

تغطية وسائل الإعلام للانتخابات النيابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الانتخابات النيابية اللبنانية
لعام 2018



بالشراكة مع



تغطية وسائل الإعلام للانتخابات النيابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الانتخابات النيابية اللبنانية
لعام 2018

تغطية وسائل الإعلام للانتخابات النيابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إصدار

منظمة إعلام للسلام «ماب» ومؤسسة سمير قصير - مركز الدفاع عن الحريات الإعلامية والثقافية «سكايز»، بالشراكة مع الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات ومؤسسة كونراد آديناور.

إشراف

أيمن مهنا - مؤسسة سمير قصير
فانيسا باسيل - منظمة إعلام للسلام

رصد وبحث

محمد مطاوع - منظمة إعلام للسلام
جاد شحرور - مؤسسة سمير قصير
وداد جربوع - مؤسسة سمير قصير
بالتعاون مع Social Media Exchange

تنسيق

كنان فاخوري - منظمة إعلام للسلام

تدقيق لغوي

يوسف ملحم الهاشم - مؤسسة سمير قصير

تصميم

مارك رشدان

طباعة

Doculand

بيروت، ٢٠١٨

الفهرس

٤	مقدّمة
٥	الأهداف
٦	الفرضيات
٧	المنهجية
٨	الإطار النظري
١٠	التحليل الكمي والنوعي
١٠	قناة LBCI
١٨	قناة MTV
٢٧	قناة الجديد
٣٥	قناة OTV
٤٢	قناة المستقبل
٤٩	قناة المنار
٥٤	مقارنة عامة
٦٢	المجلس النيابي الافتراضي
٧٢	الخلاصة
٧٤	الاستنتاجات والتوصيات

غالباً ما يتم إهمال مراقبة أداء وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الانتخابات، على الرغم من أن حساباتها على تلك المواقع تكتسب أهمية كبيرة في الطريقة التي يتم بها الإبلاغ عن المرشحين أو دعمهم أو نقدهم، ما يؤثر بشكل مباشر على اختيار المواطنين وتصويتهم، وبالتالي يؤثر على الممارسة الديمقراطية. وعلى الرغم من أن قانون الانتخابات ينظم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية والإعلانات الانتخابية في وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة، إلا أنه لا يغطي على وجه الدقة وسائل الإعلام عبر الإنترنت، بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي. وبالتالي، يمكن أن تصبح حسابات مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام الجماهيرية (الصحف، الإذاعة، التلفزيون) منبراً مهماً لحشد الدعم لصالح مرشحين معيّنين من خلال ما تنشره، وبشكل خاص صفحات القنوات التلفزيونية التي تحظى بانتشار كبير. فلا يزال التلفزيون يحتل مكانة متقدمة لدى الجمهور، وتتداخل معه تكنولوجيا الاتصالات، لتصبح صفحات القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومة لصيقاً للمصدر الأساس، أي القناة نفسها. وهذه الصفحات تمثل تلك القنوات، وتصل إلى شريحة كبيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

تأتي هذه الدراسة في ظل غياب المراقبة الرسمية لأداء القنوات التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مراقبة كيفية تغطيتها للانتخابات التي تُعتبر المظهر الديمقراطي الأساسي في الحكم الرشيد.

تعتمد الدراسة على المراقبة النوعية والكمية اليومية لحسابات القنوات التلفزيونية اللبنانية على موقعي التواصل الاجتماعي «فايسبوك» (Facebook) و«تويتر» (Twitter)، بما يتصل حصراً بتغطية الانتخابات النيابية اللبنانية عام ٢٠١٨. تتم مراقبتها وتحليلها وفقاً للمعايير المهنية والأخلاقية للصحافة ومعايير صحافة السلام، كما استناداً إلى الفصل السادس من قانون الانتخابات ٢٠١٧/٤٤.

الأهداف

تهدف الدراسة إلى:

- تقييم أداء القنوات التلفزيونية اللبنانية لناحية تغطيتها للانتخابات، كمّاً ونوعاً، على مواقع التواصل الاجتماعي.
- توفير المقترحات لتحسين تنظيم التغطية الإعلامية في الانتخابات المقبلة، في نص قانون الانتخابات وفي الممارسة على حدّ سواء.

الفرضيات

- هناك فروق دالة بين القنوات الحزبية وغير الحزبية في تغطيتها للانتخابات النيابية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- هناك فروق دالة بين تغطية القنوات للانتخابات النيابية عبر صفحاتها على موقع «فايسبوك» مقارنةً بالتغطية على موقع «تويتر».
- هناك فروق في تغطية القنوات للانتخابات النيابية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي بين الأسبوع الذي سبق الصمت الانتخابي وبين فترة الصمت الانتخابي.
- هناك ضعف في ممارسة صحافة السلام، أي صحافة حساسة للنزاع، شاملة، متوازنة وتعدّدية، ليس فقط على الشاشات التلفزيونية اللبنانية، وإنما أيضاً على الصفحات الخاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي.

المنهجية

أ. عيّنة الدراسة: تتألف ممّا ظهر خلال رصد صفحات ستّ قنوات تلفزيونية لبنانية خاصة على موقعي التواصل الاجتماعي «فايسبوك» و«تويتر»، وهي مناصفةً ثلاث قنوات حزبية: «المنار»، «المستقبل»، و«أو.تي.في.» (OTV)، وثلاث قنوات غير حزبية: «أل.بي.سي.آي.» (LBCI)، و«أم.تي.في.» (MTV)، و«الجديد».

ويهدف هذا الرصد إلى قياس المصلحة السياسية لدى القناة الخاصة - الحزبية وغير الحزبية، بمدى توافقها مع معايير صحافة السلام خلال تغطيتها للانتخابات النيابية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدى تأثير الانتماء الحزبي أو المصلحة السياسية الخاصة على طريقة التغطية.

مع العلم أنّ القنوات جميعها ملتزمة بمبادئ الأخلاقيات المهنية وصحافة السلام من خلال توقيعها على «ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان»^١ (٢٠١٣)، ما يعني إعلانها الالتزام بالمعايير الصحافية الواردة في الميثاق خلال أي تغطية إعلامية.

ب. المدّة الزمنية: رصدت الدراسة تغطية القنوات اللبنانية الست للانتخابات النيابية خلال فترتين:

- الفترة الأولى، خلال الأسبوع الأخير الذي سبق الصمت الانتخابي (من ٢٧ نيسان حتى منتصف ليل ٤ أيار).
- الفترة الثانية، خلال الصمت الانتخابي (أي يوم ٥ أيار لغاية الساعة السابعة مساءً من يوم الاقتراع في ٦ أيار، وهو توقيت إغلاق صناديق الاقتراع وانتهاء الصمت الانتخابي).

ج. تتبّن الدراسة المنهج الوصفي لرصد وتحليل تغطية القنوات التلفزيونية للانتخابات النيابية عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي. وتعتمد الدراسة أداة التحليل الكمي والنوعي لمضمون صفحات القنوات التلفزيونية اللبنانية عبر «فايسبوك» و«تويتر»، وذلك في فترة الأيام العشرة الأخيرة من الحملة الانتخابية، لمعرفة مدى تطبيق المعايير التي تتعلق بالتغطية المسؤولة والمتوازنة للانتخابات النيابية.

^١ ميثاق الشرف الإعلامي لتعزيز السلم الأهلي في لبنان، وزارة الإعلام، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ٢٠١٣. <http://www.undp.org.lb/communication/PeaceBuilding/Pact20%for20%Strengthening20%Civil20%Peace.pdf>

دور الإعلام من زاوية المسؤولية الاجتماعية

تأتي هذه الدراسة في إطار النظرية الاجتماعية التي تهدف إلى وضع ضوابط أخلاقية للصحافة، والتوفيق بين حرية الصحافة من جهة ومسؤوليتها تجاه المجتمع من جهة أخرى. وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، من خلال قواعد وقوانين تجعل الرأي العام قيماً على آداب المهنة، وذلك درءاً لسوء استخدام الإعلام كوسيلة للإثارة والتشهير والتزييف، بشكل يُسيء إلى مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أنّ الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام عدداً من الالتزامات تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة. ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون وقواعد السلوك القائمة. وتؤكد النظرية على وجوب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع بالنشر والعرض. كما أنّ للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عالية.

معايير صحافة السلام في تغطية الانتخابات

أما المعايير التي انطلقت منها الدراسة في تحليلها الكمي والنوعي، فهي معايير مستوحاة من نموذج صحافة السلام، الذي قدّمه البروفيسور يوهان غالتونغ وأكمل بلورته الصحافي- الأكاديمي جايك لينش.^٢

وتحقيقاً لأهداف هذه الدراسة، كما لتحليل التغطية الإعلامية للانتخابات وفق نموذج صحافة السلام في دراسات مستقبلية، نعتمد المعايير التالية:

Lynch, Jake and Annabel McGoldrick. 2005. Peace Journalism. Stroud: Hawthorn Press ٢

١. حيز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى.
٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)
٣. التوازن الطائفي.
٤. التوازن المناطقي.
٥. المرشحون الأكثر ظهوراً.
٦. البروباغندا السياسية مع/ضد فريق معيّن.
٧. خطاب الكراهية والتحريض.
٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرة بقضايا المواطنين والمواطنات.
٩. تغطية الإشكالات المرتبطة بالانتخابات، والإضاءة على حلول لتجنّب تكرارها أو التخفيف من وتيرتها ووطأتها.

التحليل الكمي والنوعي

قناة LBCI

نبذة عن القناة

المؤسسة اللبنانية للإرسال إنترناشونال (Lebanese Broadcasting Corporation International)، هي مؤسسة إعلامية أسسها حزب «القوات اللبنانية» في ٢٣ آب ١٩٨٥. واستمرت في العمل بعد انتهاء الحرب ودخل عدد من المستثمرين الخاصين على رأس مالها، وبدأت بالبث الفضائي عام ١٩٩٦. وهي حالياً في نزاع قانوني على ملكيتها بين حزب «القوات اللبنانية» من جهة، ورئيس مجلس إدارتها منذ تأسيسها بيار الضاهر.

صفحات قناة LBCI على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	
LBCI_News	LBCILebanonNews	إسم المستخدم / Username
٩١٢ ألفاً	٣١١ ألفاً	عدد المتابعين ^٥

فايسبوك:

نشرت صفحة قناة LBCI على «فايسبوك» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي ٥ منشوراً، من بينها ٢٣ منشوراً يتعلّق بالانتخابات. أمّا خلال فترة الصمت الانتخابي، فنشرت ٣ منشورات كلها تتعلّق بالانتخابات.

تويتر:

نشر حساب قناة LBCI على «تويتر» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي ١٩٩. ١ تغريدة، من بينها ٥٣٣ تغريدة تتعلّق بالانتخابات. وخلال فترة الصمت الانتخابي، نشر الحساب ٢٣٥ تغريدة من بينها ١٠٥ تغريدات تتعلّق بالانتخابات.

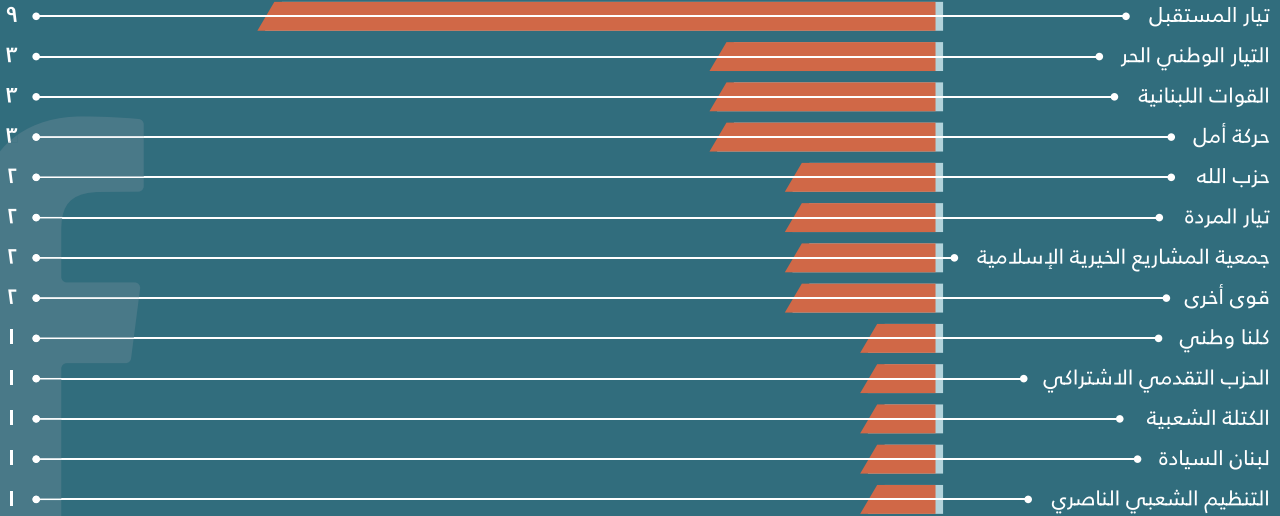
٣ حتى تاريخ ١٥ حزيران ٢٠١٨.

١. حيز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

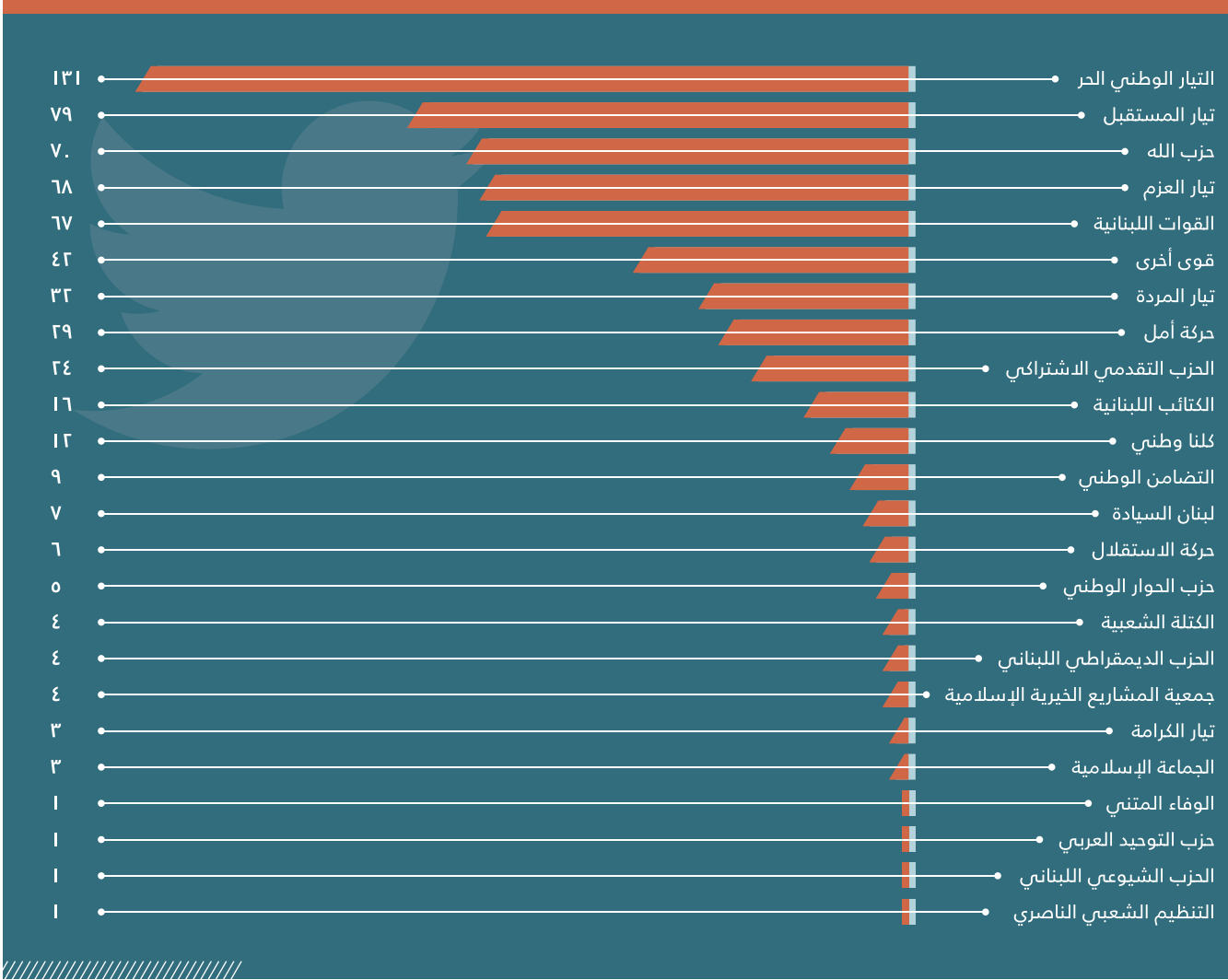
كان هناك توازن لدى قناة LBCI، إن كان على صفحتها على «فايسبوك» أو عبر حسابها على «تويتر»، ما بين تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات وتغطية القضايا الأخرى، وخاصة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي. فقد نشرت القناة عبر «فايسبوك» و«تويتر» وبنسب متوازنة أخباراً تتعلّق بالانتخابات، وأخباراً محلية غير انتخابية كتغطية أحداث أمنية وقضايا عنف منزلي وقضايا اجتماعية وبيئية، وكذلك غطت الأحداث الإقليمية والدولية. أمّا خلال فترة الصمت الانتخابي، فقد اكتفت القناة بتغطية الانتخابات على «فايسبوك» من خلال استخدام البث المباشر، وركزت على «تويتر» على الحدث الانتخابي، لكنها لم تُغفل تغطية القضايا الأخرى المحلية غير الانتخابية والأخبار الإقليمية والدولية.

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

فايسبوك:



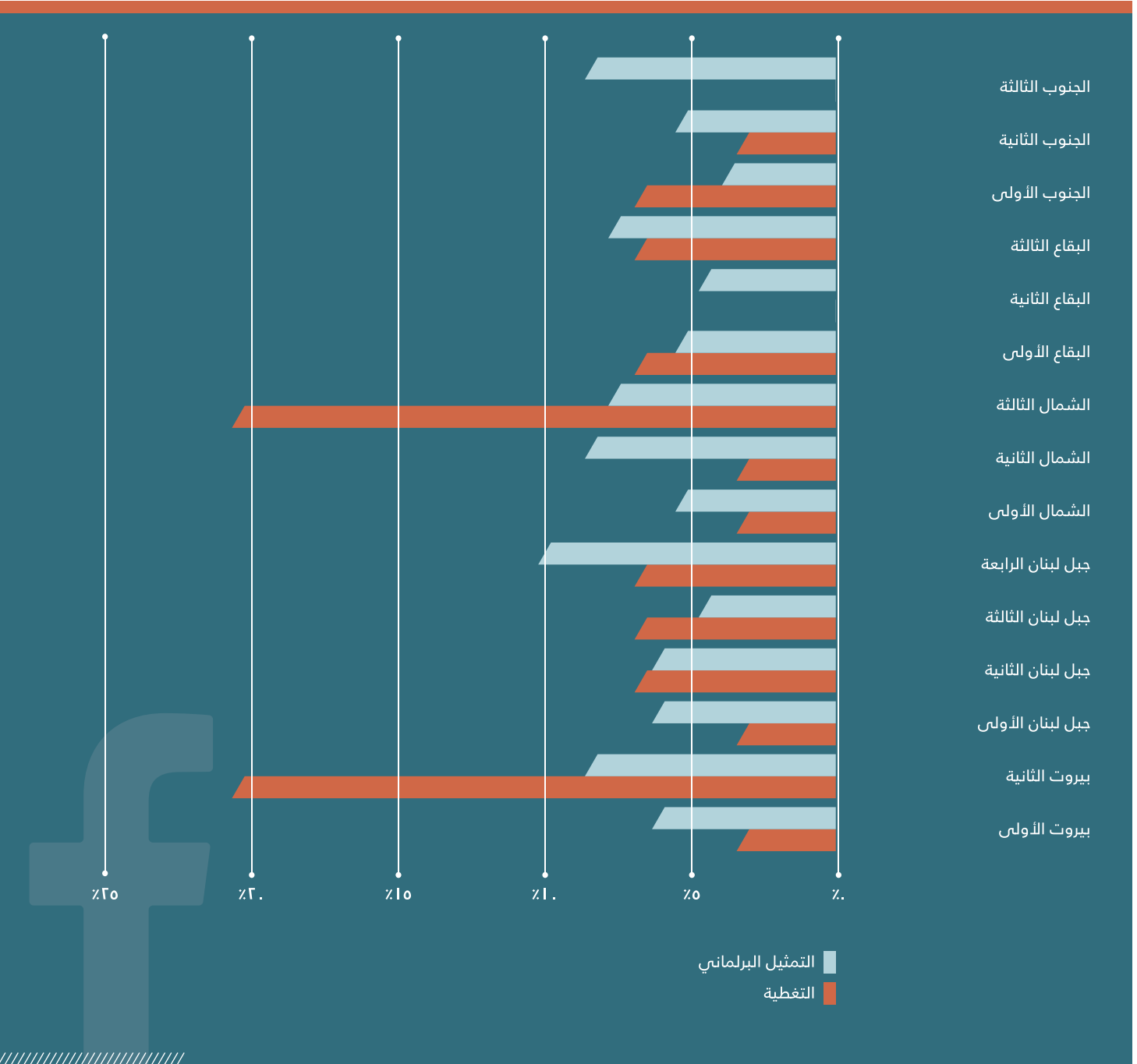
تويتر:



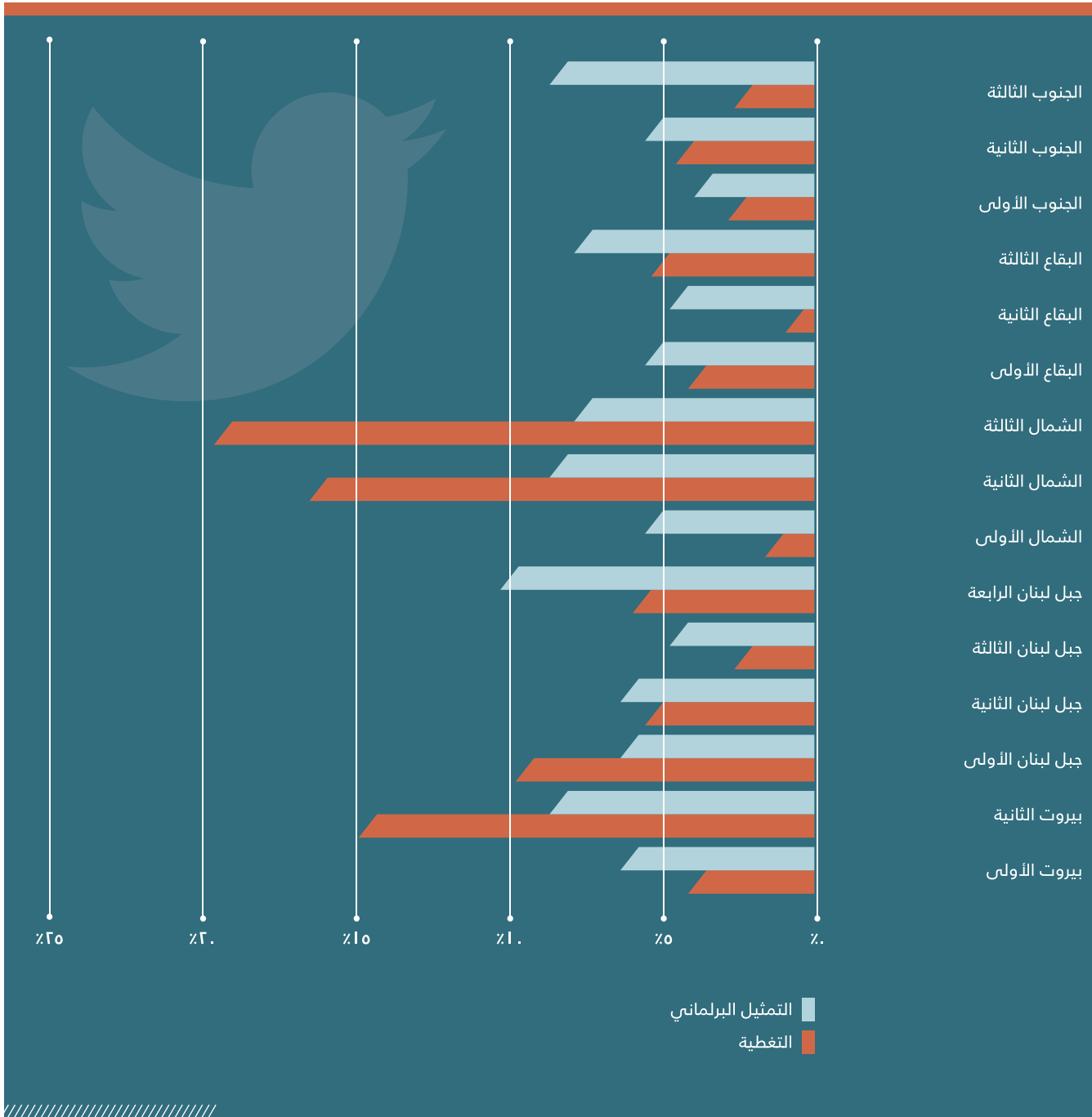
أظهرت قناة LBCI على «فايسبوك» و«تويتر» تعدديةً في تغطية لوائح المرشحين، مع وجود فوارق في النسب المئوية في حصة تغطية كل قوة سياسية، مع تفوق تيار «المستقبل» على «فايسبوك» والتيار «الوطني الحر» على «تويتر». أما صفحة القناة على موقع «فايسبوك»، فلم تخصص أي منشور لأي من اللوائح المرشحة خلال فترة الصمت الانتخابي وتحديداً في اليوم السابق للانتخابات. كذلك على «تويتر»، اكتفت LBCI بذكر انسحاب مرشح، وسمت عدداً قليلاً من المرشحين الآخرين خلال عرضها للقوى السياسية المتنافسة في دائرتين. ويلفت الظهور المكثف لمرشحي تيار «العزم» بقيادة الرئيس نجيب ميقاتي على حساب «تويتر» (في المرتبة الرابعة) على الرغم من انحصار منافستهم في دائرة الشمال الثانية (طرابلس - المنية - الضنية) فحسب.

