء المباشر ليعرض برنامجه الانتخابي ومواقفه من ملفات الساعة. وقد ادرك المشرّع عند تنظيم أحكام الاعلام والدعاية الانتخابية اهمية الظهور الاعلامي في هذه البرامج، ومدى تأثيرها على مبدأ العدالة والتوازن في المنافسة الانتخابية، لذا منح الحق لكل مرشح أن يطلب من هيئة الإشراف ان تلزم الوسيلة الاعلامية التي استضافت منافسه ان تستضيفه بالشروط عينها.

وقد أكدت الفقرة الثانية من المادة 72 من قانون الانتخاب على ضرورة أن "تسهر الهيئة على احترام حرية التعبير عن مختلف الآراء والتيارات الفكرية في برامج وسائل الإعلام أثناء فترة الحملة الانتخابية، وذلك عن طريق إصدار توصيات ملزمة إلى هذه الوسائل، بما يضمن تأمين العدالة والتوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين وبين اللوائح".

وقد أكد القانون ان البث المباشر للحملات الانتخابية وبرامج المناقشات السياسية والمقابلات واللقاءات والحوارات والطاولات المستديرة يجب أن تكون مجانية ومن دون مقابل مادي. كما أنه على وسائل الاعلام ان تمتنع عن تأييد أي مرشح وأن تراعي العدالة، التوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين على قدر الامكان.

5-1- الإطار القانوني للإعلام والإعلان الانتخابيين

نصت المادة 71 من قانون الانتخاب على جملة موجبات على وسائل الاعلام والمرشحين بخصوص الاعلان والدعاية الانتخابية، أهمها:

-تقدّم وسائل الإعلام تصريحاً للهيئة الإشراف عن رغبتها في المشاركة في الإعلان والدعاية الانتخابية المدفوعة.

- يجب على وسائل الإعلام والإعلان أن توضح صراحةً لدى بثها أو نشرها إعلانات انتخابية، أن هذه الإعلانات مدفوعة الأجر، وأن تحدد الجهة التي طلبت بثها أو نشرها.
- يمنع على وسائل الإعلام والإعلان قبول الإعلانات المجانية أو لقاء بدل يختلف عما هو وارد في لائحة الأسعار المقدمة من قبلها.

- تلتزم الجهة المرشحة أو وكيلها القانوني بتسليم نسخة عن أشرطة الدعاية والإعلان الانتخابيين للهيئة وذلك قبل ثلاثة أيام على الأقل من التاريخ المحدد لأول بث أو نشر لها.

غير أن إشكاليات كثيرة ظهرت في التطبيق. فقد أثبتت ممارسات هيئات الإشراف على الانتخابات المتعاقبة وسلوكيات وسائل الإعلام والمرشحين خلال الحملات الانتخابية أن هناك خلافات بين وسائل الإعلام والهيئة حول مسائل رئيسية تشكل صلب عمل الهيئة لناحية الرقابة على الإعلام والإعلان والدعاية الانتخابية، منها:

- المسألة الاولى تتعلق بضبط الاعلان والدعاية الانتخابية المدفوعة.

- المسألة الثانية تتعلق بالبرامج التي تخصص للحملات الانتخابية سواء كانت برامج جديدة أو من ضمن شبكة البرامج العادية وما يمكن أن تتضمنه هذه البرامج من دعاية انتخابية مستترة للمرشحين واللوائح (القانون واضح لناحية منع بث الدعاية المجانية وإلزام وسائل الاعلام بالتصريح عن أي إعلان أو دعاية انتخابية مدفوعة).

- المسألة الثالثة تأمين التوازن في الظهور الإعلامي بين المرشحين وتخصيص برامج تلفزيونية تتيح التعبير عن مختلف الآراء والتيارات الفكرية.

- المسألة الرابعة تتعلق بالخطاب الإعلامي وما يتضمنه من مخالفات صريحة لقانون الانتخاب مثل بثّ ونشر مواقف وتصريحات تتضمن قدحا وذما وتشهير، خطاب الكراهية، الوعود الانتخابية، خرق الصمت الانتخابي.

5-2- سلطة هيئة الإشراف في مهام ضبط التغطيات الإعلامية

منح القانون هيئة الإشراف على الانتخابات صلاحية رقابية على وسائل الإعلام التلفزيونية والاذاعية التي تبث البرامج السياسية والأخبار وهي أوسع نطاقا من الرقابة على الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية، وتشمل:

- احترام حرية التعبير عن مختلف الآراء والتيارات الفكرية في برامج وسائل الإعلام أثناء فترة الحملة الانتخابية.
- تأمين العدالة والتوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين وبين اللوائح.
- تأمين التوازن في الظهور الإعلامي بين المتنافسين من لوائح ومرشحين بحيث تلزم وسيلة الإعلام، لدى استضافتها لممثل لائحة أو لمرشح أن تؤمن بالمقابل استضافة منافسيه بشروط مماثلة لجهة التوقيت والمدة ونوع البرنامج.

- ويترتب على مختلف وسائل الاعلام بما فيها الالكترونية أثناء فترة الحملة الانتخابية التقيد بالموجبات الآتية:
- عدم جواز إعلان تأييدها أي مرشح أو لائحة انتخابية.
- الامتناع عن التشهير أو القدح أو الذم وعن التجريح بأي من اللوائح أو من المرشحين.
- الامتناع عن بثّ كل ما يتضمّن إثارة للنعرات الطائفية أو المذهبية أو العرقية أو تحريضاً على ارتكاب أعمال العنف أو الشغب أو تأييداً للإرهاب أو الجريمة أو الأعمال التخريبية.
- الامتناع عن بثّ كل ما من شأنه أن يشكل وسيلة الضغط أو التخويف أو التخوين أو التكفير أو التلويح بالمغريات أو الوعد بمكاسب مادية أو معنوية.
- الامتناع عن تحريف المعلومات، أو حجبها أو تزييفها أو حذفها أو إساءة عرضها.

5-3- الثغرات في عمل هيئة الإشراف حيال ضبط الإعلام والإعلان الانتخابيين

في مقابل الدور الرقابي الهام الذي أناط القانون بهيئة الإشراف على الانتخاب، بدت الهيئة عاجزة عن اتخاذ القرارات التطبيقية التي تضمن لها أن تقوم بدورها، وبدت ثغرات كثيرة في ممارسة مهامها، منها:

- لم تحدد الهيئة قبل بدء العملية الانتخابية، المعايير الدقيقة التي تسمح بالتمييز بين الاعلام الانتخابي والاعلان الانتخابي وفقا لأحكام الفقرة 7 من المادة 72 من قانون الانتخاب واكتفت بالتذكير في بيانها رقم

4 تاريخ 25/1/2022 بحقها بالتحقق ما إذا كان أي برنامج يخفي، تحت ستار الإعلام، إعلاناً انتخابياً مستتراً غير مشروع.

- لم تحدد الهيئة لوسائل الاعلام البرامج والمساحات القصوى التي يمكن بثّ مواد اعلامية او دعائية تتعلق بالمرشحين واللوائح وأوقات بثّ أو نشر هذه المساحات وفق احكام الفقرة ب من المادة 71 من قانون الانتخاب رقم 44/2017.

- لم تلجأ هيئة الإشراف الى إصدار توصيات ملزمة إلى وسائل الإعلام، بما يضمن تأمين العدالة والتوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين وبين اللوائح كما تجيز الفقرة الثانية من المادة 72 من قانون الانتخاب.

- لم تعتمد الهيئة الى اتخاذ التدابير المستعجلة في مراجعة محكمة المطبوعات وحالة وسائل الإعلام المخالفة لموجبات التغطية الاعلامية خلال فترة الحملة الانتخابية.

- لم تعتمد هيئة الإشراف أيّ شفافية في عملها لناحية الإعلان عن نوع الشكاوى التي تلقتها خلال العملية الانتخابية والجهات التي قدمتها ومسار التحقق منها.

- لم تعتمد الهيئة أيّ شفافية لناحية الإجراءات التي اتخذتها بحق وسائل الإعلام، مؤسسات استطلاعات الرأي، والمرشحين تطبيقاً لأحكام قانون الانتخاب.

- لم تمارس دورها التثقيفي المناط بها بموجب المادة 19 من قانون الانتخاب لناحية نشر الثقافة الانتخابية وإرشاد الناخبين وتعزيز الممارسة الديمقراطية بالوسائل المتاحة كافة.

- لم تعتمد الهيئة، سواء مباشرة او بطريقة غير مباشرة، الى اعلام المرشحين بالإجراءات الخاصة المتعلقة بالظهور الإعلامي، والتي تتوقف على طلب المرشح نفسه².

4-5- دور المجتمع المدني

أجاز قانون الانتخاب في مادته العشرين حول "مراقبة الانتخابات" لهيئات المجتمع المدني ذات الاختصاص، تحت إشراف الهيئة، مواكبة الانتخابات ومراقبة مجرياتها على أن تتوفر فيها شروط معينة.

ويساهم المجتمع المدني في مراقبة الانتخابات من خلال أنشطة بعض الجمعيات مثل "الجمعية اللبنانية من اجل ديمقراطية الانتخابات" (LADE) التي ترسل مندوبين الى مراكز الاقتراع لمواكبة عملية الاقتراع، بعد الاستحصال على موافقة لجنة الإشراف على الانتخابات.

²- جاء في التقرير الاول لبعثة الاتحاد الاوروبي لمراقبة الانتخابات في لبنان: "لم تتصرف هيئة الاشراف على الانتخابات بشكل حيادي ، ومستقل ، وشفاف ذات سلوك متناسق لضمان التزام وسائل الاعلام بالقوانين الخاصة بها. بشكل عام، لم تصرّح هيئة الإشراف على الانتخابات عن معلومات كافية حول المخالفات المتعلقة بوسائل الإعلام للرأي العام أو لبعثة الاتحاد الأوروبي لمراقبة الانتخابات(...)" . EU EOM Lebanon 2022 Preliminary Statement_AR A4

غير أن هيئة الإشراف «توسّعت» في تفسير نص المادة 20 لتضع قيوداً على مواكبة هيئات المجتمع المدني العملية الانتخابية. وما حصل مع جمعية مهارات يؤكد هذا التوجّه الذي مارسته الهيئة وخروجها عن النص القانوني.

إن جمعية مهارات هي جمعية تعنى في قضايا الإعلام والتنوع وصون وضمان حرية التعبير والمشاركة الديمقراطية للجميع من خلال وسائل الإعلام، وهي متخصصة في مجال الرصد الإعلامي و تقوم بإصدار تقارير ودراسات دورية في هذا الإطار. وكانت مهارات دأبت منذ انتخابات العام 2009 على رصد التغطيات الإعلامية للحملات الانتخابية وإصدار تقاريرها بهذا الخصوص.

ونظراً للخبرة الواسعة لجمعية مهارات في الرصد الإعلامي، استعانت بها هيئة الإشراف على الانتخابات عام 2018 لتدريب فريق الرصد الإعلامي للهيئة وتقديم الدعم الفني والتقني لمراقبة وسائل الإعلام خلال فترة الحملات الانتخابية. وقد أقرّت الهيئة بدور جمعية مهارات في تقريرها الصادر عام 2018 .

واستمرت مهارات في إصدار دراسات بلغ عددها العشرات تتعلق بالتغطيات الإعلامية والأداء الإعلامي، وتابعت في انتخابات العام 2018، بموازة تقديم الدعم لهيئة الإشراف لممارسة مهامها، موضوع التغطية الإعلامية من منظور جندي ركّز على المرشحات ومشاركة المرأة في السياسة وأصدرت تقريرها وهو منشور على موقعها الإلكتروني.

وقد فوجئت الجمعية بكتاب موجّه إليها من قبل هيئة الإشراف يحمل الرقم 975/هـ تاريخ 13/4/2022 تعتبر فيه أن التقارير التي تصدرها مهارات المتعلقة بالتغطيات الإعلامية تدخل في إطار "مواكبة ومراقبة الانتخابات دون تقديم طلب إلى الهيئة" مما يوجب على الجمعية التقدم بطلب اعتماد لهيئة الإشراف وفق أحكام المادة 20 من قانون الانتخاب، كما تذرعت هيئة الإشراف.

وأرسلت الجمعية رداً على كتاب هيئة الإشراف مؤرخاً بتاريخ 14/4/2022 واعتبرت فيه أن نصّ المادة 20 من قانون الانتخاب المتذرّع به من قبل الهيئة لا ينطبق على نشاط الرصد الإعلامي للانتخابات والذي هو عمل مكثبي- بحثي لا يوجب على الجمعية اعتماد مراقبين محليين والنزول إلى أرض الواقع والدخول إلى المراكز الانتخابية وأقلام الاقتراع.

واعتبرت الجمعية المستدعية في ردّها على كتاب الهيئة، أن محاولة إخضاع نشاط مؤسسة مهارات لأحكام المادة 20 من قانون الانتخاب هو اعتداء على حقوق الجمعية في تحقيق أهدافها المشروعة في التعبير عن الرأي والبحث العلمي وإصدار الدراسات وتقارير الظل التي تؤمّن خدمة عامة للجمهور والمهتمين بالاطلاع على المعلومات المتعلقة بالإعلام والإعلان الانتخابي ودورها في التأثير في السياسات العامة وعلى العملية الديمقراطية وتكافؤ الفرص ونزاهة الانتخابات.

على رغم التوضيح المذكور، وعلى رغم معرفة الهيئة بطبيعة عمل الجمعية فقد أصرت بموجب كتاب ثانٍ حمل الرقم 1002/هـ تاريخ 20/4/2022 على كتابها الأول معتبرة أن عمل جمعية مهارات يندرج في إطار مواكبة الانتخابات والإشراف عليها، واعتبرت أن ما تقوم به الجمعية يجري من دون مسوغ قانوني وصادر عن جهة لا صفة قانونية لها للقيام بأعمال المراقبة مع ما يترتب عليه من نتائج قانونية.

وعمدت هيئة الإشراف على نشر نص الكتابين المذكورين في القسم المخصص "بيانات وقرارات" هيئة الإشراف على الموقع الإلكتروني المخصص للانتخابات اللبنانية بصورة توعي أن جمعية مهارات تمارس نشاطا غير قانوني. وقد اعتبرت مهارات أن هذا التصرف من قبل الهيئة إنما يهدف إلى التشهير بالجمعية وضرب مصداقيتها وتعطيل دورها كجهة مدنية هدفها مراقبة أداء الإعلام خلال الحملات الانتخابية.

وقد أصدر "تحالف الإصلاح الانتخابي" الذي يضم، إضافة إلى مهارات، "الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات" (LADE)، وجمعية "لا فساد" وجمعية "الاتحاد اللبناني للأشخاص المعوقين حركيا"، بياناً دان التضيق على مؤسسات المجتمع المدني والاعتداء على حقها المكّرس في الدستور في إصدار الدراسات والنشر وإبداء الرأي من دون أية رقابة مسبقة أو إذن من أحد.

هذا الأمر يوجب مراجعة نص المادة 20 من قانون الانتخاب في إطار مراجعة الإصلاحات الانتخابية وتوضيح دور هيئة الإشراف تجاه مؤسسات المجتمع المدني التي تسعى إلى إصدار تقارير ظل حول الممارسات المختلفة المتعلقة بالشأن الإعلامي.

6- نتائج دراسة تغطيات القنوات التلفزيونية

منذ الأول من شباط، عمدت الدراسة إلى مراقبة ما تبثه المحطات التلفزيونية السبع موضوع الرصد، وبلغ مجموع التغطية العامة للفاعلين السياسيين التي تمّ رصدها في القنوات التلفزيونية السبع، من الأول من شباط حتى 15 أيار 2022، ما مجموعه 3066643 ثانية (حوالي 850 ساعة). وقد تمّ جمع البيانات وتحليلها وتصنيفها في 10718 "وحدة تسجيل" تمهيدا وإخضاعها للتحليل الكمي والنوعي³.

6-1 توزع مساحات التغطية العامة

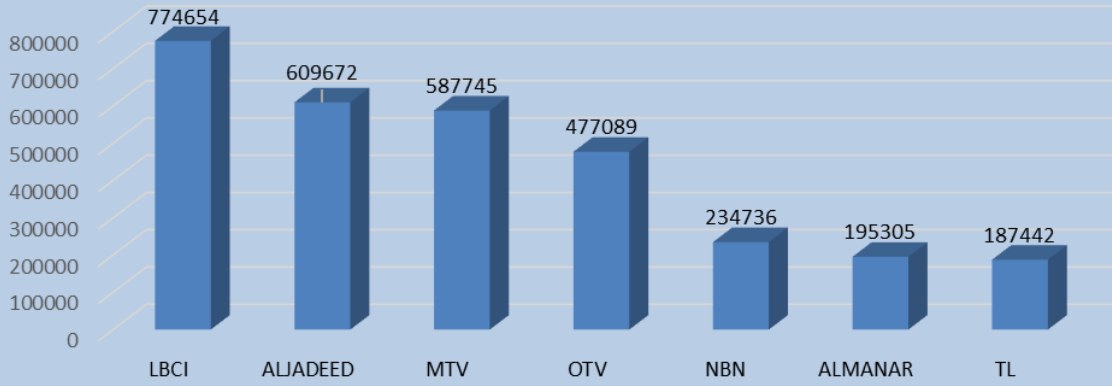
تشمل هذه المساحة من التغطية التلفزيونية التي تمّ قياسها بالثانية كل برامج القنوات التلفزيونية الممتدة من الساعة 10 صباحاً حتى منتصف الليل عن الفترة الزمنية من 1 شباط حتى 15 أيار والتي تضمنت تغطية

ظهور وتصريحات الفاعلين السياسيين: رئيس الجمهورية، رئيس مجلس النواب، رئيس مجلس الوزراء، أحزاب وائتلافات ومرشحين ولوائح وممثلي الأحزاب ورجال الدين فضلاً عن المساحة المخصصة لبث المعلومات المتعلقة بالشأن الانتخابي والتوعية والتثقيف والدعاية الانتخابية.

وقد جاء حجم كمية البث في كل من المحطات تبعا للجدول التالي (رقم 1):

³ - تجدر الإشارة إلى أن أنه لم يتم احتساب البرامج أو التغطيات في إعادة بثها، وتم احتسابها مرة واحدة.

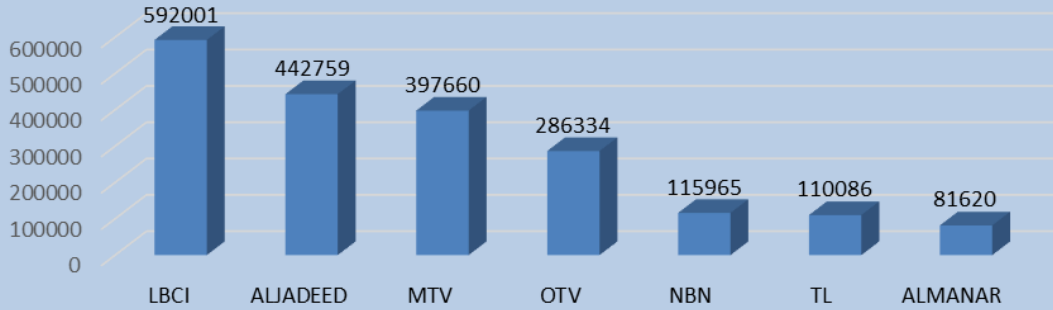
توزيع مساحة التغطية التلفزيونية العامة للفاعلين السياسيين والقضايا المتعلقة بالشان الانتخابي
الارقام تشير الى مدة التغطية البالغة 3066643 ثانية
من 1 شباط حتى 15 ايار 2022
جدول رقم 1



يبين الجدول رقم 1 حجم التغطية المتعلقة بالشان الانتخابي منذ الأول من شباط 2022 حتى يوم الانتخابات في كل قناة تلفزيونية على حدة تبعا لاحتسابها بالثواني. وقد جاءت محطة LBCI متقدمة على غيرها إذ بلغ ما بثته 25% من مجموع البث العام لكل المحطات، تلتها ثلاث محطات وهي: AL JADEED بنسبة حوالي 20% ثم MTV بـ 19%، ثم OTV بنسبة 15.5%. فيما جاءت ثلاث محطات أخرى بحجم محدود وهي NBN و ALMANAR بحوالي 6.5% لكل منهما، و TL بحوالي 6%.

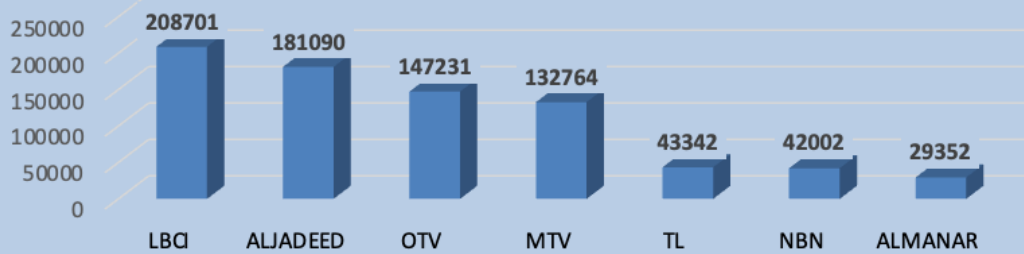
ولم تتغير تراتبية المحطات في الأسابيع الستة الأخيرة قبل الاستحقاق الانتخابي رغم ارتفاع حرارة الحملات الانتخابية ورغم ازدياد الحجم المخصص لموضوع الانتخابات. ويبين الجدول رقم 2 حجم التغطية الانتخابية من أول نيسان حتى تاريخ الانتخاب. فقد بقيت محطة LBCI في المقدمة مع ارتفاع نسبتها عن معدلها العام ووصلت الى 29%، وبلغت ALJADEED حوالي 20% وحافظت MTV على نسبة 19% و OTV على حوالي 15%. وبقيت بنسب متدنية كل من NBN و TL بنسبة حوالي 5.5% لكل منهما وأخيرا ALMANAR بنسبة 4%.

توزيع مساحة التغطية التلفزيونية العامة للفاعلين السياسيين والقضايا المتعلقة بالشان الانتخابي
الارقام تشير الى مدة التغطية البالغة 2026425 ثانية
من 1 نيسان حتى 15 ايار 2022
جدول رقم 2



أما في الأسبوعين الأخيرين اللذين سبقا الانتخابات (من 1 الى 15 أيار) فقد بقيت محطات LBCI و ALJADEED في المقدمة بنسبة 26% للأولى و 23% للثانية، فيما انتقلت محطة OTV الى المرتبة الثالثة بنسبة 19% تقريبا تتبعها MTV بنسبة 17%، فيما تراجع نسب المحطات الأخرى الى حوالي 5% لكل من TL و NBN فيما سجلت محطة ALMANAR نسبة متدنية ملفتة وهي 3.74% (جدول رقم 3).

توزيع مساحة التغطية التلفزيونية العامة للفاعلين السياسيين والقضايا المتعلقة بالشان الانتخابي
الارقام تشير الى مدة التغطية البالغة 784482 ثانية
من 1 حتى 15 ايار 2022
جدول رقم 3

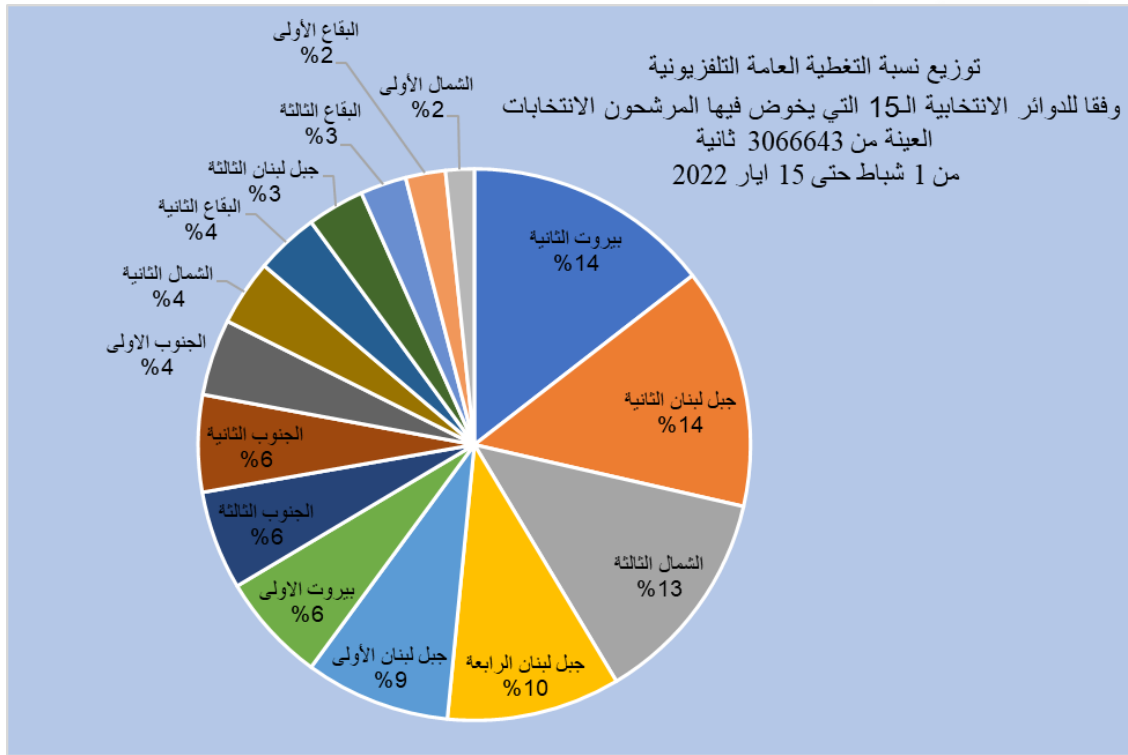


ومن المعروف أن الأسبوعين الأخيرين اللذين يسبقان الاستحقاق الانتخابي يشهدان زخما في الحملات الدعائية ومواقف المرشحين وسعيا لجذب الناخبين، الأمر الذي ينعكس على حجم التغطية التلفزيونية. ويظهر هذا بوضوح في محطتي OTV و ALJADEED اذ وصلت تغطيتهما الانتخابية خلال الأسبوعين الأخيرين إلى ما يوازي حوالي 30% من حجم تغطيتهما العامة خلال الأشهر الثلاثة والنصف

موضوع الرصد. محطة LBCI وصلت إلى نحو 26%، فيما محطات MTV و TL كانتا في حدود 23%. أما محطات NBN و ALMANAR فكانتا حوالي 18% للأولى و 15% للثانية.