٣. التوازن المناطقي

فايسبوك (تغطية الدوائر):



تويتر (تغطية الدوائر):

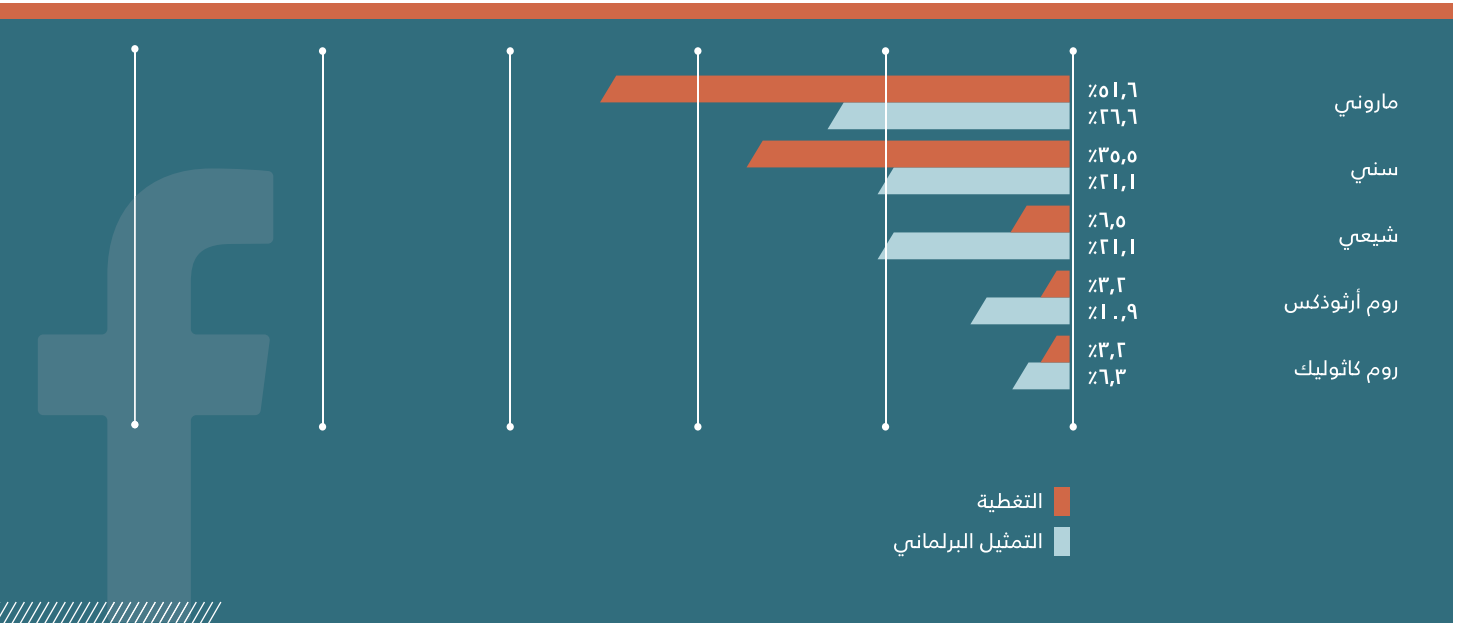


غابت دائرتا الجنوب الثانية (الزهراني - صور)، والبقاع الثانية (البقاع الغربي - راشيا) بالكامل عن تغطية LBCI على «فايسبوك»، حيث حظيت دائرتا الشمال الثالثة (بشري - الكورة - زغرتا - البترون)، وبيروت الثانية على أكثر من ٤٠٪ من التغطية، في حين أن مقاعد هاتين الدائرتين لا تشكل سوى ١٦٪ من مقاعد البرلمان. وحصلت دوائر الجنوب الأولى (صيدا - جزين)، والبقاع الأولى (زحلة)، وجبل لبنان الثانية (المتن) على تغطية نسبية تفوق نسبة مقاعدها البرلمانية. أما سائر الدوائر، فغطتها LBCI على «فايسبوك» بنسبة أقل من نسبة مقاعدها البرلمانية.

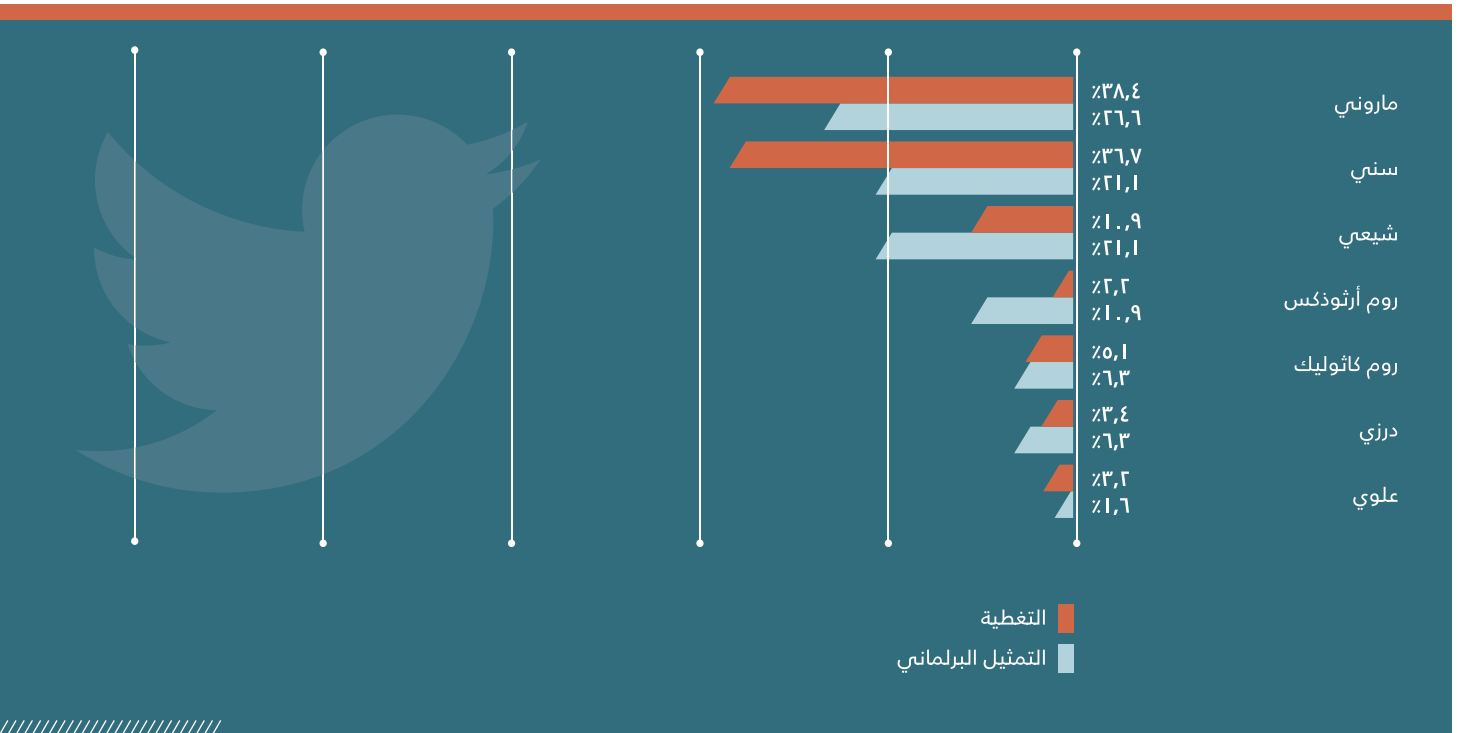
واستمر تفوّق دائرتي الشمال الثالثة وبيروت الثانية على «تويتر» أيضاً، وانضمت إليهما دائرة الشمال الثانية مع نسبة تغطية تُقارب ضعف نسبة مقاعدها النيابية، ولم تغب أي دائرة عن التغطية على «تويتر»، إلا أن الاهتمام بدائرة البقاع الثانية ظل الأدنى بين كل الدوائر.

٤. التوازن الطائفي

فايسبوك (تغطية الطوائف):



تويتر (تغطية الطوائف):



من حيث التوزيع الطائفي، أكثر من نصف المرشحين المغطيين على حساب LBCI على «فايسبوك» كانوا من الطائفة المارونية، وأكثر من الثلث من الطائفة السنية. وتقاسم المرشحون الشيعة، والروم الأرثوذكس، والروم الكاثوليك نسبة الـ ١٣٪ المتبقية. وغاب المرشحون الدرزي، والعلويون، والأرمن، والإنجيليون، والمنتسبون إلى الأقليات المسيحية عن تغطية LBCI على «فايسبوك».

أما على «تويتر» فكان للمرشحين الموارنة والسنة مجموعين حوالي ٧٥٪ من التغطية، يليهم الشيعة مع ١٠,٩٪. وغاب المرشحون الأرمن، والإنجيليون، والمنتسبون إلى الأقليات المسيحية عن التغطية بالكامل.

٥. المرشحون الأكثر ظهوراً

على «فايسبوك» ذكر كل من سعد الحريري وجبران باسيل ٣ مرات، وكل من المرشحين ابراهيم عازار، وبطرس حرب، ونهاد المشنوق مرتين، في حين ذكر ١٩ مرشحاً آخر مرة واحدة.

أما على «تويتر»، فتصدّر التغطية جبران باسيل في ٧٣ تغريدة، يليه في المرتبة الثانية سعد الحريري ٤٣ مرة، في المرتبة الثالثة نجيب ميقاتي ٢٩ مرة، في المرتبة الرابعة نهاد المشنوق ١٨ مرة، في المرتبة الخامسة نبيه بري ١٤ مرة، في المرتبة السادسة علي درويش ١٢ مرة، في المرتبة السابعة بالتساوي سامي الجميل ونعمة افرام ١٠ مرات، وفي المرتبة التاسعة ميشال فرعون ٨ مرات، وفي المرتبة العاشرة بالتساوي جان لوي قرداحي ومحمد نديم الجسر ٧ مرات. وقد شملت التغطية ٩٤ مرشحاً آخر.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
لا يوجد	يوجد إلى حد ما	لا يوجد	لا يوجد	منشورات وتغريدات تتضمن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معيّن

عبر مراقبة منشورات وتغريدات قناة LBCI على «فايسبوك» و«تويتر»، لم تلاحظ بروباغندا سياسية لصالح فريق معيّن، لكن بمراقبة أعداد التغريدات خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، يمكن اعتبار أنها رُوّجت ولو بطريقة غير مباشرة للوائح التيار «الوطني الحر» وتيار «العزم».

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		فايسبوك		منشورات وتغريدات تتضمن خطاب تحريض أو كراهية
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
لا يوجد	يوجد إلى حد ما	لا يوجد	لا يوجد	

خلت منشورات وتغريدات قناة LBCI من خطاب الكراهية بشكل عام، لكنها أتت نقلًا عن لسان المرشحين على موقع «تويتر» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، فنشرت القناة بعض التغريدات التي جاء فيهما خطاب تحريضي، على غرار تغريدة في ٢ أيار: «جميل السيد للحريري: خود حبة تحت اللسان»، وفي ٦ أيار: «ميريام سكاف: القوات ذكرونا بتصرفاتهم الميليشيوية»، وتغريدة واحدة في ٢٧ أيار. وما عدا ذلك، لم يكن هناك منشورات أو تغريدات تحمل خطاباً تحريضياً أو غرائزياً.

٨. تغطية قضايا متعلقة مباشرةً بالمواطنين والمواطنات

جاءت تغطية قناة LBCI للانتخابات النيابية متضمنةً لقضايا المواطنين والمواطنات من خلال إشراكهم عبر منشورات وتغريدات تخاطب المواطن وتدعوه إلى التفاعل والتعبير عن قضاياه، لناحية المشاركة في الانتخابات من عدمها، ورأيه بالانتخابات، ورأيه بالصمت الانتخابي. وتجلّى ذلك عبر «فايسبوك» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، فكانت ثلث المنشورات المتعلقة بالانتخابات بهذا الشكل.

٩. تغطية الإشكالات

حملت تغطية القناة للإشكالات التي حدثت خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي وخلال فترة الصمت، لغة الإثارة، وتبيّنت من خلال استخدام مفردات مبالغ فيها، مثل: «معارك تشتعل، توترات واحتقانات»، وشملت الإشكالات في دائرة بيروت الثانية، بين مناصري تيار «المستقبل» ومناصري «جمعية المشاريع الخيرية الإسلامية»، وبعد ذلك بين مناصري تيار «المستقبل» ومناصري «حزب الله». وكذلك الأمر، بالنسبة إلى الإشكال الذي وقع بين «الكتلة الشعبية» وحزب «القوات اللبنانية» في زحلة، فكانت طريقة التغطية تحمل خطاب إثارة. وبشكل عام، مالت القناة إلى تغطية الإشكالات دون الإضاءة على الحلول.

قناة MTV

نبذة عن القناة

تأسس تلفزيون المر (Murr Television - MTV) في العام ١٩٩١. تم إغلاق التلفزيون عام ٢٠٠٢ بحجة مخالفته لمادة من قانون الانتخابات آنذاك. وفي جلسة تشريعية لمجلس النواب في ١٦ آب ٢٠٠٥، تم تعديل المادة ٦٨ من قانون الانتخابات لإعادة فتح هذه المحطة التي عاودت البث في ٧ نيسان ٢٠٠٩.

صفحات قناة MTV على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	إسم المستخدم/ Username
mtvlebanonnews	mtvlebanonnews	عدد المتابعين
٩٧٧ ألفاً	٣٨٥ ألفاً	

فايسبوك:

نشرت صفحة قناة MTV على «فايسبوك» ٦٧ منشوراً خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، منها ٦٣ منشوراً عن الانتخابات. ونشرت ٢٠ منشوراً خلال فترة الصمت الانتخابي متعلّقةً بالانتخابات.

تويتر:

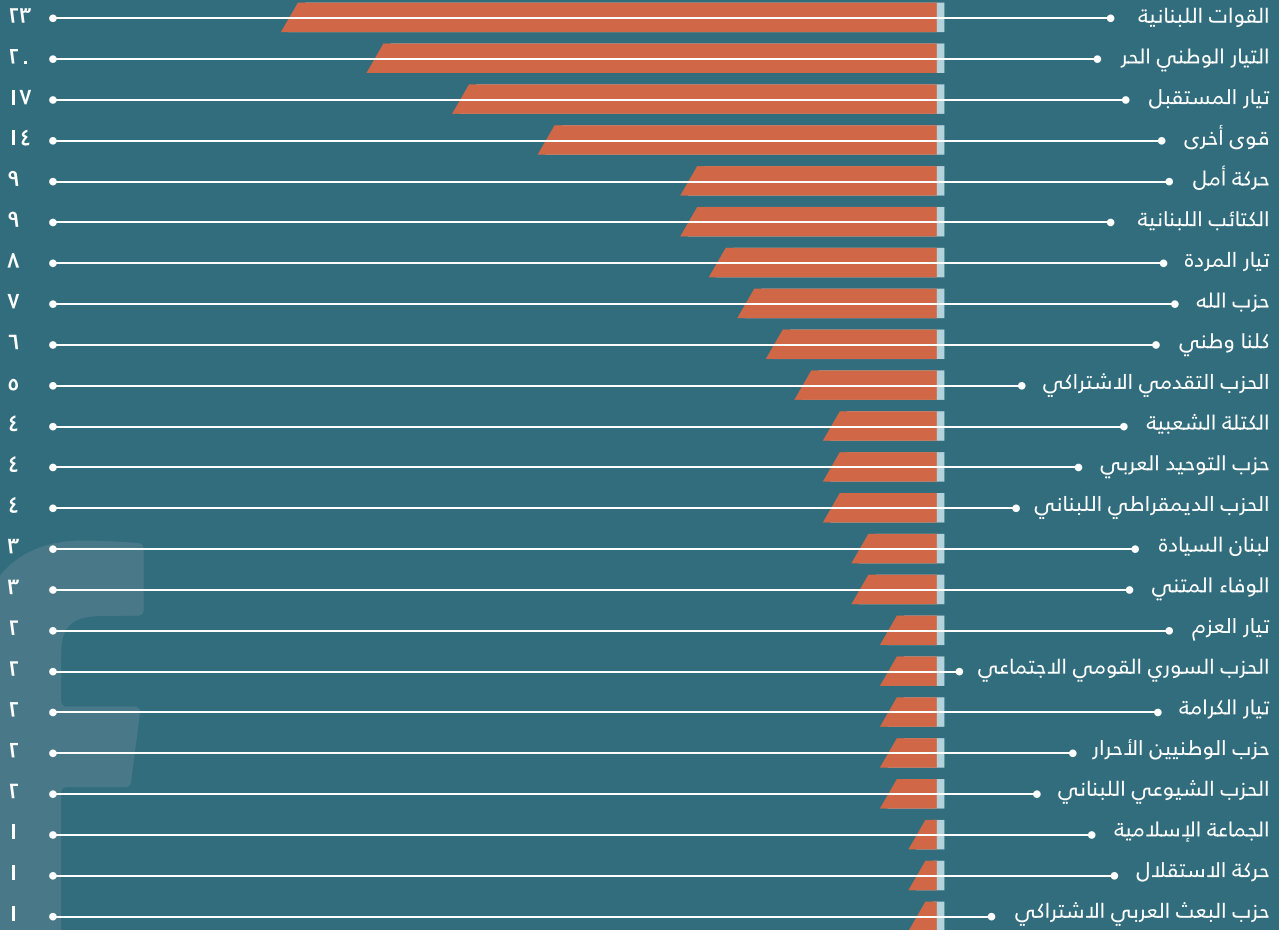
نشر حساب قناة MTV على «تويتر» ١١٧٨ تغريدة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، منها ٨٤٥ تغريدة عن الانتخابات، و ٤٠٢ تغريدة خلال الصمت الانتخابي، منها ٣٤٢ تغريدة عن الانتخابات.

١. حيّز الأخبار المتعلّقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

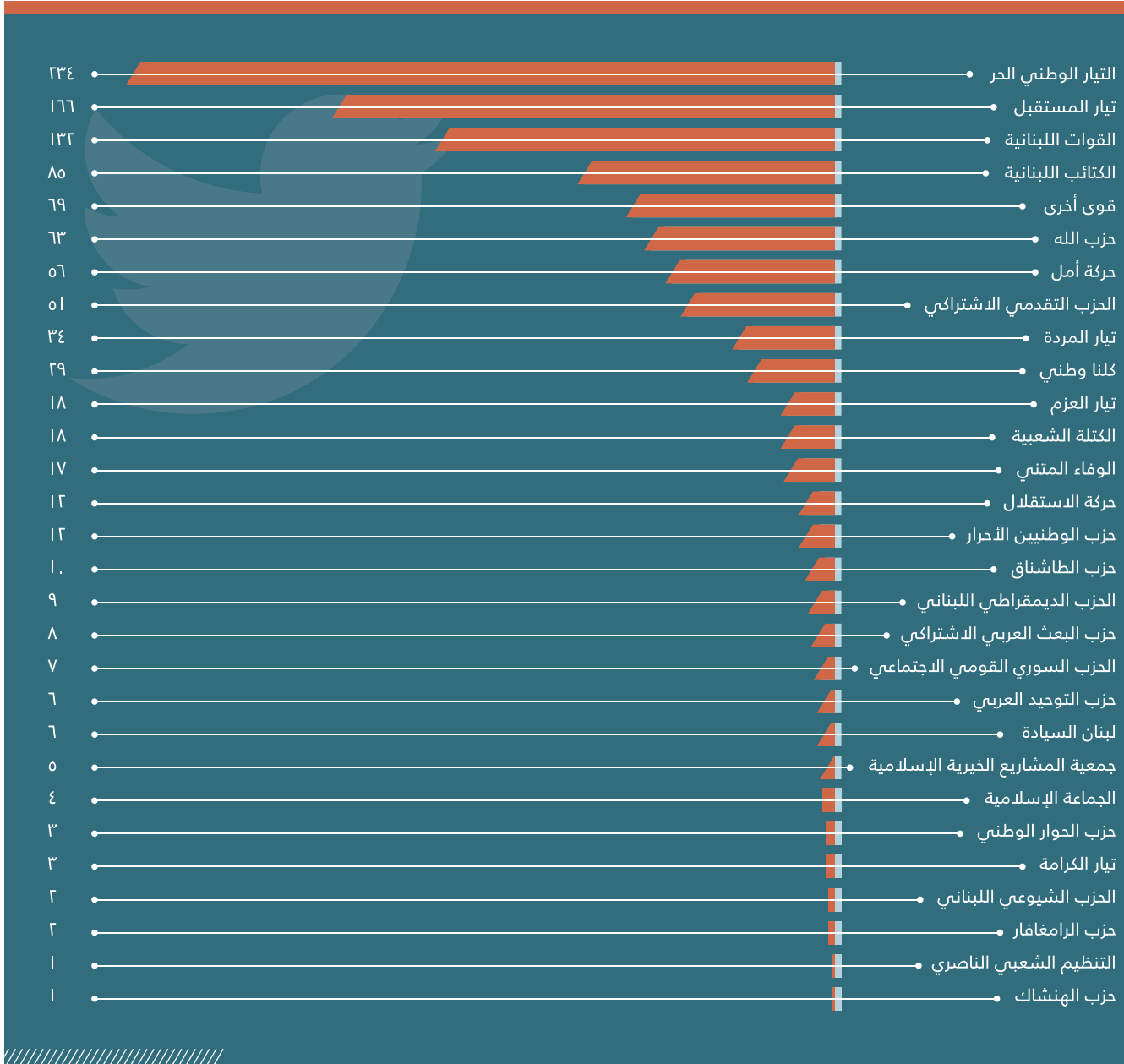
طغت التغطية المتعلقة بالانتخابات على صفحة MTV على «فايسبوك»، خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، حيث لم تنشر القناة إلا ٤ منشورات غير انتخابية، غطت فيها أنشطة اجتماعية ونقابية. أما خلال فترة الصمت، فكانت جميع منشورات قناة MTV عن الانتخابات. على موقع «تويتر»، استحوذت الانتخابات على تغطية تتعدّى الـ ٦٠٪، خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، وتلتها تغطية الأخبار المحلية السياسية غير الانتخابية والأمنية، وارتفعت نسبة تغطية الانتخابات إلى أكثر من ٨٥٪ خلال مدّة الصمت.

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

فايسبوك:



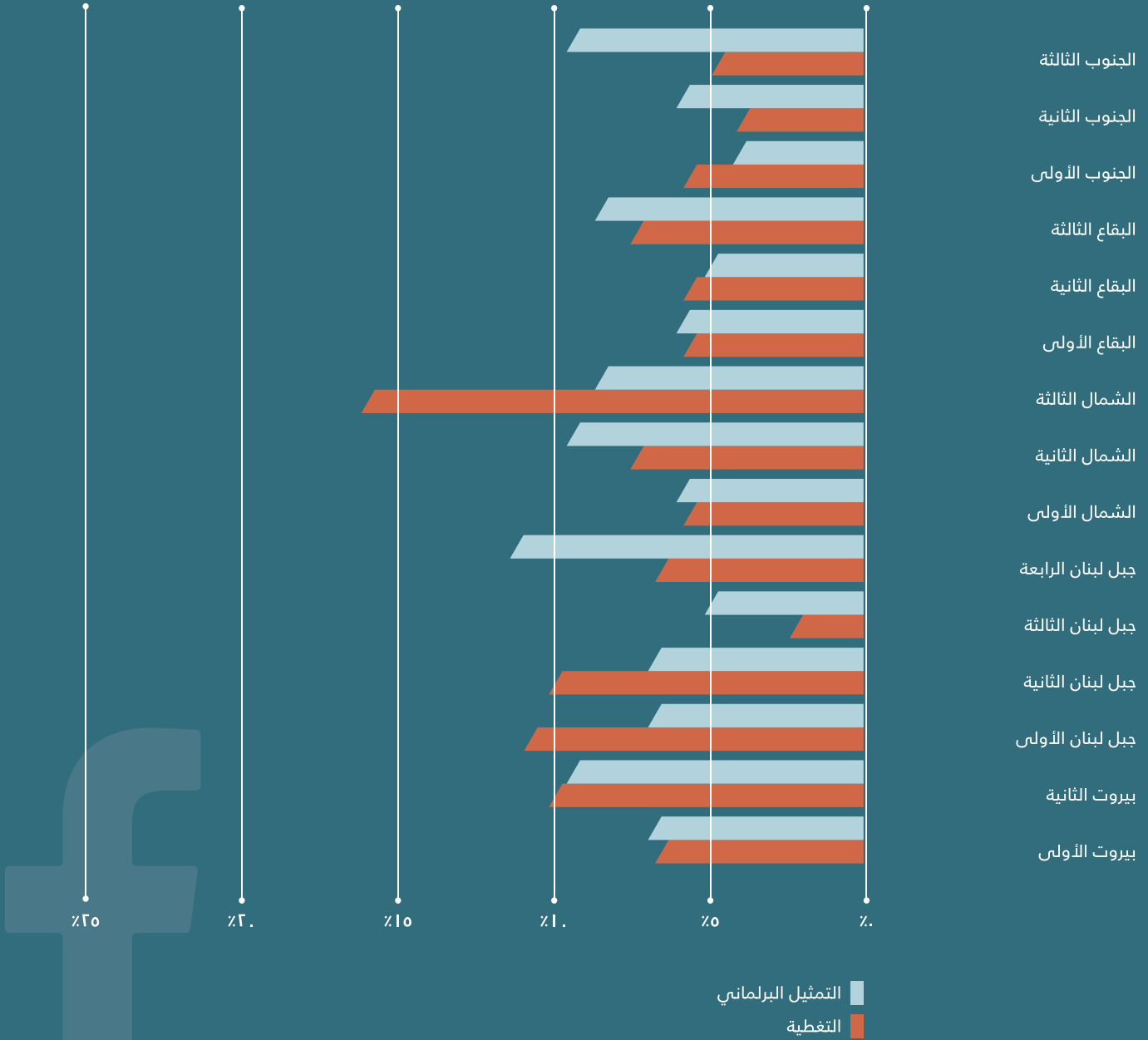
تويتر:



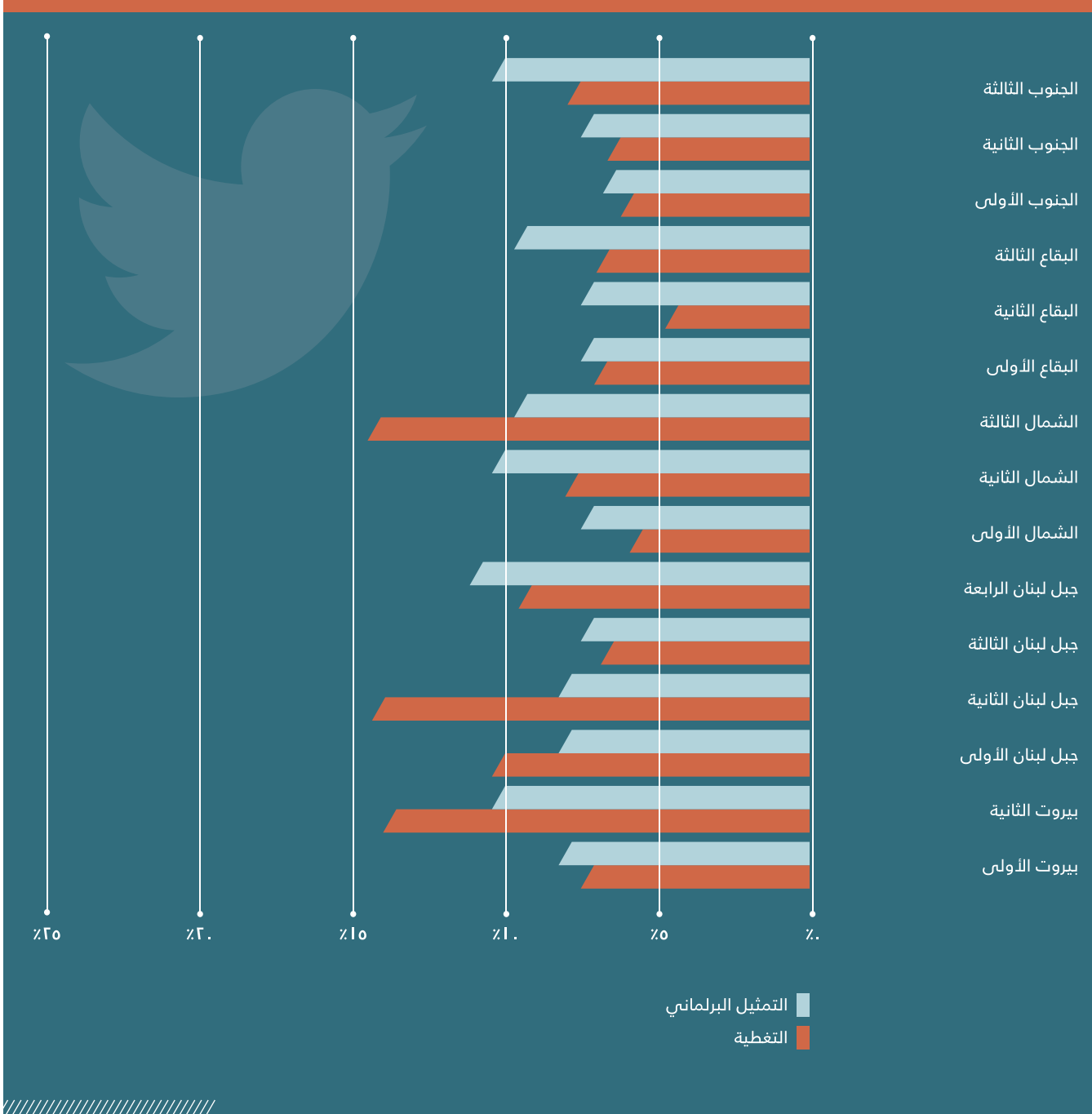
كان الحيّز الأكبر لتغطية قناة MTV عبر صفحتها على «فايسبوك» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، للوائح «القوات اللبنانية»، و«التيار الوطني الحر»، و«المستقبل»، والقوى والشخصيات السياسية المستقلة، بفارق كبير عن الأحزاب والقوى الأخرى. أما خلال مدّة الصمت، فلم تُنشر الصفحة إلى اللوائح والأحزاب، بل اكتفت بتغطية مجريات الانتخابات ولم تذكر فيها أيّاً من المرشّحين. وكان هناك تعددية في تغطية مختلف القوى على موقع «تويتر»، إن كان خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي أو خلال فترة الصمت، مع تقدّم ملحوظ للتيار «الوطني الحر»، و«المستقبل»، و«القوات اللبنانية».

٣. التوازن المناطقي

فايسبوك (تغطية الدوائر):



تويتر (تغطية الدوائر) :



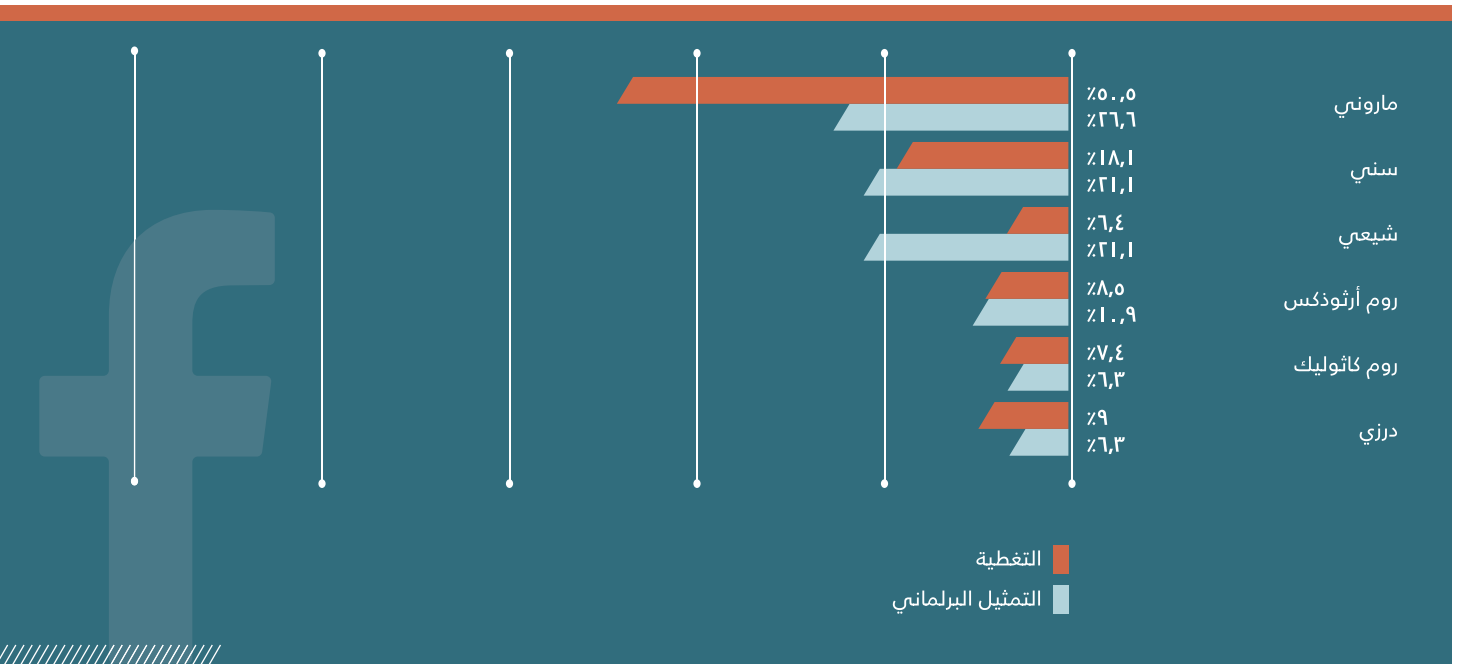
رُكّزت تغطية قناة MTV على «فايسبوك» على ثلاث دوائر ذات غالبية مسيحية هي الشمال الثالثة، وجبل لبنان الأولى (كسروان - جبيل)، وجبل لبنان الثانية، بنسبة أعلى من نسبة مقاعد هذه الدوائر في المجلس النيابي. وكانت تغطية البقاع الأولى (بعلبك - الهرمل)، والشمال الأولى (عكار)، وبيروت الأولى متناسبة مع نسبة المقاعد النيابية لهذه الدوائر، فيما كانت الجنوب الثالثة (النبطية - بنت جبيل - مرجعيون - حاصبيا)، وجبل لبنان الثالثة (بعبدان)، وجبل لبنان الرابعة (عالیه - الشوف)، متدنية نظراً إلى حجم تمثيلها في المجلس.

أما على «تويتر»، فتصدرت تغطية الشمال الثالثة، وجبل لبنان الثانية، وبيروت الثانية، فيما تدنت تغطية الجنوب الثالثة، والبقاع الثانية، والبقاع الثالثة، والشمال الأولى.

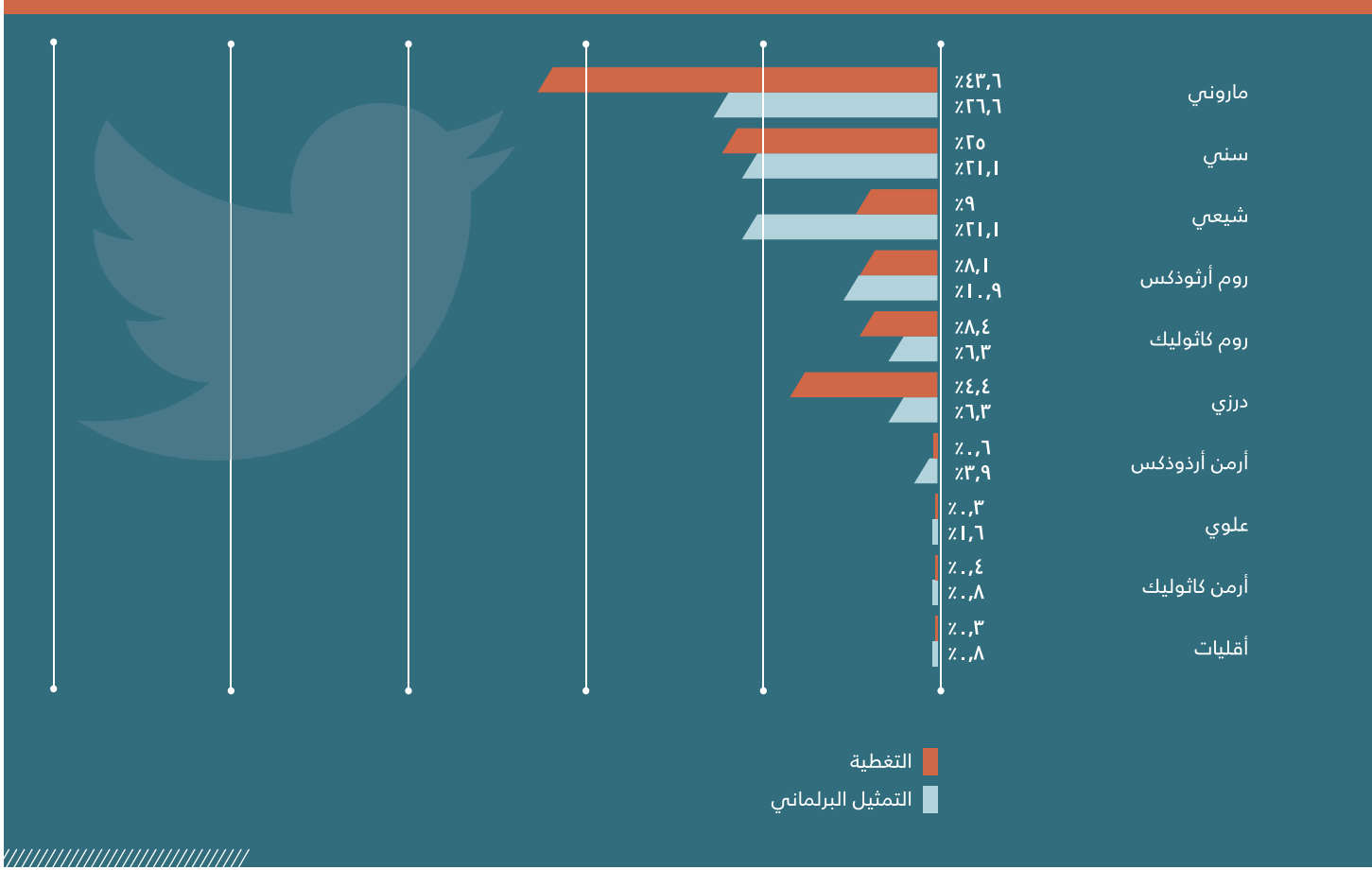
يجدر الذكر أن كل الدوائر دون استثناء ظهرت في تغطية قناة MTV على موقعي التواصل الاجتماعي «فايسبوك» و«تويتر».

٤. التوازن الطائفي

فايسبوك (تغطية الطوائف):



تويتر (تغطية الطوائف):



حصل المرشحون الموارنة على الحصّة الأكبر في تغطية قناة MTV، حيث ذُكر مرشحون موارنة في أكثر من نصف المنشورات على «فايسبوك» وفي أكثر من 43% من التغريدات على «تويتر»، يليهم المرشحون السنة بنسبة 18% على «فايسبوك» و25% على «تويتر». وقد ذُكر المرشحون الدرزي، والروم الكاثوليك، والروم الأرثوذكس والشيعية على «فايسبوك»، بغياب طوائف الأرمن والأقليات المسيحية والإنجيليين والعلويين. أما التغطية على «تويتر» فقد شملت كل الطوائف ما عدا الإنجيليين، حل فيها الشيعة في المرتبة الثالثة، يليهم الروم الكاثوليك والروم الأرثوذكس.

5. المرشحون الأكثر ظهوراً

ذكرت قناة MTV على «فايسبوك» كلاً من سعد الحريري، وجبران باسيل، ونهاد المشنوق، وستريدا جعجع 5 مرّات، وكلاً من سامر سعادة، وسامي الجميل، وطلال أرسلان، وفادي سعد، وميريّام سكاف، وونام وهاب 4 مرّات. وشملت التغطية 99 مرشحاً آخر.

أما على «تويتر»، فتصدّر التغطية سعد الحريري المذكور في 61 تغريدة، ثم في المرتبة الثانية جبران باسيل 59 مرة، وفي المرتبة الثالثة نهاد المشنوق 56 مرة، وفي المرتبة الرابعة ابراهيم كنعان وسامي الجميل بالتساوي 43 مرة، وفي المرتبة السادسة

نبيه بري ٢٢ مرة، وفي المرتبة السابعة نعمة افرام ٢١ مرة، وفي المرتبة الثامنة نديم الجميل ١٦ مرة، وفي المرتبة التاسعة مصباح الأحدب ١٥ مرة، وفي المرتبة العاشرة نجيب ميقاتي ١٤ مرة. وقد شملت التغطية أيضاً ١٤٥ مرشحاً آخر.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد إلى حدّ ما	يوجد	لا يوجد	يوجد إلى حدّ ما	منشورات وتغريدات تتضمّن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معيّن

ظهرت البروباغندا السياسية في تغطية قناة MTV للانتخابات على موقع «فايسبوك» بشكل محدود، من خلال منشورات تروّج لحزب «القوات اللبنانية» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي. بينما على موقع «تويتر»، روّجت القناة للائحتي ميشال المر (رئيس لائحة الوفاء المتني) في دائرة جبل لبنان الثانية ومصباح الأحدب (رئيس لقاء الاعتدال المدني) في دائرة الشمال الثانية، واستخدمت البروباغندا السياسية المضادة التي تتناول بالإطار السلبي المرشّح فؤاد مخزومي، رئيس حزب الحوار اللبناني ولائحة «لبنان حرزان» في بيروت الثانية.

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
لا يوجد	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	منشورات وتغريدات تتضمّن خطاب تحريض أو كراهية

خلّت تغطية قناة MTV من خطاب الكراهية ولغة التحريض، باستثناء بعض التغريدات التي نشرتها على موقع «تويتر» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، وجاءت جميعها نقلًا عن لسان المرشّحين من ضمن السجال السياسي والبروباغندا المضادة في الانتخابات.

٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرةً بالمواطنين والمواطنات

غابت تغطية قضايا تعني المواطنين والمواطنات عن صفحة MTV على «فايسبوك»، بينما اقتصرَت على موقع «تويتر» من خلال نقل تصريحات المرشّحين الذين يطرحون فيها قضايا المواطنين. وكذلك أعطت القناة «صوت من لا صوت لهم»، وهو معيار أساسي في صحافة السلام، عبر حسابها على «تويتر» من خلال إشراك المواطنين والسؤال عن رأيهم بالانتخابات، وتجلّى ذلك في ١٥ تغريدة.

٩. تغطية الإشكالات

جاءت تغطية الإشكالات التي حصلت في أفلام الاقتراع خجولة لدى قناة MTV، وحين تناولتها لم تُضئ على الحلول. كما أظهرت انحيازها في تغطية بعض الإشكالات، كالإشكال الذي حصل في زلّة بين حزب «القوات اللبنانية» و«الكتلة الشعبية»، حيثُ أظهرت تبنيها لوجهة نظر «القوات».

قناة الجديد

نبذة عن القناة

تأسس تلفزيون «الجديد» على يد «الحزب الشيوعي اللبناني» في عام ١٩٩٢، وقد أفلتت القناة قسراً عام ١٩٩٧ ليُعاد افتتاحها في العام ٢٠٠١، على يد رجل الأعمال تحسين خياط. وفي مطلع عام ٢٠٠٧، طرأ تطور على العلامة المسجلة فعُرب اسم القناة ليصبح «الجديد» عوضاً عن «نيو.تي.في.» (New TV).

صفحات قناة الجديد على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	إسم المستخدم/ Username
aljadeednews	Aljadeedonline	
١,٣٩ مليون	٣,٩ ملايين	عدد المتابعين

فايسبوك:

نشرت قناة «الجديد» عبر صفحتها على «فايسبوك» ٦٨ منشوراً خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، منها ١٩ منشوراً يتعلّق بالانتخابات. بينما نشرت ٢٦ منشوراً عن الانتخابات خلال فترة الصمت الانتخابي.

تويتر:

نشرت حساب قناة «الجديد» على «تويتر» ٩٩٨ تغريدة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، منها ٤٥٣ تغريدة عن الانتخابات، وخلال الصمت الانتخابي نشر ٤٣ تغريدة منها ٣٠٩ تغريدات عن الانتخابات.

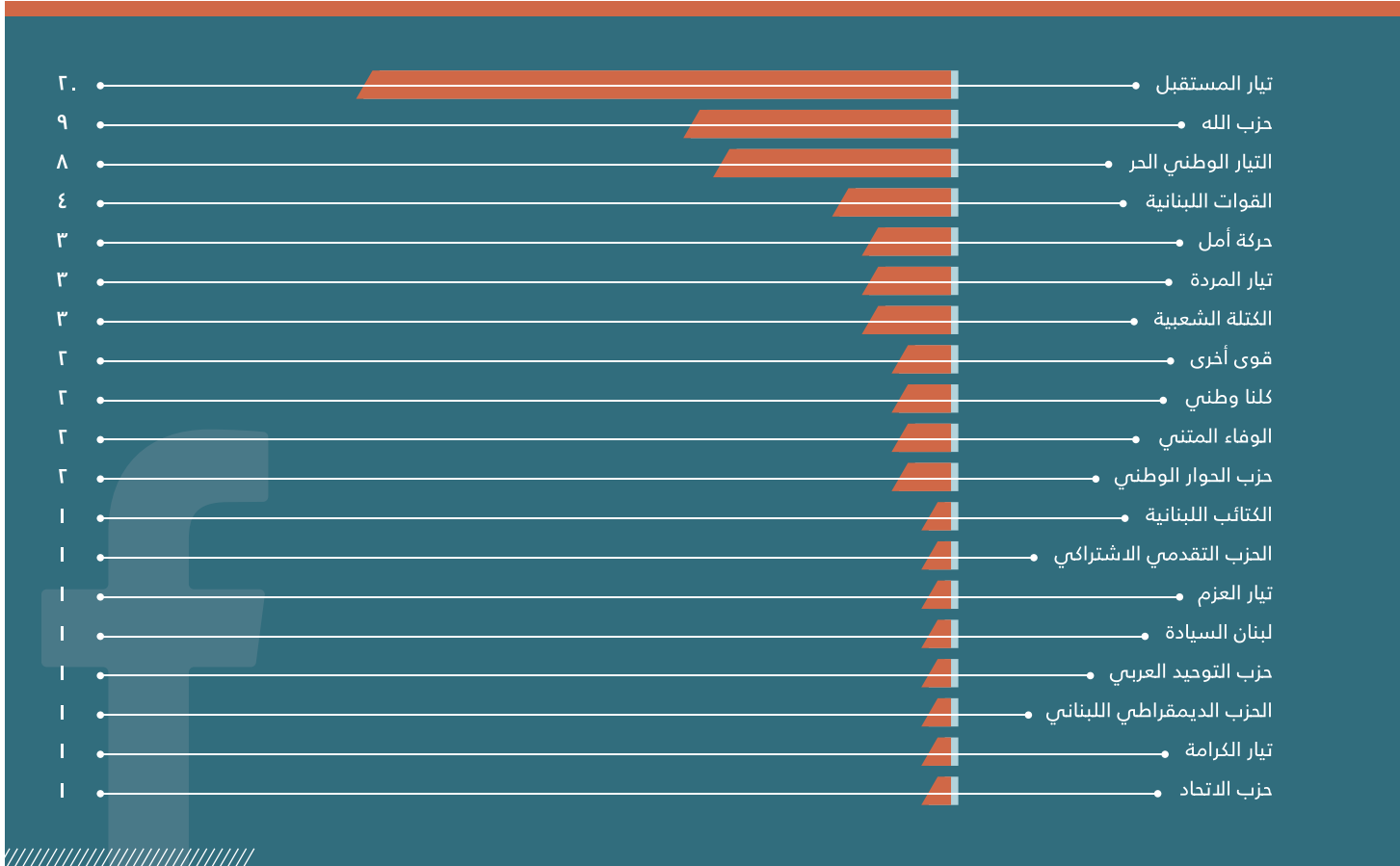
١. حيّز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

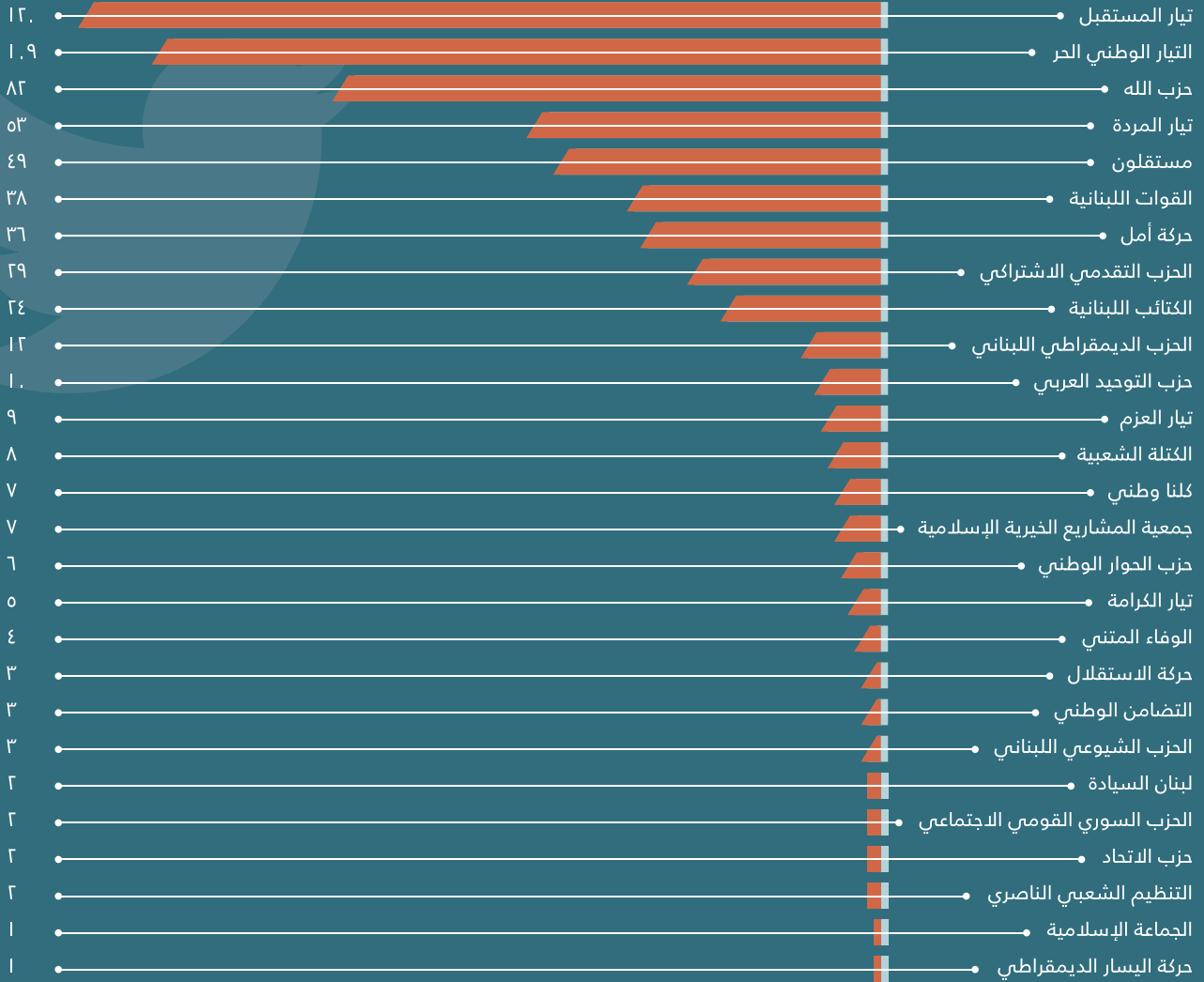
كُثفت قناة «الجديد» النشر عبر صفحاتها على «فايسبوك» و«تويتر» عن الانتخابات خلال فترة الصمت الانتخابي، بمعدل أكبر من فترة الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي.