2-6- توزع مساحات التغطية وفقا للدوائر الانتخابية

يتوزع كل من المرشحين على إحدى الدوائر الانتخابية الـ 15. انطلاقاً من وقت التغطية العامة التي حصل



عليها المرشحون، حاولت الدراسة معرفة توزع المرشحين الذين نالوا النسب الأعلى من الظهور على الدوائر وبالتالي توزع نسب التغطية على الدوائر الانتخابية تبعاً لمرشحها.

يعرض الجدول أدناه انطلاقاً من النسب التي حصل عليها المرشحون توزع هذه النسب على الدوائر الانتخابية. وهو مؤشر يدلّ على حماوة المعركة الانتخابية في هذه الدوائر كما يدلّ على سعي مرشحي هذه الدوائر لاكتساب نسب عالية من الظهور التلفزيوني لهم أو لأحزابهم. ويتبيّن أن الدائرتين اللتين حصل مرشحوها على أعلى النسب من الحضور التلفزيوني هما بيروت الثانية وجبل لبنان الثانية بنسبة 14% لكل منهما. تليهما مباشرة دائرة الشمال الثالثة بنسبة 13%. وتأتي بعدها تباعاً جبل لبنان الرابعة (10%)، ثم جبل لبنان الأولى (9%). أمّا الدائرتين الأقل تغطية فهما الشمال الأولى والباقاع الأولى بنسبة 2% لكل منهما.

7- النبرة الإعلامية

ترتكز النبرة الإعلامية على منحى التغطية التلفزيونية للفاعلين السياسيين والمرشحين في مختلف البرامج التلفزيونية المرصودة. فالنبرة هي انعكاس ايجابي او سلبي او محايد للظهور الاعلامي للفاعلين السياسيين أو للتغطية المتعلقة بهم.

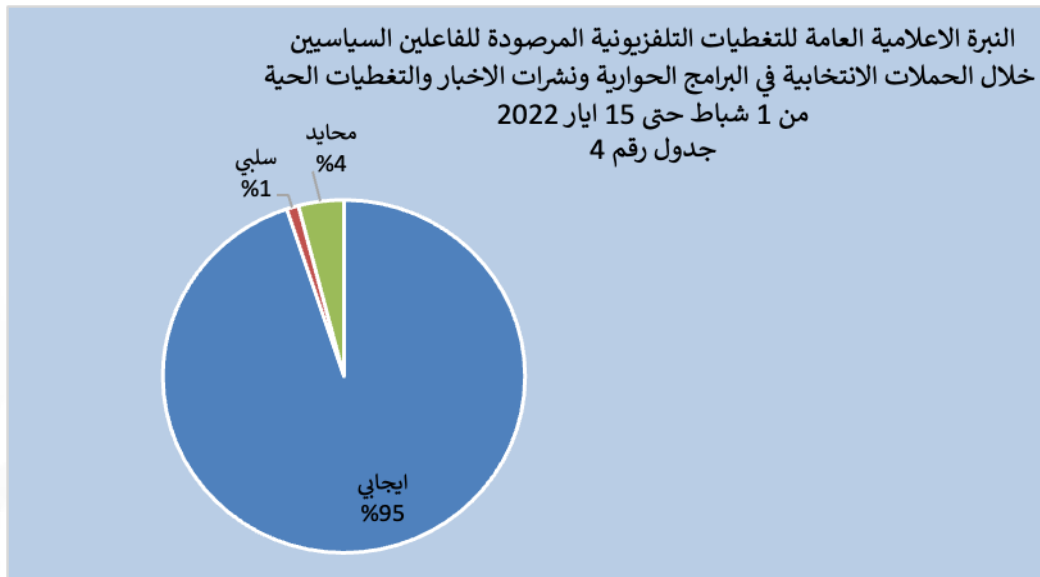
وقد عملت الدراسة على رصد النبرة السلبية على ثلاثة صعد:

1. على صعيد مجموع التغطيات لكل المحطات.
2. على صعيد مضامين التغطية في البرامج الحوارية ونشرات الاخبار.
3. على صعيد البرامج الساخرة.

7-1- توزع النبرة السلبية على صعيد مضامين التغطية العامة

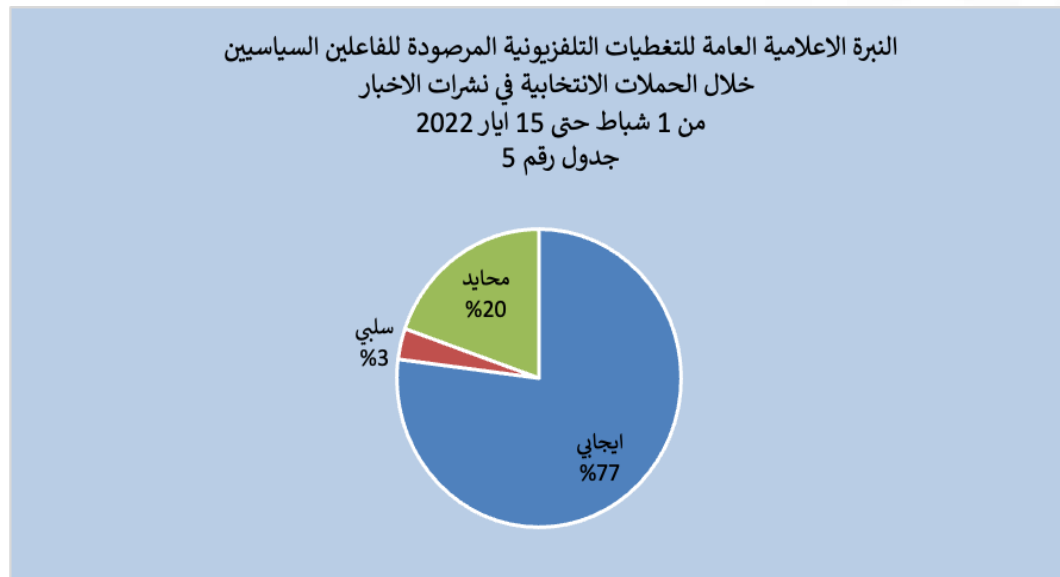
في مجمل رصد التغطيات التلفزيونية من نشرات أخبار وبرامج حوارية وتغطيات حية، بلغت نسبة النبرة السلبية 1%، في مقابل 4% للنبرة المحايدة و 95% للنبرة الإيجابية (جدول رقم 4).

بلغ حجم النبرة الإعلامية الايجابية في مجمل التغطية التلفزيونية بما فيها نشرات الاخبار، البرامج الحوارية، البث الحي والبرامج السياسية الساخرة 95% وتبدو النبرة السلبية محدودة نسبياً، على رغم أن وجودها ولو بنسبة ضئيلة هو مؤشر الى خطاب نقدي محدود مارسه وسائل الإعلام التلفزيونية تجاه الفاعلين السياسيين.



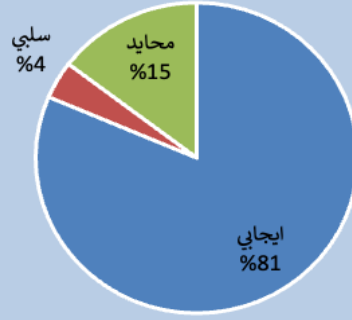
في رصد النبذة الاعلامية لتغطية الفاعلين السياسيين في النشرات الإخبارية لكل المحطات في مجمل الفترة الزمنية المدروسة (جدول رقم 5)، يلاحظ نبذة اعلامية ايجابية مرتفعة بلغت 77% مقابل نبذة سلبية بلغت 3% فقط .

وهذا مؤشر الى ان نشرات الاخبار شكلت منبرا للفاعلين السياسيين لعرض نشاطاتهم ومواقفهم. كذلك يلاحظ في النشرات الإخبارية ان نسبة النبذة الاعلامية المحايدة سجلت 20%، وهي سمة المضمون الإخباري اجمالاً.



أما في فترة الأسبوعين الأخيرين قبل الانتخابات ، فقد ازدادت نسبة النبذة الاعلامية السلبية من 3% الى 4%، فيما تراجع النبذة الاعلامية المحايدة من 20% الى 15% ، وازدادت نبذة التغطيات الاعلامية الايجابية من 77% الى 81% . (جدول رقم 6).

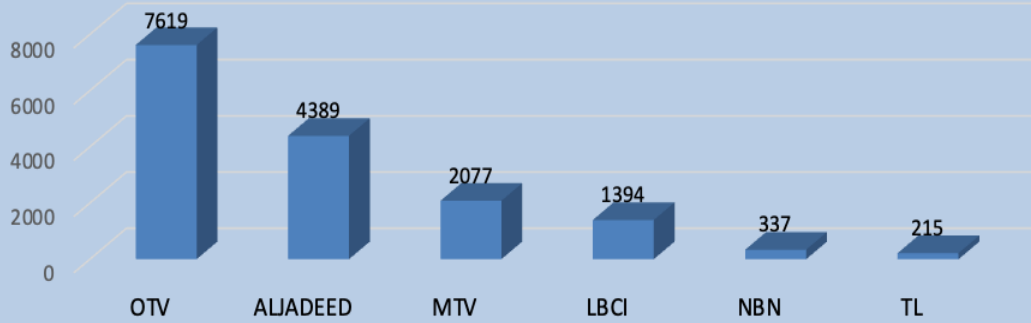
النبرة الاعلامية العامة للتغطيات التلفزيونية المرصودة للفاعلين السياسيين
خلال الحملات الانتخابية في نشرات الاخبار
من 1 حتى 15 ايار 2022
جدول 6



2-7- النبرة السلبية في نشرات المحطات

الملفت في قراءة جدول توزع النبرة السلبية على المحطات في نشرات أخبارها (جدول رقم 7) هو غياب محطة ALMANAR عنه إذ خلت تغطياتها التلفزيونية من النبرة السلبية على عكس كل المحطات الأخرى. ويلتقي هذا الأمر مع الحجم الضئيل لتغطياتها الانتخابية بالمقارنة مع الآخرين ما يعني ضعف انخراطها في الحملات الانتخابية. وتبدو محطة OTV الأكثر بئاً لتغطيات تلفزيونية تتعلق بالفاعلين السياسيين ذات نبرة سلبية إذ تحلّ في المرتبة الأولى بنسبة تخطت 47% من مجموع التغطيات ذات النبرة السلبية. تليها محطة ALJADEED بنسبة 27%. وتأتي المحطات الأخرى بنسب أقل بكثير: MTV بنسبة 13%، LBCI حوالي 9%، NBN حوالي 2%، و TL بحوالي 1.3%.

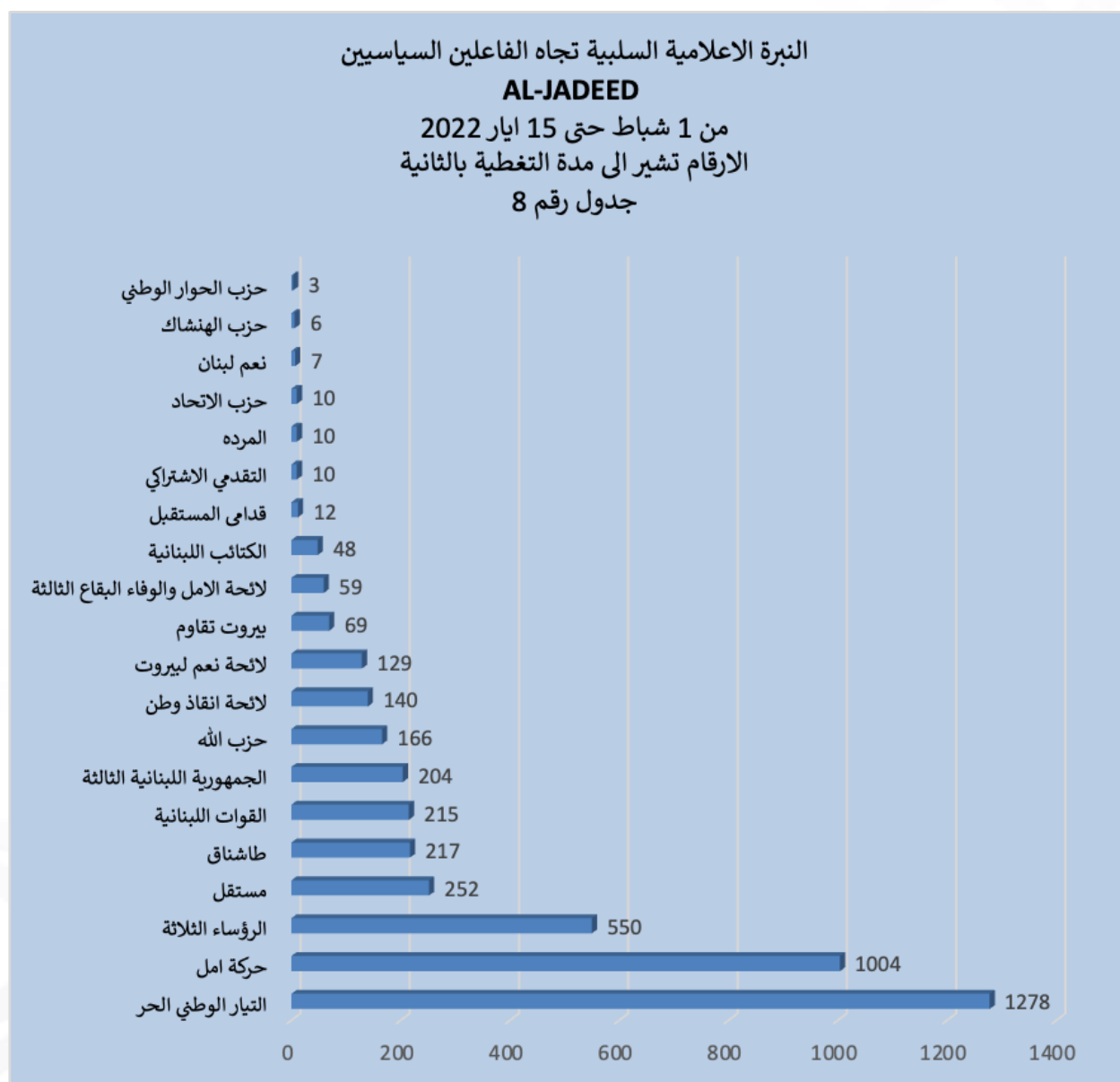
توزيع النبرة الاعلامية السلبية للقنوات التلفزيونية المرصودة في نشرات الاخبار
من 1 شباط حتى 15 ايار 2022
الارقام تشير الى مدة التغطية بالثانية
جدول رقم 7



3-7- توزع النبذة السلبية : المصدر والهدف

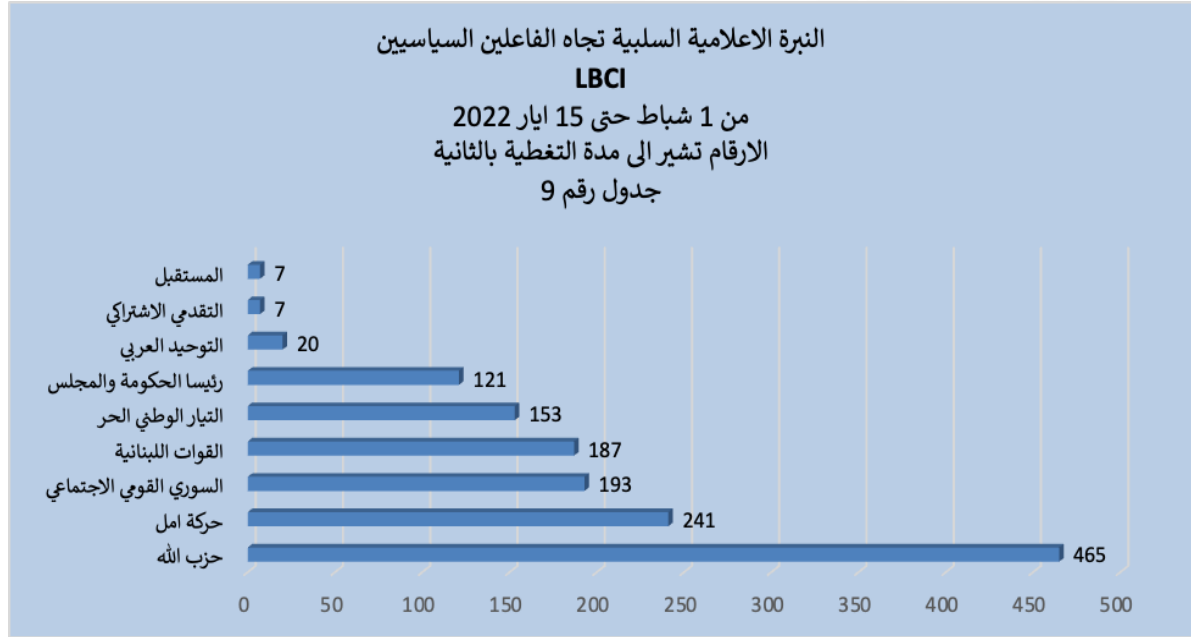
● قناة AL-JADEED:

تبدو النبذة السلبية للتغطيات في قناة AL-JADEED طوال فترة الرصد وفي مختلف البرامج موجهة بشكل رئيسي ضد التيار الوطني الحر (29%)، وحركة أمل (23%)، بدرجة ثالثة ضد الرؤساء الثلاثة الذين يمثلون السلطة (12.5%). يليهم بنسب أقل وتباعا المستقلون، الطاشناق، القوات اللبنانية، الجمهورية اللبنانية الثالثة، حزب الله... (جدول رقم 8).



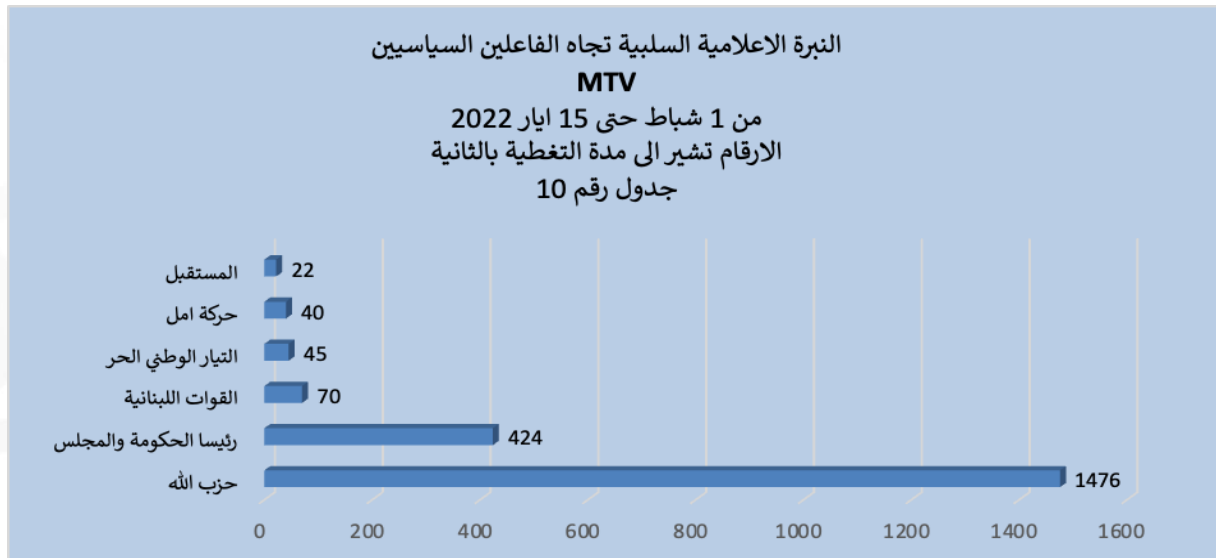
● قناة LBCI

في تغطيات قناة LBCI يبدو المستهدف الأول في التغطيات السلبية حزب الله بنسبة 33%، ثم تباعا حركة أمل بنسبة 17%، الحزب القومي الاجتماعي بنسبة 14%، القوات اللبنانية بنسبة 13%، التيار الوطني الحر 11%، (جدول رقم 9).



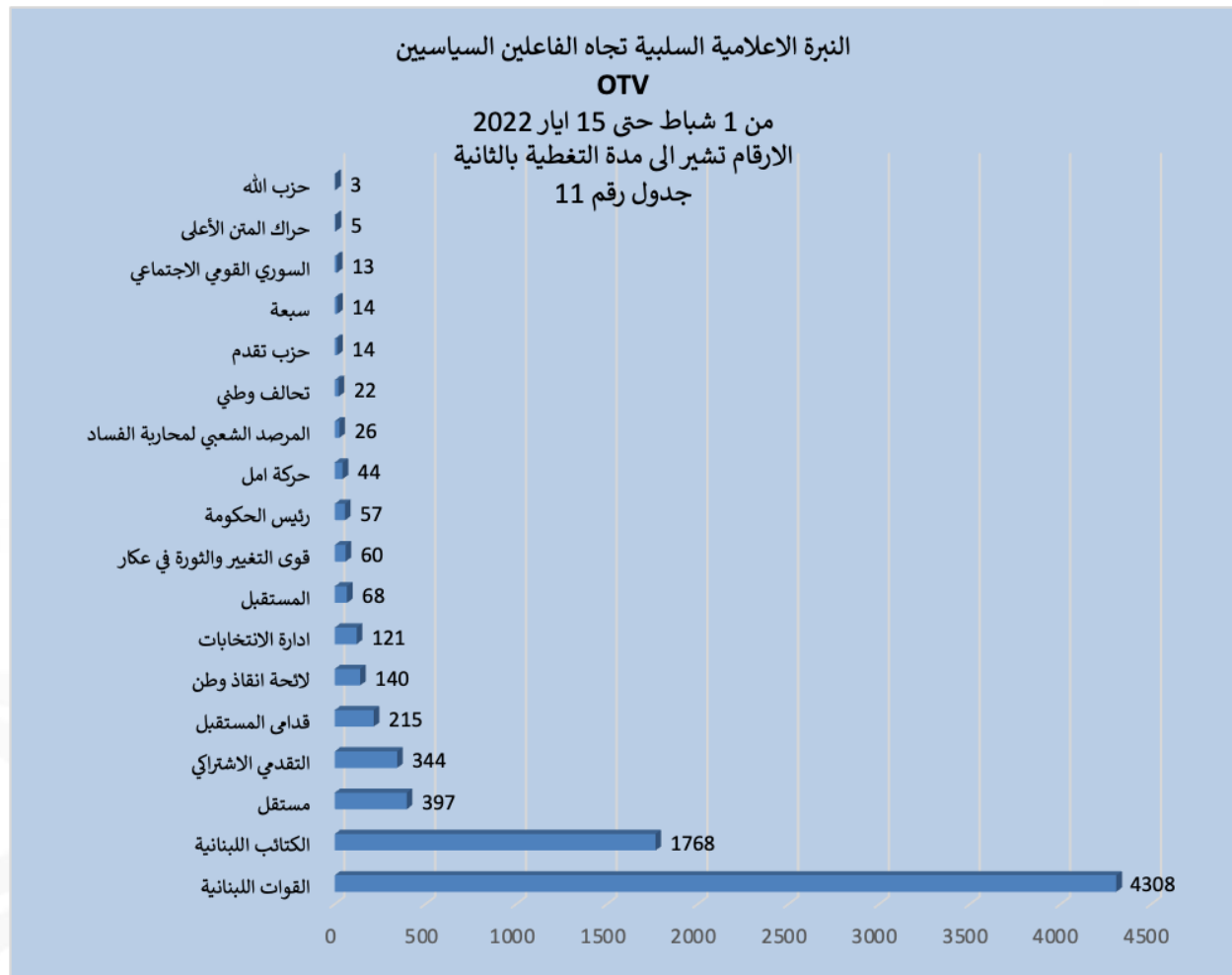
● قناة MTV

في قناة MTV يبدو الخطاب السلبي موجها بشكل طاع ضد حزب الله الذي يستأثر بنسبة 71% من نبرة المحطة السلبية، يليه رئيسا الحكومة والمجلس بنسبة 20%، ثم بنسب ضئيلة جداً القوات اللبنانية (3%) والتيار الوطني الحر (2%).