فيما الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، كانت التغطية عن الانتخابات بمعدل أقل بكثير، وأولت الأخبار المحلية السياسية غير الانتخابية، وأخبار المنوعات والأخبار الإقليمية حيّزاً أكبر.

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

فايسبوك:

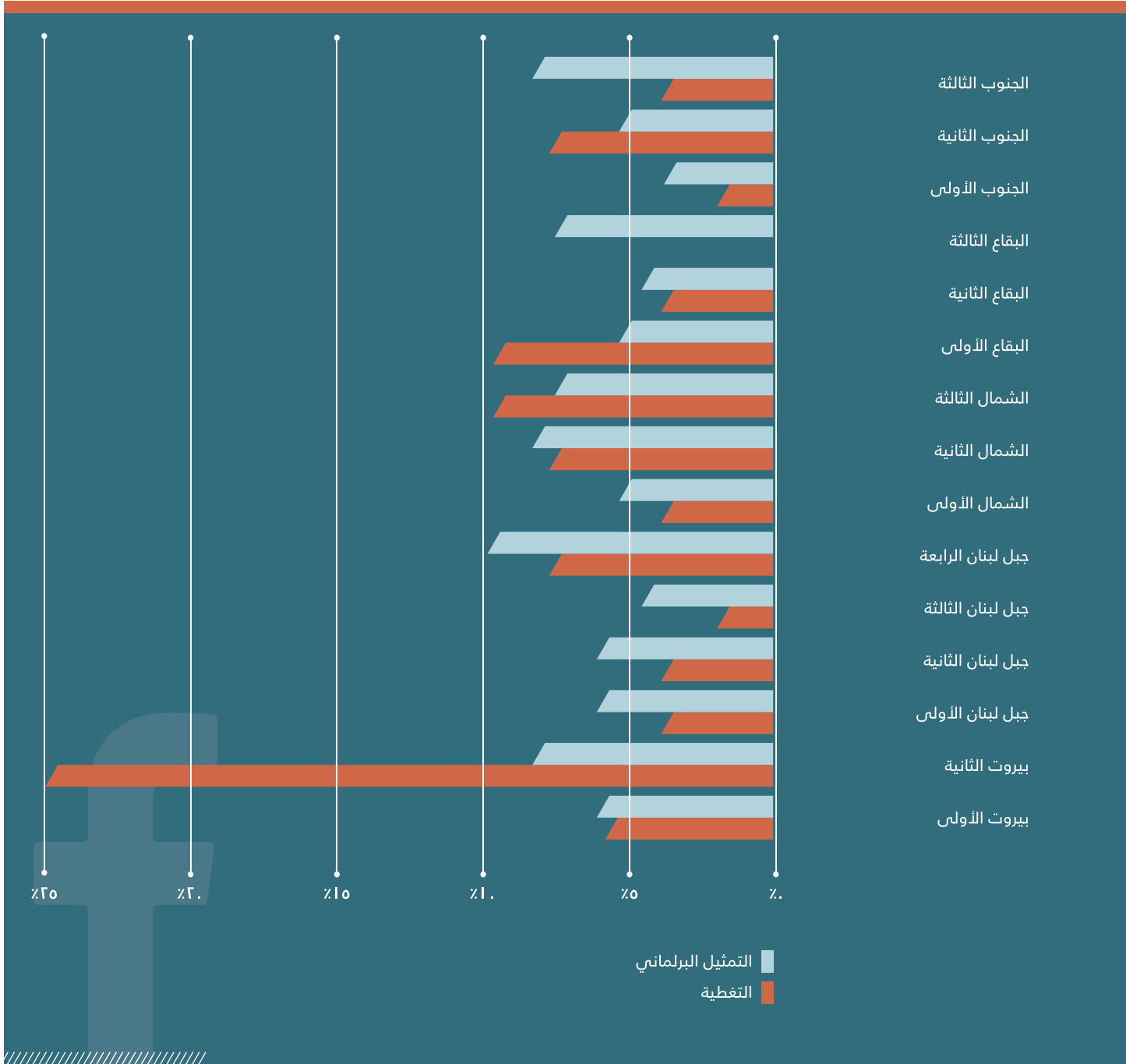




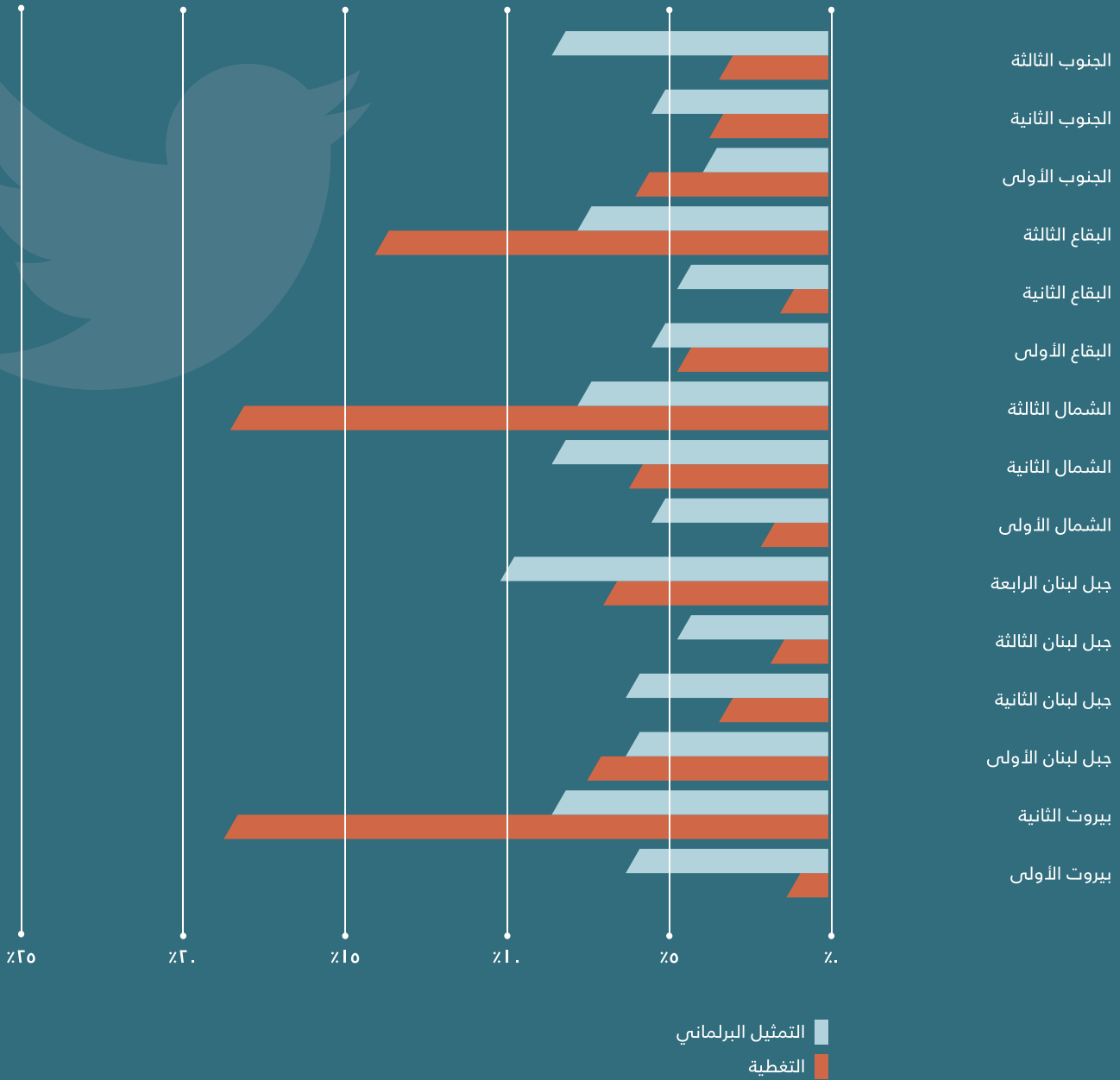
تصدّر تغطية قناة «الجديد» على «فايسبوك» مرشحو تيار «المستقبل» (وإن كان ذلك غالباً من باب الانتقاد)، و«حزب الله»، والتيار «الوطني الحر»، فيما كانت هناك تعددية أوسع في التغطية على «تويتر»، لتتناول بشكل أساسي، وبالإضافة إلى القوى المذكورة آنفاً، تيار «المردة»، المرشّح جميل السيد، ومن ثم «القوات اللبنانية»، وحركة «أمل»، والحزب «التقدمي الاشتراكي»، وحزب «الكتائب اللبنانية».

٣. التوازن المناطقي

فايسبوك (تغطية الدوائر):



تويتر (تغطية الدوائر):

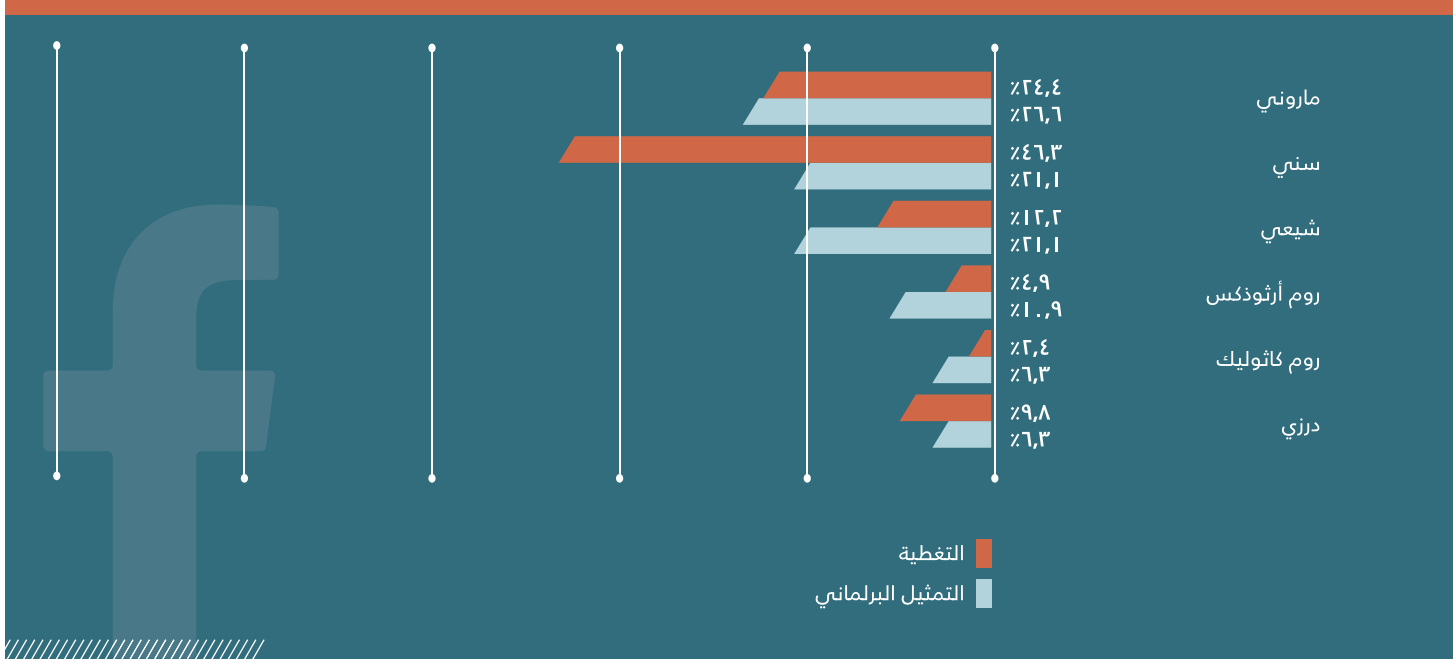


غابت دائرة البقاع الثالثة (بعلبك - الهرمل) عن تغطية قناة «الجديد» على «فايسبوك»، في حين تصدّرت بيروت الثانية التغطية بنسبة تفوق بشكل كبير تمثيل الدائرة من حيث المقاعد النيابية، تليها دوائر البقاع الأولى، والشمال الثالثة، والجنوب الثانية.

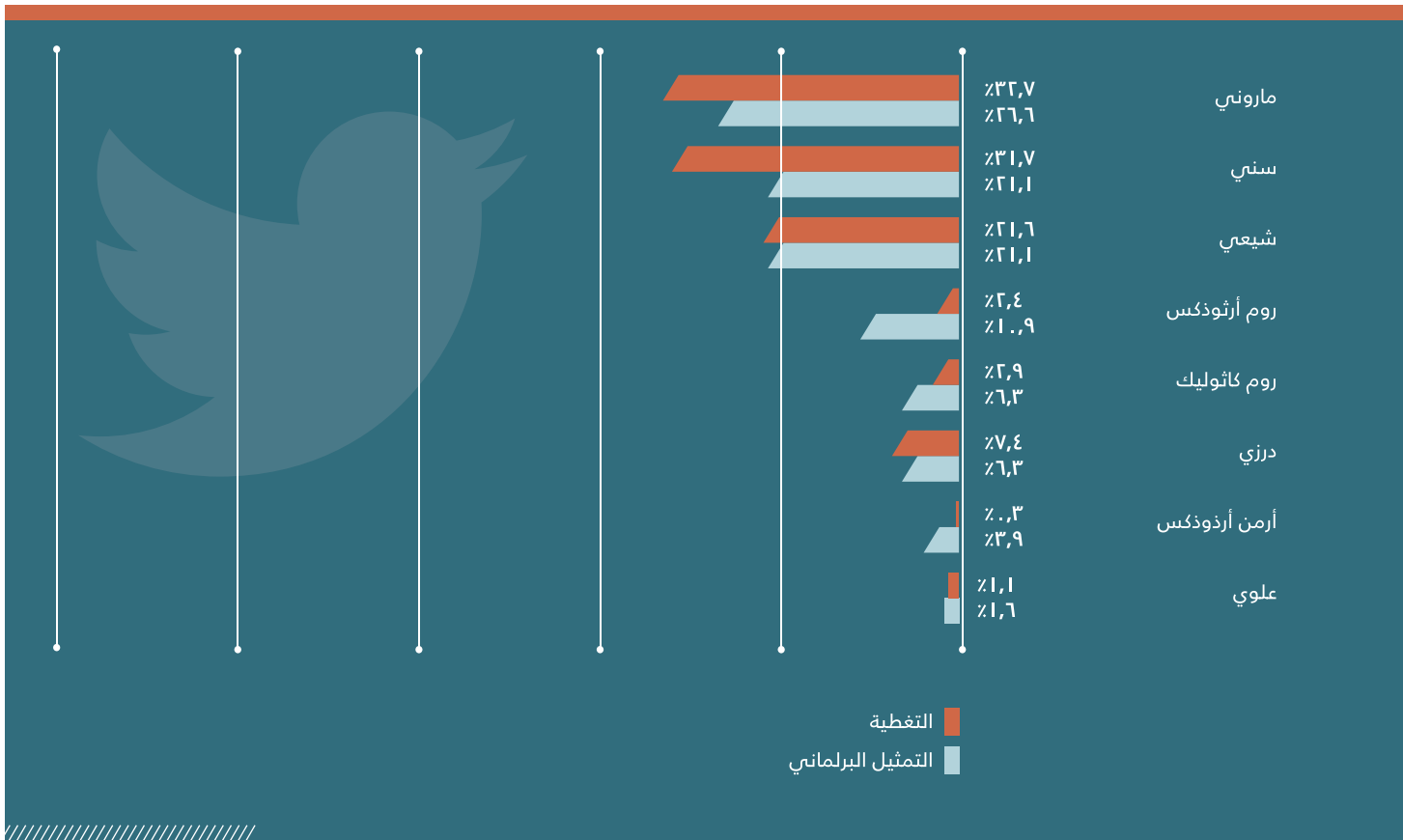
أما على «تويتر»، فقد تمثلت كل الدوائر، وتصدّرت التغطية دوائر بيروت الثانية، والشمال الثالثة، والبقاع الثالثة (الغائب عن «فايسبوك») بفعل تغطية مكثفة للمهرجان الانتخابي لـ «حزب الله» في بعلبك وللمرشح جميل السيد. وكانت تغطية بيروت الأولى، والبقاع الثانية، والشمال الأولى، وجبل لبنان الثالثة الأضعف مقارنة بنسبة مقاعد هذه الدوائر في المجلس النيابي.

٤. التوازن الطائفي

فايسبوك (تغطية الطوائف):



تويتر (تغطية الطوائف):



حصل المرشحون السنة على التغطية الأوسع على صفحة قناة «الجديد» على «فايسبوك»، في حوالي نصف المنشورات، بنسبة تزيد عن ضعف نسبة النواب السنة في المجلس النيابي، يليهم المرشحون الموارنة في ربع المنشورات، أي بتناسب مع نسبة تمثيل الموارنة في المجلس النيابي. وغاب عن التغطية على «فايسبوك» المرشحون الأرمن، والعليون، والإنجيليون، والمنتمون إلى الأقليات المسيحية.

أما على «تويتر»، فتلاقت التغطية مع المناصفة بين المسلمين والمسيحيين، مع تواجد أعلى نسبياً للمرشحين الموارنة والسنة، يليهم المرشحون الشيعة، فيما غاب الأرمن الكاثوليك، والإنجيليون، والمنتمون إلى الأقليات المسيحية عن التغطية.

٥. المرشحون الأكثر ظهوراً

ذكرت قناة «الجديد» على صفحتها على «فايسبوك» سعد الحريري ٧ مرات، ونيبه بري ونهاد المشنوق ٣ مرات، وكلّ من جبران باسيل، وسليم كرم، وطوني فرنجية، وفؤاد مخزومي مرتين. وشملت التغطية ٢٠ مرشحاً آخر.

أما على حسابها على «تويتر»، فقد ذكرت نهاد المشنوق ٤٢ مرة، وحل ثانياً جبران باسيل مذكوراً ٤١ مرة، وثالثاً سعد الحريري ٣٨ مرة، ورابعاً جميل السيد ٢٨ مرة، وخامساً طوني فرنجية ٢٧ مرة، وسادساً نبيه بري ١٩ مرة، وسابعاً ربيع عواد ١١ مرة، وثامناً ونّام وهاب ١٠ مرات، وتسواى بطرس حرب وسامي الجميل في المرتبة التاسعة وذكرا ٨ مرات. وشملت التغطية ٧١ مرشحاً آخر.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		فايسبوك		منشورات وتغريدات تتضمّن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معين
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد إلى حدّ ما	يوجد	يوجد إلى حدّ ما	يوجد إلى حدّ ما	

جاءت منشورات وتغريدات قناة «الجديد» المتضمّنة بروباغندا سياسية، قليلة نسبياً على «فايسبوك»، لكن بنسبة أكبر على «تويتر»، وخاصة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، وتركزت لصالح لائحتي فؤاد مخزومي (لائحة لبنان حرزان) في دائرة بيروت الثانية، وتحالف «حزب الله» و«جمعية المشاريع الخيرية الإسلامية» في بيروت الثانية أيضاً، ولائحة فيصل كرامي في دائرة الشمال الثانية.

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد إلى حد ما	يوجد إلى حد ما	يوجد إلى حد ما	لا يوجد	منشورات وتغريدات تتضمن خطاب تحريض أو كراهية

جاءت المنشورات والتغريدات التي تحمل خطاباً تحريضياً في تغطية قناة «الجديد» للانتخابات على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال نقل تصريحات السياسيين التي تتضمن عبارات الكراهية والتحريض في إطار حديثهم عن منافسيهم، وكذلك في تغطية الإشكالات التي حصلت يوم الاقتراع. واللافت حضور خطاب الكراهية والتحريض خلال فترة الصمت بمعدل أكبر من الأسبوع الذي سبق الصمت الانتخابي.

٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرةً بالمواطنين والمواطنات

ركّزت تغطية قناة «الجديد» على قضايا المواطنين والمواطنات، خلال فترة الصمت الانتخابي على «تويتر»، وكان ذلك من خلال إعطاء الناخبين منبراً للتعبير عن آرائهم بسير العملية الانتخابية وآمالهم من الانتخابات وكذلك في نقل أصواتهم المتحفظة عن إيجابيات العملية الديمقراطية في لبنان.

٩. تغطية الإشكالات

كان لافتاً في تغطية قناة «الجديد» للانتخابات النيابية خلال فترة الصمت الانتخابي، تناول الإشكالات كافة التي كانت تحصل في أقلام الاقتراع، إذ قامت القناة مثلاً بإعادة نشر فيديو على صفحتها على «فايسبوك»، بعد تغطية مباشرة في طريق الجديدة، حول إشكال بين أنصار تيار «المستقبل» و«حزب الله» تضمن ألفاظاً نابية. مالت تغطية القناة على «فايسبوك» و«تويتر» إلى التركيز على الإشكالات دون الإضاءة على الحلول، حتى أنها كانت تشير إلى الأقلام التي لم يحصل فيها إشكالات بعبارة «الاقتراع على ما يرام ولا يوجد إشكالات!».

قناة OTV

نبذة عن القناة

تأسست قناة OTV في العام ٢٠٠٧، وهي مرتبطة بالتيار «الوطني الحر»، وتتميّز بفتح قسم من أسهمها للاكتتاب العام. يرأس مجلس إدارتها روي الهاشم، وهو صهر رئيس الجمهورية العماد ميشال عون.

صفحات القناة على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	
otvlebanon	otv.com.lb	إسم المستخدم/ Username
٢١٤ ألفاً	٢,٣ مليون	عدد المتابعين

فايسبوك:

نشرت قناة OTV على صفحتها على «فايسبوك» خلال الأسبوع الأخير الذي سبق الصمت الانتخابي ٦٤ منشوراً، ٣٨ منها تتعلّق بالانتخابات. وخلال فترة الصمت الانتخابي، نشرت الصفحة ١٠ منشورات، كلها عن الانتخابات.

تويتر:

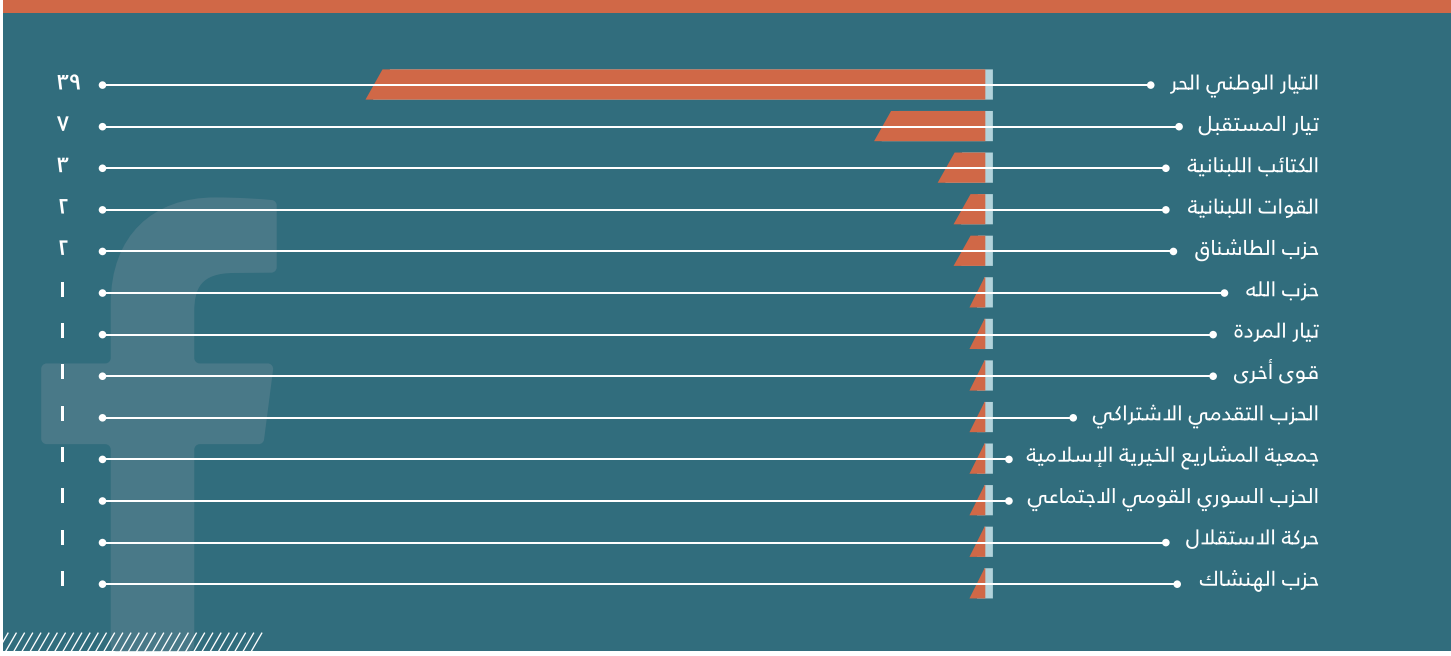
نشر حساب قناة OTV على «تويتر»، ٤٥١ تغريدة، ٢٩٩ منها تتعلّق بالانتخابات، بينما نشر الحساب خلال فترة الصمت الانتخابي، ١٢٣ تغريدة، ١١٥ منها عن الانتخابات.

١. حيّز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

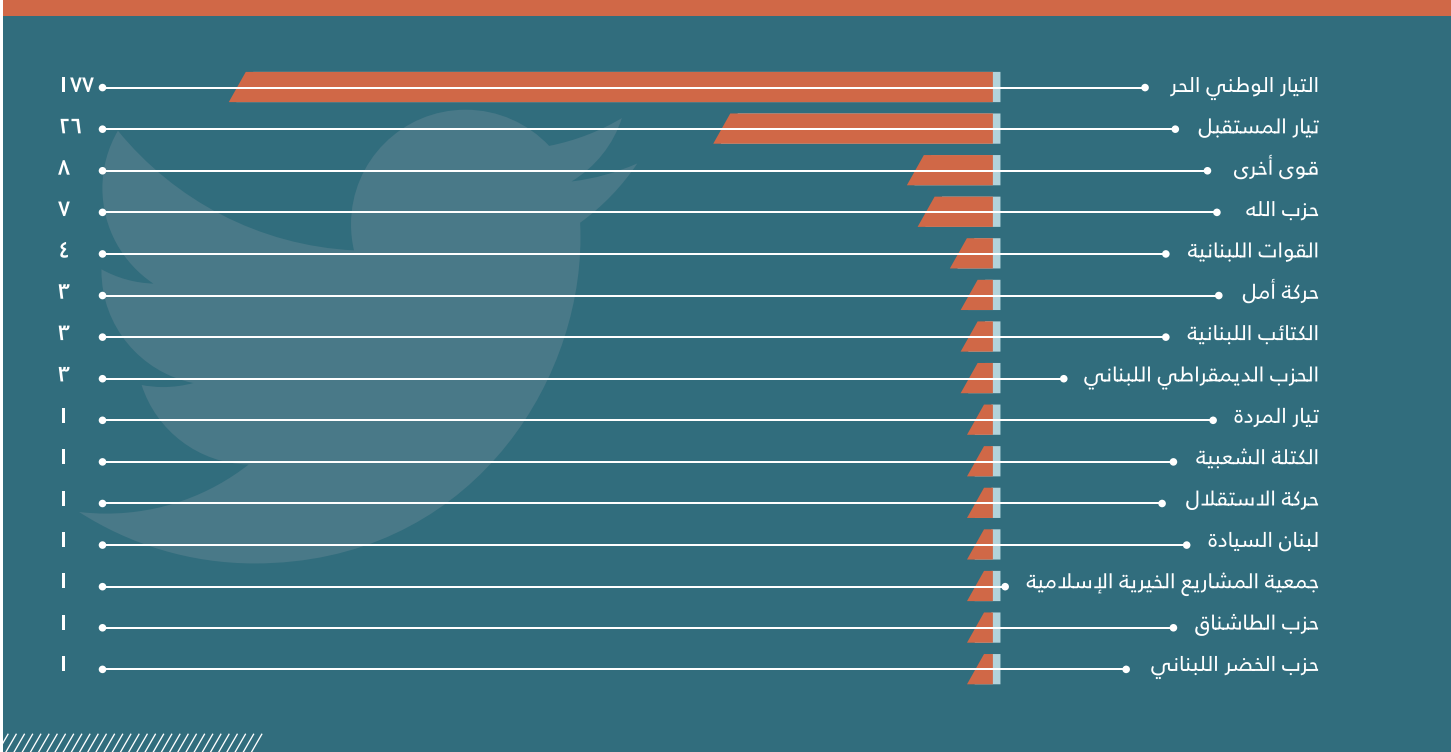
كُفّت قناة OTV من تغطيتها للانتخابات، ولم تُعطِ إلا حيزاً محدوداً لبقية الأحداث غير الانتخابية، خاصة وأنها واجبت بكثافة انتخابات الانتشار في ٢٧ و٢٩ نيسان. وخلال يومي الصمت الانتخابي، كانت القناة في حالة حشد انتخابي، وكانت بقية الأخبار مع قلتها إما منوعات أو إعلاناً لبرامجها التي كانت أيضاً تستضيف فيها مرشحين للانتخابات. أعلن مثلاً عن ضيوف برنامج «سطوح بيروت» عبر صفحة القناة على «فايسبوك»، وهم بأغلبهم من مرشحي التيار «الوطني الحر»، مع ذكر إسم المرشّح ومقعده.

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

فايسبوك:



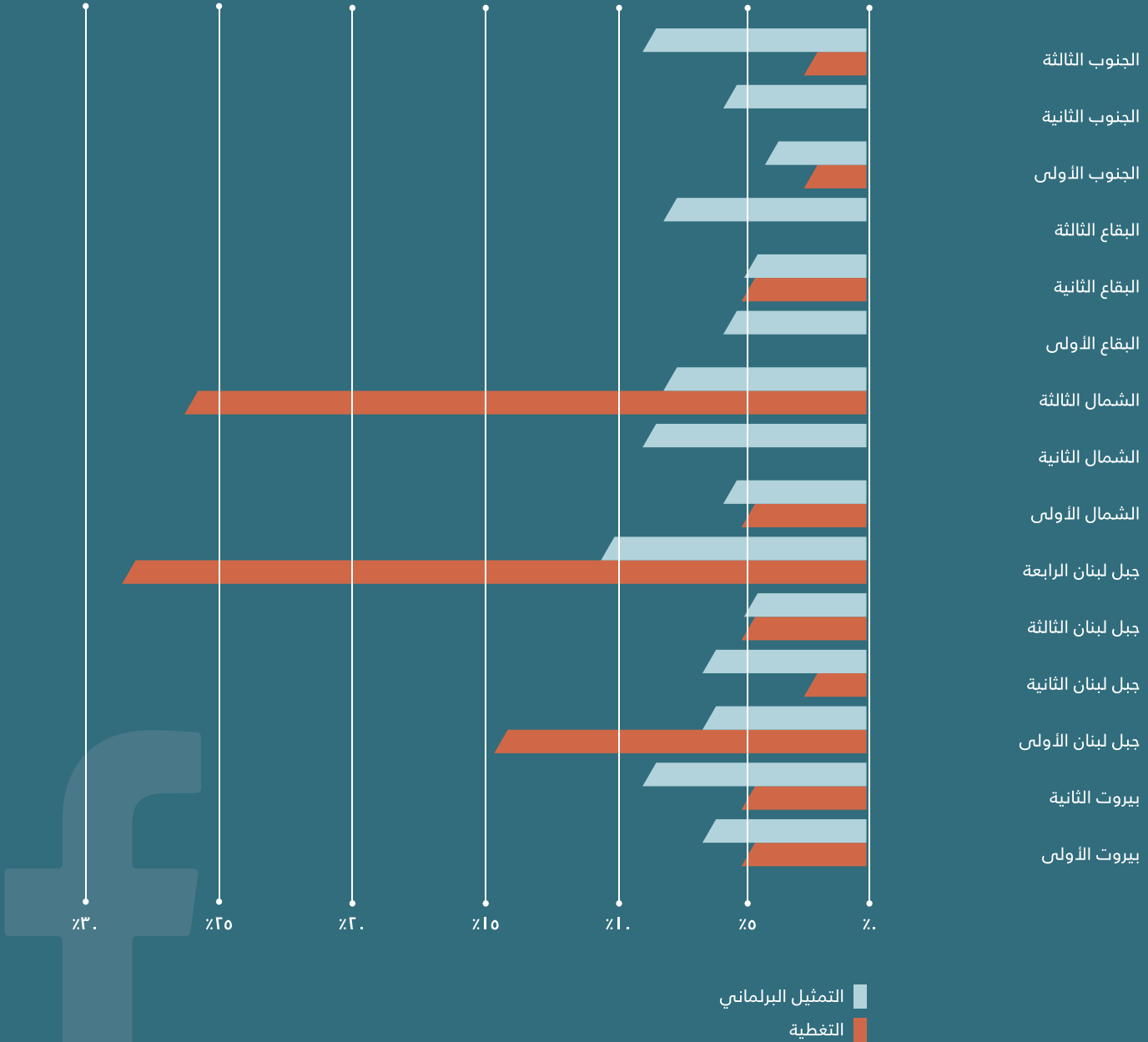
تويتر:



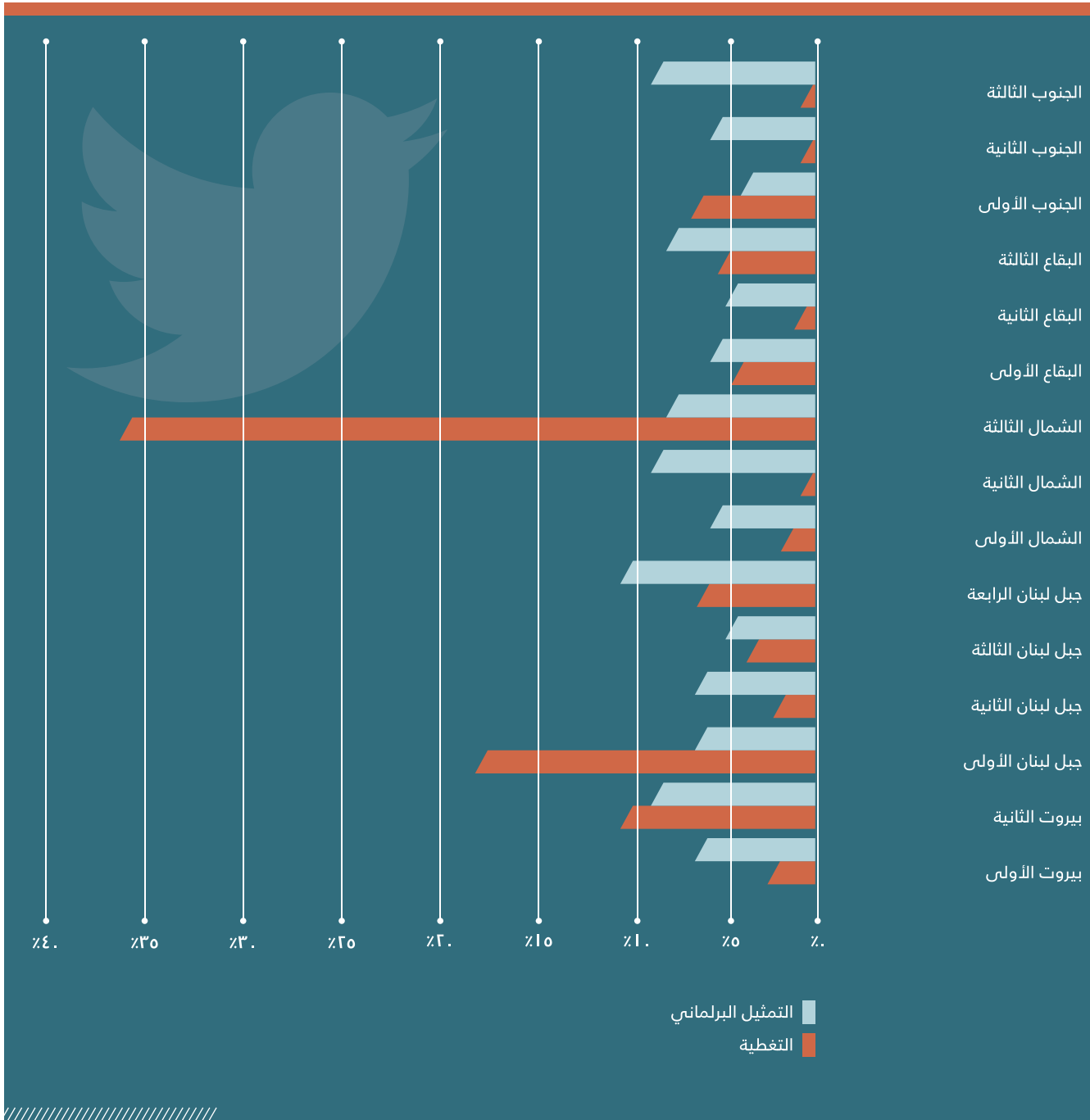
كانت تغطية قناة OTV على كل من «فايسبوك» و«تويتر» شبه مقتصرة على لوائح التيار «الوطني الحر»، مع تغطية خجولة جداً على «تويتر» للوائح الأخرى. وحده تيار «المستقبل» تخطى عتبة العشر منشورات في تغطية القناة.

٣. التوازن المناطقي

فايسبوك (تغطية الدوائر):



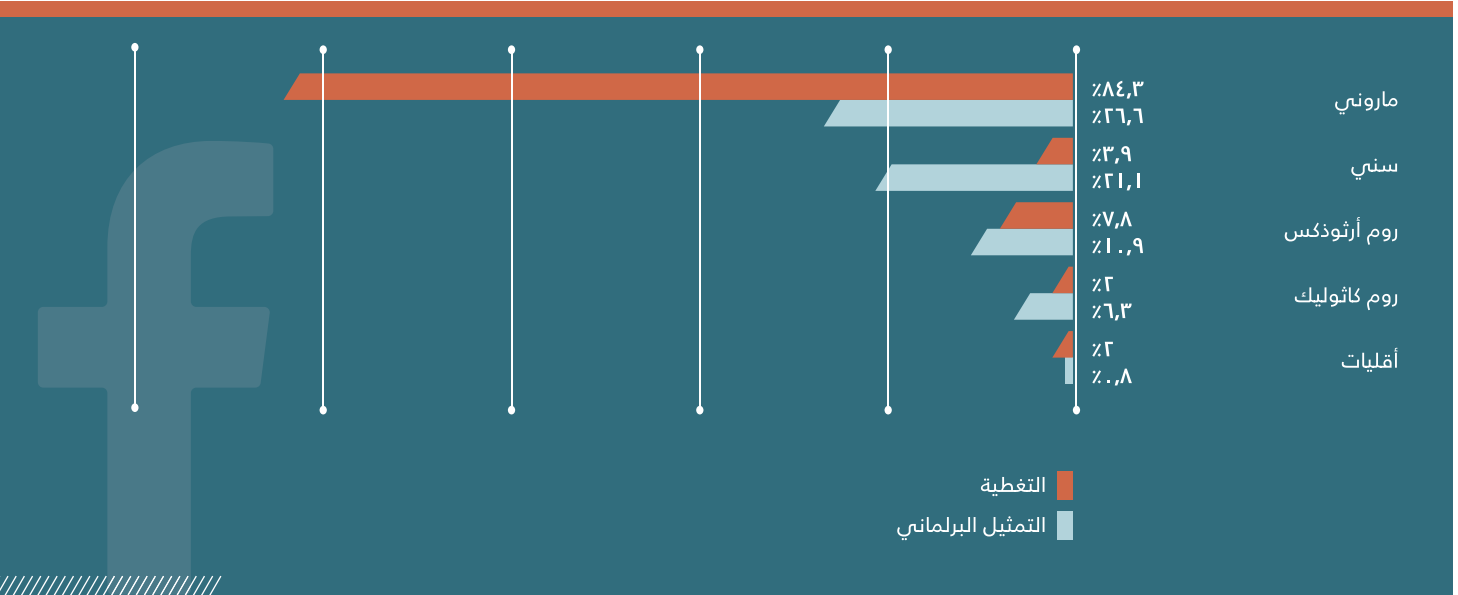
تويتر (تغطية الدوائر):



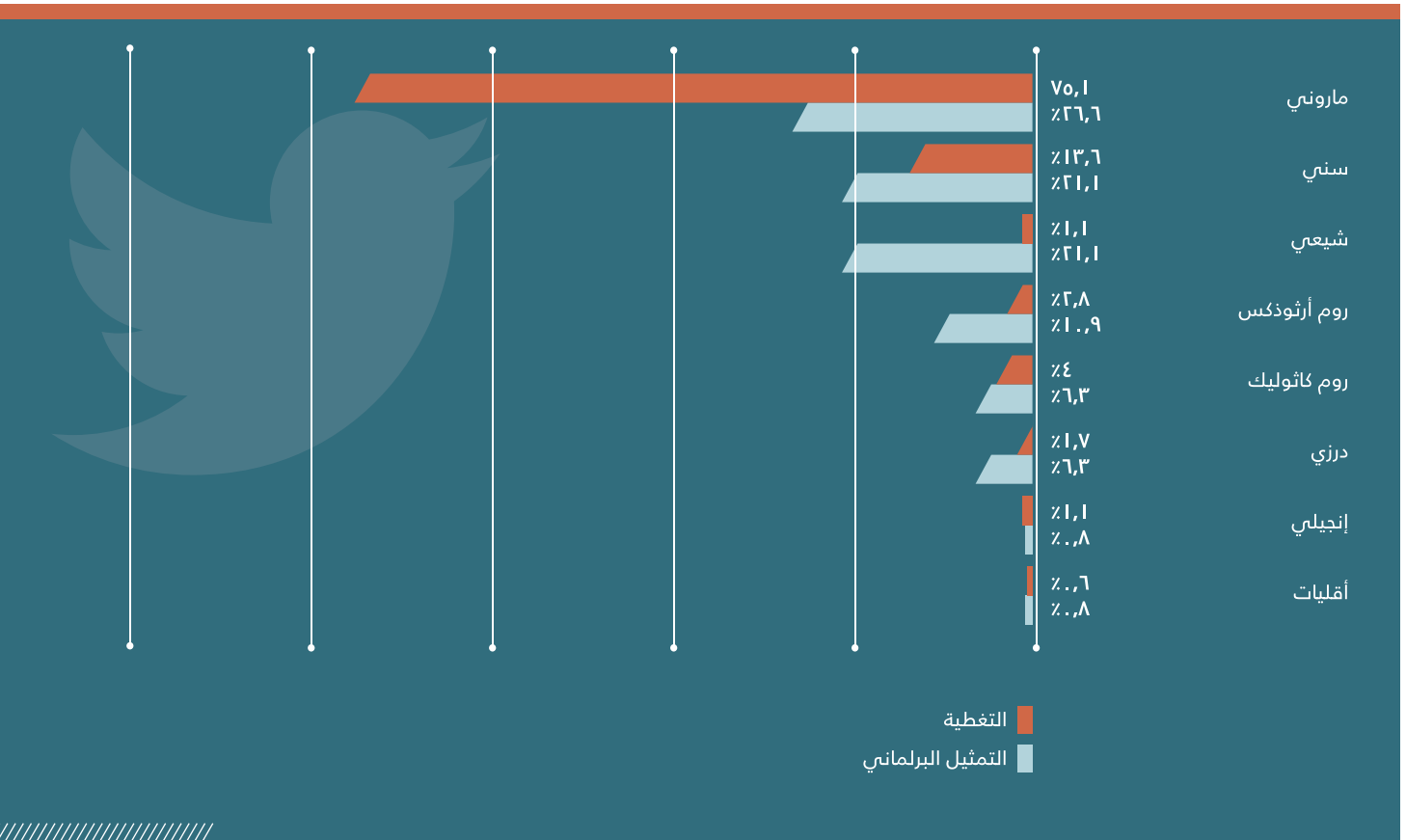
لم تُرَاع تغطية قناة OTV للانتخابات النيابية معيار التوازن المناطقي. فكما في السياسة، كانت التغطية مركزة على الدوائر حيث يتنافس أبرز قياديين التيار «الوطني الحر»، لا سيما دائرة الشمال الثالثة في ترتيب التغطية على «فايسبوك» والتمتدرة أيضاً ترتيب التغطية على «تويتر»، بالإضافة إلى دائرة جبل لبنان الرابعة على «فايسبوك» وجبل لبنان الأولى على «تويتر».

٤. التوازن الطائفي

فايسبوك (تغطية الطوائف):



تويتر (تغطية الطوائف):



غاب أيضاً التوازن الطائفي عن تغطية قناة OTV على مواقع التواصل الاجتماعي، فاستحوذ المرشحون الموارنة على أكثر من ٨٠٪ من المنشورات على «فايسبوك» وعلى أكثر من ٧٥٪ من التغريدات على «تويتر»، فيما اقتصرت تغطية المرشحين المسلمين على السنة على «فايسبوك» مع أقل من ٤٪ من المنشورات، وتمثل كل من السنة والشيعية والدروز في التغريدات على «تويتر» لكن بنسبة أقل من ١٧٪ من مجمل التغريدات.

٥. المرشحون الأكثر ظهوراً

تصدّر ثلاثة مرشحين من التيار «الوطني الحر» المراتب الثلاث الأولى في تغطية قناة OTV على «فايسبوك»، فذكر جبران باسيل في ١٢ منشوراً، يليه فريد البستاني في ٩ منشورات، وسيمون أبي رميا في ٤ منشورات. وقد ذكر كل من بطرس حرب وشامل روكز مرتين. وقد شملت التغطية على «فايسبوك» ٢٢ مرشحاً آخر.

أما على «تويتر»، فتصدر أيضاً جبران باسيل الترتيب وقد ذكر في ٨٦ تغريدة. وحل نهاد المشنوق بعيداً عنه في المرتبة الثانية، وقد دُكر ٢١ مرة. في المرتبة الثالثة كل من سيمون أبي رميا وشامل روكز وقد دُكرا ٥ مرات، في المرتبة الخامسة زياد أسود ٤ مرات، وتساوى في المرتبة السادسة ستة مرشحين ذكروا ثلاث مرات، هم أمل أبو زيد، بيار رفول، سعد الحريري، طلال أرسلان، فريد البستاني وماريو عون. وشملت التغطية على «تويتر» ٢٩ مرشحاً آخر.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		فايسبوك		منشورات وتغريدات تتضمّن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معيّن
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	

تجلّت البروباغندا السياسية بشكل كبير خلال تغطية قناة OTV للانتخابات النيابية، إن كان على «فايسبوك» أو على «تويتر»، خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، كما في فترة الصمت. وظهرت البروباغندا بأكثر من طريقة، أولها اقتصار التغطية على لوائح ومرشحي التيار «الوطني الحر». ثانياً، من خلال نشر أغنيات تمدح بالرئيس ميشال عون ومنشورات تشيد بأفراد أسرته، على غرار «شاهد ابنة فحامة الرئيس الجنرال ميشال عون كيف تقف بانتظام في قلم الاقتراع تنتظر دورها»، ما يعتبر تسويقاً واضحاً للتيار «الوطني الحر»، وكذلك من خلال تصوير الانتخابات في إطار «إنجازات العهد»، والحديث عن «كثافة الإقبال» مع أنّ نسبة الاقتراع أوضحت عكس

ذلك. وأيضاً، تمّ تصوير الاقتراع في الانتشار على أنه إنجاز شخصي لوزير الخارجية رئيس التيار «الوطني الحر» جبران باسيل.

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد إلى حدّ ما	يوجد	لا يوجد	لا يوجد	منشورات وتغريدات تتضمّن خطاب تحريض أو كراهية

استخدمت قناة OTV خطاب الكراهية والتحريض على «تويتر» فقط، خاصة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي. أما خلال فترة الصمت، فجاء الخطاب التحريضي محدوداً، ليقصر على تغريدتين في ٦ أيار، تضمنتا تخويناً واتهامات.

وورد على سبيل المثال على تويتر، نقلاً عن لسان جبران باسيل: «من يمارس الاغتيال السياسي نسميه مجرم سياسي بعد أن كان مجرم حرب»، أو «يا زفاتي السياسة والزوايب»، أو «من لا يغطس اصبعه بحبر الانتخابات الأحد فهذه وصمة عار له».

٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرةً بالمواطنين والمواطنات

غطت قناة OTV على «فايسبوك» و«تويتر» قضايا المواطنين والمواطنات في إطار متصل بمرشحي التيار «الوطني الحر» فقط، وذلك من خلال عرض وعودهم الانتخابية للناخبين، والحديث عن «أوجاع وآمال المواطنين والمواطنات». ولم يتمّ طرح تلك القضايا بإطار منفصل عن التيار «الوطني الحر».

وكذلك بالنسبة لعامل إشراك المواطنين والمواطنات وإعطائهم الصوت، كانت تنتقي قناة OTV المؤيدين للتيار «الوطني الحر»، وتعرض آراءهم المادحة، فيأتي ذلك في إطار الترويج الحزبي.

٩. تغطية الإشكالات

بشكل عام، حرصت قناة OTV على نقل صورة تعبّر عن «نجاح سير العملية الانتخابية» إن كان في لبنان أو في دول الانتشار، فلم تتطرق للإشكالات التي حصلت في بعض الأقاليم، لكنها نشرت فقط على «تويتر» تغريدات عن الإشكالات التي كانت تتصل بالتعرض لشخصيات من التيار «الوطني الحر»، كالتغريدات التي نُشرت عن «الاعتداء على الوزير بيار رفول من قبل إبنة المرشح ميشال الدويهي، أثناء قيامه بجولة على الأقاليم في زغرتا».