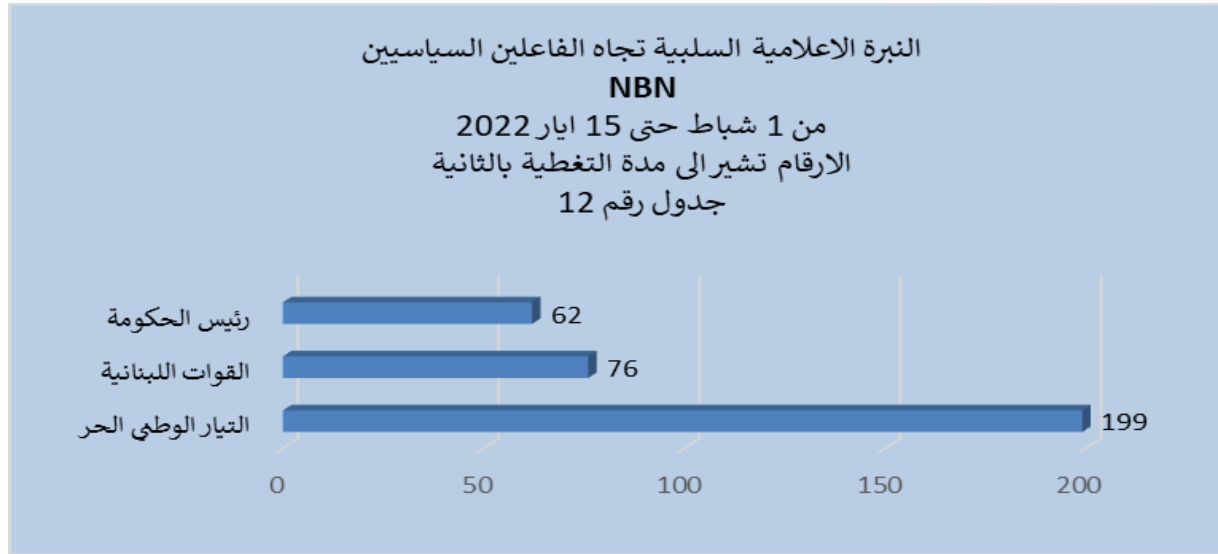
● قناة OTV

محطة OTV التي جاءت الأولى في حجم نبرتها السلبية استهدفت بالدرجة الأولى حزبي القوات اللبنانية والكتائب، فكانت حصة الأول 56% والثاني 23%. وتأتي النبرة ضد أطراف أخرى بنسب ضئيلة: المستقلون: 5%، الحزب التقدمي الاشتراكي 4.5%، قدامى المستقبل: 2.8% (جدول رقم 11).



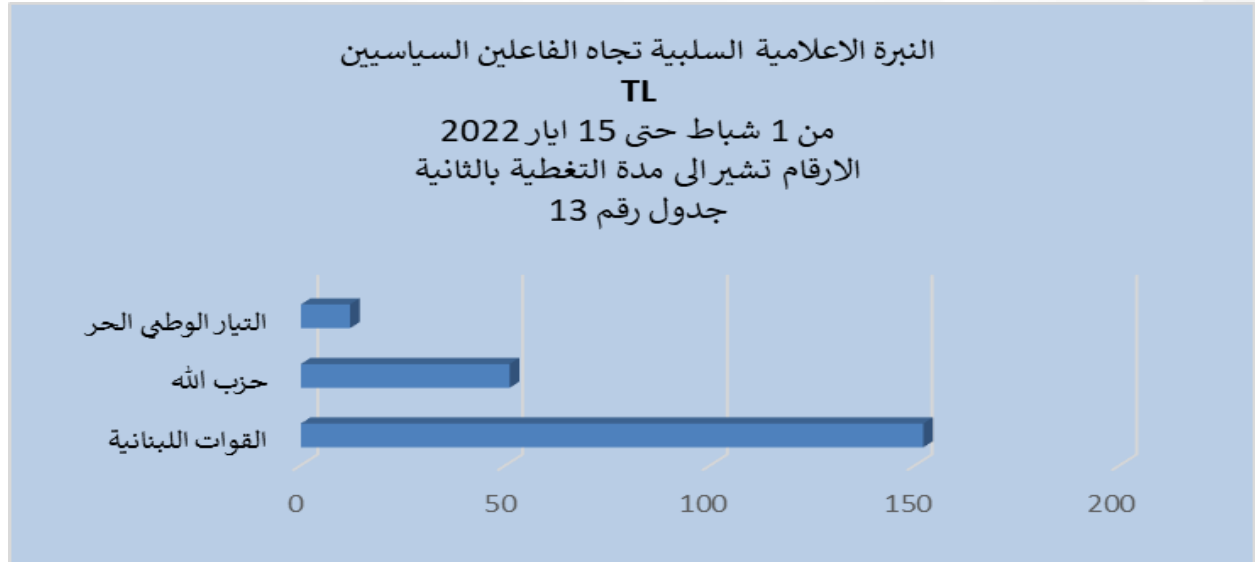
● قناة NBN

في محطة NBN تتوجّه النبذة السلبية بشكل رئيسي ضد التيار الوطني الحر بنسبة 59%، تليه القوات اللبنانية بنسبة 22%، ثم رئيس الحكومة بنسبة 18% (جدول رقم 12).



● قناة TL

الكمية الضئيلة من النبذة السلبية التي حملتها محطة TL توجهت بشكل رئيسي ضد حزب القوات اللبنانية بنسبة 70%، وحزب الله بنسبة 23% وبنسبة هامشية ضد التيار الوطني الحر (جدول رقم 13).



4-7- النبرة السلبية في البرامج السياسية الساخرة

تشكل البرامج السياسية الساخرة منبرا مهماً خلال الحملات الانتخابية لما يمكن أن تتضمنه من انتقادات ومشاهد ساخرة تحمل رسائل سياسية وترويجية.

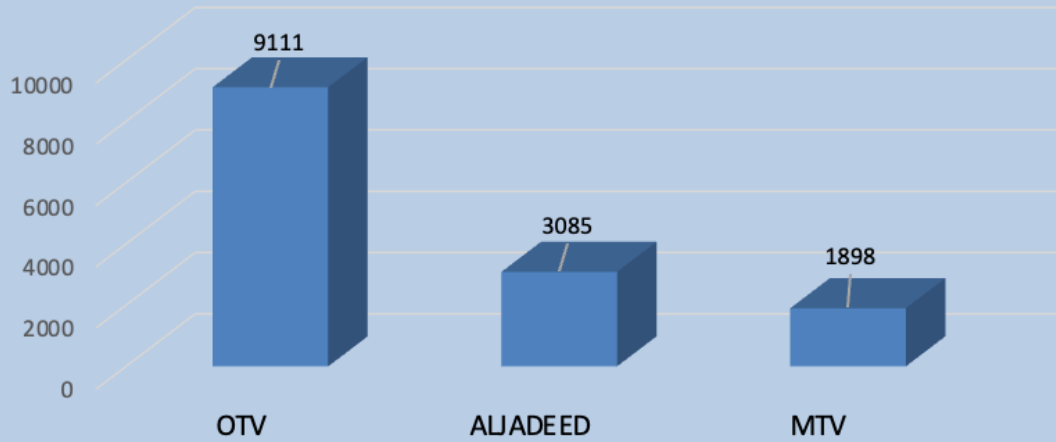
وقد تمّ رصد برامج النقد السياسي الساخرة التي بثتها المحطات خلال الحملة الانتخابية في الفترة الزمنية موضوع الدراسة، وهي البرامج التالية:

- "مأخر بالليل" و"حكي صادق" على MTV،
- "مش قليل" على OTV
- "فشة خلق" على ALJADEED.

وقد تمّ تحليل هذه البرامج وتبويب النبرة السلبية التي تتضمنها في كل من القنوات الثلاث تبعا للمدة الزمنية التي تستغرقها.

ويبيّن الجدول رقم 14 الوقت الذي احتلته النبرة السلبية في كل من القنوات. فجاءت OTV أولا بنسبة كبيرة بلغت حوالي 65% من مجموع النبرة السلبية في هذه البرامج. تلتها ALJADEED بنسبة 22%، ومن بعدها MTV بنسبة 13%.

النبرة السلبية تجاه الفاعلين السياسيين في البرامج السياسية التلفزيونية الساخرة
من 1 شباط حتى 15 ايار 2022
الارقام تشير الى مدة التغطية بالثانية
جدول رقم 14



• البرامج الساخرة على ALJADEED

تتوجّه النبرة السلبية في برنامج "فشة خلق" عبر ALJADEED الى القوات اللبنانية أولاً بنسبة 22%، وفي المرتبة الثانية الى قدامى المستقبل بنسبة 16%، ثم حركة أمل بنسبة 12%، يليها التيار الوطني الحر بنسبة 10%. ثم يتوالى تيار المستقبل وحزب الكتائب والمستقلون بنسبة حوالي 8% لكل منها. فيما ينال رئيس الحكومة نسبة 6.5% وحزب الله نسبة 5% (جدول رقم 15).

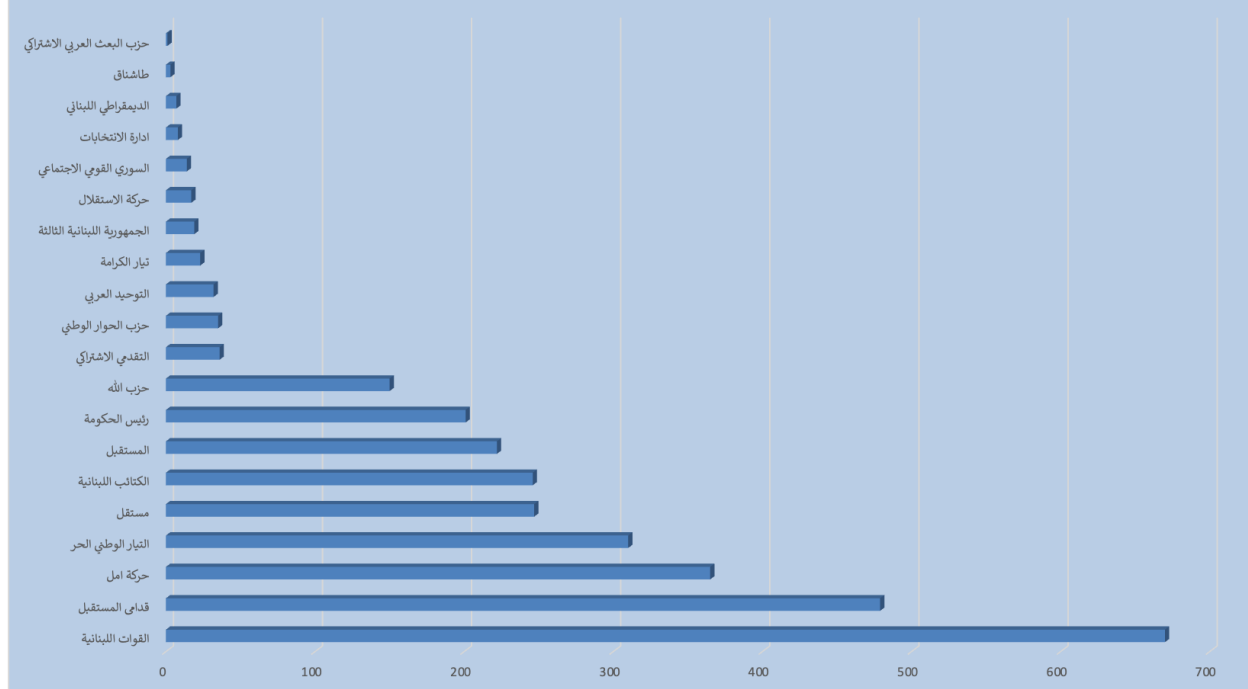
النبرة السلبية تجاه الفاعلين السياسيين في برامج "فشة خلق" على قناة

AL JADEED

من 1 شباط حتى 15 ايار 2022

الارقام تشير الى مدة التغطية بالثانية

جدول رقم 15



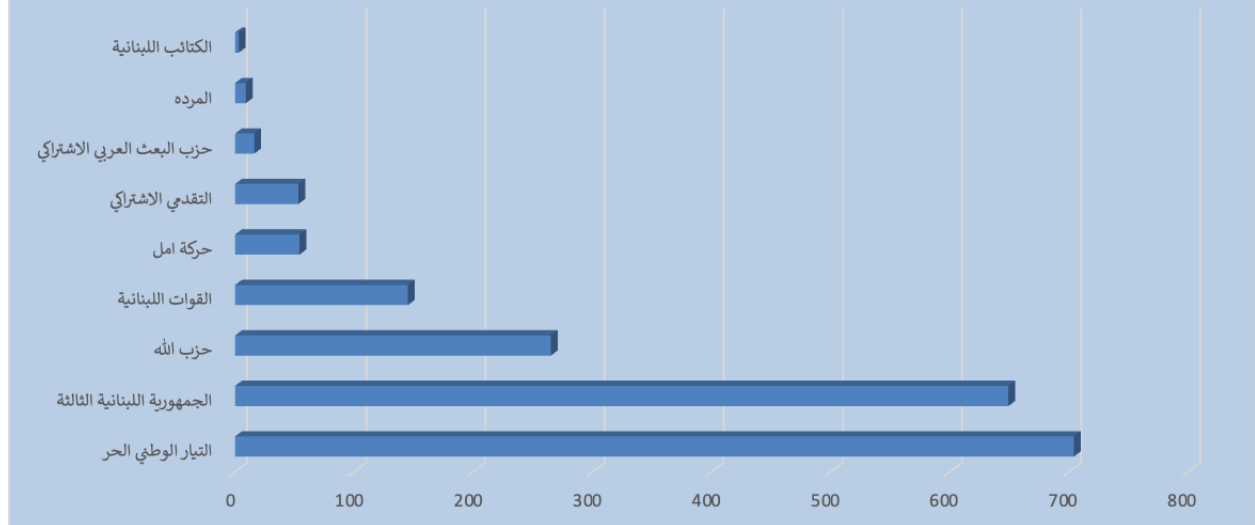
• البرامج الساخرة على MTV

توجّهت النبرة السلبية في برنامجي "حكي صادق" و "مأخّر بالليل" على قناة الـ MTV بشكل أولي باتجاه التيار الوطني الحر و"الجمهورية اللبنانية الثالثة" بنسبة 37% للأول و34% للثاني. تلاهما حزب الله بنسبة 14% ثم القوات اللبنانية بنسبة حوالي 7.5%. حركة أمل والحزب التقدمي الاشتراكي نالا حوالي 3% لكل منهما (جدول رقم 16).

النبرة السلبية تجاه الفاعلين السياسيين في برامجي "حكي صادق" و "مأخر بالليل" على قناة

MTV

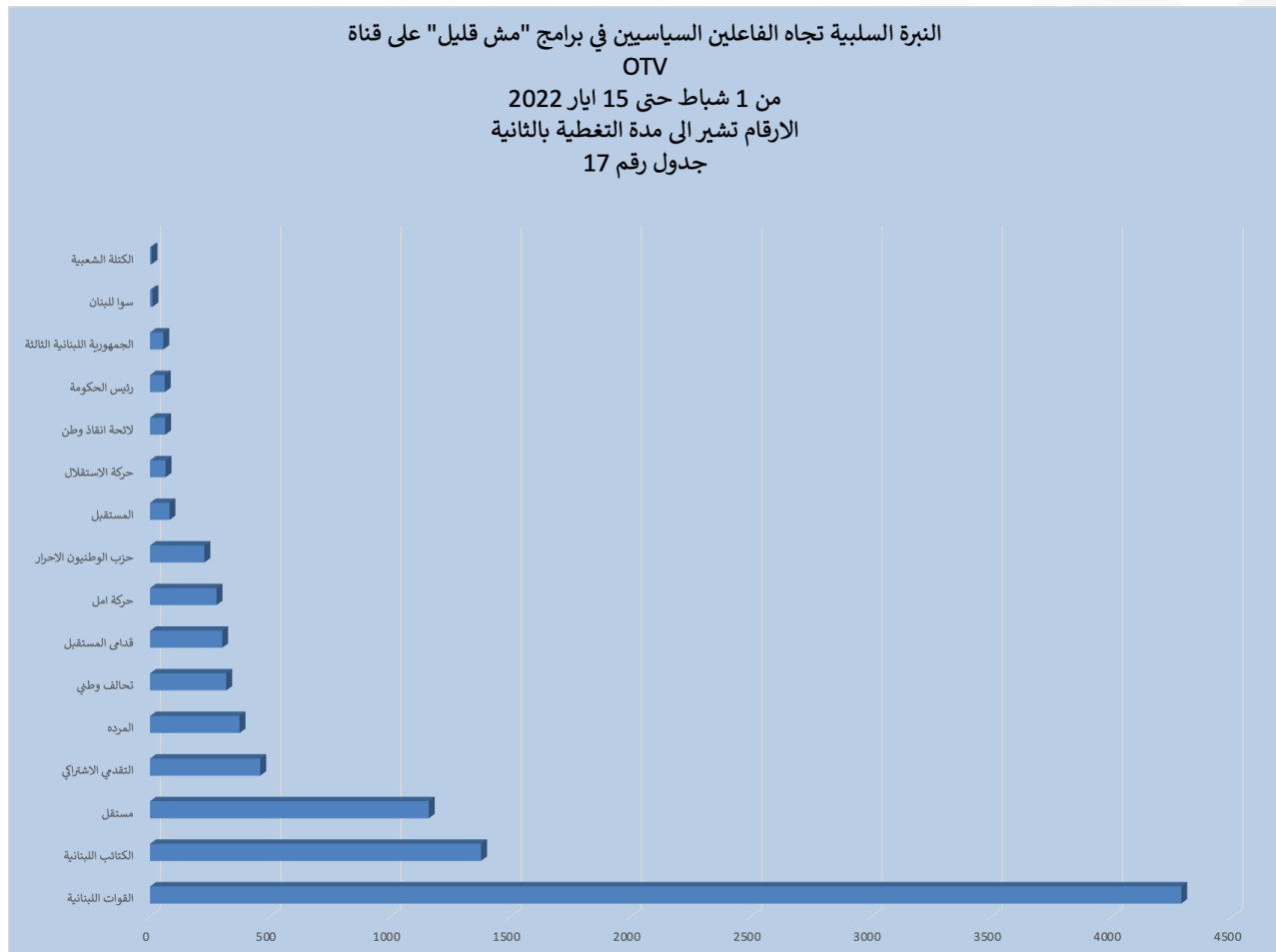
من 1 شباط حتى 15 ايار 2022
الارقام تشير الى مدة التغطية بالثانية
جدول رقم 16



• البرامج الساخرة على OTV

خصّص برنامج "مش قليل" على قناة الـ OTV حوالي نصف نبرته السلبية للقوات اللبنانية (47%). تلاها حزب الكتائب بنسبة 15%، ثم المستقلون بنسبة 13%.

كما طالت النبرة السلبية تباعاً: الحزب التقدمي الاشتراكي، المردة، تحالف وطني، قدامى المستقبل، حركة أمل، وحزب الوطنيون الأحرار بنسب تفاوتت بين 5% و 2.5% (جدول رقم 17).



8- تكافؤ الفرص في الوصول إلى الإعلام الانتخابي

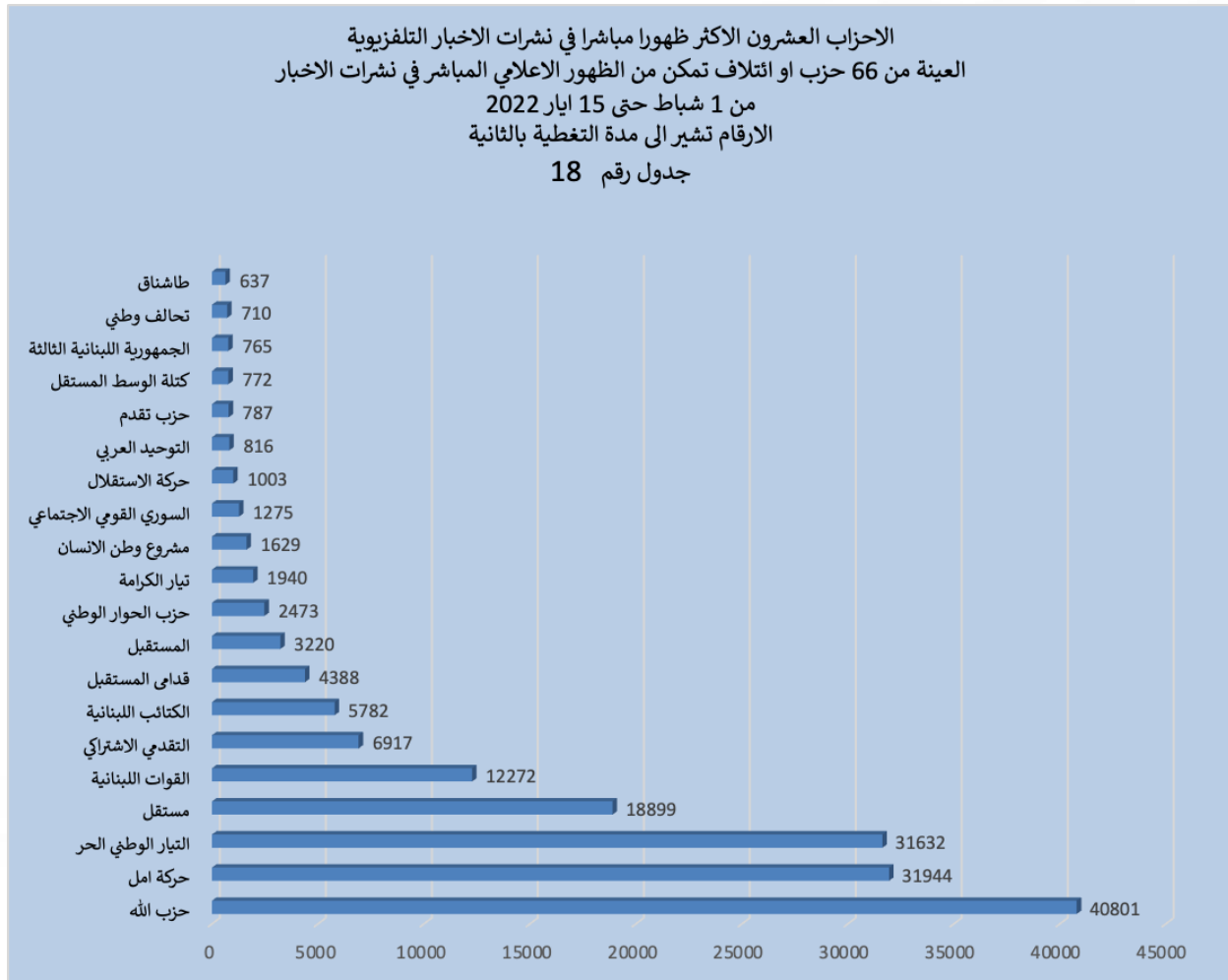
تشكل المحطات التلفزيونية منبرا للأحزاب السياسية والمرشحين للتعريف ببرامجهم والتسويق لطروحاتهم. لذلك فان الظهور التلفزيوني لهذه الأحزاب والمرشحين يزيد من حظوظهم في العملية الانتخابية. من هنا ضرورة تطبيق مبدأ ضمان تكافؤ الفرص في وسائل الاعلام من أجل تمكين كل الاطراف من الوصول الى الناخبين وشرح برامجهم.

8-1- مساحات ظهور الأحزاب والمرشحين في النشرات الاخبارية

رصدت الدراسة مدى الظهور التلفزيوني للأحزاب على الشاشات المحلية منذ 1 شباط حتى تاريخ الاستحقاق في نشرات الاخبار التلفزيونية. وقد بلغت مساحة الوصول المباشر لهذه الأحزاب والانتلافات في النشرات الاخبارية في هذه الفترة 177619 ثانية (حوالي 49.33 ساعة).

وقد تمّ رصد 66 حزبا او ائتلافا يعرض الجدول رقم 18 أبرزها انطلاقا من حجم التغطية التي حصلت عليها⁴. وقد تقدّمتها حزب الله وتلاه مباشرة حركة أمل والتيار الوطني الحر. كما جاء المستقلون بعد ذلك أمام القوات اللبنانية والحزب الاشتراكي والكتائب. وتسمية "المستقلون" تشمل عشرات الافراد والناشطين غير المنتمين الى أحزاب سياسية.

ويبيّن الجدول رقم 18 الفوارق الكبيرة بين الأحزاب في حجم الوقت الذي حصلت عليه في تغطيات النشرات التلفزيونية.