قناة المستقبل

نبذة عن القناة

تأسست قناة «المستقبل» في العام ١٩٩٣، على يد رئيس الوزراء الراحل رفيق الحريري، وهي مرتبطة بتيار «المستقبل» الذي يقوده من بعده الرئيس سعد الحريري. أطلقت القناة بعد فترة على انطلاقتها قناة «زين» الشبابية وقناة إخبارية. إلا أن الضغط المالي أدى إلى إقفال «زين» ودمج القناة الإخبارية بالقناة الأساسية.

صفحات قناة «المستقبل» على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	إسم المستخدم/ Username
futuretvnews	FutureTVLebanon	عدد المتابعين
٢٨٦ ألفاً	١,٧ مليون	

فايسبوك:

نشرت صفحة قناة «المستقبل» على «فايسبوك» ٤٧ منشوراً خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، من بينها ١٧ منشوراً فقط عن الانتخابات. بينما نشرت ١٧ منشوراً بينها ١٣ منشوراً يتعلّق بالانتخابات خلال فترة الصمت الانتخابي.

تويتر:

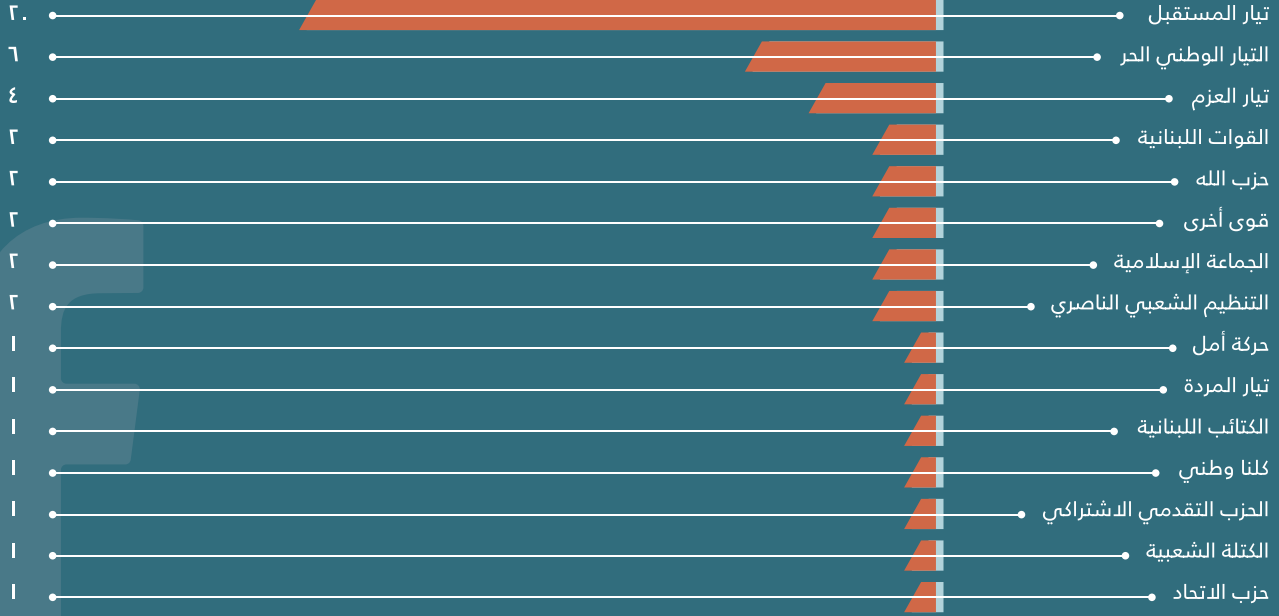
نشر حساب قناة «المستقبل» ٩٩٤ تغريدة على «تويتر» خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، من بينها ٤٧٧ تغريدة عن الانتخابات، بينما نشر ٢٣٦ تغريدة عن الانتخابات خلال فترة الصمت الانتخابي.

١. حيّز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

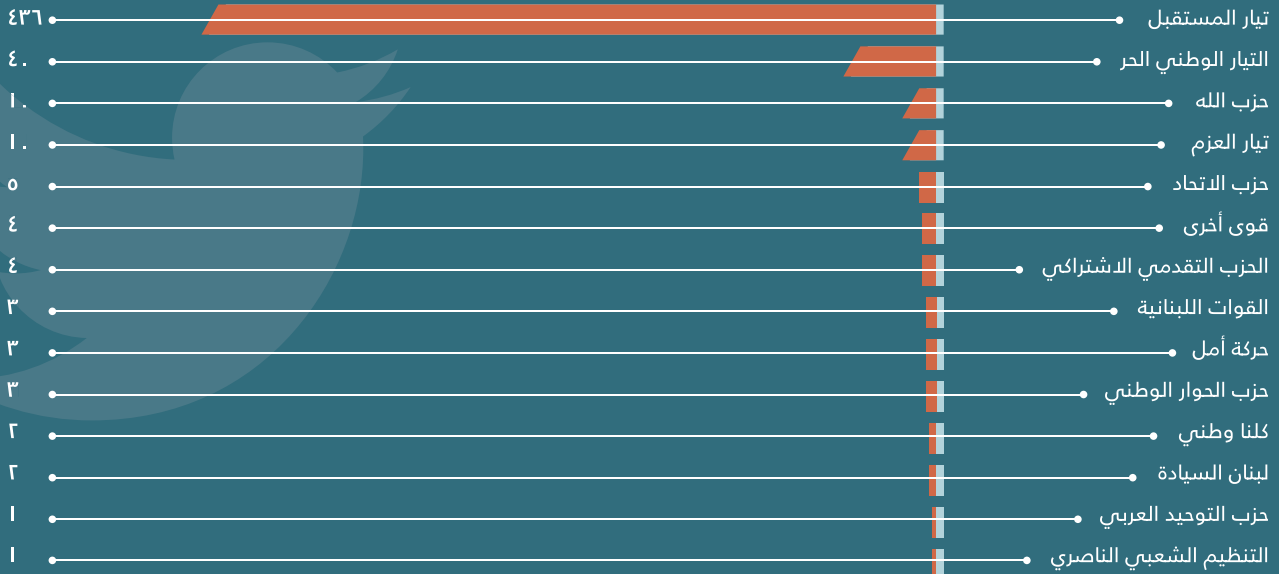
مالت قناة «المستقبل» من خلال صفحاتها على «فايسبوك» إلى تغطية أخبار متنوعة، وأولت الحدث الانتخابي أقل من نصف منشوراتها وتغريداتها. وقد كانت تغطيتها ضئيلة جداً على «فايسبوك» مقارنة بتغطية مكثفة على «تويتر».

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

فايسبوك:



تويتر:



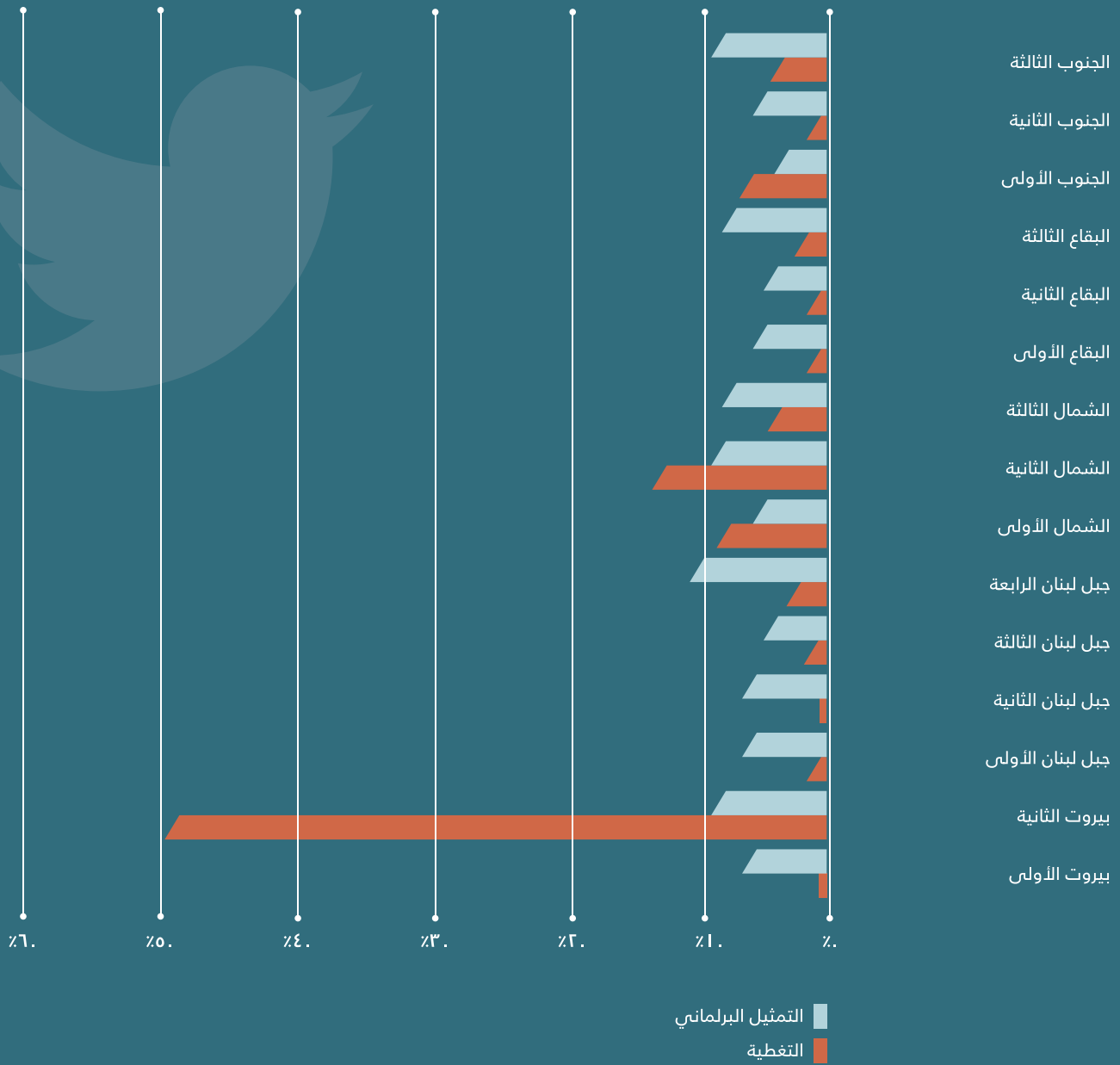
يُظهر الرصد بشكل واضح أن تغطية تلفزيون «المستقبل» على موقعي التواصل الاجتماعي هي صورة معكوسة عن تغطية الـOTV، مع سيطرة شبه مطلقة لتيار «المستقبل»، وتحديدًا نشاطات وتصريحات رئيسه سعد الحريري، يليه عن بعد التيار «الوطني الحر».

٣. التوازن المناطقي

فايسبوك (تغطية الدوائر):



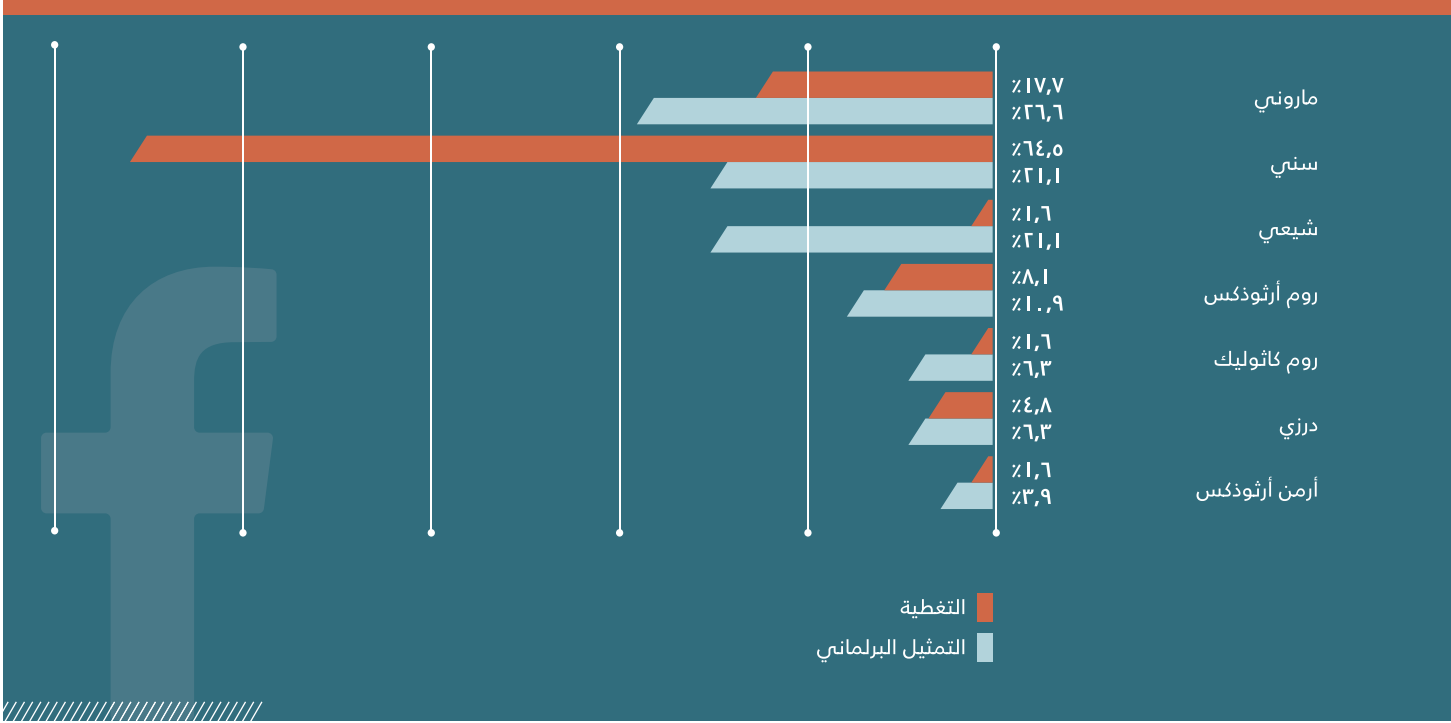
تويتر (تغطية الدوائر):



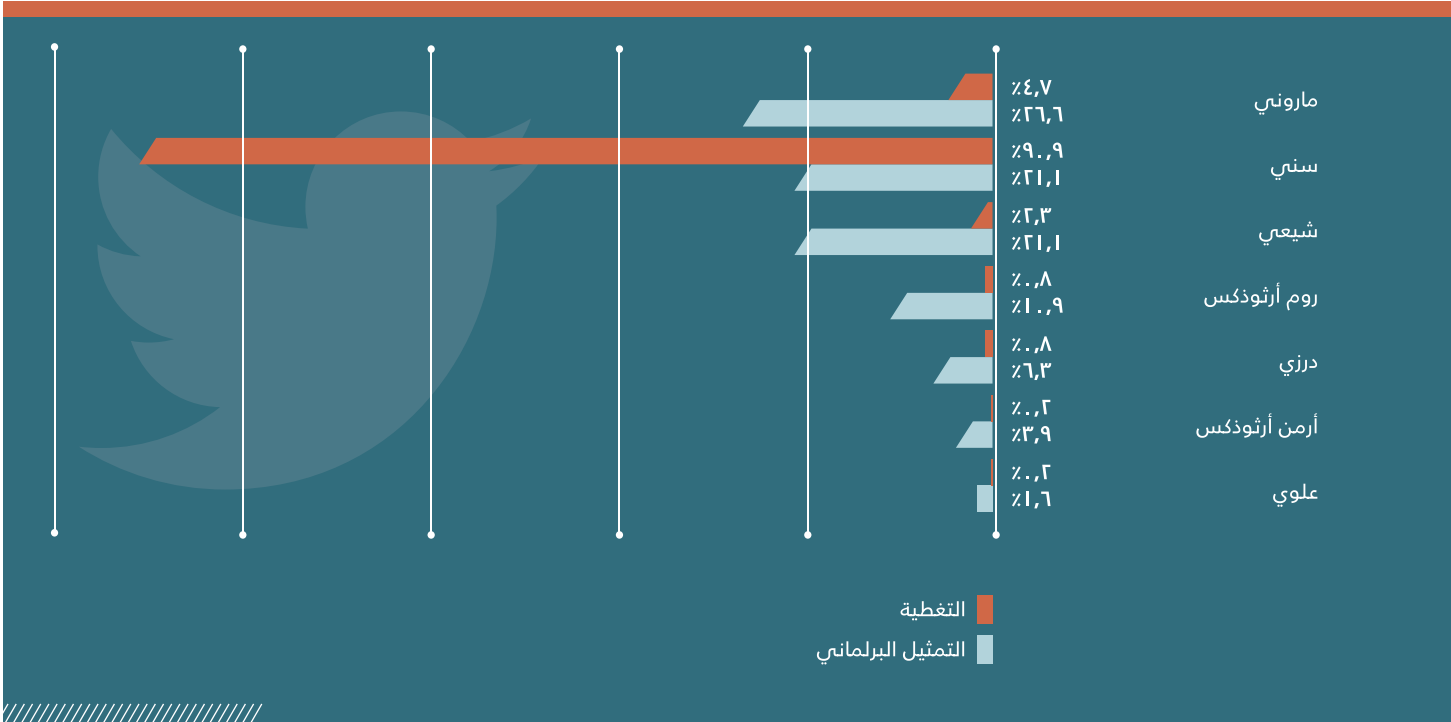
تصدرت دائرة بيروت الثانية، بفعل ترشّح الرئيس سعد الحريري فيها، تغطية تلفزيون «المستقبل» على «تويتر» و«فايسبوك»، تلتها دائرة الشمال الثانية. وقد غابت دائرتا الجنوب الثانية وبيروت الأولى بالكامل عن التغطية على «فايسبوك».

٤. التوازن الطائفي

فايسبوك (تغطية الطوائف):



تويتر (تغطية الطوائف):



استحوذ المرشحون السنة، وعلى رأسهم الرئيس سعد الحريري ومن ثم الوزير نهاد المشنوق على التغطية على موقعي التواصل الاجتماعي «فايسبوك» و«تويتر». فذكر مرشحون سنة في ما يقارب ثلثي المنشورات على «فايسبوك» وفي أكثر من ٩٠٪ من التغريدات على «تويتر». واقتصرت تغطية المرشحين الشيعة على «فايسبوك» على مرشحة واحدة من «كلنا وطني» في حين غاب كل مرشحي «حزب الله» وحركة «أمل» عن التغطية على «فايسبوك». أما على «تويتر» فحل في المرتبة الثانية المرشحون الموارنة في أقل من ٥٪ من التغريدات، واقتصرت التغطية على ثلاثة مرشحين فقط.

٥. المرشحون الأكثر ظهوراً

تصدّر سعد الحريري التغطية على «فايسبوك»، وقد ذكر في ١١ منشوراً، وتلاه نجيب ميقاتي ونهاد المشنوق المذكوران ٤ مرات، وسمير الجسر ٣ مرات. وقد شملت التغطية على «فايسبوك» ٣٦ مرشحاً آخر.

أما شبه احتكار سعد الحريري على التغطية، فتجلّى بشكل أوضح عبر «تويتر»، حيث ذكر في ٢٨١ تغريدة، تلاه في المرتبة الثانية نهاد المشنوق المذكور ٦٨ مرة، وفي المرتبة الثالثة بهية الحريري ١٨ مرة، وفي المرتبة الرابعة جبران باسيل ١٧ مرة، وفي المرتبة الخامسة تمام سلام ١٢ مرة، وفي المرتبة السادسة نجيب ميقاتي ٨ مرات، وفي المرتبة السابعة سمير الجسر ٦ مرات، وفي المرتبة الثامنة عبد الرحيم مراد ٥ مرات، وفي المرتبة التاسعة كل من طارق المرعبي، وعماد الخطيب، وغطاس خوري، ومحمد كبارة ٤ مرات. وشملت التغطية على «تويتر» ٢٨ مرشحاً آخر.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		فايسبوك		منشورات وتغريدات تتضمن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معيّن
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد	يوجد	يوجد	يوجد	

ارتفع عدد المنشورات التي تتضمن بروباغندا سياسية على «فايسبوك» نسبةً لعدد المنشورات ككل، إلى الربع تقريباً، ونشرت القناة تغريدات ومنشورات فيها بروباغندا سياسية خلال فترة الصمت الانتخابي أيضاً. كانت البروباغندا السياسية مؤيدة لتيار «المستقبل»، وفي إطار التركيز على أنه خط «الرئيس الشهيد رفيق الحريري»، ويجب المحافظة عليه، فترافق معها نشر تسجيلات صوتية للرئيس الراحل، وذلك في إطار دعوة الناس إلى التصويت لتيار «المستقبل». أما البروباغندا المضادة، فكانت ضد

منافسي «المستقبل» في بيروت وطرابلس والبقاع الغربي. ففي ٢ أيار، نشرت القناة على «تويتر»: «تيار العزم يدفع المال للمشاركة في مهرجانه»، «حزب الله يستفز أهالي بيروت»، «ماكينه ميقاتي الانتخابية تواصل حملتها للإيقاع بين أهالي بيروت وطرابلس»، «نجيب ميقاتي يشتري أصواتاً في الشمال!»، وفي ٢٧ نيسان: «أحمد الحريري: كرامة البقاع الغربي وراشيا لا تشرفها لائحة مرشدها نصر الله وراعيها الأسد».

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		فايسبوك		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
لا يوجد	يوجد إلى حد ما	لا يوجد	يوجد إلى حد ما	منشورات وتغريدات تتضمن خطاب تحريض أو كراهية

تسببت البروباغندا السياسية ضد اللوائح المنافسة في تغطية قناة «المستقبل» للانتخابات، بعبارة تحريضية، وبشكل خاص في إطار تناول تيار «العزم» للرئيس نجيب ميقاتي، وذلك خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، على «فايسبوك» و«تويتر»، ومنها مثلاً: «المستقبل يفضح (سخافة) مواقع الكترونية تابعة لميقاتي».

٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرةً بالمواطنين والمواطنات

لم تراع تغطية قناة «المستقبل» على «فايسبوك» و«تويتر» تغطية قضايا المواطنين والمواطنات، إلا في إطار مواقف الرئيس الحريري خلال زيارته لمناطق شعبية، أي ضمن المنشورات والتغريدات المروجة لتيار «المستقبل». كما غاب إشراك المواطنين بأرائهم في المنصّتين.

٩. تغطية الإشكالات

مالت القناة إلى تغطية الإشكالات في أقلام الاقتراع بطريقة منحازة إلى تيار «المستقبل»، ولم تتضمن التغطية تقديم الحلول، بل كانت في إطار الحشد السياسي فقط. وقد ورد، على سبيل المثال: «الانتخابات النيابية.. إشكال في عكار العتيقة والجيش يوقف أحد مؤيدي ريفي»، «الجيش يوقف في صيدا الفلسطيني أحمد ناصر لتجوله بسيارة ترفع صوراً للمرشح اسامة سعد وتبث تسجيلاً صوتياً مسيئاً للرئيس فؤاد السنيورة».

قناة المنار

نبذة عن القناة

تأسست قناة «المنار» في العام ١٩٩١، وهي قناة تابعة لـ «حزب الله». تعرّض مقر القناة الرئيسي في بيروت في حارة حريك للقصف الإسرائيلي خلال حرب تموز ٢٠٠٦، حيث انقطعت عن البث بضع دقائق لتعاود بثها من جديد. في ٤ كانون الأول ٢٠١٥ حجبت شركة «عرب سات» للبث التلفزيوني الفضائي قناة «المنار» عن أقمارها الاصطناعية، بسبب الخلاف المستعر بين المملكة العربية السعودية من جهة وإيران من جهة أخرى.

صفحات قناة «المنار» على مواقع التواصل الاجتماعي

تويتر	فايسبوك	إسم المستخدم / Username
almanarnews	لا يوجد	عدد المتابعين
٤٨ ألفاً	لا يوجد	

لا وجود رسمي لقناة «المنار» على موقع «فايسبوك» بسبب ارتباطها بـ «حزب الله»، المحظور أميركياً.

تويتر:

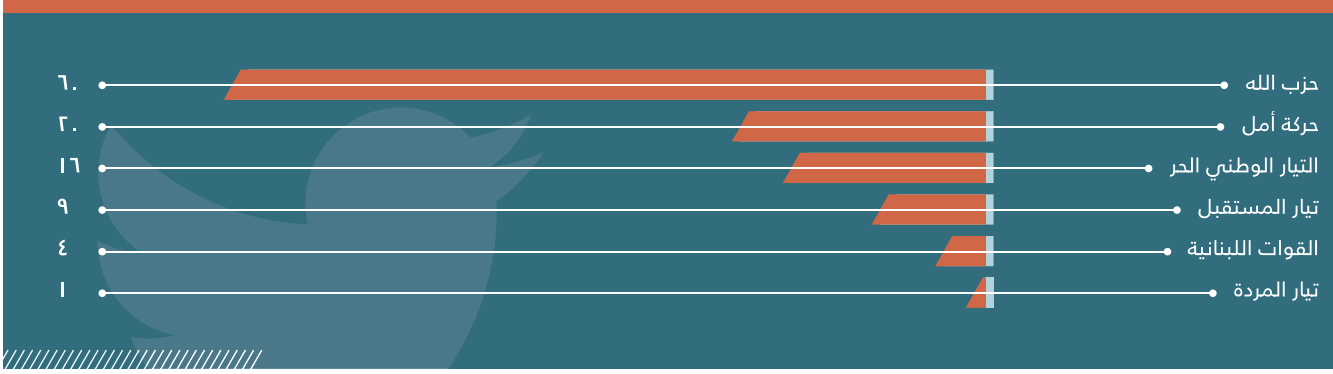
نشر حساب قناة «المنار» على «تويتر» ٣٥٧ تغريدة خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، منها ٩٤ تغريدة تتعلّق بالانتخابات، بينما نشر ١١٩ تغريدة خلال فترة الصمت منها ٧٣ تغريدة عن الانتخابات.