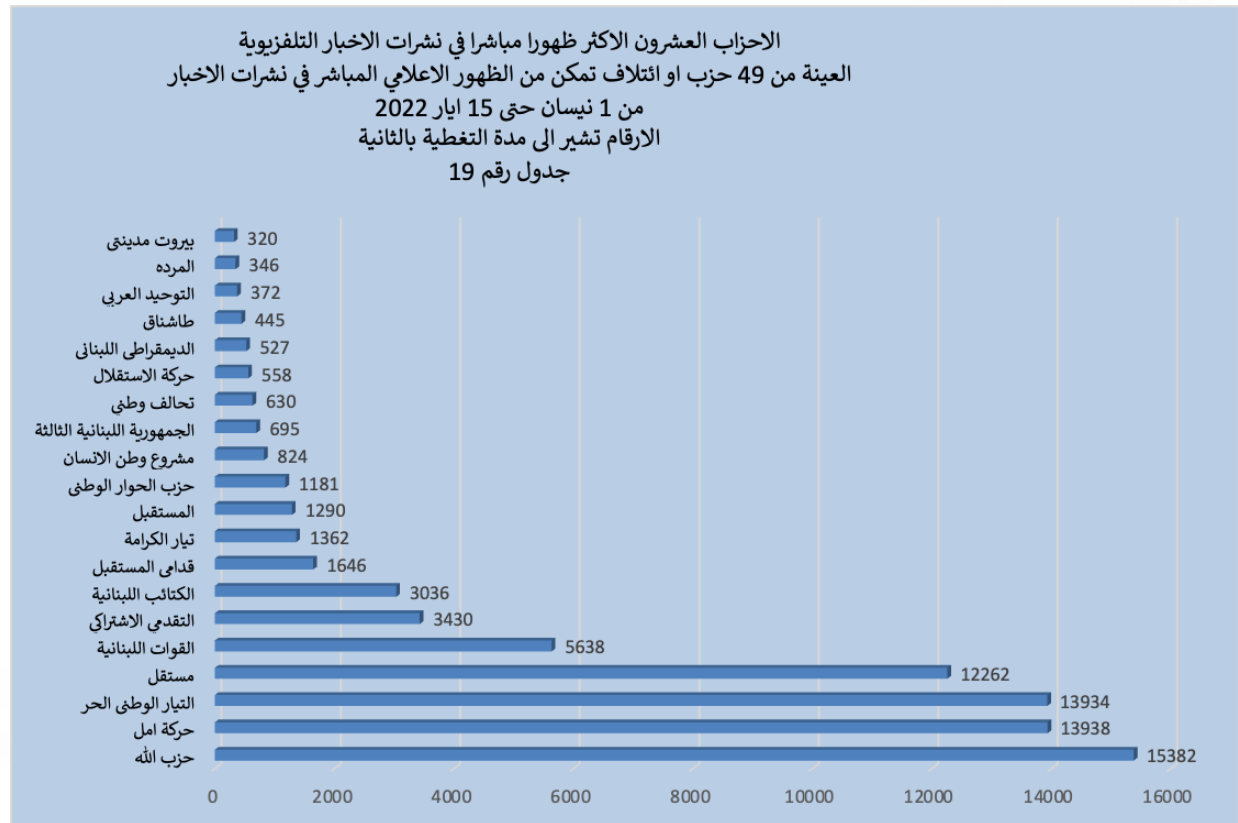
8-2- الأحزاب العشرة الأكثر ظهورا في نشرات الاخبار من 1 نيسان حتى 15 أيار

⁴ يمكن العودة الى ملحق رقم 1: جدول الظهور المباشر للأحزاب في النشرات التلفزيونية من 1 شباط -15 أيار، وبلغ العدد 67 حزبا حصلوا على الظهور المباشر في نشرات الاخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 أيار.

اهتمت الدراسة برصد حجم التغطيات التي نالتها الأحزاب في الأسابيع الستة الأخيرة قبل الانتخابات. فرصدت الأحزاب العشرين التي حصلت على التغطية الأعلى في هذه الفترة. وقد بلغت مساحة الوصول المباشر للأحزاب والائتلافات في هذه الفترة 81272 ثانية (22.57 ساعة).

لكن تبين أن تراتبيتها جاءت شبيهة بتغطيات مجموع الفترة المرصودة أي من 1 شباط حتى 15 أيار: حزب الله (19%)، حركة أمل (17%)، التيار الوطني الحر (17%)، المستقلون (15%)، القوات اللبنانية (7%)، التقدمي الاشتراكي (4%)، الكتائب (3.75%)، قدامى المستقبل (2%)، تيار الكرامة (1.68%)، المستقبل (1.59%)، حزب الحوار الوطني (1.45%).... (جدول رقم 19).⁵

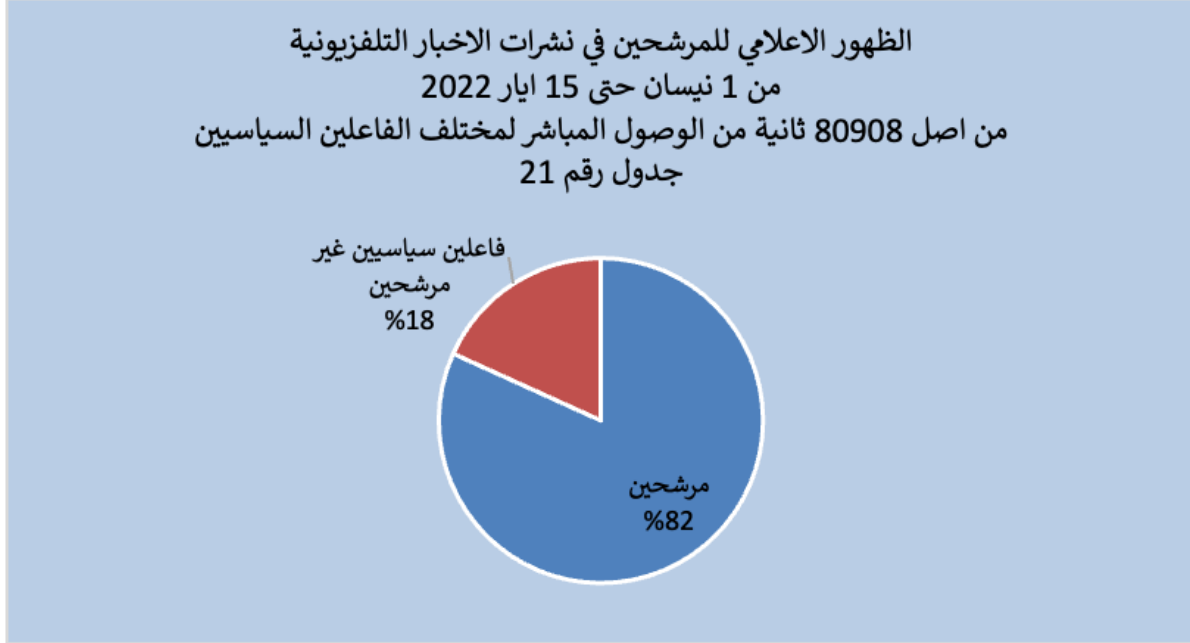
يذكر انه تم احتساب الظهور التلفزيوني للأمين العام لحزب الله حسن نصرالله من ضمن الظهور لحزب الله.



⁵ يمكن العودة الى ملحق رقم 2 : جدول الظهور المباشر للأحزاب في النشرات التلفزيونية من 1 نيسان-15 أيار. أما الملحق رقم 3 فهو جدول ظهور الأحزاب في النشرات الاخبارية تبعا للقنوات التلفزيونية.

8-3- المساحات المخصصة للمرشحين في نشرات الاخبار

بلغت نسبة الوصول المباشر للمرشحين في نشرات الاخبار من 1 نيسان حتى 15 ايار 66145 ثانية من اصل 80908 ثانية من الوصول المباشر لمختلف الفاعلين السياسيين من مرشحين وغير مرشحين. أي أن حوالي 82% من المتحدثين في نشرات الاخبار عن الفترة الزمنية التي سبقت موعد الانتخابات بحوالي شهر ونص هم من المرشحين مقابل 18% من الفاعلين السياسيين من غير المرشحين (جدول رقم 20).



8-4- المرشحين الأكثر ظهورا في نشرات الاخبار

تمّ تعداد المرشحين الـ 30 من الذين نالوا اكبر نسبة ظهور مباشر في نشرات الاخبار من 1 نيسان حتى 15 أيار (جدول رقم 21). ويتبيّن من الجدول أن رئيس التيار الوطني الحر كان الأكثر حضورا على المحطات التلفزيونية في نشرات الأخبار وبلغت نسبة حضوره حوالي 13% من مجموع حضور المرشحين. تلاه محمد رعد بنسبة 4.52%، ثم نبيه بري بنسبة 3.85%، وإيلي الفرزلي بنسبة 3.29%، ابراهيم كنعان بنسبة 3.16%، هاني قببسي بنسبة 2.73%، جورج عدوان بنسبة 2.50%، يليهم بنسب متقاربة كل من علي حسن خليل، حسن فضل الله، سامي الجميل، فيصل كرامي، تيمور جنبلاط⁶.

⁶ يمكن العودة الى ملحق رقم 4 للاطلاع على ظهور جميع المرشحين في النشرات الاخبارية تبعا للقنوات التلفزيونية.

جدول رقم 21 (المرشحون الـ30 الذين نالوا أكبر نسبة ظهور مباشر في نشرات الاخبار
من 1 نيسان حتى 15 أيار)

اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
جبران باسيل	844	272	948	259	263	5980	319	8885
محمد رعد	776	1271	373	45	213	0	316	2994
نبيه بري	267	177	160		1523	69	354	2550
ايلي فرزلي	264	173	120	66	990	328	256	2197
ابراهيم كنعان	811	167	114		58	889	57	2096
هاني قبيسي	366	237			1142		61	1806
جورج عدوان	705	320	196	177	78	64	114	1654
علي حسن خليل	59	110	106		1284		69	1628
حسن فضل الله	540	498	215	108	180		50	1591
سامي الجميل	713		482	186			61	1442
فيصل كرامي	836	118	408					1362
تيمور جنبلاط	375	26	402	242	83		99	1227
حسين الحاج حسن	274	641	87		210			1212
فؤاد مخزومي	632		359	156			34	1181
غياث يزبك				1116				1116
وائل ابو فاعور	613	20	205				115	953
نديم الجميل	401		329	143		0	73	946
غازي زعتر	174				652		94	920
قيلان قبلان					777		69	846
عناية عز الدين	61				589		113	763

فريد البستاني	40		100		22	550		712
عمر حرفوش	630			65			0	695
نعمت افرام	475		189	26				690
فارس سعيد	285		333	71				689
حسن عز الدين		598	58		32		0	688
جورج عقيص			92	280	78	49	132	631
علي المقداد		591						591
ناصر جابر		71			510			581
نصري لحد						580		580
ميشال معوض	142	40	227	116			33	558

9- مساحات ظهور الأحزاب والمرشحين في برامج الحوار

بلغ مجموع البرامج الحوارية التلفزيونية منذ بدء فترة الرصد 58 برنامجا مختلفا من حوار سياسي واجتماعي وساخر وترفيهي أو مخصص للانتخابات يعرضها الجدول رقم 22. وقد تم تحليل هذه البرامج لتحديد نسب بثها، ضيوفها وخطابها.

جدول رقم 22

Al-Jadeed	هلق شو	LBCI	عشرين 30	MTV	صار الوقت	OTV	ضروري نحكي
Al-Jadeed	الحدث	LBCI	صوت الناس	MTV	بيروت اليوم	OTV	رح نبقي سوا
Al-Jadeed	هنا بيروت	LBCI	نهاركم سعيد	MTV	مأخر بالليل	OTV	حوار اليوم
Al-Jadeed	عالبرنامج	LBCI	سؤال انتخابي	MTV	نبض بيروت	OTV	بدلوماسية
Al-Jadeed	فشة خلق	LBCI	خمسين خمسين	MTV	برنامجك	OTV	نبض بيروت
Al-Jadeed	بتفرق ع وطن	LBCI	حوار المرحلة	MTV	حديث البلد	OTV	عالمكتشوف
TL	لبنان اليوم	LBCI	في Male	MTV	حكي صادق	OTV	مش قليل
TL	مع وليد عبود	LBCI	راس براس	MTV	مشروع دولة	OTV	ساعة الحقيقة
AL-Manar	حديث الساعة	LBCI	elections 2022	MTV	باسم الشعب	OTV	man to man
AL-Manar	مع الحدث	LBCI	نص المزح جد	MTV	alive	OTV	Agenda
AL-Manar	نهار جديد	LBCI	ورطة	MTV	مش بليلة وضحاها	NBN	السلطة الرابعة
AL-Manar	بانوراما اليوم	LBCI	لهون وبس	MTV	40	NBN	السياسة اليوم
AL-Manar	الفساد والقضاء	LBCI	ب 30 دقيقة	MTV	حكي صادق	NBN	تسعون دقيقة
AL-Manar	اشراقات	LBCI	اخر كلمة	MTV	تعا ننسى	NBN	اخر كلام
				MTV	بصفتك مين	NBN	نحو البرلمان

9-1- حصص المحطات في البرامج الحوارية

بلغت المساحة العامة التي نالها المرشحون من 1 شباط حتى 15 ايار من خلال البرامج الحوارية المختلفة 1484510 ثانية بث (حوالي 412 ساعة بث)⁷ وتوزعت بين القنوات التلفزيونية على الشكل التالي:

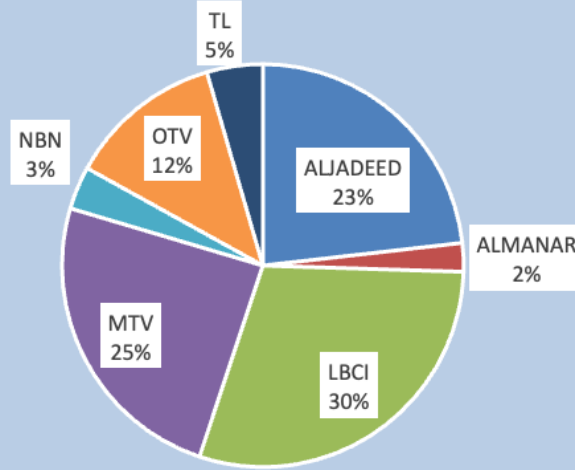
LBCI و MTV و ALJADEED جاءت أمام المحطات الأخرى بحجم الوقت الذي خصصته لظهور المرشحين في برامجها الحوارية، وجاءت نسبها تباعا كالاتي: 30%، و 25%، و 23%.

تقابلها بحجم متدن كل من ALMANAR و NBN و TL بنسب جاءت تباعا: 2%، و 3%، و 5%.

وتأتي محطة OTV بين الفئتين بنسبة وسطية بلغت 12% (جدول رقم 23).

⁷ - لم يتم احتساب البرامج التي اعيد بثها، الاحتساب شمل البث الأول فقط.

توزيع ظهور المرشحين في البرامج الحوارية التلفزيونية المرصودة
العينة من 1484510 ثانية
من 1 شباط حتى 15 ايار
جدول 23



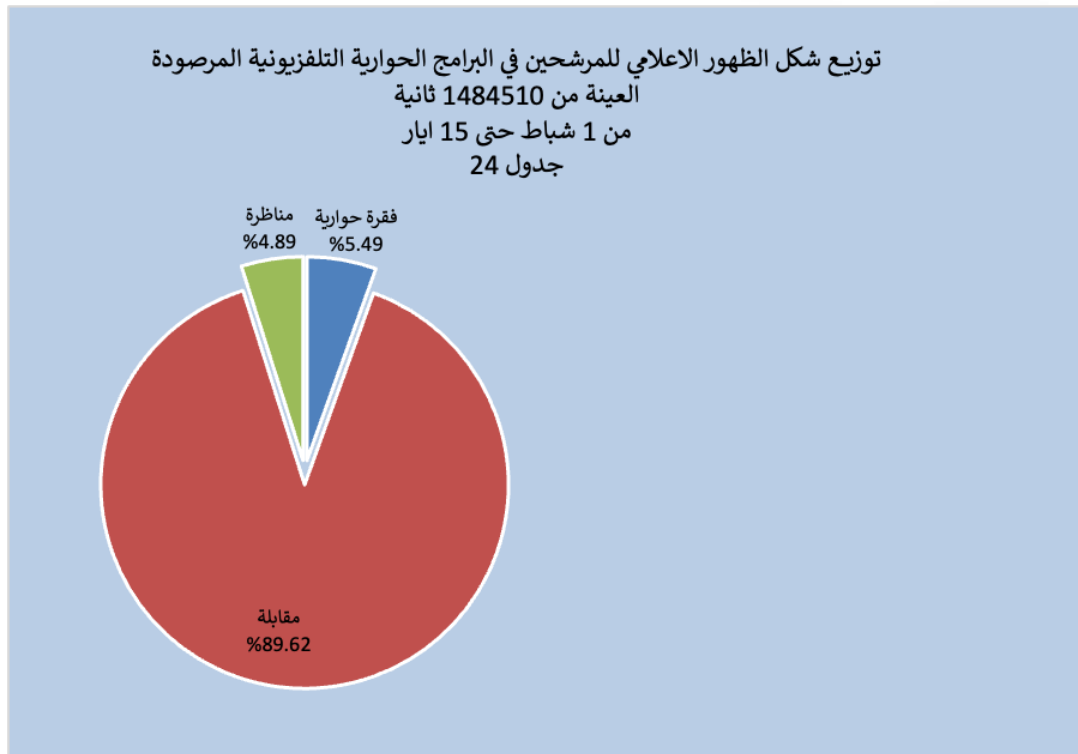
وبمقارنة الأشهر ببعضها فقد كانت نسب هذه البرامج كالآتي:

- خلال شهري شباط وآذار: 109 ساعات،
 - خلال شهر نيسان: 172 ساعة،
 - خلال الأسبوعين الأخيرين من أيار: 131 ساعة.
- وهذا يبين التغطية التصاعدية للقنوات مع اقتراب الاستحقاق.

9-2- أشكال البرامج الحوارية

تنوّعت البرامج الحوارية بين مقابلة، فقرة حوارية ومناظرة. وقد بلغ مجموع هذه البرامج 1484510 ثانية (حوالي 412 ساعة). وقد جاءت في حوالي 89% منها على شكل مقابلات، في مقابل حوالي 5.49% فقرات حوارية و4.89% مناظرة (جدول رقم 24).

فقرة حوارية	81465
مقابلة	1330481
مناظرة	72564
المجموع العام	1484510



9-3- حصص المرشحين في البرامج الحوارية

لم يتساو المرشحون في ظهورهم في البرامج الحوارية، لا بل كانت الفوارق بينهم كبيرة جداً. ويرصد الجدول رقم 25 المرشحين الـ 35 من الذين نالوا أكبر نسبة ظهور مباشر في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار. وقد جاء سامي الجميل في المرتبة الأولى يليه كل من فؤاد مخزومي، جبران باسيل، فريد البستاني، سليم الصايغ وعمر حروفش⁸.

⁸ يمكن العودة الى الملحق رقم 5 للاطلاع على نسب ظهور جميع المرشحين في البرامج الحوارية في المحطات المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار

جدول رقم 25

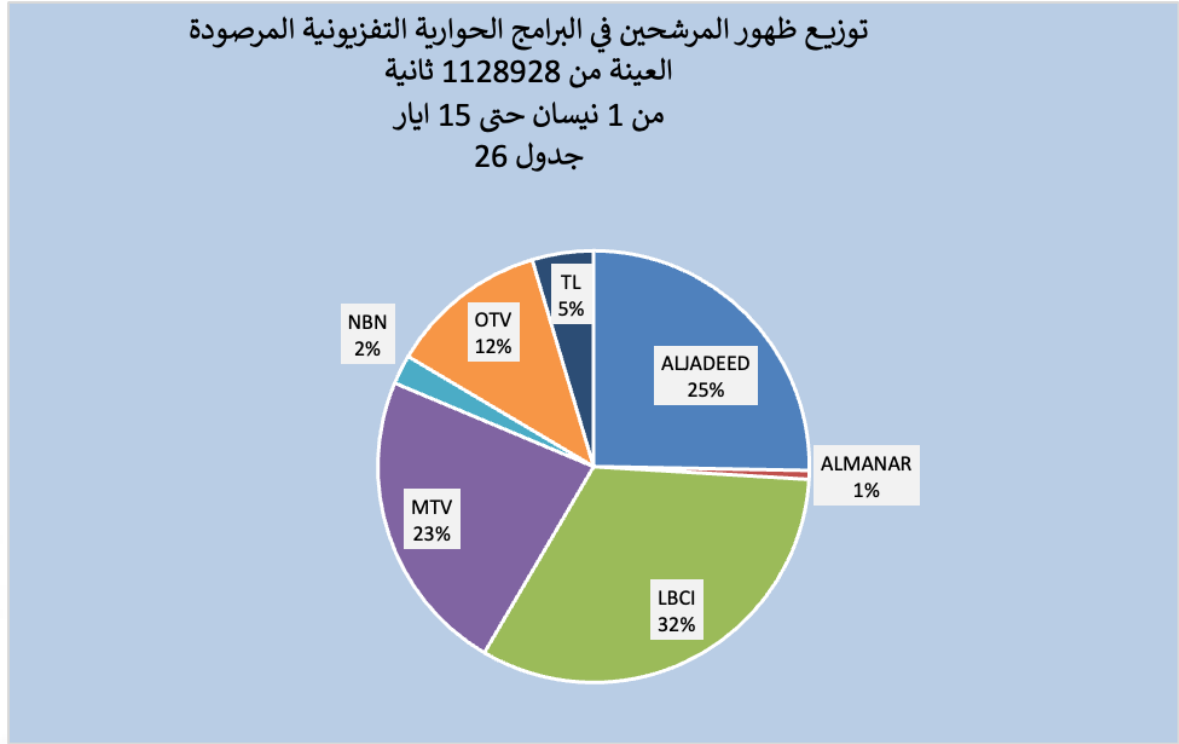
المرشحون الـ 35 الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى 15 أيار								
اسم المرشح	ALJADE ED	ALMAN AR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
سامي الجميل	3756		23366	47				27169
فؤاد مخزومي	11666		8434	4971				25071
جبران باسيل			12629			12006		24635
فريد البستاني			8464	2940	5662	7501		24567
سليم الصايغ	3351		12363		835	3545	2482	22576
عمر حروفش	7014			11132		2760		20906
سليمان فرنجية	4683		5996	7757				18436
فارس سعيد	10551		6384	1036				17971
الياس حنكش	1658		7202	5851	840		1864	17415
بولا يعقوبيان	7892		5009	4449				17350
الياس ابو صعب	480		4080	3419		8948		16927
إبراهيم كنعان	4804		3971	3758		3890		16423
مصطفى علوش	2914		10627	2220				15761
عبد الرحمن البزري	9016		6239					15255
وانل ابو فاعور	4366		10349					14715
مجد حرب			8656	5892				14548
ميشال حلو	5871		3331	1387			3207	13796

نعمت افرام	3264		2193	5270			3030	13757
جوزفين زغيب			6591	4199		2782		13572
وئام وهاب	9632					3750		13382
فيصل الصايغ	7112		2366			3721		13199
ميثال معوض			7269	5854				13123
ادي معلوف	703				4785	6948		12436
فريد الخازن			3138	7980	1186			12304
خليل الحلو			8197	1200			2479	11876
ادغار طرابلسي	717		1190			9838		11745
مارك ضو	6285		4204	1140				11629
مازن شبارو	3407		4321	3737				11465
امير المقداد	3563		2065	2882			2773	11283
جورج شهوان			3818	2905	600	3932		11255
بلال عبدالله	5523		3330		1375	523		10751
حسن كشلي	3982		2056	4055				10093
سمير صليبا	1387		2634	6054				10075
وضاح صادق	7888			2062				9950
بيار بو عاصي				7150			2626	9776

9-4- حصص القنوات في البرامج الحوارية في الأسابيع الستة الأخيرة

بلغت المساحة العامة التي خصصتها القنوات بين 1 نيسان و 15 أيار لاستضافة مرشحين من خلال البرامج الحوارية المختلفة 1128928 ثانية بث (حوالي 313 ساعة). وبيّن الجدول 26 مدى انخراط المحطات التلفزيونية بالمعركة الانتخابية ومدى الوقت الذي خصصته للمرشحين في الأسابيع الستة الأخيرة التي سبقت الانتخابات.

وقد بقيت نسب محطات ALJADEED و LBCI و MTV عالية جدا قياسا الى المحطات الأخرى، فيما حافظت محطتا OTV و TL على النسبة ذاتها (12% و 5%). الملفت هو تراجع محطتي ALMANAR و NBN تباعا الى 1% و 2% وهو أمر ملفت في أجواء الحملات الانتخابية.



9-5- ظهور المرشحين في البرامج الحوارية في الأسابيع الست الأخيرة

بيّن الجدول رقم 27 ظهور المرشحين ال 35 الذين حظوا بالنسبة الأعلى من الظهور على المحطات ابتداء من 1 نيسان حتى 15 أيار. وهنا أيضا ملفت ان تكون محطة ALMANAR لم تستضيف أحدا من المرشحين، فيما استضافت محطة NBN ثلاثة فقط منهم وهم: فريد البستاني، جورج شهبان وأدي معلوف. فيما محطة TL استضافت مرشحين اثنين: زياد عقل وميشال حلو.

وهنا أيضا يتبين أن القنوات التلفزيونية الأربع التي فتحت هواءها للمرشحين بنسب عالية هي: LBCI و ALJADEED و MTV و OTV. وفيما يلي لائحة المرشحين الـ 35 الأعلى حضورا تبعا لحجم وقت ظهورهم على المحطات في البرامج الحوارية خلال الأسابيع الستة قبل الانتخابات⁹.