١. حيّز الأخبار المتعلقة بالانتخابات مقابل قضايا أخرى

لم تطغ الأخبار المتعلقة بالانتخابات على القضايا الأخرى في حساب «تويتر» لقناة «المنار»، لا بل حدث العكس، حيث طغت تغطية الملف السوري - وبشكل خاص الأحداث العسكرية - على تغطية الانتخابات النيابية اللبنانية، خصوصاً خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي. لكن في فترة الصمت، تصدّر المشهد الانتخابي الواجهة، مع الإبقاء على تغطية الحدث السوري بنسبة قليلة.

٢. التعددية في تغطية لوائح المرشحين (الأحزاب والقوى السياسية)

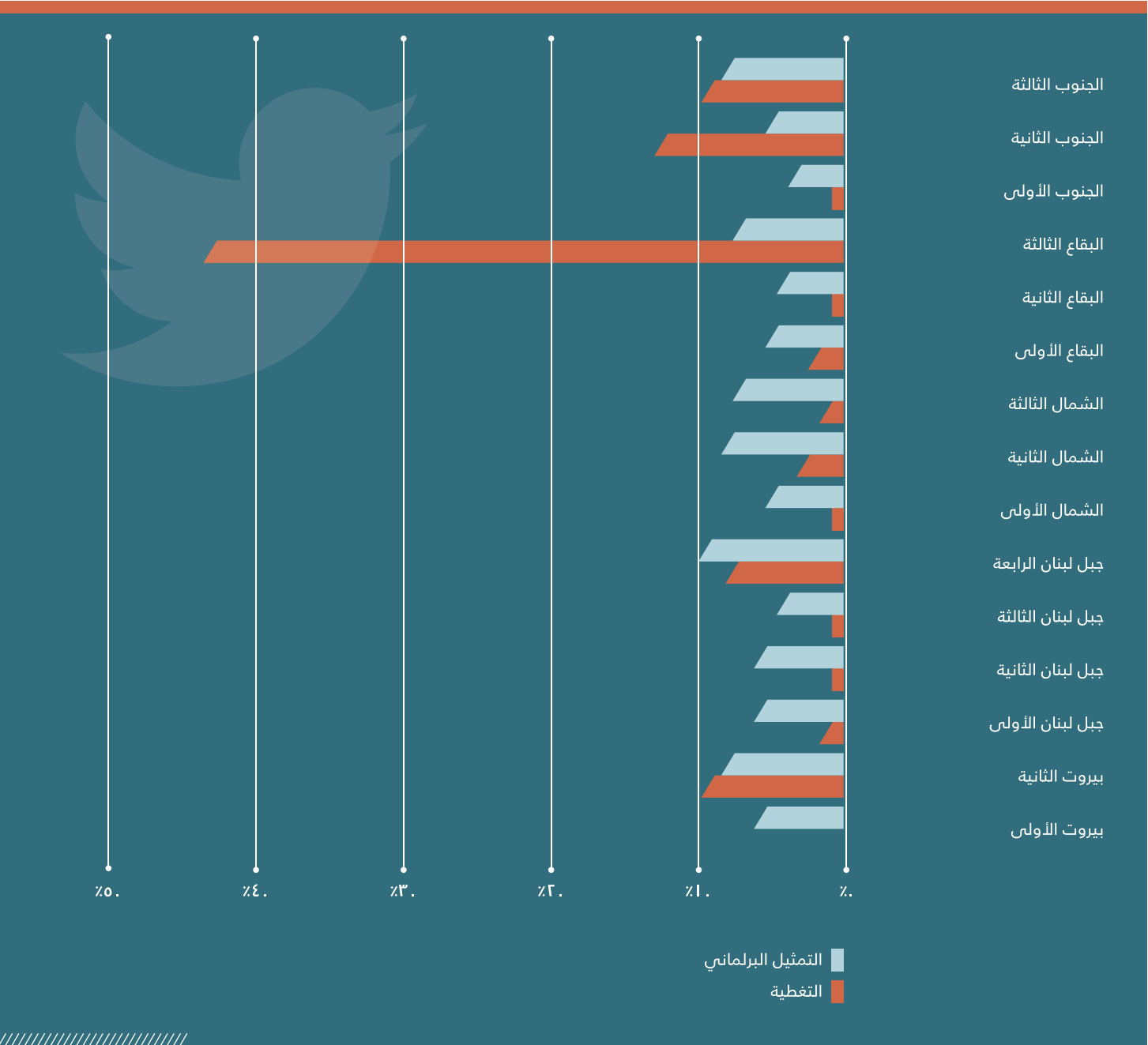
تويتر:



تصدّر «حزب الله» تغطية قناة «المنار» على «تويتر» وتلتها حركة «أمل»، وبعد ذلك التيار «الوطني الحر». ويُلاحظ التزام القناة نسبياً بالصمت الانتخابي، إذ نشرت عشر تغريدات فقط من أصل ١٠٠ تتناول لوائح الحزب والحركة خلال فترة الصمت.

٣. التوازن المناطقي

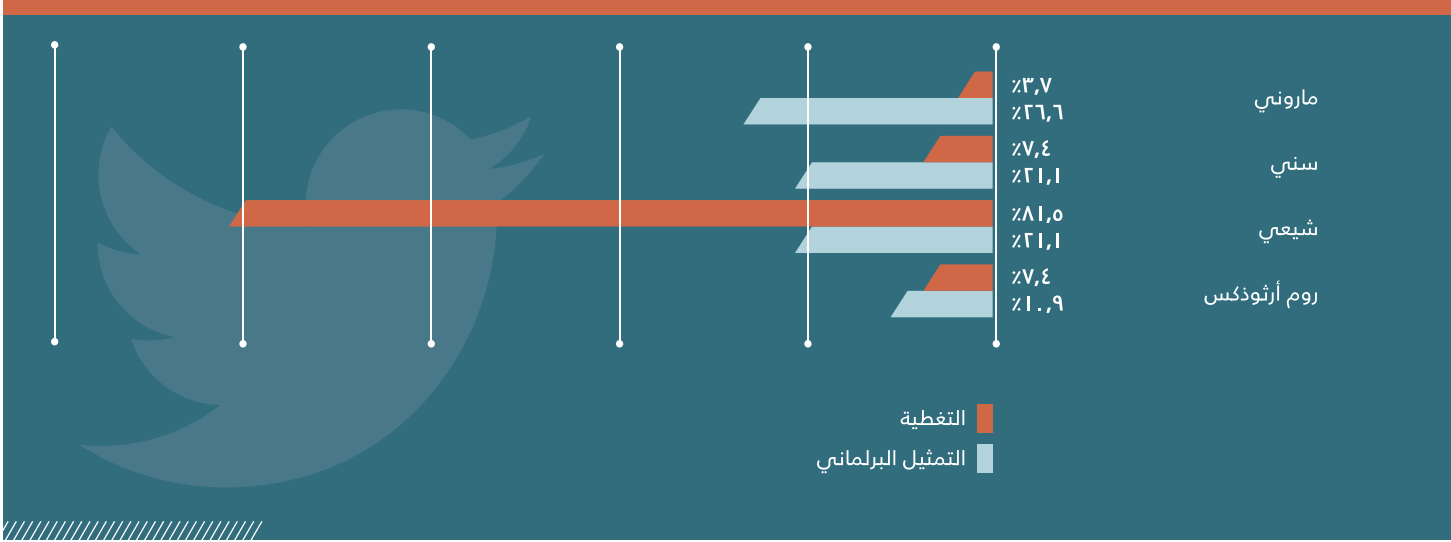
تويتر (تغطية الدوائر):



ركزت تغطية «المنار» على «تويتر» على دائرة البقاع الثالثة، في ما يقارب نصف التغريدات، تلتها دوائر الجنوب الثانية، والجنوب الثالثة، وبيروت الثانية، حيث كان لـ «حزب الله» ثقلًا انتخابياً كبيراً. في حين غابت دائرة بيروت الأولى عن التغطية.

٤. التوازن الطائفي

تويتر (تغطية الطوائف):



لم تشمل تغطية قناة «المنار» على «تويتر» إلا مرشحين من أربع طوائف فقط، وأكثر من 80% من التغريدات تناولت مرشحين شيعة من «حزب الله» و«أمل»، يليهم المرشحون السنة والروم الأرثوذكس، ومن ثم المرشحون الموارنة.

٥. المرشحون الأكثر ظهوراً

حلّ نبيه بري أولاً في تغريدات «المنار»، حيث ذُكر 12 مرة، يليه في المرتبة الثانية حسن فضل الله المذكور 3 مرات، وفي المرتبة الثالثة ابراهيم الموسوي مرتين. وشملت التغطية على «تويتر» عشرة مرشحين آخرين.

٦. البروباغندا السياسية

تويتر		تغريدات تتضمن بروباغندا سياسية مع/ضد فريق معيّن
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
يوجد	يوجد	

اللافت في تغطية قناة «المنار» للانتخابات في حسابها على «تويتر» هو عنصر البروباغندا السياسية، ليس للوائح «حزب الله» وحركة «أمل» بشكل صريح، بقدر ما هو لصالح «حزب الله» كـ «مقاومة»، ويظهر ذلك من خلال تغريدات سياسية خلال فترة الصمت تظهر ناخبين اقترحوا لهذه اللوائح تأييداً لخط «حزب الله» السياسي ودعمًا لموقفه في الصراع الدائر في سوريا.

٧. خطاب الكراهية والتحريض

تويتر		
خلال الصمت الانتخابي	خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي	
لا يوجد	يوجد إلى حدّ ما	تغريدات تتضمّن خطاب تحريض أو كراهية

خلت تغطية قناة «المنار» على «تويتر» من خطاب تحريضي، باستثناء تغريدتين خلال الأسبوع الأخير قبل الصمت الانتخابي، وتناولتا كلاً من تيار «المستقبل» وحزب «القوات اللبنانية»، متهمّة إياهما بدعم الإرهاب، وجاءتا في إطار المنافسة التي شهدتها دائرة البقاع الثالثة بين هذين الحزبين من جهة، و«حزب الله» وحركة «أمل» من جهة ثانية.

٨. تغطية قضايا متعلّقة مباشرة بالمواطنين والمواطنات

لم تقدّم قناة «المنار» تغطية لقضايا تعني المواطنين والمواطنات بشكل عام، وكان التركيز الأكبر على «جمهور المقاومة»، في إطار خدمة قضية «المقاومة» حتى خارج حدود لبنان (أي سوريا)، على غرار «والدة شهيد تقترع للائحة الوفاء والأمل»، وركزت على فئة كبار السن من النساء بشكل خاص.

٩. تغطية الإشكالات

في المجمل، كانت التغطية تصوّر المشهد الانتخابي بشكل إيجابي في الدوائر التي تتواجد فيها لوائح «حزب الله» وحركة «أمل». وغابت تغطية الإشكالات التي تعرّض لها المرشحان علي الأمين وريما حميد، ولم يتم التركيز على الإشكالات الذي وقع بين مؤيدي «حزب الله» وتيار «المستقبل» في دائرة بيروت الثانية.

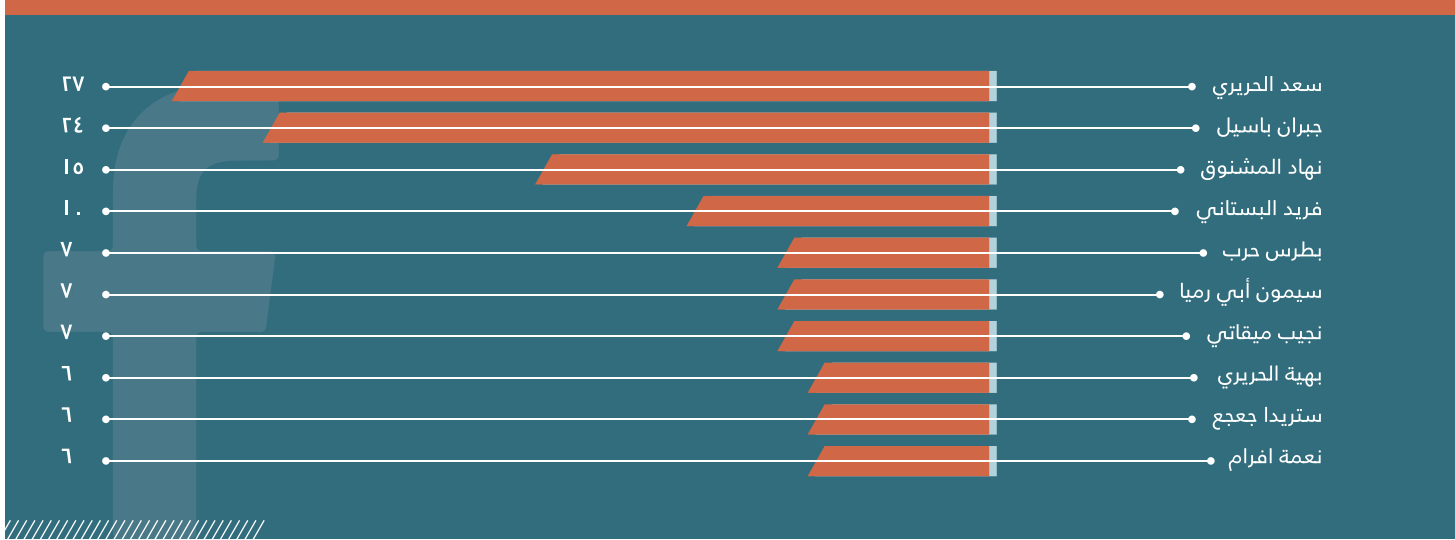
مقارنة عامة

١. ترتيب المرشحين

فايسبوك:

شملت تغطية القنوات الست موضع الدراسة ذكر ١٤٦ مرشحاً في حساباتها على «فايسبوك»، ما يعني أن ٤٣٧ مرشحاً لم يحظوا بأي ذكر على الإطلاق، أي أن التغطية اقتصرت على ربع المرشحين فقط.

المرشحون الأكثر تغطية على فايسبوك



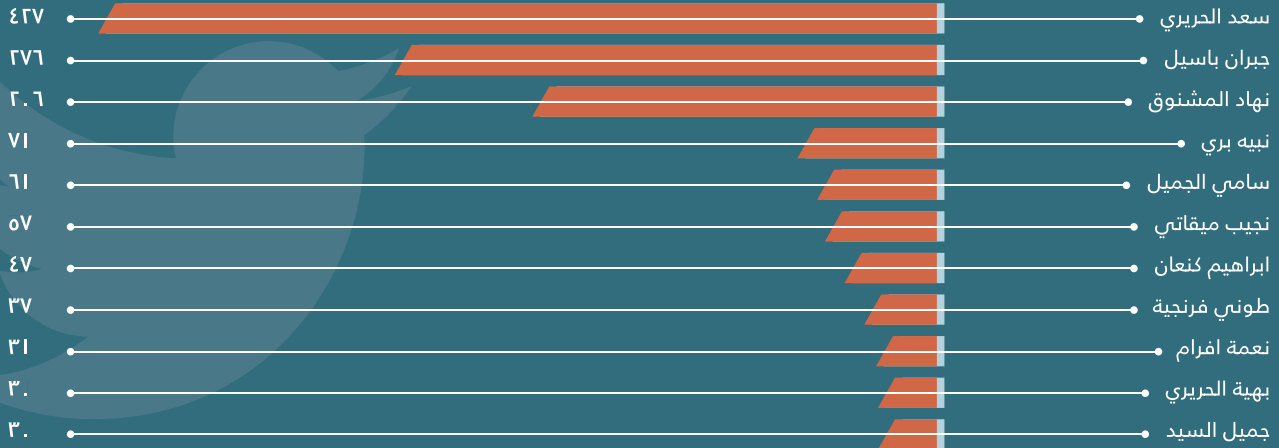
حلّ في المرتبة الأولى سعد الحريري (المذكور ٢٧ مرة)، وفي المرتبة الثانية جبران باسيل (٢٤ مرة)، وفي المرتبة الثالثة نهاد المشنوق (١٥ مرة)، وفي المرتبة الرابعة فريد البستاني (١٠ مرات)، وفي المرتبة الخامسة كل من بطرس حرب، وسيمون أبي رميا، ونجيب ميقاتي (٧ مرات)، وفي المرتبة الثامنة كل من بهية الحريري، وستريدا ججع، ونعمة افرام (٦ مرات). ومن اللافت أن بطرس حرب وحده بين هؤلاء المرشحين العشرة الأوائل لم يكن بين الفائزين.

لافت أن ٨٪ من المنشورات على «فايسبوك» المتعلقة بنهاد المشنوق كانت تغطي عمله الوزاري، في حين كانت ٢٩,٢٪ من المنشورات المتعلقة بجبران باسيل متعلقة بعمله الوزاري، وكذلك ٧,٤٪ من المنشورات المتعلقة بسعد الحريري.

تويتر:

كانت تغطية وسائل الإعلام للمرشحين أكثر شموليةً على موقع «تويتر»، حيث تم ذكر ٢٤٩ مرشحاً (ما نسبته ٤٢,٧٪ من مجموع المرشحين).

المرشحون الأكثر تغطية على تويتر



كما على «فايسبوك» كذلك على «تويتر» حلّ سعد الحريري في المرتبة الأولى (وقد دُكر ٤٢٧ مرة)، وجبران باسيل في المرتبة الثانية (٢٧٦ مرة)، ونهاد المشنوق في المرتبة الثالثة (٢٠٦ مرات). يليهم نبيه بري (٧١ مرة)، وسامي الجميل (٦١ مرة)، ونجيب ميقاتي (٥٧ مرة)، و ابراهيم كنعان (٤٧ مرة)، وطوني فرنجية (٣٧ مرة)، ونعمة افرام (٣١ مرة)، وتساوى في المرتبة العاشرة كل من بهية الحريري وجميل السيد (وقد ذكرا ٣ مرة).

ويُذكر أن ٧٦,٢٪ من التغريدات المتعلقة بنهاد المشنوق كانت تغطي عمله الوزاري، و٣٢,٦٪ من التغريدات متعلّقة بجبران باسيل، و ٢٠٪ من التغريدات متعلّقة بكل من سيزار أبي خليل ومحمد كباره، و ١٠٪ من التغريدات متعلّقة ببيار أبو عاصي، و فقط ٩,٩٪ من التغريدات متعلّقة بسعد الحريري.

وقد حل ستة مرشحين في المراتب العشر الأوائل على موقعي «فايسبوك» و«تويتر» على السواء، هم سعد الحريري، وجبران باسيل، ونهاد المشنوق، ونجيب ميقاتي، وبهية الحريري، ونعمة افرام.

وفي حال جمعت نتائج «فايسبوك» و«تويتر»، حل في المراتب العشر الأوائل كل من: سعد الحريري (٤٥٤ مرة)، وجبران باسيل (٣٠٠ مرة)، ونهاد المشنوق (٢٢١ مرة)، ونبيه بري (٧٥ مرة)، وسامي الجميل (٦٦ مرة)، ونجيب ميقاتي (٦٤ مرة)، و ابراهيم كنعان (٤٧ مرة)، وطوني فرنجية (٤٢ مرة)، ونعمة افرام (٣٧ مرة)، وبهية الحريري (٣٦ مرة).

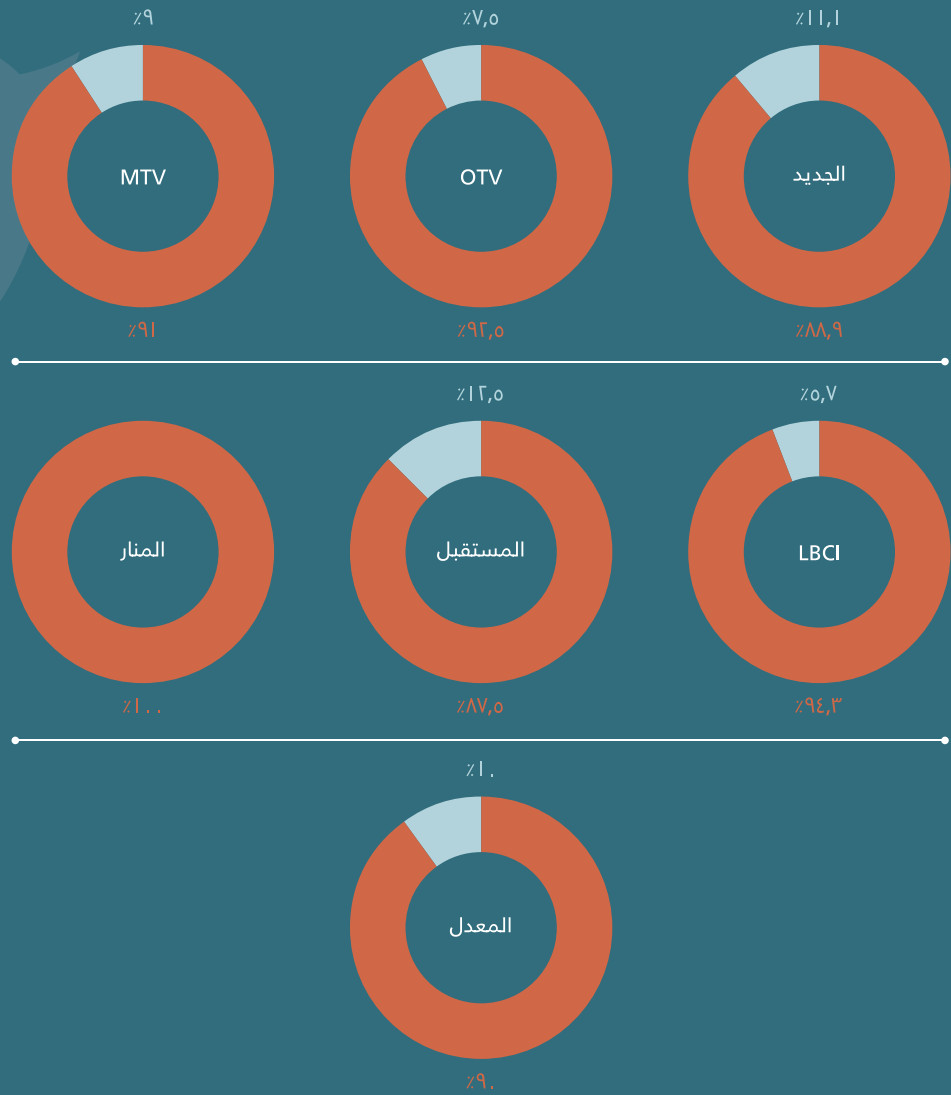
٢. التوازن الجندي

فايسبوك:



اقتصرت تغطية المرشحات النساء على معدل 13% من مجمل المنشورات على «فايسبوك». وكانت النسبة الأكبر على حساب تلفزيون «المستقبل» على «فايسبوك» مع 10% من المنشورات، تليها قناة MTV (12,8%)، ومن ثم LBCI مع 8,3% من المنشورات، وأخيراً قناتا «الجديد» و OTV مع 3,7% من منشورات كل منهما.