جدول رقم 27

المرشحون الـ 35 الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية من 1 نيسان حتى 15 أيار								
اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
فؤاد مخزومي	7429		8434	4971				20834
فريد البستاني			8464	2940	4590	3651		19645
جبران باسيل			12629			4120		16749
ابراهيم كنعان	4804		3971	3758		3890		16423
سليم الصايغ	3351		8706			3545		15602
عبد الرحمن البزري	9016		6239					15255
سامي الجميل	3756		11242					14998
وائل ابو فاعور	4366		10349					14715
بولا يعقوبيان	3606		5009	4449				13064
الياس ابو صعب				3052		8948		12000
فارس سعيد	8541		3279					11820
ادي معلوف	703				3845	6948		11496
مازن شبّارو	3407		4321	3737				11465
جورج شهبان			3818	2905	600	3932		11255

⁹ - تضمنت الجداول نسب عدد محدد من المرشحين الذين حصلوا على نسب عالية أو معتبرة مؤثرة. ويمكن العودة إلى اللوائح الكاملة للمرشحين ونسبهم في ملاحق الدراسة.

سليمان فرنجية	4683		5996					10679
ميشال معوض			4764	5854				10618
عمر حرفوش	4648			5867				10515
جوزفين زغيب			3471	4199		2782		10452
الياس حنكش			7202	3054				10256
حسن كشلي	3982		2056	4055				10093
سمير صليبيا	1387		2634	6054				10075
زياد عقل	2331					3085	4351	9767
وئام وهاب	9632							9632
ميريم سكاف	6447			3174				9621
فيصل الصايغ	7112		2366					9478
مروان حمادة	4962		2308	2160				9430
علي وهبي	5110		4077					9187
بشرى الخليل			1402			7752		9154
كريم شبقلو	3262		2139	3737				9138
ميشال حلو	2271		2130	1387			3207	8995
سمعان بو فاضل	719		2577	5610				8906
نبيل نجا	3329		2523	2940				8792
نعمت افرام	3264			5270				8534
سليم هاني	1556		2075	2650		2245		8526
حسن خليل						8478		8478

9-6- ظهور المرشحين في البرامج الحوارية في وقت الذروة

- من 1 نيسان الى 15 أيار

لا يتساوى وقت الظهور الإعلامي على القنوات أهمية، إذ ان نسب المشاهدة تختلف باختلاف وقت البث. والمعروف أن "وقت الذروة" في مشاهدة القنوات التلفزيونية تبدأ مساء خصوصا مع نشرة الاخبار المسائية وتمتد طوال "السهرة". لذلك تعتبر هذه الأوقات "وقت الذروة" في نسب أعداد وجود المشاهدين أمام الشاشات، لذلك هي بمثابة التوقيت الثمين. ويبدو مفيدا احتسابها بشكل مستقل.

يعرض الجدول 28 أسماء المرشحين الـ 40 من الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 نيسان حتى 15 أيار، ويتقدمهم كل من فؤاد مخزومي، سامي الجميل، جبران باسيل وبولا يعقوبيان¹⁰.

جدول رقم 28

المرشحون الـ 40 الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 نيسان حتى 15 أيار							
اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	المجموع العام
فؤاد مخزومي	3505		8434	4971			16910
سامي الجميل	3756		11242				14998
جبران باسيل			9501			4120	13621
بولا يعقوبيان	3606		5009	4449			13064
وائل ابو فاعور	4366		8284				12650
الياس ابو صعب				3052		8948	12000
فارس سعيد	8541		3279				11820
سليمان فرنجية	4683		5996				10679
ميشال معوض			4764	5854			10618
ابراهيم كنعان	4804			1658		3890	10352

¹⁰ يمكن العودة الى الملحق رقم 6 : جدول ظهور المرشحين في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 نيسان حتى 15 أيار

ميريم سكاف	6447			3174			9621
وئام وهاب	9357						9357
عبد الرحمن البزري	5085		3837				8922
نعمت افرام	3264			5270			8534
حسن خليل						8478	8478
فريد البستاني			3046			3651	6697
جورج عدوان	3285			3314			6599
سيزار ابي خليل						6583	6583
مجد حرب			3858	2280			6138
سليم الصايغ			1757			3545	5302
غسان عطا الله	1298					3950	5248
مروان حمادة	4962						4962
سيمون ابي رميا				1800		3152	4952
محمد رعد		4800					4800
ادي معلوف	703					3995	4698
نبيل بدر	4645						4645
جورج شهوان					600	3932	4532
اسما اندراوس	1391		3135				4526
بشرى الخليل						4422	4422
علي وهبي	2303		1896				4199
نجاة صليبيا	1436		1944	694			4074

مارك ضو	1825		995	1140			3960
ليال بو موسى	2079		1210	660			3949
فادي ابو رحال						3865	3865
اسعد درغام						3715	3715
رازي الحاج	672					3041	3713
علي نور						3642	3642
حليمة قعقور			3622				3622
نصري لحد						3525	3525
مازن شبارو	3407						3407

9-7- ظهور المرشحين ابتداء من 1 أيار

في الأسبوعين الأخيرين قبل الانتخابات ترتفع حرارة الأجواء السياسية ويسعى المرشحون الى تفعيل تواصلهم مع الناخبين، كما أن الناخبين أنفسهم بدأوا يولون اهتماما أكبر للعملية الانتخابية التي اقتررب موعدها. لذلك يكتسي هذان الاسبوعان اهتماما خاصا على صعيد التسويق السياسي.

يبين الجدول رقم 29 نسب ظهور المرشحين الـ 50 من الذين نالوا أكبر نسبة ظهور مباشر في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية المرصودة من 1 أيار حتى 15 أيار (جدول 30)

جدول رقم 29

المرشحون الـ 50 الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية من 1 أيار حتى 15 أيار							
اسم المرشح	ALJADEED	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
ابراهيم كنعان	4804	3971	2100		3890		14765
سامي الجميل		11242					11242
سليمان فرنجية	4683	5996					10679
فؤاد مخزومي	7429	2932					10361
فريد البستاني		7322	2940				10262

جبران باسيل		5209			4120		9329
الياس ابو صعب					8948		8948
سليم الصايغ		5011			3545		8556
بولا يعقوبيان	3606	3572					7178
ميشال فلاح	4023		1761				5784
مازن شبارو	3407		2297				5704
وضاح صادق	3210		2062				5272
ندی بستاني		2988			2064		5052
زياد عقل					3085	1860	4945
ميشال معوض		4764					4764
ماجد دمشقية	3368		1110				4478
حسن عز الدين				4446			4446
رندا عيود				956	3440		4396
يوسف ملحم الفخري			1369			3022	4391
وئام وهاب	4296						4296
ايمان طيارة	1415	2781					4196
سمير صليبيا	1387		2765				4152
هادي ابو الحسن		4109					4109
نبيل نجا	2583		1500				4083
وائل ابو فاعور		4042					4042
رياض الاسعد	1625	2356					3981

زياد اسود					3954		3954
واصف الحركة	3876						3876
فادي ابو رحال					3865		3865
سليم هاني	1556				2245		3801
اسعد درغام					3715		3715
طوني متى					3687		3687
اسامة سعد	3626						3626
حليمة قعقور		3622					3622
ارا بارداجيان		3600					3600
فارس سعيد	3600						3600
فيصل الصايغ	3593						3593
عيد عازار	771	2757					3528
نصري لحد					3525		3525
سمير الحلبي			3486				3486
غسان كرم					3440		3440
سعد الدين الخطيب		2265	1140				3405
خالد قباني	3389						3389
بشرى خليل					3330		3330
فيرينا العميل		2219	1105				3324
جورج عدوان	3285						3285
مالك مولوي		396	2880				3276

علي مراد	2785	481					3266
الشيخ عباس الجوهري			3265				3265
سمعان بو فاضل			3246				3246

9-8- ظهور المرشحين في الأسبوعين الأخيرين وقت الذروة

يبين الجدول رقم 30 المرشحين الـ60 من الذين نالوا أكبر نسبة ظهور في البرامج الحوارية في وقت الذروة في الأسبوعين الأخيرين قبل الانتخابات (من 1 أيار حتى 15 أيار). ويبدو المتقدمون في اللائحة: سامي الجميل، سليمان فرنجيه، الياس أبو صعب، إبراهيم كنعان وجبران باسيل.

جدول رقم 30

المرشحون الأكثر ظهوراً في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 حتى 15 أيار					
اسم المرشح	ALJADEED	LBCI	NBN	OTV	المجموع العام
سامي الجميل		11242			11242
سليمان فرنجيه	4683	5996			10679
الياس ابو صعب				8948	8948
ابراهيم كنعان	4804			3890	8694
جبران باسيل		3412		4120	7532
بولا يعقوبيان	3606	3572			7178
فؤاد مخزومي	3505	2932			6437
ميشال معوض		4764			4764
ونام وهاب	4296				4296
فادي ابو رحال				3865	3865
اسعد درغام				3715	3715

حليمة قعقور		3622			3622
فارس سعيد	3600				3600
سليم الصايغ				3545	3545
نصري لحد				3525	3525
مازن شبارو	3407				3407
جورج عدوان	3285				3285
حسن خليل				3228	3228
سيمون ابي رميا				3152	3152
اسما اندراوس		3135			3135
ميشال الضاهر		3118			3118
زياد عقل				3085	3085
فريد البستاني		3046			3046
سامي فتفت		2991			2991
ندی بستاني		2988			2988
فيصل كرامي	2951				2951
طوني فرنجية		2940			2940
ايمان طيارة		2781			2781
ميريم سكاف	2724				2724
علي وهبي	2303				2303
طوني الكريدي				2176	2176
عبد الرحمن البزري	2106				2106

ليون سمرجيان	2010				2010
وائل ابو فاعور		1977			1977
جورج شهوان				1667	1667
مارك ضو	597	995			1592
سليم هاني	1556				1556
عيد عازار	771	729			1500
وسام ابو فخر	1301				1301
يسرى التتير	1301				1301
ميشال حلو		1192			1192
حسن كشلي	1119				1119
نبيل نجا	1119				1119
علي مراد	597	481			1078
رندا عبود			956		956
ابراهيم منيمنة		932			932
زينة المصري	916				916
عبد الرحمن المبشر	916				916
ميشال فلاح	916				916
جورج بوشيكيان	894				894
فادي علامة			812		812
عمر حلباب	810				810
ديما ابو ديا	766				766

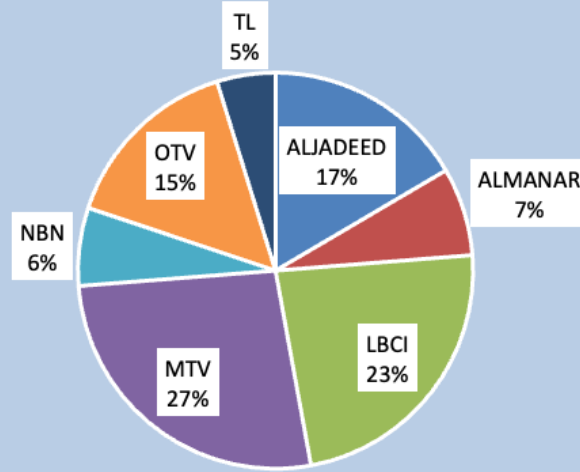
مجد حرب		629			629
جاد غصن	597				597
نجاه صليبيا	597				597
واصف الحركة	597				597
ماغي عون		583			583
حسن مراد			570		570
رائد برو			550		550

10- الظهور المباشر للمرشحين من خلال البث الحي

قامت مختلف المحطات بنقل حيّ لأنشطة مرشحين لاسيما خلال اعلانهم اللوائح أو في مناسبات إلقاء خطابات عامة. ولوحظ ارتفاع مشاركة محطتي ALMANAR و NBN بالنسبة لتغطياتهما السابقة وكانت تباعا 7% و 6%. فيما بقي TL على نسبته المتدنية (5%). وكانت MTV الأكثر نقلا لأنشطة مرشحين في بثّ حي بنسبة 27%، تلتها (23%) LBCI ثم (17%) ALJADEED و (15%) OTV.

بلغ مجموع المساحة المخصصة لظهور المرشحين من خلال البثّ الحي من الأول من شباط حتى 15 أيار 287831 ثانية (حوالي 80 ساعة) توزّعت على القنوات التلفزيونية على الشكل التالي (جدول رقم 31):

توزيع ظهور المرشحين في فترات البث الحي التلفزيونية المرصودة
العينة من 287831 ثانية
من 1 شباط حتى 15 ايار
جدول 31



1-10- حصص المرشحين من البث الحي

يبين الجدول 32 ظهور المرشحين الذين نالوا أكبر نسبة ظهور تلفزيوني مباشر في بث حي من فترة 1 شباط حتى الاستحقاق الانتخابي، و كما يحدد النقل الذي قامت به كل قناة للمرشحين.

وقد تقدّم جبران باسيل على كلّ المرشحين بفارق كبير إذ حصل على نسبة تفوق 20% من مجمل النقل المخصص لكل المرشحين. كما أنه المرشح الوحيد الذي حظي بنقل حي في كل المحطات.

الثاني في الحجم المخصص له سامي الجميل حظي بنسبة 6% من المجموع العام وبعبر على ثلاث قنوات. يليه نديم الجميل بنسبة 3.29% على اربع قنوات، ثم نبيه بري بنسبة 3.17% على خمس قنوات. ويبين الجدول التالي نسب ظهور المرشحين وتوزعهم على المحطات. كما يمكن العودة الى ملاحق الدراسة التي تنشر كامل تغطيات المحطات التلفزيونية للمرشحين كافة.

جدول رقم 32

الظهور التلفزيوني المباشر للمرشحين من خلال البث الحي من 1 شباط حتى 15 أيار 2022								
اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
جبران باسيل	555	11759	14716	483	820	22980	6844	58157
سامي الجميل	3547		8281	6331				18159

نديم الجميل	1627		3155	3170			1528	9480
نبيه بري	572	1065		1502	4514		1500	9153
ميثال معوض	2170		2655	2916			525	8266
حسن فضل الله		4597			2460			7057
رشيد رحمة	300		4257	300				4857
ابراهيم كنعان				488	1167	3066	84	4805
جورج عدوان	547	481	547	1088	550		657	3870
وائل ابو فاعور	703		2195	491			125	3514
فؤاد مخزومي	963		943	1388				3294
ايهاب حمادة		1503			782	488	472	3245
محمد القرعاوي	959		959	959				2877
الياس حنكش	1105		1105	635				2845
زياد حواط				1759			850	2609
طوني المارديني	833		833	833				2499
بريجيت خير	582		1322	582				2486
جواد بولس	811		811	811				2433
مجد حرب	319		1684	358				2361
نعمت افرام	1193		302	543			302	2340
غسان سكاف	770		770	770				2310
الان عون					196	1914		2110
انطوان حبشي				2072				2072

حسين الحاج حسن				2061			2061
ريما نجيم	581		937	530			2048
بولا يعقوبيان	699		699	648			2046
ميثال الضاهر	682		682	682			2046
شارل فاخوري	647		647	647			1941
شامل روكز			302	302		1333	1937
تيمور جنبلاط	530		632	557			1909
وليام طوق			911	911			1822
قبلان قبلان					1810		1810
ايلى فرزلى	613			876	251		1758
زياد ابي شاكى	589		589	537			1715
محمد رعد		1200				441	1641
فريد البستاني					97	1534	1631
ماغى نانيجيان	529		529	483			1541
سمير صليبيا	505		505	505			1515
سليم الصايغ	180		649	649			1478
سمعان بو فاضل	622		622	178			1422
برجيت شليبيان	489		489	436			1414
حسن مراد	1412						1412
فريد الخازن			383	1002			1385
منى سكر لىكى	539		539	225			1303

زياد عبس	425		425	425				1275
ايلي شربشي				1187				1187
عمر حرفوش	585			585				1170
خليل الحلو			546	588				1134
ميريم سكاف	1130							1130
نزیه متى	382			728				1110
جورج شهوان			93	1004				1097
رياض طوق	279		279	539				1097
انطوان صفير				1059				1059
اسما اندراوس	529			529				1058
ابراهيم عازار					1053			1053
زياد عقل	518		518					1036
ميشال دويهي	231		231	531				993
واصف الحركة	495		495					990
ليال بو موسى	255		255	476				986
جورج عقيص				970				970
اديب عبد المسيح	322		322	322				966
سيمون بشواتي	235		235	475				945
ربيع الشاعر	214		214	509				937
جهاد فرح	310		310	310				930
شربل مارون						869		869

10-2- الظهور المباشر في نشرات الاخبار

يرصد الجدول رقم 33 الظهور المباشر للمرشحين الـ 60 الذين نالوا اكبر نسبة ظهور تلفزيوني مباشر في نشرات الاخبار التلفزيونية المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار. وقد جاء جبران باسيل الاول في نسب ظهوره المباشر، متقدماً بفارق كبير على محمد رعد، ابراهيم كنعان، حسن فضل الله ونبيه بري.

ويمكن العودة إلى الجدول والملاحق لمعرفة كيف وزّعت المحطات تغطياتها على المرشحين. فكما اختلف حجم الوقت المعطى للمرشحين، كذلك هناك اختلاف كبير في اختيار المرشح الذي تعطيه كل محطة حظ الظهور المباشر في نشراتها الاخبارية. فهناك مرشحون لم يظهروا الا على قناة واحدة، وغيرهم في اثنتين واخرون في أكثر من ذلك.

جدول رقم 33

المرشحون الأكثر ظهور مباشر في نشرات الاخبار التلفزيونية المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار								
اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
جبران باسيل	1864	552	1542	589	433	11790	668	17438
محمد رعد	2242	2533	1164	348	1074	881	647	8889
ابراهيم كنعان	1355	261	335	376	1066	3093	462	6948
حسن فضل الله	2054	1623	705	283	516	412	523	6116
نبيه بري	363	527	235	84	3025	166	491	4891
هاني قبيسي	989	237	0		2696		291	4213
ايلي فرزلي	603	238	157	259	1728	658	530	4173
علي حسن خليل	222	204	284	30	2790	91	94	3715
سامي الجميل	1130		896	612		0	430	3068
جورج عدوان	928	443	344	476	185	355	216	2947
عناية عز الدين	258	301	49		1806		178	2592
تيمور جنبلاط	548	72	762	603	257	90	245	2577
حسين الحاج حسن	423	1043	372		434	169	78	2519

فؤاد مخزومي	1208	0	845	228		0	192	2473
علي خريس	142	0	0		1957		71	2170
فريد البستاني	50		196		257	1599	0	2102
فيصل كرامي	1040	263	500			0	137	1940
علي فياض	189	634	60		545	342	147	1917
ايهاب حمادة	61	1205	58		292		82	1698
وائل ابو فاعور	770	20	291	160		33	279	1553
نعمت افرام	835		312	176		0	162	1485
غازي زعيتر	174	0	0		1119		94	1387
حسن عز الدين	137	772	90		258		129	1386
ايوب حميد	63		0		1143	0	57	1263
نديم الجميل	468		377	143		0	185	1173
غياث يزبك			0	1153			0	1153
امل ابو زيد	237	319	0	0	0	546		1102
قبلان قبلان			0	0	963	0	69	1032
اشرف ريفي	396		17	503		20	85	1021
ميشال معوض	252	40	295	356			60	1003
الياس ابو صعب	55		0	352	101	482	0	990
سليم الصايغ	151		338	380		0	114	983
جورج عقيص			92	630	78	49	132	981
مجد حرب	166		438	255			90	949

وثام وهاب	791		6	0		25	0	822
بلال عبدالله	278	75	42		300	10	110	815
جميل السيد	637		0			148	19	804
علي بزي	21	40		0	737			798
عمر حرفوش	630			135			0	765
اسعد درغام	167		0			554		721
فارس سعيد	285		333	71		0		689
الان عون	34	166	19	63	26	348		656
ادي معلوف	208		0	315		114	0	637
مصطفى علوش	91	10	54	100	0	174	204	633
هادي ابو الحسن	114		61	143	169	0	142	629
ابراهيم الموسوي		541	0		74			615
فادي علامة	53	14			301	45	193	606
علي المقداد		591	0					591
ناصر جابر		71			510			581
نصري لحد						580		580
اسامة سعد	487	19	55	0		0		561
نقولا الصخناوي			0			527		527
ادغار طرابلسي	126	16	0		95	273		510
ميشال الياس المر	253		107		140		0	500
امين شري	84	235	22		124	0	30	495

مروان حمادة	376		69	0		0		445
اسعد حردان		70	97	0	202	0	74	443
زياد حواط	23		51	182		0	179	435
محمد خواجة	87	22			322			431
بولا يعقوبيان	203		116	110		0		429

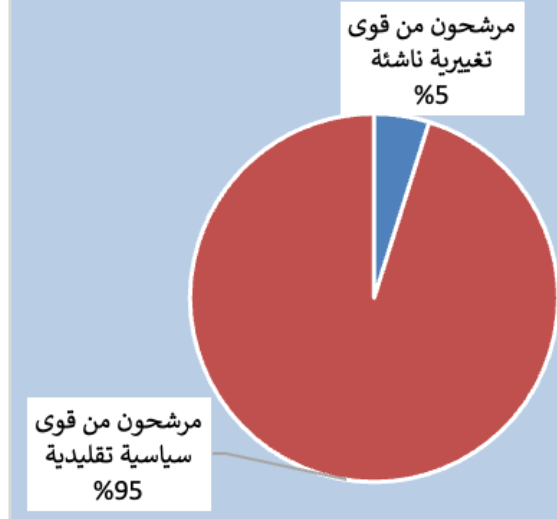
11- حضور " قوى التغيير " في التغطيات

يبدو الظهور التلفزيوني للمرشحين للانتخابات ضرورة ملحة لتعريف الجمهور بهم وبطروحاتهم ومشاريعهم، لاسيما منهم القوى الناشئة التي انطلقت بعد انتفاضة 2019 وسعت لأن تتمثل في الندوة البرلمانية، وهي ليست معروفة بعد من غالبية الناخبين، فيما القوى التقليدية لها جمهورها ومحازبوها وبنيتها السياسية والاجتماعية. لذلك كان من المهم معرفة مدى التغطية التي منحتها القنوات التلفزيونية للقوى الناشئة ومدى الفرصة التي منحتها لها للتعريف بنفسها والتسويق لطروحاتها.

11-1- في نشرات الاخبار

في رصد الوصول المباشر للمرشحين من القوى الناشئة (قوى التغيير) في نشرات الأخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 ايار، يتبين أنها لم تحصل سوى على نسبة 5% فيما القوى التقليدية حصلت على 95% من نسبة الظهور (جدول رقم 34). ذلك يعود ليس فقط لعدم الاهتمام بالقوى الناشئة بل لأن القوى التقليدية هي التي تصنع الأحداث كونها الممسكة بإدارة الدولة.

الوصول المباشر للمرشحين من القوى التغييرية مقابل مرشحي القوى التقليدية في نشرات
الاخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 ايار
من مجموع 135584 ثانية
جدول رقم 34

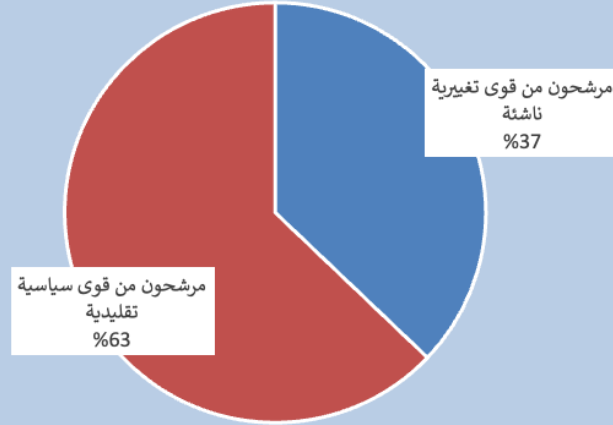


11-2- في برامج الحوار

يعتمد المرشحون بشكل كبير على البرامج الحوارية من أجل تعريف الناخبين بهم وبطروحاتهم. ويبدو ظهور المرشحين من القوى الناشئة ضرورة ملحة لهم كي يتمكنوا من منافسة القوى التقليدية.

وفي البرامج الحوارية من 1 شباط حتى موعد الانتخابات، جاءت نسبة الظهور التي حصلت عليها القوى الناشئة مرتفعة قياساً الى حضورها في النشرات الاخبارية وبلغت 37% في مقابل 63% للقوى التقليدية. وذلك يعود في قسم منه الى مساحات الإعلان المدفوعة التي سعى إليها بعض المرشحين من "قوى التغيير" الساعين الى دخول الحلقة النيابية (جدول رقم 35).

الوصول المباشر للمرشحين من القوى التغييرية مقابل مرشحي القوى التقليدية في نشرات
الاخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 ايار
من مجموع 1484510 ثانية
جدول رقم 35



ويعرض الجدول رقم 36 أسماء المرشحين الـ 45 من القوى السياسية الناشئة من الذين نالوا أكبر نسبة ظهور مباشر في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار، وجاء في المقدمة: عمر حروفش، بولا يعقوبيان، ميشال حلو، جوزفين زغيب ومارك ضو.

جدول رقم 36

المرشحون من القوى التغييرية الأكثر ظهور في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى 15 أيار							
اسم المرشح	ALJADEED	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
عمر حروفش	7014		11132		2760		20906
بولا يعقوبيان	7892	5009	4449				17350
ميشال حلو	5871	3331	1387			3207	13796
جوزفين زغيب		6591	4199		2782		13572
مارك ضو	6285	4204	1140				11629
مازن شبارو	3407	4321	3737				11465
امير المقداد	3563	2065	2882			2773	11283

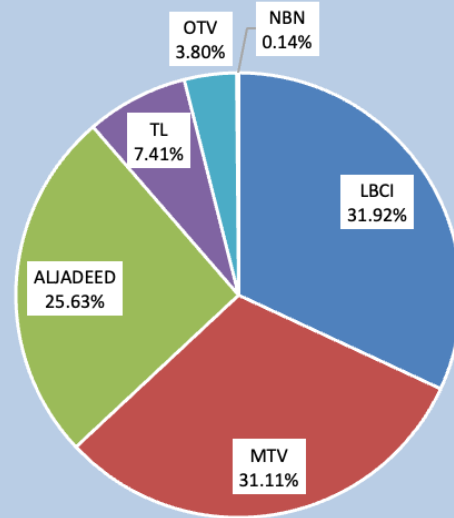
حسن كشلي	3982	2056	4055				10093
وضاح صادق	7888		2062				9950
زياد عقل	2331				3085	4351	9767
نجاه صليبا	1436	7103	694				9233
علي وهبي	5110	4077					9187
كريم شبقلو	3262	2139	3737				9138
ماغي عون	1954	1517	5591				9062
نبيل نجا	3329	2523	2940				8792
سليم هاني	1556	2075	2650		2245		8526
هاني صليبا		5351	3163				8514
زينة مجدلاني	1464	5629	1260				8353
ابراهيم منيمنة	3918	2886	1505				8309
جولي الدكاش	3435	3476	1246				8157
لينا حمدان		6669	1470				8139
ليال بو موسى	3828	3438	660				7926
كميل موراني	1521	6400					7921
زينة منذر	4772		2713				7485
يوسف ملحم الفخري			1369			6022	7391
الفت السبع	2320	1986	2981				7287
حليمة قعقور	3030	4111					7141
عيد عازار	771	6049		315			7135

رانيا غيث	2994	2902	1075				6971
نقولا سابا	3546		3214				6760
جهاد فرح	803	1823	4053				6679
غادة عيد			6607				6607
ميثال دويهي	946	1813	3754				6513
نجوى باسيل	3039	3298					6337
واصف الحركة	4818		1500				6318
علي مراد	2785	1118	2233				6136
فيرينا العميل		4332	1413				5745
نوفل نوفل		2389			3223		5612
علي خليفة	1521	2195	1800				5516
لينا التنير	1438	2360	1440				5238
ايمان طيارة	2275	2781					5056
جاد غصن	3407	1067					4474
ندى صحنواوي		4444					4444
ريما نجيم		2189	2171				4360
هشام حايك			4228				4228

11-3- توزيع حصص "قوى التغيير" حسب القنوات

جاءت محطتا LBCI و MTV في مقدمة القنوات التي ظهر فيها مرشحون من "قوى التغيير" في البرامج الحوارية بنسبة تزيد على 30%، تليهما مباشرة محطة AL JADEED بنسبة 25%. بينما تغيب كلياً محطة ALMANAR، كما جاءت النسبة في NBN شبه معدومة بنسبة 0.14%، ونسبة ضئيلة في محطة OTV بنسبة 3.80%، ونسبة متواضعة في TL بلغت 7.41% (جدول رقم 37).

توزيع ظهور المرشحين من القوى التغييرية في البرامج الحوارية
على القنوات التلفزيونية من اشباط حتى 15 ايار
العينة من 551323 ثانية
جدول رقم 37



12- الدعاية الانتخابية السياسية

أوجب قانون الانتخاب أن تكون الدعاية الانتخابية في وسائل الاعلام مدفوعة وبالتالي فإن أي إعلان انتخابي أو دعاية انتخابية يُبث من خلال وسائل الاعلام التلفزيونية يدخل في الإنفاق الانتخابي وعلى المرشحين واللوائح ووسائل الاعلام ان تعلن عنه للمراجع المختصة. كما على وسائل الاعلام ان تضع اشارة واضحة لتعريف المشاهد بالإعلان او الدعاية المدفوعة. وقد قامت بعض القنوات بوضع اشارة SP او (أ.م) في اشارة الى ان التغطية هي مقابل بدل مالي فيما قنوات أخرى تجاهلت ذلك.

وقد بثت القنوات أنواعاً عدة من الدعاية الانتخابية منها:

- البثّ المباشر، غالباً في إطار الإعلان عن تشكيل اللوائح،
- الترويج للوائح انتخابية أو التعريف بها،
- المشاركة في برامج حوارية،
- الفقرات الترويجية،
- الإعلانات الترويجية،
- المقابلات الحوارية.

12-1- ظهور المرشحين واللوائح في بثّ حي مدفوع

بلغ حجم البثّ الحي المباشر المصرّح أنه مقابل بدل 495000 ثانية (137.5 ساعة)

تمّ رصد تغطيات انتخابية في بثّ حي مباشر لصالح لوائح انتخابية من دون المرشحين أعلن عنها أنها مدفوعة، هي أيضاً مصرّح عنها في محطتي LBCI و ALJADEED (جدول رقم 39). وقد بلغ حجم هذه التغطيات 8157 ثانية (2.26 ساعة) توزّعت على الشكل التالي:

جدول رقم 39

مساحة تلفزيونية من خلال البثّ الحي مصرّح أنها مدفوعة لصالح اللوائح الانتخابية

اسم اللائحة	ALJADEED	LBCI	المجموع العام
لائحة بيروت بداها قلب	120	2994	3114
لائحة شمال المواجهة		1743	1743
لائحة شمالنا	516	516	1032
لائحة قلب لبنان المستقل	98	512	610
لائحة متن التغيير	219	219	438
لائحة هيدي بيروت	403		403
لائحة القرار الوطني المستقل		326	326
لائحة الشراكة والارادة		321	321
لائحة بيروت التغيير	130		130
لائحة بيروت تواجه	40		40
المجموع العام	1526	6631	8157

ويُتَبَيَّن في جدول اللوائح الانتخابية غياب الأحزاب السياسية الرئيسية عنها.

12-2- ظهور المرشحين في برامج حوارية مدفوعة

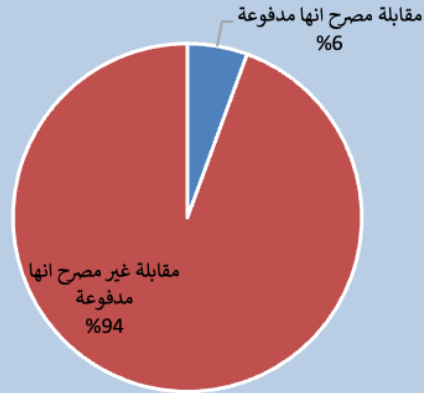
تفرّدت قناة LBCI عن غيرها من القنوات ببحث مقابلات حوارية مصرّح أنها مدفوعة. وقد عرّفت عن هذه البرامج باستخدام إشارة SP على الشاشة. وقد خصّصت هذه القناة برنامجا للدعاية الانتخابية المدفوعة أطلق عليه تسمية Elections 2022، وهو بشكل برنامج حوارى يستضيف المرشحين للتحدث عن مواقفهم وبرامجهم الانتخابية. كما خصّصت حلقات خاصة مدفوعة للمرشحين تبث في وقت الذروة. وبلغ مجموع مدّة بثّ البرامج الحوارية مقابل بدل 74019 ثانية (20.56 ساعة)

12-3- المقابلات الترويجية

يعتمد الكثير من المرشحين على المقابلات في القنوات التلفزيونية للتعريف بنفسمهم والترويج لبرامجهم. لذلك هم يعمدون الى شراء المساحة الزمنية من المحطات من أجل استضافتهم في مقابلات بحيث تكون الأسئلة المعدة سلفا مع الضيف تذهب في اتجاه التسويق له. وقد بلغ حجم المساحة الزمنية المرصودة لهذه المقابلات حوالي 369 ساعة. طبعا لا يمكن الجزم بأن كل هذه المقابلات هي في مقابل بدل، غير أن غالبيتها تجري في ظروف تتيح للضيف الاستفاضة في التعبير من دون مقاطعة أو معارضة وفي أجواء محاباة مع الصحافي ما يوحي بأنها ذات طابع دعائي ترويجي. ولم تبلغ النسبة المصرّح عنها أنها مدفوعة سوى 5.56 %، في مقابل 94.43 % غير مصرّح أنها لقاء بدل (جدول رقم 45).

74019	مقابلة مصرّح أنها مدفوعة
1256462	مقابلة غير مصرّح أنها مدفوعة
1330481	المجموع العام بالثانية

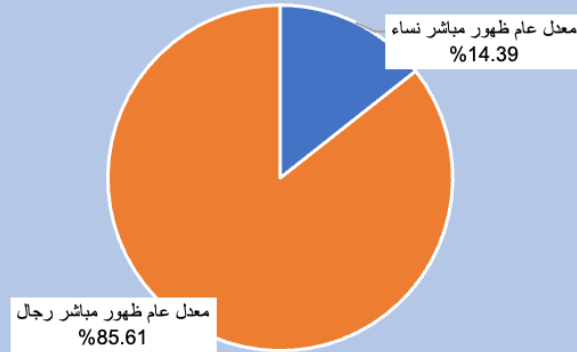
نسبة المقابلات الحوارية مع المرشحين المصريح انها مدفوعة
العينة من 1330481 ثانية
من 1 شباط حتى 15 ايار
جدول رقم 45



13- ظهور المرأة التلفزيوني

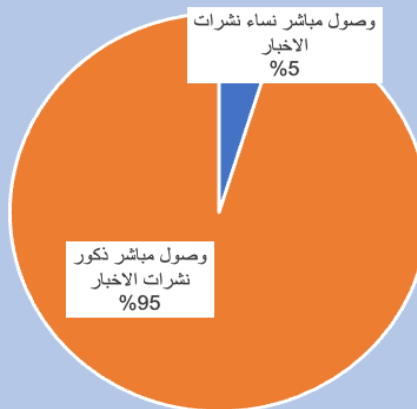
بلغ المعدل العام لظهور المرأة الناشطة في الحقل السياسي في مجمل التغطيات التلفزيونية المرصودة بين 1 شباط و15 أيار 14.39% في مقابل 85.61% للرجال، من مجموع الظهور المباشر للفاعلين السياسيين الذكور والإناث والبالغ 2452627 ثانية (جدول رقم 46)، ما يؤكد التهميش الدائم للمرأة في وسائل الإعلام. وان كان لا بد من الأخذ بالاعتبار أن نسبة النساء المرشحات للانتخابات كانت ضئيلة قياسا إلى نسبة عدد الرجال المرشحين، إذ ضُمَّت اللوائح الـ 103 المسجلة 718 مرشحا توزعوا 600 رجلا و 118 امرأة، فتكون نسبة النساء المرشحات 16.43% ما يعني أنهن لم يحصلن على نسبة ظهور توازي حجمهن.

المعدل العام لظهور النساء الناشطات في السياسة في التغطيات التلفزيونية للحملات الانتخابية
من 1 شباط حتى 15 ايار
العينة من 2452627 ثانية
جدول رقم 46

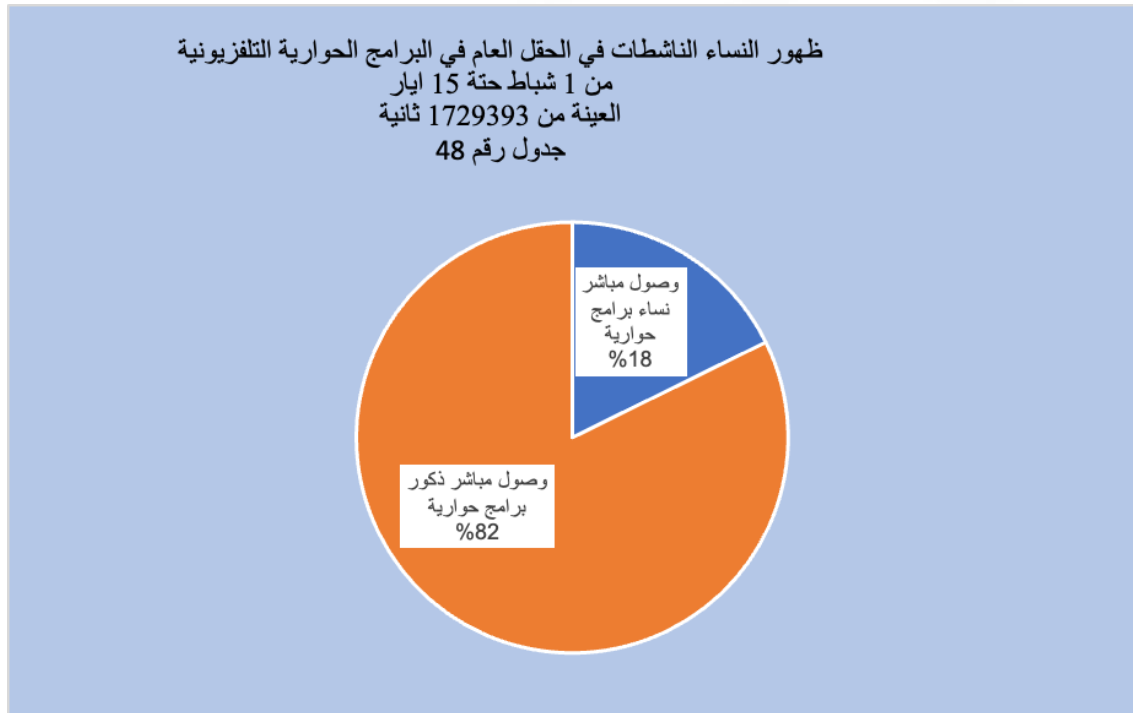


ويتأكد تهميش المرأة في التغطيات الاعلامية بنسب ظهورها في نشرات الاخبار التلفزيونية. فإن نسبة ظهور المرأة الناشطة في الحقل السياسي في نشرات الاخبار التلفزيونية المرصودة من أول شباط حتى تاريخ الاستحقاق وحجمها 181625 ثانية بلغت 5% في مقابل 95% للرجال من مجموع الظهور المباشر للفاعلين السياسيين في (جدول رقم 47).

ظهور المرأة في نشرات الاخبار التلفزيونية
من 1 شباط حتى 15 ايار
العينة من 181625 ثانية
جدول رقم 47

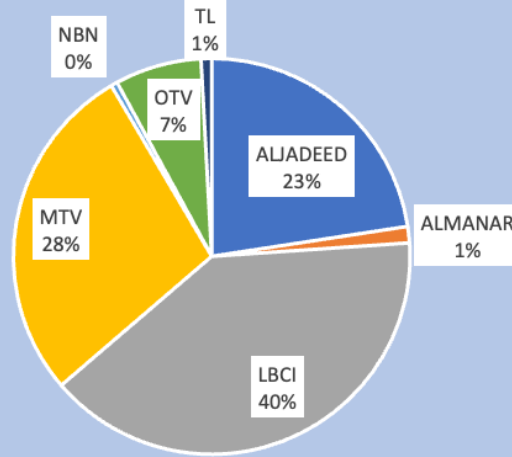


وترتفع نسبة مشاركة المرأة الناشطة في الحقل السياسي في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى 15 أيار، بحيث بلغت نسبة ظهورها 18% في مقابل 82% للرجال من مجموع الظهور المباشر للفاعلين السياسيين والبالغة 1729393 ثانية (جدول رقم 48).



لكن عند التدقيق بتوزع مشاركة المرأة في البرامج الحوارية يتبين أن النسبة العالية تعود بشكل رئيسي إلى النسبة التي نالتها عبر محطة LBCI بشكل خاص إذ أن هذه المحطة خصصت، بالتعاون مع منظمة "فيفتي فيفتي"، برنامجاً حوارياً "50/50" يستضيف نساء مرشحات يتحدثن عن برامجهن ورؤيتهن السياسية الأمر الذي رفع من نسبة مشاركة المرأة في هذه البرامج. وهذا ما جعل أن نسبة مجموع ظهور المرأة في قناة LBCI قياساً إلى المحطات الأخرى بلغ 40%. فيما هو 1% في كل من ALMANAR و TL وصفر في قناة NBN. (جدول رقم 49)

توزيع نسبة ظهور النساء المرشحات في البرامج الحوارية التلفزيونية
بين القنوات التلفزيونية المرصودة
من 1 شباط حتى 15 ايار
العينة من 267315 ثانية
جدول رقم 49



ويبين الجدول 50 نسب ظهور 25 مرشحة حصدن النسب الأعلى بين المرشحات في البرامج الحوارية على القنوات التلفزيونية المرصودة من 1 شباط حتى 15 أيار. وتبدو في المقدمة بولا يعقوبيان، تليها بالنسب الأعلى تباعا كل من جوزفين زغيب، مريم سكاف، نجاه صليبا، بشرى الخليل وماغي عون.

جدول رقم 50

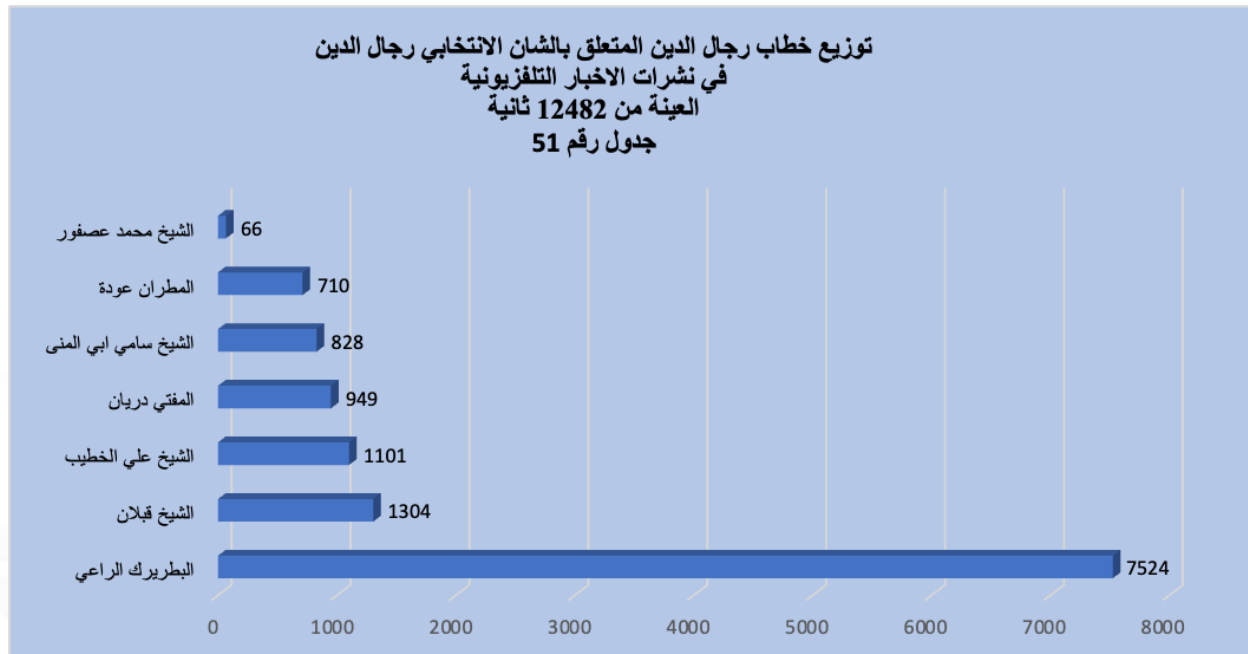
ظهور النساء المرشحات في برامج الحوارات التلفزيونية								
مرشحة	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع بالثواني
بولا يعقوبيان	7892		5009	4449				17350
جوزفين زغيب			6591	4199		2782		13572
مريم سكاف	6467			3174				9641
نجاه صليبا	1436		7103	694				9233
بشرى الخليل			1402			7752		9154
ماغي عون	1954		1517	5591				9062
زينه مجدلاوي	1464		5629	1260				8353

جولي الدكاش	3435		3476	1246				8157
لينا حمدان			6669	1470				8139
ليال بو موسى	3828		3438	660				7926
ندى بستاني			2988			4869		7857
زينة منذر	4772			2713				7485
الفت السبع	2320		1986	2981				7287
غادة ايوب بو فاضل				4837			2325	7162
حليمة قعقور	3030		4111					7141
رانيا غيث	2994		2902	1075				6971
اسما اندراوس	1391		5290					6681
غادة عيد				6607				6607
ريما نجيم			2189	4127		23		6339
نجوى باسيل	3039		3298					6337
رندا عبود	499		1202		956	3440		6097
فيرينا العميل			4332	1413				5745
لينا التنير	1438		2360	1440				5238
ندى صحنوي			4444					4444
حبوبة عون	2405		1886					4291

14- رجال الدين

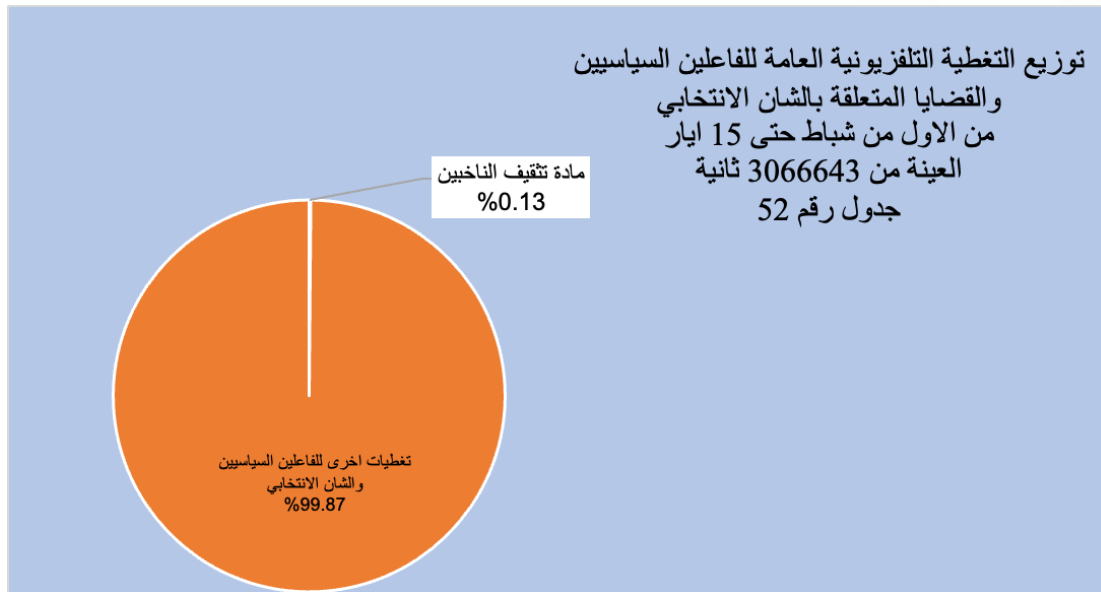
تمّ رصد حضور رجال الدين في التغطيات التلفزيونية كفاعلين سياسيين نظرا لموقعهم على الصعيد الوطني وتأثيرهم في الرأي العام في السياق اللبناني العام. كما أن المحطات التلفزيونية تولي أنشطتهم اهتماما خاصا وتغطي خطبهم على أنواعها في نشراتها الإخبارية. وتمّ رصد خطاب كل من البطريرك الماروني بشارة الراعي، مفتي الجمهورية اللبنانية الشيخ عبد اللطيف دريان، المفتي الجعفري الممتاز الشيخ أحمد قبلان، شيخ عقل طائفة الموحدين الدروز الشيخ سامي ابو المنى، رئيس المجلس الإسلامي الشيعي الأعلى الشيخ علي الخطيب، متروبوليت بيروت للروم الأرثوذكس المطران الياس عودة، والقائم برئاسة المجلس الإسلامي العلوي الشيخ محمد خضر عصفور. وبيّن الجدول 51 حجم خطاب رجال الدين المتعلق بالشأن الانتخابي في نشرات الاخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 أيار، وقد بلغ 3.46 ساعة، كان للبطريرك الماروني الحصة الكبرى بنسبة 60% من مجموع تغطيات رجال الدين.

يذكر أنه لم يتم احتساب ظهور المسؤولين في حزب الله الذين هم أيضا رجال دين مثل الامين العام للحزب السيد حسن نصرالله والشيخ نعيم قاسم من ضمن هذه العينة، إذ تم احتسابهم ضمن الفاعلين السياسيين.



15- التثقيف الانتخابي

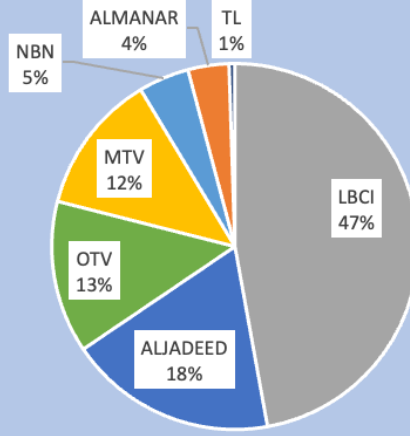
بُنيت قنوات MTV، LBCI و NBN اعلانات تثقيف انتخابي معدة من قبل وزارة الداخلية والبلديات خلال أشهر آذار، نيسان وأيار. ويبين الجدول رقم 52 حجم التثقيف الانتخابي الرسمي الممتدني الذي تم بثه على كل القنوات والذي بلغ 0.13% من مجمل مساحة التغطية التلفزيونية العامة للفاعلين السياسيين والقضايا المتعلقة بالشأن الانتخابي من الاول من شباط حتى 15 أيار. ولم يتم رصد أي مواد تثقيف انتخابية صادرة عن هيئة الإشراف على الانتخابات.



كما بُنيت مختلف القنوات التلفزيونية، بنسب متفاوتة، مضامين تثقيفية في نشرات الاخبار والبرامج المختلفة تتضمن توعية ومعلومات تدرج في إطار التثقيف الانتخابي غير الموجه (جدول رقم 53). و تدرج في خانة التثقيف الانتخابي استضافة المحطات لخبراء واختصاصيين وقانونيين قاموا بشرح الأمور الانتخابية كقانون الانتخاب ودور وزارة الداخلية وسير العملية الانتخابية في أقالم الاقتراع وغيرها.

وقد تميزت قناة LBCI بالنسبة العالية في هذا المجال إذ حصلت على نسبة 47% من مجمل التغطيات التي تتضمن تثقيفا انتخابيا، تبعها ALJADEED بنسبة 18%، ثم 13% لقناة OTV، و 12% لقناة MTV، و 5% لقناة NBN، و 4% ALMANAR، فيما لم يسجل TL سوى نسبة 1% في الوقت الذي كان يفترض به أن ينشط في هذا الميدان بصفته تلفزيون القطاع العام والخدمة العامة.

تغطيات اعلامية تلفزيونية تتضمن تثقيفا انتخابيا
من 1 شباط حتى 15 ايار
العينة من 110763 ثانية بث
جدول رقم 51



16- الخطاب العنفي و التحريضي

شهدت الحملة الانتخابية خطابا خرج مرارا عن أخلاقيات التغطية الإعلامية التي تفترض احترام الطرف الآخر ومقارنته بالحجة وعرض البرامج الانتخابية التي تحمل اقتراحات للصالح العام. فقد أوردت التغطيات خطاب كراهية، إذ حمل اتهامات مباشرة للخصم، و تحريضا، وإساءة سمعة. كما حمل تشهيرا بالآخر وإطلاق صفات مسيئة لا تفيد الممارسة السياسية كما لا تغني النقاش العام. وهي تدلّ على انحطاط مستوى الخطاب الإعلامي وعدم ارتقاء المتخاطبين الى مستوى المصلحة الوطنية العامة.

كذلك حمل الخطاب نبش دفاتر الماضي الذي يعود الى عشرات السنين بهدف تشويه سمعة الخصم وضرب مصداقيته، وهذا يعني نتأ الجروح القديمة مع ما لذلك من انعكاسات على السلم الأهلي وعلى الهدوء المطلوب سعيا وراء تعاون جميع القوى في سبيل الخير العام. وهذا الخطاب يعطي الصدارة للغرائز على حساب العقلانية في الممارسة السياسية.

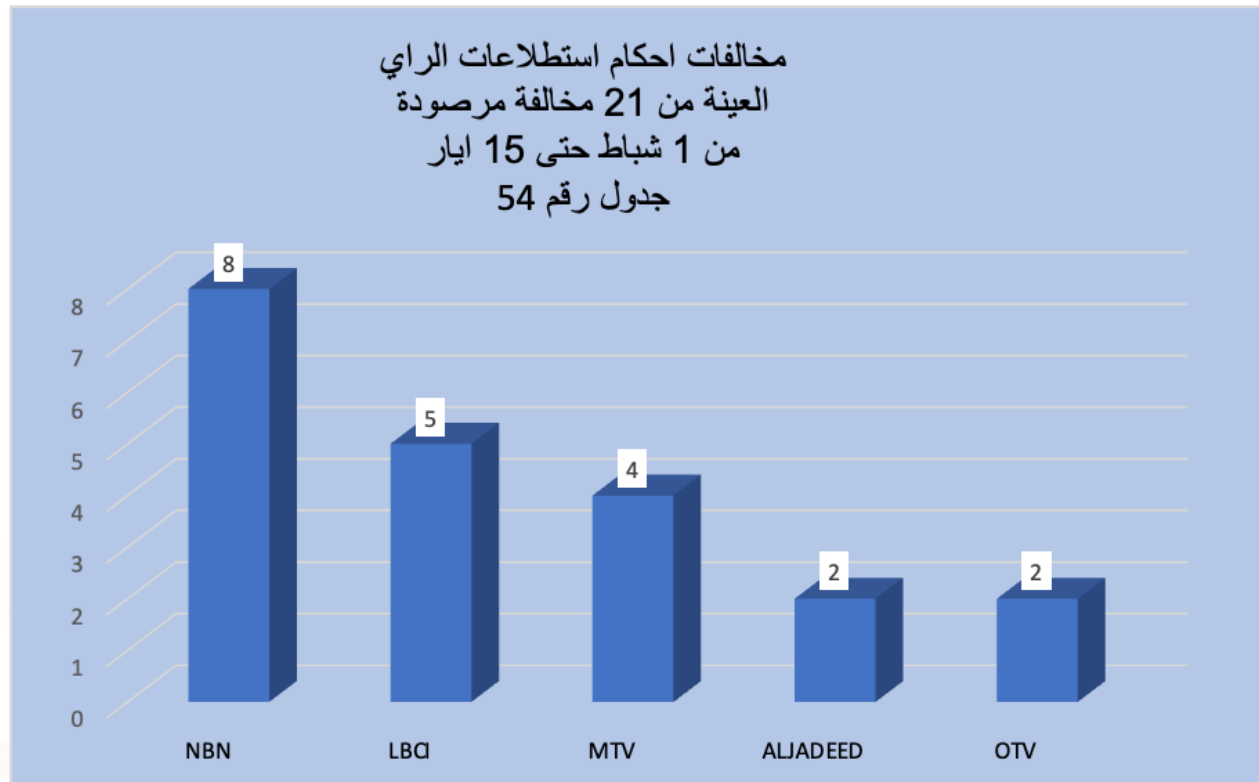
وقد بلغ الخطاب درجات قصوى من العنف بتوجيه اتهامات للاخصام على الصعيد الشخصي كوصفهم بالجنون والغدر والخيانة، وعلى الصعيد الوطني بوصفهم بالعمالة والتعاون مع العدو. وهذا الخطاب يتنافى مع مبادئ العمل الوطني ويتناسى أن الخصم هو الشريك في المسؤولية لبناء الوطن

17- مخالفة أحكام استطلاعات الرأي والصمت الانتخابي

17-1 استطلاعات الرأي

سجل فريق الرصد عدة مخالفات لأحكام نشر استطلاعات الرأي من خلال التغطيات التلفزيونية ولاسيما في المقابلات الحوارية حيث كان يتم استضافة خبراء في الشأن الانتخابي يفصحون عن ترجيحات انتخابية للمرشحين والأحزاب من دون اعتماد معايير الشفافية كما يوجب القانون لناحية بث مختلف المعطيات المتعلقة بتمويل استطلاعات الرأي والجهة المستفيدة منها فضلا عن الاسئلة الموجهة والعينة المختارة ومعايير اخرى تضمن شفافية الظروف التي جرت فيها استطلاعات الرأي التي يتم الكشف عنها.

ويعرض الجدول 54 المخالفات في استطلاعات الرأي التي بثتها القنوات التلفزيونية.



17-2 الصمت الانتخابي

نصّ قانون الانتخاب وتحديدًا في المادة 78 على أنه يحظرّ على جميع وسائل الإعلام بثّ أي إعلان أو دعاية أو نداء انتخابي مباشر ابتداء من الساعة صفر لليوم السابق ليوم الانتخابات ولغاية اقفال صناديق الاقتراع¹¹. وقد بلغت فترة الصمت 8 أيام بالنظر الى أن الانتخابات جرت على 4 مراحل: انتخابات المنتشرين على مرحلتين، ثم انتخابات الموظفين في الانتخابات العامة.

ويعنى بالدعاية والإعلان الانتخابيين المحظورين خلال فترة الصمت، الإعلان الترويجي والدعاية الانتخابية المدفوعة وكذلك المواقف والتصريحات والمضامين التي من شأنها الترويج الانتخابي، وهي منظمة بموجب احكام الفصل السادس من قانون الانتخاب. كذلك يعتبر دعاية انتخابية غير مشروعة أي برنامج يخفي تحت ستار الإعلام إعلاناً انتخابياً.

أما النداء الانتخابي المباشر المحظور فهو كل خطاب مباشر موجه إلى الناخبين ويهدف إلى التأثير في خياراتهم الانتخابية سواء اقتراحاً أو امتناعاً أو مقاطعة، مهما كان مصدر هذا الخطاب سواء كان وسيلة الإعلام نفسها أو أي شخصية عامة مؤثرة. وعلى سبيل المثال لا الحصر رؤساء الأحزاب والائتلافات والمرشحين ورجال الدين. وتقتصر التغطية الاعلامية يوم الاقتراع على تغطية مجريات ووقائع العملية الانتخابية.

وقد رصدت الدراسة خروقات مستمرة طوال فترة الصمت من جانب المحطات التلفزيونية لاسيما في تغطيتها المباشرة للعملية الانتخابية او من خلال ضيوفها وبرامجها الحوارية.

ويمكن تصنيف المخالفات التي قامت بها المحطات كالآتي:

- إعلان التأييد والترويج لجهة مرشحة من قبل المراسل أو الوسيلة الإعلامية.
- مقابلات مع المرشحين والناخبين والماكينات الحزبية بصورة غير عفوية تخرق موجب الحياد وتخفي دعاية وترويجاً انتخابياً.
- بثّ مقابلة مع جهة مرشحة أو مؤثرة تتضمن نداء انتخابياً مباشراً (مثل مقاطعة، التصويت لجهة معينة...).
- بثّ برامج حوارية تتضمن توجيهاً لخيارات الناخبين أو نقداً أو اساءة لأشخاص وبرامج الجهات المرشحة.

ومن خطابات المسؤولين اللافتة التي اعتبرت خرقاً للصمت الانتخابي خطاب رئيس الحزب التقدمي الاشتراكي وليد جنبلاط خلال احتفال لمؤسسة العرفان التوحيدية في السابع من أيار 2022 أي قبل انتخابات المغتربين بيوم واحد، والخطاب الذي أدلى به رئيس الجمهورية ميشال عون عشية موعد الانتخابات العامة.

ويذكر أن قاضية الأمور المستعجلة في بيرت كارلا شواح أصدرت بتاريخ ١٢ ايار ٢٠٢٢ قراراً باعتبار بيان هيئة الاشراف على الانتخابات بشأن توسيع فترة الصمت الانتخابي لتشمل انتخابات المغتربين او الموظفين اعتداءً على حرية التعبير.

¹¹ - تبلغ فترة الصمت حوالي 43 ساعة لحين اقفال اقلام الاقتراع عند الساعة السابعة من يوم الاقتراع.

أن نزاهة الانتخابات ونجاحها وتحقيق أهدافها في أي نظام ديمقراطي تتطلب، في موازاة قوانين الانتخاب، ممارسة إعلامية سليمة تضمن قيام وسائل الإعلام بدورها في هذه العملية. وقد أظهرت الانتخابات النيابية في لبنان مرّة جديدة، حصول خلل في أداء وسائل الاعلام ما يفتح الباب أمام التشكيك في سلامة العملية الانتخابية. لذلك فإن الخلاصات والتوصيات التي تقدّمها الدراسة إنما تنطلق من نتائج رصدها سعياً لمعالجة الثغرات في الممارسة الإعلامية سواء على صعيد النصوص القانونية أو على صعيد الممارسة الصحافية الميدانية.

أولاً: على صعيد قوانين الاعلام

- ظهرت مخالفات وثغرات كثيرة في عدم تطبيق قوانين الإعلام والإعلان الانتخابيين. وهذا تتحمّل المسؤولية الأولى عنه السلطات العامة المعنية بتطبيق واحترام القوانين.

- نصّ القانون على أن البثّ المباشر للحملات الانتخابية وبرامج النقاشات السياسية والمقابلات واللقاءات والحوارات والطاولات المستديرة يجب أن تكون مجانيّة ومن دون مقابل مادي. كما نصّ على أن أن تمتنع وسائل الاعلام عن تأييد أي مرشح وأن تراعي العدالة، التوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين على قدر الامكان. غير أن التطبيق الميداني للقانون لم يراع النصوص وتمّ رصد الكثير من الممارسات المخالفة.

- نصّ القانون على ضرورة تطبيق مبدأ ضمان تكافؤ الفرص في وسائل الإعلام من أجل تمكين كل الاطراف من الوصول الى الناخبين وشرح برامجهم. غير أن تكافؤ الفرص لم يتأمن وظهرت فوارق كبيرة بين المرشحين وبين الأحزاب في نسب ظهورها التلفزيوني خصوصاً لصالح الأحزاب التقليدية. كذلك لم يتساو المرشحون في ظهورهم في البرامج الحوارية، لا بل كانت الفوارق بينهم كبيرة جداً.

- يشكل الإنفاق الانتخابي والحملات الاعلامية للأحزاب والمرشحين عاملاً أساسياً في التأثير في نزاهة العملية الانتخابية وتكافؤ الفرص بين المتنافسين. وقد وضع قانون الانتخاب جملة قيود تتعلق بسقف الإنفاق الانتخابي والإعلان والدعاية الانتخابية المدفوعة، غير أن رصد الظهور الإعلامي للمرشحين يبيّن أن هذه القوانين لم يتمّ احترامها وأن الكثير من الاعلام الانتخابي المدفوع لم يتمّ التصريح عنه.

- تمّ تسجيل عدة مخالفات لأحكام نشر استطلاعات الرأي حيث كان يُعلن عن ترشيحات انتخابية للمرشحين والأحزاب من دون اعتماد معايير الشفافية كما يوجب القانون للاحية بثّ مختلف المعطيات المتعلقة باستطلاع الرأي كمثّل تمويله والجهة المستفيدة منه ومنهجية اجرائه.

- لم تحترم غالبية المحطات مبدأ الصمت الانتخابي الذي ينصّ عليه القانون. وقد رصدت الدراسة خروقات مستمرة طوال فترة الصمت من جانب المحطات التلفزيونية لاسيما في تغطيتها المباشرة للعملية الانتخابية او من خلال ضيوفها وبرامجها الحوارية.

- يتوزّع الاعلام اللبناني ملكيات خاصة لأفراد أو أحزاب، بما فيها محطات التلفزيون، الأمر الذي يجعل الظهور على هذه المحطات ليس مفتوحا أمام جميع الناشطين في الحقل السياسي، ويجعل أن الكثير من التغطيات قد تندرج في اطار الترويج أو الدعاية السياسية. لذا تبدو الحاجة ملحة الى أمرين: السهر على تطبيق قانون الاعلام والاعلان الانتخابي، وتعزيز تلفزيون لبنان TL ، المحطة العامة، كي يمتلك الإمكانات التي تؤهله لمنافسة القنوات الخاصة في خدمة جميع المرشحين.

ثانيا: على صعيد هيئة الإشراف على الانتخابات

شاب أداء هيئة الإشراف على الانتخابات ثغرات كثيرة ما جعل أداءها غير مطابق للمهام الموكلة اليها وانعكس على أداء وسائل الإعلام الموكل الى الهيئة مهام مراقبتها.

- لم تحدد الهيئة قبل بدء العملية الانتخابية، المعايير الدقيقة التي تسمح بالتمييز بين الاعلام الانتخابي والاعلان الانتخابي وفقا لأحكام قانون الانتخاب، كما لم تحدد البرامج والمساحات القصوى التي يمكن بثّ مواد اعلامية او دعائية تتعلق بالمرشحين واللوائح وأوقات بثّ أو نشر هذه المساحات.

- لم تصدر هيئة الاشراف توصيات ملزمة لوسائل الإعلام بشأن تأمين العدالة والتوازن والحياد في المعاملة بين المرشحين وبين اللوائح، حسب قانون الانتخاب الذي نصّ على ضرورة أن "تسهر الهيئة على احترام حرية التعبير عن مختلف الآراء والتيارات الفكرية في برامج وسائل الإعلام أثناء فترة الحملة الانتخابية".

- رغم إقرار الهيئة بمخالفات كثيرة ارتكبتها وسائل الإعلام خلال فترة الحملة الانتخابية غير أنها لم تعتمد الى اتخاذ التدابير المستعجلة في مراجعة محكمة المطبوعات واحالة وسائل الإعلام المخالفة لموجبات التغطية كما نص عليه القانون.

- إضافة الى تخلف هيئة الاشراف عن تنفيذ النصوص القانونية التي تحكم دورها، تبدو الهيئة مكثلة في عملها لناعية ارتباطها بوزير الداخلية وافتقارها الى الكادر البشري والإمكانات المادية التي تتيح لها تنفيذ القيام بدورها. من هنا المطالبة الدائمة بإنشاء هيئة مستقلة عن وزارة الداخلية وتزويدها بالإمكانات اللازمة للقيام بدورها.

- ان اشراك الاعلام والمجتمع المدني في مواكبة العملية الانتخابية انما يصب في اتجاه شفافية العملية الانتخابية وفي تفعيل مشاركة القوى الحية في المجتمع. لذلك فان تفسير هيئة الاشراف للمادة 20 حول مشاركة جمعيات المجتمع المدني في مراقبة الانتخابات وتقييد اللجنة لمؤسسة مهارات في منعها من إصدار بيانات عن الأداء الإعلامي، إنما يذهب في اتجاه تقييد المجتمع المدني ، خصوصا وان جمعية مهارات لا تشارك في الاشراف الميداني على الانتخابات إنما يقتصر عملها على رصد الخطاب الإعلامي مكتنبا وبحثيا، وبالتالي فإن منعها من إصدار تقارير رصدية انما ينال من حرية الاعلام ومن حرية الرأي والتعبير وحرية تداول المعلومات.

ثالثا: على صعيد المبادئ الإعلامية المهنية والأخلاقية

- تملي المبادئ الأخلاقية للمهنة ان تقوم وسائل الاعلام خلال استحقاق وطني بأهمية الانتخابات التشريعية أن تصبح أدوات في خدمة الشأن العام وفي خدمة إنجاح الاستحقاق الانتخابي لأن في ذلك خدمة للمصلحة العامة وحفاظا على النظام الديمقراطي ودعما للمواطنين للقيام بدورهم على أكمل وجه. هذا الأمر يتطلب من وسائل الاعلام الارتقاء فوق مصلحة المرشحين والأحزاب والسعي الى حياد المؤسسة الإعلامية واحترامها المبادئ المهنية والأخلاقية في تغطياتها.

- تملي المبادئ الأخلاقية الحرص على التزام خطاب وطني يبتعد عن العنف وعن نشر الإشاعات وتحاشي خطاب الحقد والكراهية، كما أن المبادئ المهنية تملي عليها التأكد من مصادر الأخبار التي تنشرها، واستضافة أشخاص مشهود لهم بالعلم والكفاءة والنزاهة، وعدم الترويج لمعلومات واحصاءات واستفتاءات رأي لا تستند إلى الأسس العلمية المطلوبة لضمان صدقيتها.

- بعض القنوات أهملت كليا موضوع التثقيف الانتخابي فيما يشكل هذا الأمر جانبا مهما من دورها التثقيفي والتوعوي. ولم يلحظ اي انتاج اعلامي مادة اعلامية انتخابية مخصصة لذوي الاعاقة.

- كان الخطاب العنفي التحريضي حاضرا في التغطيات التلفزيونية وقد بلغ الخطاب درجات قصوى من العنف بتوجيه اتهامات للاخصام على الصعيدين الشخصي والعام. وقد ازدادت النبرة السلبية في الأسبوعين الأخيرين قبل الانتخابات فيما تراجعت اللهجة الحيادية ما يؤكد انخراط الناشطين السياسيين والمحطات في المعركة واتخاذهم مواقف أكثر حدة.

- ان احترام القوانين يندرج في إطار المبادئ الأخلاقية والمهنية لوسائل الإعلام ويضمن لها أداء سليما ويحررها من التبعية للقوى المختلفة. ومن هذه القوانين التي يفترض بها احترامها قوانين الإعلام والإعلان الانتخابي.

- لم تحظ المرشحات على المساواة في الظهور التلفزيوني مع المرشحين ما يؤكد التهميش المستمر للمرأة في وسائل الاعلام والصعوبات التي تعترضها لإسماع صوتها وتأكيد مشاركتها في إدارة الشأن العام. فيما يفترض بوسائل الإعلام الإفساح في المجال للمرأة كي تستطيع أن تلعب دورها كاملا في المجتمع، كما الإفساح في المجال لكل فئات المجتمع بالوصول الى الاعلام والتعبير عن ذاتها.

- ان التزام وسائل الإعلام بالدور الوطني المطلوب منها يتطلب التزامها مبدأ التوازن في تغطياتها وتحفيز الناخبين على القيام بواجبهم الانتخابي و الإفساح في المجال أمام عرض المشاريع الإصلاحية المقترحة كي يتمكن الناخب من المقارنة بينها.

- تعاني وسائل الإعلام في لبنان من عجز في مالىيتها ومن شح في مواردها الأمر الذي يضطرها إلى إعطاء مساحات إعلامية لمموليها. وفي غياب أي مبادرة دعم من جانب السلطات العامة، تلجأ المؤسسات الى مثل هذا التمويل. غير أن المبادئ الأخلاقية تملي عليها الإعلان عن البرامج التي تبثها في اطار الترويج لحزب أو مرشح أو للبرامج التي تتضمن محاباة للضيف.

19-ملاحق

ملحق رقم 1: جدول الظهور المباشر للأحزاب في النشرات التلفزيونية من 1 شباط -15 أيار
67 حزبا حصلوا على الظهور المباشر في نشرات الأخبار التلفزيونية من 1 شباط حتى 15 أيار 2022
على الشكل التالي: (الأرقام تشير الى الثواني)

حزب الله	40801
حركة امل	31944
التيار الوطني الحر	31632
مستقل	18899
القوات اللبنانية	12272
التقدمي الاشتراكي	6917
الكتائب اللبنانية	5782
قدامى المستقبل	4388
المستقبل	3220
حزب الحوار الوطني	2473
تيار الكرامة	1940
مشروع وطن الانسان	1629
السوري القومي الاجتماعي	1275
حركة الاستقلال	1003
التوحيد العربي	816
حزب تقدم	787
كتلة الوسط المستقل	772
الجمهورية اللبنانية الثالثة	765
تحالف وطني	710
طاشناق	637
الديمقراطي اللبناني	527
المرده	524

التنظيم الشعبي الناصري	479
حزب البعث العربي الاشتراكي	479
حزب الوطنيين الاحرار	442
الكتلة الوطنية اللبنانية	407
سوا للبنان	401
المرصد الشعبي لمحاربة الفساد	379
الحزب الشيوعي	375
جمعية المشاريع الخيرية الاسلامية	363
حزب الاتحاد	351
بيروت مدينتي	349
ائتلاف شمالنا	315
ممفد	310
الكتلة الشعبية	287
ادارة الانتخابات	284
سهلنا والجبل	277
حزب لنا	232
ائتلاف قوى التغيير بعلبك الهرمل	220
حراك العسكريين المتقاعدين	215
شمال الثورة	141
حركة احرار صيدا	126
ائتلاف انتفض	113
لحقي	105
بيروت تقاوم	93
سبعة	74
الجنوب معا	73
اللقاء الجنوبي الديمقراطي المستقل	70
تحالف المعارضة الديمقراطية	70
الخط التاريخي	68

رجال الدين	66
القمصان البيض	63
قوى التغيير في الزهراني	63
متنبون مستقلون	60
اللقاء التضامني الوطني	58
لقاء تشرين	56
لنا	52
قوى التغيير والثورة في عكار	51
نعم لبنان	49
شوف التغيير	45
منتشرين	44
عاليه للتغيير	42
حركة النضال اللبناني العربي	38
ائتلاف قضاء رحلة الثورة التغيير	36
لوائح انتخابية	30
كورة الثورة	28
حزب الهنشاك	21

ملحق رقم 2 : جدول الظهور المباشر للأحزاب في النشرات التلفزيونية من 1 نيسان-15 أيار

48 حزبا أو مجموعة تمكنوا من الظهور المباشر في نشرات الاخبار التلفزيونية من 1 نيسان حتى 15 ايار 2022 على الشكل التالي: (الارقام تشير الى الثواني)

حزب الله	15382
حركة امل	13938
التيار الوطني الحر	13934
مستقل	12262
القوات اللبنانية	5638
التقدمي الاشتراكي	3430
الكتائب اللبنانية	3036
قدامى المستقبل	1646
تيار الكرامة	1362
المستقبل	1290
حزب الحوار الوطني	1181
مشروع وطن الانسان	824
الجمهورية اللبنانية الثالثة	695
تحالف وطني	630
حركة الاستقلال	558
الديمقراطي اللبناني	527
طاشناق	445
التوحيد العربي	372
المردة	346
بيروت مدينتي	320
المرصد الشعبي لمحاربة الفساد	305
كتلة الوسط المستقل	298
الحزب الشيوعي	294
الكتلة الشعبية	287

حزب الاتحاد	277
حراك العسكريين المتقاعدين	215
حزب الوطنيون الاحرار	202
التنظيم الشعبي الناصري	195
حزب لنا	183
حزب تقدم	175
ممفد	154
ائتلاف شمالنا	141
الكتلة الوطنية اللبنانية	127
شمال الثورة	99
حزب البعث العربي الاشتراكي	95
جمعية المشاريع الخيرية الاسلامية	94
الخط التاريخي	68
رجال الدين	66
اللقاء التضامني الوطني	58
لنا	52
لوائح انتخابية	30
سوا للبنان	19
السوري القومي الاجتماعي	16
الجماعة الاسلامية	6

ملحق رقم 3 : جدول ظهور الأحزاب في النشرات الاخبارية تبعا للقنوات التلفزيونية

توزّع ظهور الاحزاب او الائتلافات الـ 48 في نشرات الاخبار وفقا للقنوات التلفزيونية المرصودة

حزب/ائتلاف	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
التقدمي الاشتراكي	1579	46	880	352	209	0	364	3430
التنظيم الشعبي الناصري	158	19	18	0				195
التوحيد العربي	347		0			25	0	372
التيار الوطني الحر	2336	621	1133	259	448	8744	393	13934
الجماعة الاسلامية	6		0					6
الجمهورية اللبنانية الثالثة	630			65			0	695
الحزب الشيوعي	227	35	32					294
الخط التاريخي	22		46					68
الديمقراطي اللبناني	73		55		232	167	0	527
السوري القومي الاجتماعي			0		16	0		16
القوات اللبنانية	1111	467	892	2229	156	131	652	5638
الكتائب اللبنانية	1356		985	523		0	172	3036
الكتلة الشعبية	170	71	46			0		287
الكتلة الوطنية اللبنانية	42		85					127
اللقاء التضامني الوطني						58		58
اللقاء الجنوبي الديمقراطي المستقل			0					0
المردة	175	0	108	63	0	0	0	346
المرصد الشعبي لمحاربة الفساد	262		43					305

المستقبل	523	0	174		220	225	148	1290
ائتلاف شمالنا	100		41					141
بيروت مدينتي	162	0	158			0		320
تحالف وطني	382		138	110		0		630
تيار العزم			0					0
تيار الكرامة	836	118	408					1362
جمعية المشاريع الخيرية الإسلامية			60		34	0	0	94
حراك العسكريين المتقاعدين						215		215
حركة الاستقلال	142	40	227	116			33	558
حركة امل	1064	721	322		10797	141	893	13938
حزب الاتحاد	213				64			277
حزب البعث العربي الاشتراكي	52		0		43			95
حزب الحوار الوطني	632		359	156			34	1181
حزب الله	3297	7141	1485	153	2311	131	864	15382
حزب الوطنيون الاحرار				156		0	46	202
حزب تقدم	159		16					175
حزب لنا	183							183
رجال الدين						66		66
سهلنا والجبل			0					0
سوا للبنان	19		0					19
شمال الثورة	70		29					99

طاشناق	68		20	70	275	0	12	445
قدامى المستقبل	643	10	451	189	34	211	108	1646
كتلة الوسط المستقل	193		56	49				298
لائحة وعي صوتك		0						0
لنا	35		17					52
لوائح انتخابية	0	0	0	30	0	0	0	30
مستقل	4392	745	2050	1614	1317	1724	420	12262
مشروع وطن الانسان	559		209	56				824
ممفد	111		43			0		154
نعم لبنان			0					0
المجموع العام	22329	10034	10586	6190	16156	11838	4139	81272

ملحق رقم 4 : جدول ظهور المرشحين في النشرات الاخبارية تبعا للقنوات التلفزيونية

جدول تفصيلي لظهور المرشحين في نشرات الاخبار التلفزيونية تبعا للقنوات. اقتصر الجدول على الذي نالوا نسبة ظهور مباشر في نشرات الاخبار من 100 ثانية وما فوق، من 1 نيسان حتى 15 ايار

اسم المرشح	ALJADEED	ALMANA R	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
جبران باسيل	844	272	948	259	263	5980	319	8885
محمد رعد	776	1271	373	45	213	0	316	2994
نبيه بري	267	177	160		1523	69	354	2550
ايلى فرزلى	264	173	120	66	990	328	256	2197
ابراهيم كنعان	811	167	114		58	889	57	2096
هانى قبيسى	366	237			1142		61	1806
جورج عدوان	705	320	196	177	78	64	114	1654

علي حسن خليل	59	110	106		1284		69	1628
حسن فضل الله	540	498	215	108	180		50	1591
سامي الجميل	713		482	186			61	1442
فيصل كرامي	836	118	408					1362
تيمور جنبلاط	375	26	402	242	83		99	1227
حسين الحاج حسن	274	641	87		210			1212
فؤاد مخزومي	632		359	156			34	1181
غياث يزبك				1116				1116
وائل ابو فاعور	613	20	205				115	953
نديم الجميل	401		329	143		0	73	946
غازي زعتر	174				652		94	920
قبلان قبلان					777		69	846
عناية عز الدين	61				589		113	763
فريد البستاني	40		100		22	550		712
عمر حروفش	630			65			0	695
نعمت افرام	475		189	26				690
فارس سعيد	285		333	71				689
حسن عز الدين		598	58		32		0	688
جورج عقيص			92	280	78	49	132	631
علي المقداد		591						591
ناصر جابر		71			510			581

نصري لحد						580		580
ميثال معوض	142	40	227	116			33	558
ابراهيم الموسوي		526			30			556
ايهاب حمادة		543						543
علي خريس					444		71	515
علي فياض	22	308	48		86		38	502
الان عون	34	166	19		26	248		493
امين شري	84	225	22		84		30	445
ايوب حميد					437			437
بولا يعقوبيان	203		116	110		0		429
مجد حرب	96		256	68				420
هادي ابو الحسن	36		61	110	126		86	419
طلال ارسلان	73		45		116	167	0	401
طلال المرعي	220		79	94		0		393
وئام وهاب	347		0			25	0	372
اشرف ريفي	266		17	54		20		357
سليم الصايغ	151		114	82				347
عبد الرحمن البزري	252	18	64					334
نقولا الصحنوي						332		332
ادغار طرابلسي	63	16	0		95	155		329
جورج بوشيكيان	34		20		275	0		329

محمد خواجه	87	22			219			328
نبيل بدر	153			161				314
شامل روكز			20			291		311
نزار ابراهيم						304		304
ميريم سكاف	170	71	46			0		287
اسامة سعد	240	19	18	0				277
حسن مراد	213				64			277
الياس ابو صعب			0			274	0	274
مروان حمادة	194		69	0		0		263
ينال صلح		262						262
ناهدة خليل	162		85					247
بشرى الخليل	215		23			0		238
خالد قباني	92					74	67	233
علي عباس	232							232
فادي علامة	29	14			101	45	28	217
سليمان فرنجية	126	0	25	63	0	0	0	214
انطوان حبشي	172	41	0			0		213
الياس حنكش	38		60	112				210
خليل الحلو	68		20	120				208
جميل السيد	199							199
رامز امهز	60	80	58					198

مصطفى علوش	31	10	54	100				195
ديما ابو دبا				185				185
شكري حداد	55			127				182
ميثال الياس المر	119		61					180
علي مراد	37		13	126				176
عبد الله مطرحي	40	66			68			174
علي عمار	37	38	0		42	57		174
هيمن مشيك	72		102					174
قاسم هاشم					163			163
اشرف بيضون					158			158
وسيم المرعي	54		104					158
حسن خليل	35			37		74		146
اكرم شبيب	145						0	145
اسعد درغام	94		0			49		143
ياسين فواز	141							141
ميثال الضاهر	76		36	28				140
علي وهيبي	60		78					138
طوني فرنجية	49		83	0			0	132
شادي فياض				131				131
زياد حواط	23		0	82		0	24	129
تمام سلام	25		61				41	127

امل ابو زيد	47	0	0		0	75		122
مهى شاتيلا	42	80						122
وليام طوق	79		43			0		122
فادي المعلوف				117		0		117
ادي معلوف	32		0			81		113
ميثال حلو	22		85					107
ابراهيم عازار			27		75			102
بلال عبدالله	101						0	101
ليال بو موسى	100							100

ملحق رقم 5 : جدول ظهور المرشحين في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى 15 أيار

ظهور المرشحين في البرامج الحوارية من 1 شباط حتى 15 أيار

اسم المرشح	ALJADEED	ALMAN AR	LBCI	MTV	NBN	OTV	TL	المجموع العام
سامي الجميل	3756		23366	47				27169
فؤاد مخزومي	11666		8434	4971				25071
جبران باسيل			12629			12006		24635
فريد البستاني			8464	2940	5662	7501		24567
سليم الصايغ	3351		12363		835	3545	2482	22576
عمر حرفوش	7014			11132		2760		20906
سليمان فرنجية	4683		5996	7757				18436
فارس سعيد	10551		6384	1036				17971

الياس حنكش	1658		7202	5851	840		1864	17415
بولا يعقوبيان	7892		5009	4449				17350
الياس ابو صعب	480		4080	3419		8948		16927
ابراهيم كنعان	4804		3971	3758		3890		16423
مصطفى علوش	2914		10627	2220				15761
عبد الرحمن البزري	9016		6239					15255
وائل ابو فاعور	4366		10349					14715
مجد حرب			8656	5892				14548
ميشال حلو	5871		3331	1387			3207	13796
نعمت افرام	3264		2193	5270			3030	13757
جوزفين ز غيب			6591	4199		2782		13572
وئام وهاب	9632					3750		13382
فيصل الصايغ	7112		2366			3721		13199
ميشال معوض			7269	5854				13123
ادي معلوف	703				4785	6948		12436
فريد الخازن			3138	7980	1186			12304
خليل الحلو			8197	1200			2479	11876
ادغار طرابلسي	717		1190			9838		11745
مارك ضو	6285		4204	1140				11629
مازن شبارو	3407		4321	3737				11465
امير المقداد	3563		2065	2882			2773	11283

جورج شهوان			3818	2905	600	3932		11255
بلال عبدالله	5523		3330		1375	523		10751
حسن كشلي	3982		2056	4055				10093
سمير صليبا	1387		2634	6054				10075
وضاح صادق	7888			2062				9950
بيار بو عاصي				7150			2626	9776
زياد عقل	2331					3085	4351	9767
نقولا الصحنوي			1256			8453		9709
رازي الحاج	672		1397	2100		3041	2459	9669
ميريم سكاف	6447			3174				9621
زينة منذر	4772		2015	2713				9500
مروان حمادة	4962		2308	2160				9430
نجاه صليبا	1436		7103	694				9233
علي وهبي	5110		4077					9187
بشرى الخليل			1402			7752		9154
كريم شبقلو	3262		2139	3737				9138
سيزار ابي خليل				2517		6583		9100
ماغى عون	1954		1517	5591				9062
حسن عز الدين					8999			8999
سمعان بو فاضل	719		2577	5610				8906
نبيل نجا	3329		2523	2940				8792

الان عون			1174	3209	2025	2234		8642
سليم هاني	1556		2075	2650		2245		8526
امل ابو زيد				2934		5590		8524
هاني صليبا			5351	3163				8514
حسن خليل						8478		8478
زينة مجدلاوي	1464		5629	1260				8353
ابراهيم منيمه	3918		2886	1505				8309
اسامة سعد	8291							8291
نبيل بدر	4645			3549				8194
اسعد درغام	550				920	6715		8185
جولي الدكاش	3435		3476	1246				8157
لينا حمدان			6669	1470				8139
ليال بو موسى	3828		3438	660				7926
كميل موراني	1521		6400					7921
حسن فضل الله		7880						7880
ملحم رياشي				7743				7743
انطوان حبشي				7423				7423
يوسف ملحم الفخري				1369			6022	7391
ميشال فلاح	4023			3351				7374
الفت السبع	2320		1986	2981				7287

ندی بستانی			2988			4297		7285
هادي ابو الحسن	3057		4109					7166
غادة ايوب بو فاضل				4837			2325	7162
حليمة قعقور	3030		4111					7141
عيد عازار	771		6049		315			7135
رانيا غيث	2994		2902	1075				6971
سيمون ابي رميا				2836	935	3152		6923
نقولا سابا	3546			3214				6760
اسما اندراوس	1391		5290					6681
جهاد فرح	803		1823	4053				6679
غادة عيد				6607				6607
جورج عدوان	3285			3314				6599
نجيب ليان	4991			1525				6516
ميثال دويهي	946		1813	3754				6513
حسين الحاج حسن		6360						6360
نجوى باسيل	3039		3298					6337
واصف الحركة	4818			1500				6318
سعد الدين الخطيب	2912		2265	1140				6317
ريما نجيم			2189	4127				6316
اغوبقرا دونيان	2570				3739			6309
راجي السعد			3137	3032				6169

علي مراد	2785		1118	2233				6136
رندا عبود	499		1202		956	3440		6097
فادي علامة					3014	3043		6057
رمزي كنج			1376	4436				5812
فيرينا العميل			4332	1413				5745
نوفل نوفل			2389			3223		5612
علي خليفة	1521		2195	1800				5516
غسان عطا الله	1298					3950		5248
لينا التتير	1438		2360	1440				5238
رياض الاسعد	1625		3560					5185
سامي فتفت			5138					5138
ايمان طيارة	2275		2781					5056
ملحم خلف	661		3267	991				4919
فادي كرم	1524		1334	1980				4838
ليون سمرجيان	4822							4822
محمد رعد		4800						4800
زياد عبس			2562	2221				4783
سجيع عطية	2895		980		668			4543
انطوان صفيير				4526				4526
انطوان سرياني	3089		976		460			4525
ماجد دمشقية	3368			1110				4478

جاد غصن	3407		1067					4474
ندى صحنواي			4444					4444
جورج عقيص				4376				4376
سامر سعادة				2580		1725		4305
نعيم عون	216			4079				4295
حبوبة عون	2405		1886					4291
هشام حايك				4228				4228
حسن مراد	1825				2230			4055
زياد اسود						3954		3954
زينة كلاب			1970				1915	3885
فادي ابو رحال						3865		3865
شادن الضعيف	1042		2737					3779
فدوى الكلاب			3741					3741
فيصل كرامي	3732							3732
عناية عز الدين	150	3570						3720
طوني متى						3687		3687
ناهدة خليل			2189	1481				3670
فادي غصن			3667					3667
شكري حداد	138		2081	1433				3652
عمر الدبغي			2209	1440				3649
علي نور						3642		3642

الفرد الرياشي	450			3176				3626
دلال الرحباني	3610							3610
ارا باردقجيان			3600					3600
علي فياض		3600						3600
قزحيا ساسين			2012	1522				3534
نصري لحد						3525		3525
طارق داوود					3521			3521
سمير الحلبي				3486				3486
سليم الهاني	3477							3477
غسان كرم						3440		3440
عماد الحوت	3411							3411
اسعد رشدان				3391				3391
خالد قباني	3389							3389
رياض طوق	1027			2339				3366
سيمون صفير			1444				1905	3349
اشرف ريفي				3318				3318
مخايل الدويهي				3302				3302
مالك مولوي			396	2880				3276
بول ناكوزي	539		1655	1080				3274
الشيخ عباس الجوهرري				3265				3265
ريشارد قيو مجيان	3250							3250

محمد خواجه		3240						3240
جورج عطا الله	1763		1447					3210
طلال المقدسي						3196		3196
حيدر بزي	3145							3145
زينه المصري	1588			1542				3130
ميشال الضاهر			3118					3118
رفلي دياب	1943		1102					3045
جو رعيدي							3041	3041
انطوان البستاني			1336				1700	3036
ميشال الياس المر			2973					2973
شامل روكز			2964					2964
وهيب ططر	1397		1553					2950
طوني فرنجية			2940					2940
شادي فياض				2857				2857
جوزيف نجم	1872		968					2840
عبدالله بو عبدالله							2825	2825
محمود عواد			2805					2805
سليم خوري						2795		2795
وهبة قاطيشا	2774							2774
كارن البستاني				2738				2738
سليمان مالك							2701	2701

رشيد رحمة			496	2196				2692
احمد عياش	1580			1110				2690
فراس حمدان	485		2189					2674
انطوان عبود						2654		2654
وليد خوري						2602		2602
منى سكر ليكي				2601				2601
هادي حبيش					2588			2588
رولا المراد			2495					2495
المعتصم بالله ادهم							2457	2457
ايهاب حمادة		2400						2400
نديم الجميل			2381					2381
رامي اسوم	590		1066		705			2361
رامي فنج			2349					2349
احمد خالد	2344							2344
البطريرك الراعي						2340		2340
زياد حواط				2340				2340
ربي دالاتي	614			1680				2294
رانيا باسيل			2267					2267
سمير عاكوم							2245	2245
اديب عبد المسيح			2243					2243
محمود الجمل	2206							2206

هاروتيونكو كزيان	2195							2195
طوني الكريدي						2176		2176
طلال ارسلان		2169						2169
جوزيف الاسمر							2166	2166
بهجت سلامة			2123					2123
اكرم شهيب			2112					2112
جواد بولس			2108					2108
قبلان قبلان					2096			2096
عفراء عيد			2093					2093
عامر الصبوري				2070				2070
جاك جندو							2010	2010
جاد بجاني			1980					1980
ايهاب مطر	1960							1960
اميل فياض	1206			750				1956
برجيتشليان	518			1415				1933
اميل نوفل	150		1718					1868
زينة منصور							1820	1820
سينتياز رازير			449	1352				1801
ميريم جبر				1791				1791
بلال علامة							1790	1790
زياد ابي شاكور	518		1269					1787

وسيم المرعبي				1768				1768
مشهور حيدر			1745					1745
ليال نعمه				1738				1738
سعيد علامة				1727				1727
غسان حاصباني				1720				1720
جيمي جبور			1687					1687
غياث يزبك				1656				1656
فادي الخير				1656				1656
عباس شرف الدين	206		1443					1649
محمود حدارة	1646							1646
مارون مخول	527		1111					1638
سيمون بشواتي	230			1406				1636
رومانوس رعد			1628					1628
شربل مسعد				1620				1620
رشا عيتاني				1588				1588
بشير عيتاني	1580							1580
مارون رزق الله							1575	1575
الياس اسطفان				1572				1572
ايد مرعي				1560				1560
كميل دوري شمعون				1560				1560
خالد مرعي				1500				1500

ربيع الشاعر				1500				1500
خالد حنقير				1463				1463
فادي ابو علام							1460	1460
جوزيف مخايل							1455	1455
محمد شهاب			1455					1455
كميل سرحال	1450							1450
بريجيت خير				1446				1446
رشيد ابو جودة				1410				1410
صعود بو شبل			1400					1400
الشريف سليمان			203	1193				1396
هند الصوفي				1360				1360
فاطمة مشرف				1347				1347
جورج جوفيلكيان			1342					1342
بطرس خليل			1328					1328
ميثال ابو سليمان				1304				1304
وسام ابو فخر	1301							1301
يسرى التنير	1301							1301
نبيل عيتاني				1275				1275
ابلي فرزلي				1260				1260
بلال هرموش				1255				1255
قاسم هاشم			1229					1229

عبد الرزاق الكيلاني							1220	1220
كارلا بطرس				1205				1205
غادة غانم			1186					1186
جيسنل سمعان			1175					1175
رنا الطويل			1171					1171
علاء الصايغ				1075				1075
غيثا العجيل				1068				1068
هانيا الزعترى			1028					1028
ياسين ياسين				1006				1006
بسام غنطوس							965	965
بترا سماحة			946					946
عبد الرحمن المبشر	916							916
جورج بوشيكيان	894							894
امين بشير	836							836
يوسف النقيب				827				827
عمر حلبب	810							810
ديما ابو ديا	766							766
سليم عون					753			753
بريجيت حيتي				750				750
جويل الحويك				750				750
كاظم الخير	741							741

كارول دحدح	728							728
خلود الوتار				640				640
احمد دباغ	615							615
وفيق ريحان	578							578
رائد برو					550			550
ايلي اسود					526			526
جولي حنا					449			449
سامي نبهان					429			429
شادن معلوف			294					294
سارة سويدان	266							266
ابراهيم عبدالله			187					187
ايمن مروه	126							126
وسيم غندور			123					123
المجموع العام	344416	34019	439737	363283	51161	185026	66868	1484510

ملحق رقم 6 : جدول ظهور المرشحين في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 نيسان حتى 15 أيار

المرشحون الذين ظهوروا في البرامج الحوارية في وقت الذروة من 1 نيسان حتى 15 أيار							
اسم المرشح	ALJADEED	ALMANAR	LBCI	MTV	NBN	OTV	المجموع العام

فؤاد مخزومي	3505		8434	4971			16910
سامي الجميل	3756		11242				14998
جبران باسيل			9501			4120	13621
بولا يعقوبيان	3606		5009	4449			13064
وائل ابو فاعور	4366		8284				12650
الياس ابو صعب				3052		8948	12000
فارس سعيد	8541		3279				11820
سليمان فرنجية	4683		5996				10679
ميشال معوض			4764	5854			10618
ابراهيم كنعان	4804			1658		3890	10352
ميريم سكاف	6447			3174			9621
وئام وهاب	9357						9357
عبد الرحمن البزري	5085		3837				8922
نعمت افرام	3264			5270			8534
حسن خليل						8478	8478
فريد البستاني			3046			3651	6697
جورج عدوان	3285			3314			6599
سيزار ابي خليل						6583	6583
مجد حرب			3858	2280			6138
سليم الصايغ			1757			3545	5302
غسان عطا الله	1298					3950	5248

مروان حمادة	4962						4962
سيمون ابي رميا				1800		3152	4952
محمد رعد		4800					4800
ادي معلوف	703					3995	4698
نبيل بدر	4645						4645
جورج شهوان					600	3932	4532
اسما اندراوس	1391		3135				4526
بشرى الخليل						4422	4422
علي وهبي	2303		1896				4199
نجاه صليبا	1436		1944	694			4074
مارك ضو	1825		995	1140			3960
ليال بو موسى	2079		1210	660			3949
فادي ابو رحال						3865	3865
اسعد درغام						3715	3715
رازي الحاج	672					3041	3713
علي نور						3642	3642
حليمة قعقور			3622				3622
نصري لحدود						3525	3525
مازن شبارو	3407						3407
الان عون				3209			3209
طلال المقدسي						3196	3196

مصطفى علوش		3184				3184
ندى صحنوي		3148				3148
فريد الخازن		3138				3138
راجي السعد		3137				3137
ميثال الضاهر		3118				3118
زياد عقل					3085	3085
سامي فتفت		2991				2991
ندى بستاني		2988				2988
ميثال الياس المر		2973				2973
بيار بو عاصي			2956			2956
فيصل كرامي	2951					2951
طوني فرنجية		2940				2940
رانيا غيث		2902				2902
لينا حمدان		2867				2867
سليم خوري					2795	2795
ايمان طيارة		2781				2781
علي مراد	597	1118	1012			2727
حسين الحاج حسن		2640				2640
فدوى الكلاب		2540				2540
رولا المراد		2495				2495
حسن مراد	1825			570		2395

نديم الجميل		2381				2381
لينا التنير		2360				2360
زينة مجدلاني		2233				2233
طوني الكريدي					2176	2176
ليون سمرجيان	2010					2010
ريما نجيم			1956			1956
نبيل نجا	1865					1865
اسعد رشدان			1860			1860
عيد عازار	771	729		315		1815
ميثال حلو	578	1192				1770
جورج عطا الله	1763					1763
غسان حاصباني			1720			1720
اميل نوفل		1718				1718
ابراهيم منيمنة	761	932				1693
ملحم خلف	661		991			1652
زينة المصري	1588					1588
سليم هاني	1556					1556
بلال عبدالله	1549					1549
واصف الحركة	1539					1539
رندا عبود	499			956		1455
سمعان بو فاضل	719		690			1409

نجيب ليان	1391						1391
وسام ابو فخر	1301						1301
يسرى التتير	1301						1301
رامي اسوم	590				705		1295
ماغي عون			583	691			1274
ايلي فرزلي				1260			1260
جاد غصن	1211						1211
اميل فياض	1206						1206
كارلا بطرس				1205			1205
رياض الاسعد			1204				1204
ملحم رياشي				1200			1200
حسن كشلي	1119						1119
عمر حرفوش	1066						1066
بترا سماعة			946				946
عبد الرحمن المبشر	916						916
ميشال فلاح	916						916
جورج بوشيكيان	894						894
امين بشير	836						836
شادن الضعيف			814				814
فادي علامة					812		812
عمر حلباب	810						810

سمير صليبا			797				797
ديما ابو دبا	766						766
سليم عون					753		753
كاظم الخير	741						741
كارول دحدح	728						728
ادغار طرابلسي	717						717
رياض طوق				695			695
غادة عيد				694			694
احمد دباغ	615						615
ربي دالاتي	614						614
وفيق ريحان	578						578
رائد برو					550		550
بول ناكوزي	539						539
مارون مخول	527						527
ايلي اسود					526		526
رشيد رحمة			496				496
فراس حمدان	485						485
انطوان سرياني					460		460
عماد الحوت	456						456
جوزفين زغيب			451				451
سينتياز رازير			449				449

سامي نيهان					429		429
مالك مولوي			396				396
فيرينا العميل			392				392
خليل الحلو			379				379
زياد عيس			374				374
كميل موراني			365				365
الياس حنكش			344				344
شادن معلوف			294				294
رامي فنج			243				243
نعيم عون	216						216
عباس شرف الدين	206						206
الشريف سليمان			203				203
ابراهيم عبدالله			187				187
شكري حداد	138						138
ايهاب مطر	126						126
وسيم غندور			123				123
المجموع العام	127661	7440	144714	58455	6676	87706	432652

للمزيد من المعلومات، يرجى التواصل معنا



 Telephone

0096176971616

 Website

maharatfoundation.org

 Address

New Jdeide, Azure Center, 5th Floor