تويتر:

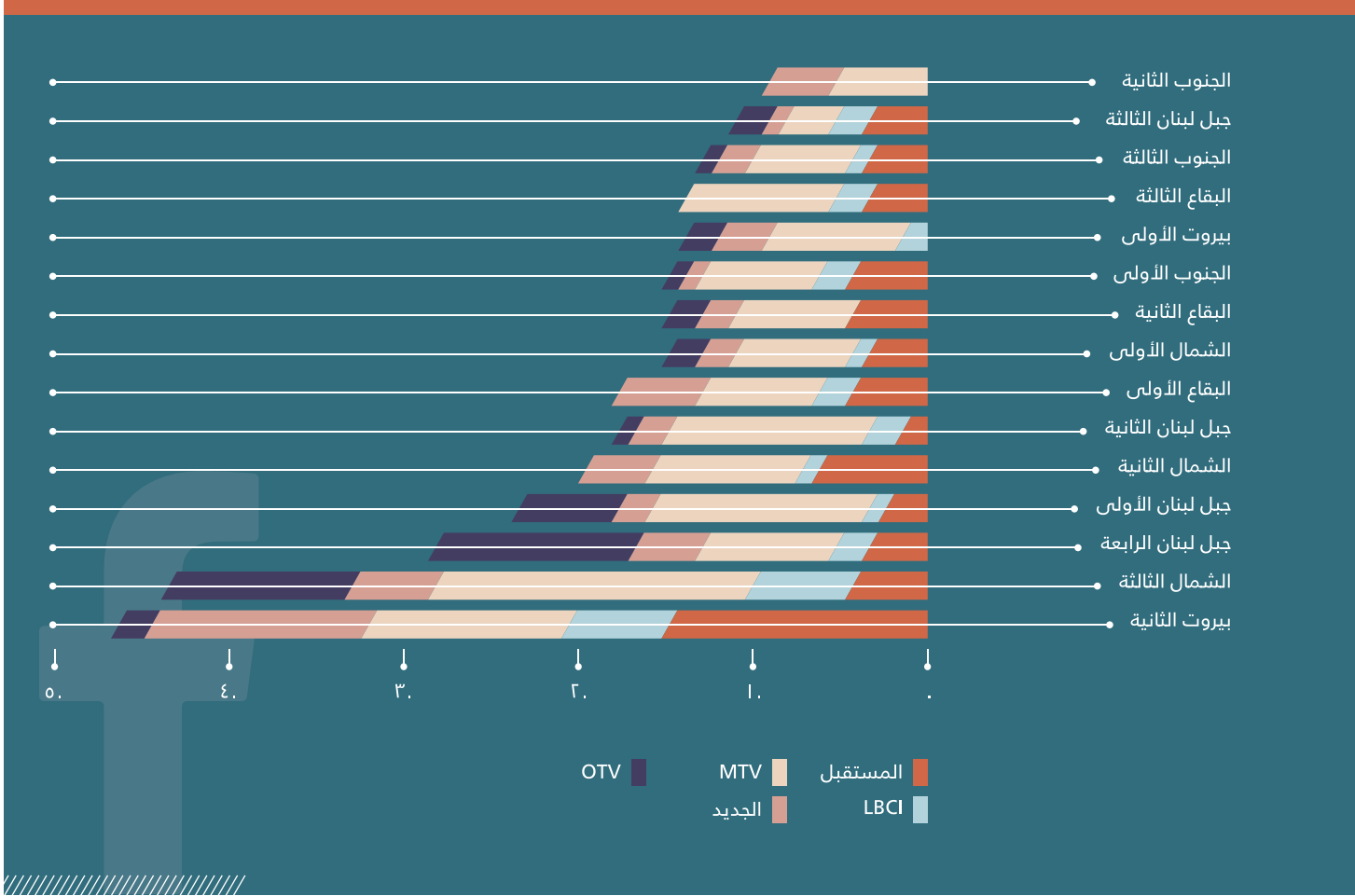


رجال
نساء

تراجع معدل تغطية المرشحات النساء على حسابات القنوات التلفزيونية على «تويتر» إلى معدل 10%. تصدر ترتيب تغطية النساء تلفزيون «المستقبل» مع 12,5% من تغريداته ذكرت مرشحات، يليه «الجديد» (11,1%)، و MTV (9%)، و OTV (7,5%)، و LBCI (5,7%). أما قناة «المنار»، فلم تذكر في تغريداتها أي امرأة مرشحة.

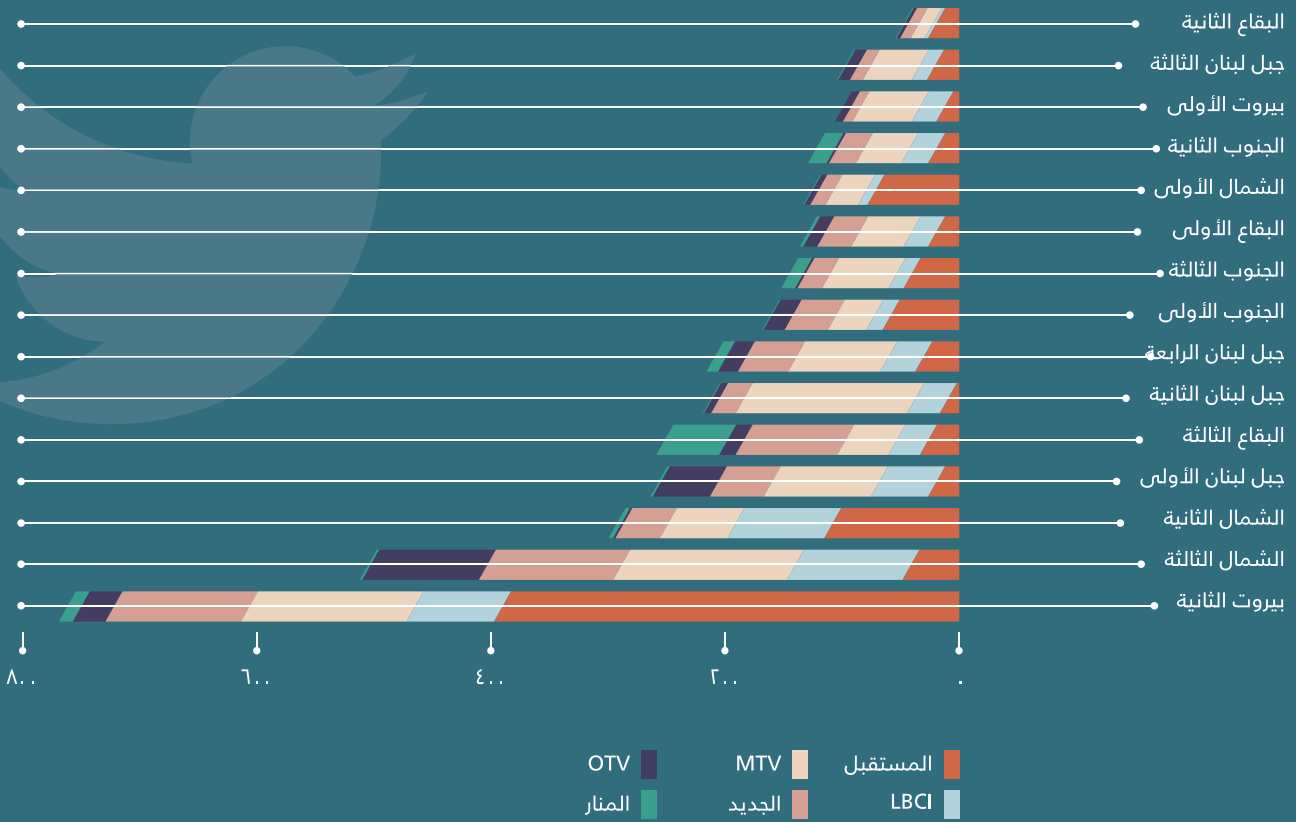
٣. تغطية الدوائر

فايسبوك:



أبدت القنوات اللبنانية على «فايسبوك» الاهتمام الأكبر بدوائر بيروت الثانية، والشمال الثالثة، وجبل لبنان الرابعة. أما دوائر الجنوب الثالثة، وجبل لبنان الثالثة، والجنوب الثانية، فحلت في المراتب الثلاث الأخيرة.

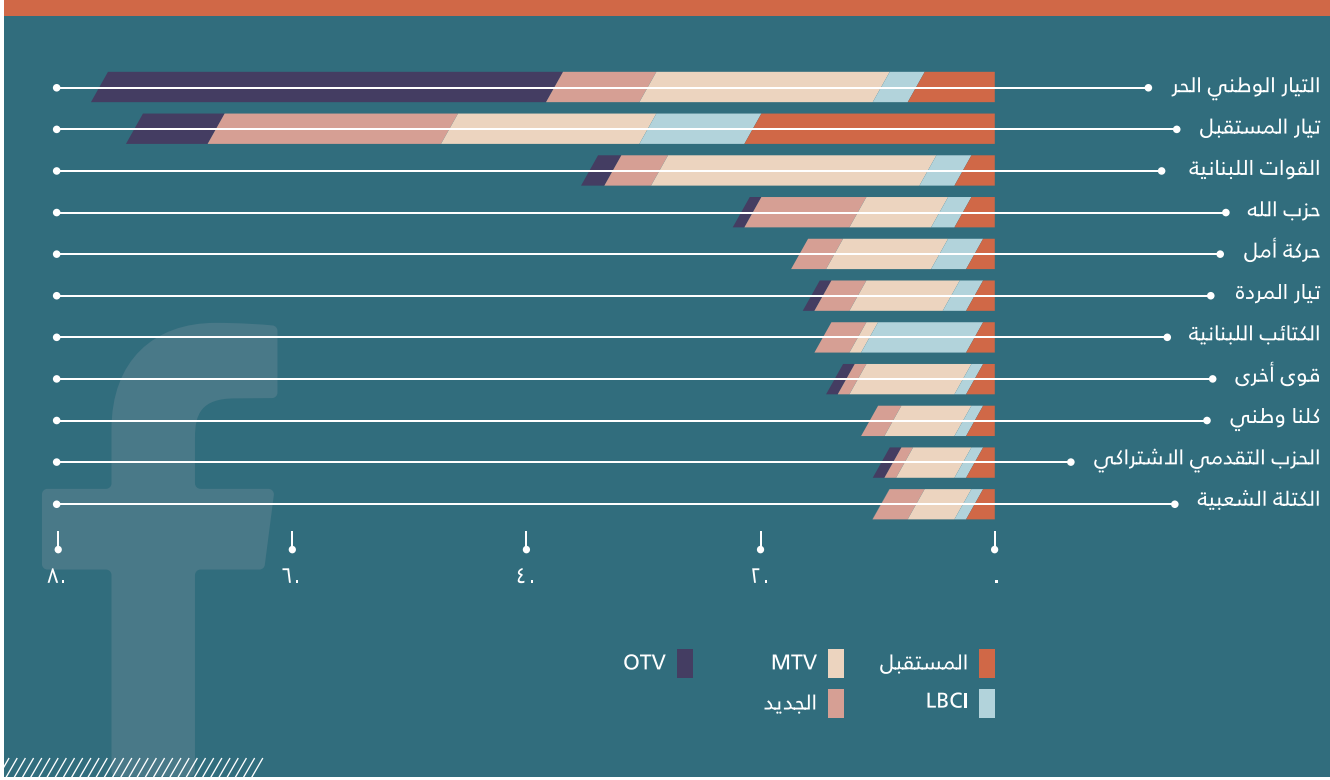
تويتر:



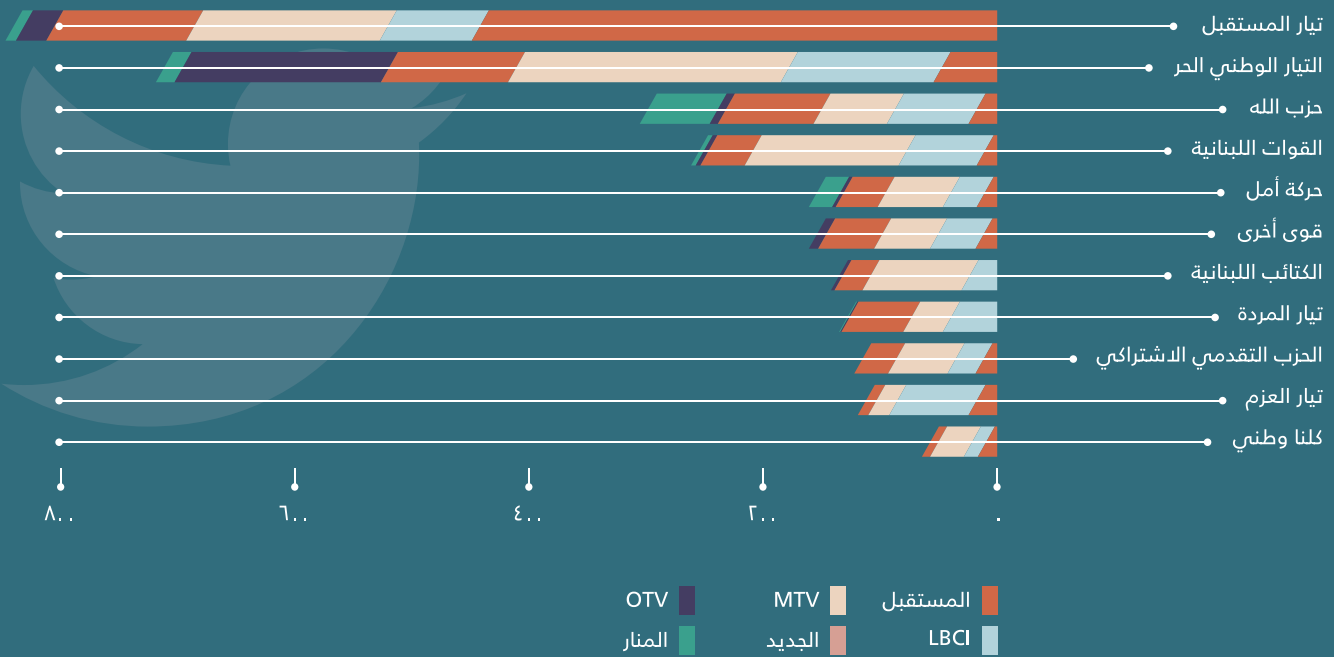
مرة أخرى تصدّرت دائرتا بيروت الثانية والشمال الثالثة ترتيب ذكر الدوائر في تغريدات القنوات التلفزيونية، وقد حلّت على «تويتر» دائرة الشمال الثانية في المرتبة الثالثة. أما المراتب الثلاث الأخيرة في الترتيب فكانت لدوائر بيروت الأولى، وجبل لبنان الثالثة، والبقاع الثانية.

٤. تغطية الأحزاب

فايسبوك:



حل مرشحو التيار «الوطني الحر» بشكل عام في المرتبة الأولى في منشورات القنوات التلفزيونية على «فايسبوك» (ذكروا ٧٦ مرة)، يليهم تيار «المستقبل» (٧٣ مرة)، و«القوات اللبنانية» (٣٤) مرة، و«حزب الله» (٢١ مرة)، وحركة «أمل» (١٦ مرة)، وتيار «المردة» (١٥ مرة)، و«الكتائب اللبنانية» (١٤ مرة)، ومرشحو مستقلون (١٣ مرة)، و«كلنا وطني» (١٠ مرات)، وكل من الحزب «التقدمي الاشتراكي» و«الكتلة الشعبية» (٩ مرات). وقد تم ذكر ٢٣ قوة سياسية أخرى في المنشورات، ذُكرت كل منها أقل من ٩ مرات.



الأحزاب والقوى نفسها التي حلت في المراتب الإحدى عشرة الأولى على «فايسبوك» هي نفسها التي ظهرت في المراتب الإحدى عشرة الأولى على «تويتر»، باستثناء ظهور تيار «العزم» في المرتبة العاشرة على «تويتر»، في حين كان تيار «العزم» في المرتبة ١٢ على «فايسبوك»، عاكساً ترتيب «الكتلة الشعبية» (المرتبة العاشرة على «فايسبوك» و١٢ على «تويتر»).

٥. تثقيف الناخبين

خصصت القنوات التلفزيونية جزءاً من منشوراتها وتغريداتها لتوعية الناخبين وتثقيفهم على القانون الانتخابي الجديد، وآليات الاقتراع، وحقوقهم وواجباتهم.

على «فايسبوك»، حل تلفزيون «الجديد» أولاً مع ٢٠٪ من منشوراته مخصصة لتثقيف الناخبين، تليه LBCI مع ٧,٧٪ من المنشورات، وفي المرتبة الثالثة MTV مع ٦,٣٪، وفي المرتبة الرابعة تلفزيون «المستقبل» مع ٣,٣٪. ولم تتضمن أي منشورة على صفحة OTV ما يعتبر تثقيفاً انتخابياً.

أما على «تويتر»، فكانت نسبة التغريدات التثقيفية أدنى بكثير من المنشورات التثقيفية على «فايسبوك»، وتصدرت الترتيب قناة «المنار» مع ٤,٢٪ فقط من تغريداتها، وفي المرتبة الثانية LBCI مع ٣,٦٪، وفي المرتبة الثالثة MTV مع ٢,٢٪، وفي المرتبة الرابعة OTV مع ١,٧٪، وفي المرتبة الخامسة «الجديد» مع ١,٤٪، وفي المرتبة السادسة والأخيرة تلفزيون «المستقبل» مع ١,١٪.

المجلس النيابي الافتراضي

ماذا لو عكست نتائج الانتخابات ترتيب المرشحين بحسب تكرار ذكرهم على حسابات القنوات التلفزيونية على موقعي التواصل الاجتماعي؟ من كان ليفوز ومن كان ليخسر؟ هل كانت التوازنات السياسية لتختلف؟

المجلس النيابي الافتراضي كان ليتألف من:

الدائرة	نسبة التغيير	المقعد	الفائز الافتراضي	الحزب السياسي	الفائز الحقيقي	الحزب السياسي
عكار	٣ من ٧	سني	طارق المرعبي	تيار المستقبل	طارق المرعبي	تيار المستقبل
		سني	أحمد جوهر	تيار لبنان السيادة	محمد سليمان	تيار المستقبل
		سني	وليد البعيريني	تيار المستقبل	وليد البعيريني	تيار المستقبل
		علوي	خضر حبيب	تيار المستقبل	مصطفى علي حسين	التيار الوطني الحر
		روم أرثوذكس	وهبي قاطيشا	القوات اللبنانية	وهبي قاطيشا	القوات اللبنانية
		روم أرثوذكس	جان موسى	تيار المستقبل	أسعد ضرغام	التيار الوطني الحر
		ماروني	هادي حبيش	تيار المستقبل	هادي حبيش	تيار المستقبل
الضنية	٢ من ٢	سني	جهاد يوسف	تيار العزم	سامي فتفت	تيار المستقبل
		سني	محمد الفاضل	تيار العزم	جهاد الصمد	تيار الكرامة
المنية	١ من ١	سني	كاظم الخير	تيار العزم	عثمان علم الدين	تيار المستقبل

٤ باللون البرتقالي المرشحون الذين فازوا في الانتخابات والذين كانوا ليفوزوا أيضاً وفقاً للنتائج الافتراضية.

تيار العزم	نجيب ميقاتي	تيار العزم	نجيب ميقاتي	سني	٢ من ٨	طرابلس
تيار المستقبل	محمد كباره	تيار لبنان السيادة	أشرف ريفي	سني		
تيار المستقبل	ديما جمالي	لقاء الاعتدال المدني	مصباح الأحذب	سني		
تيار الكرامة	فيصل كرامي	تيار الكرامة	فيصل كرامي	سني		
تيار المستقبل	سمير الجسر	تيار المستقبل	سمير الجسر	سني		
تيار العزم	علي درويش	تيار العزم	علي درويش	علوي		
تيار العزم	نقولا نحاس	تيار العزم	نقولا نحاس	روم أرثوذكس		
تيار العزم	جان عبيد	تيار العزم	جان عبيد	ماروني		
القوات اللبنانية	ستريدا جعج	القوات اللبنانية	ستريدا جعج	ماروني	٢ من ٢	بشري
القوات اللبنانية	جوزيف اسحق	القوات اللبنانية	جوزيف اسحق	ماروني		
الحزب السوري القومي الاجتماعي	سليم سعادة	تيار المردة	عبد الله الزاخم	روم أرثوذكس	٢ من ٣	الكورة
تيار المردة	فايز غصن	تيار المردة	فايز غصن	روم أرثوذكس		
التيار الوطني الحر	جورج عطالله	القوات اللبنانية	فادي كرم	روم أرثوذكس		
تيار المردة	طوني فرنجية	تيار المردة	طوني فرنجية	ماروني	١ من ٣	زغرتا
حركة الاستقلال	ميشال معوض	حركة الاستقلال	ميشال معوض	ماروني		
تيار المردة	اسطفان الدوبهي	التيار الوطني الحر	بيار رفول	ماروني		
التيار الوطني الحر	جيران باسيل	التيار الوطني الحر	جيران باسيل	ماروني	١ من ٢	البترون
القوات اللبنانية	فادي سعد	مستقل	بطرس حرب	ماروني		
التيار الوطني الحر	سيمون أبي رميا	التيار الوطني الحر	سيمون أبي رميا	ماروني	٢ من ٣	جيبيل
القوات اللبنانية	زياد الحواط	مستقل	جان لوي قرداحي	ماروني		
مستقل	مصطفى الحسيني	التيار الوطني الحر	ربيع عواد	شيعي		

التيار الوطني الحر	نعمة افرام	التيار الوطني الحر	نعمة افرام	ماروني	١ من ٥	كسروان
مستقل	فريد الخازن	مستقل	فريد الخازن	ماروني		
التيار الوطني الحر	شامل روكز	التيار الوطني الحر	شامل روكز	ماروني		
القوات اللبنانية	شوقي الدكاش	القوات اللبنانية	شوقي الدكاش	ماروني		
التيار الوطني الحر	روجيه عازار	التيار الوطني الحر	منصور البون	ماروني		
الكتائب اللبنانية	سامي الجميل	الكتائب اللبنانية	سامي الجميل	ماروني	٣ من ٨	المتن
التيار الوطني الحر	ابراهيم كنعان	التيار الوطني الحر	ابراهيم كنعان	ماروني		
القوات اللبنانية	إدي أبي اللمع	التيار الوطني الحر	سركيس سركيس	ماروني		
الكتائب اللبنانية	الياس حنكش	كلنا وطني	إميل كنعان	ماروني		
الوفاء المتني	ميشال المر	الوفاء المتني	ميشال المر	روم أرثوذكس		
التيار الوطني الحر	الياس أبو صعب	التيار الوطني الحر	الياس أبو صعب	روم أرثوذكس		
التيار الوطني الحر	إدكار معلوف	الوفاء المتني	جورج عبود	روم كاثوليك		
حزب الطاشناق	أغوب بقرادونيان	حزب الطاشناق	أغوب بقرادونيان	أرمن أرثوذكس		
القوات اللبنانية	بيار أبو عاصي	القوات اللبنانية	بيار أبو عاصي	ماروني		
التيار الوطني الحر	آلان عون	التيار الوطني الحر	آلان عون	ماروني		
التيار الوطني الحر	حكمت ديب	الكتائب اللبنانية	إيلي غاريوس	ماروني	٢ من ٦	بعيدا
حركة أمل	فادي علامة	كلنا وطني	واصف الحركة	شيوعي		
حزب الله	علي عمار	حزب الله	علي عمار	شيوعي		
الحزب التقدمي الاشتراكي	هادي أبو الحسن	الحزب التقدمي الاشتراكي	هادي أبو الحسن	درزي		

التيار الوطني الحر	سيزار أبي خليل	التيار الوطني الحر	سيزار أبي خليل	ماروني	١ من ٥	عاليه
الحزب التقدمي الاشتراكي	هنري حلو	الكتائب اللبنانية	تيودورا بجاني	ماروني		
الحزب الديمقراطي اللبناني	طلال أرسلان	الحزب الديمقراطي اللبناني	طلال أرسلان	درزي		
الحزب التقدمي الاشتراكي	أكرم شهيب	الحزب التقدمي الاشتراكي	أكرم شهيب	درزي		
القوات اللبنانية	أنيس نصار	القوات اللبنانية	أنيس نصار	روم أرثوذكس		
الحزب التقدمي الاشتراكي	تيمور جنبلاط	الحزب التقدمي الاشتراكي	تيمور جنبلاط	درزي	٤ من ٨	الشوف
الحزب التقدمي الاشتراكي	مروان حمادة	حزب التوحيد العربي	وثام وهاب	درزي		
تيار المستقبل	محمد الحجار	تيار المستقبل	محمد الحجار	سني		
الحزب التقدمي الاشتراكي	بلال عبدالله	مستقل	علي الحاج	سني		
التيار الوطني الحر	فريد البستاني	التيار الوطني الحر	فريد البستاني	ماروني		
القوات اللبنانية	جورج عدوان	تيار المستقبل	غطاس خوري	ماروني		
التيار الوطني الحر	ماريو عون	حزب الوطنيين الأحرار	كميل شمعون	ماروني		
الحزب التقدمي الاشتراكي	نعمة طعمة	الحزب التقدمي الاشتراكي	نعمة طعمة	روم كاثوليك		

الكتائب اللبنانية	نديم الجميل	الكتائب اللبنانية	نديم الجميل	ماروني	٢ من ٨	بيروت الأولى
القوات اللبنانية	عماد واكيم	مستقلة	ميشيل تويني	روم أرثوذكس		
التيار الوطني الحر	نقولا الصحنوي	مستقل	ميشال فرعون	روم كاثوليك		
التيار الوطني الحر	أنطوان بانو	التيار الوطني الحر	أنطوان بانو	أقليات		
كلنا وطني	بوليت ياغوبيان	كلنا وطني	بوليت ياغوبيان	أرمن أرثوذكس		
حزب الطاشناق	ألكسندر ماطوسيان	حزب الطاشناق	ألكسندر ماطوسيان	أرمن أرثوذكس		
حزب الطاشناق	هاكوب ترزيان	حزب الطاشناق	هاكوب ترزيان	أرمن أرثوذكس		
القوات اللبنانية	جان طالوزيان	القوات اللبنانية	جان طالوزيان	أرمن كاثوليك		
تيار المستقبل	سعد الحريري	تيار المستقبل	سعد الحريري	سني	٣ من ١١	بيروت الثانية
تيار المستقبل	نهاد المشنوق	تيار المستقبل	نهاد المشنوق	سني		
تيار المستقبل	تمام سلام	تيار المستقبل	تمام سلام	سني		
حزب الحوار الوطني	فؤاد مخزومي	حزب الحوار الوطني	فؤاد مخزومي	سني		
تيار المستقبل	رولا الطيش	مستقل	بشار القوتلي	سني		
جمعية المشاريع الخيرية الإسلامية	عدنان طرابلسي	مستقل	نبيل بدر	سني		
حزب الله	أمين شري	حزب الله	أمين شري	شيعي		
حركة أمل	محمد خواجه	حركة أمل	محمد خواجه	شيعي		
الحزب التقدمي الاشتراكي	فيصل الصايغ	مستقل	رجا الزهيري	درزي		
تيار المستقبل	نزيه نجم	تيار المستقبل	نزيه نجم	روم أرثوذكس		
التيار الوطني الحر	إدغار طرابلسي	التيار الوطني الحر	إدغار طرابلسي	إنجيلي		
تيار المستقبل	بهية الحريري	تيار المستقبل	بهية الحريري	سني	٢ من ٢	صيدا
التنظيم الشعبي الناصري	أسامة سعد	التنظيم الشعبي الناصري	أسامة سعد	سني		

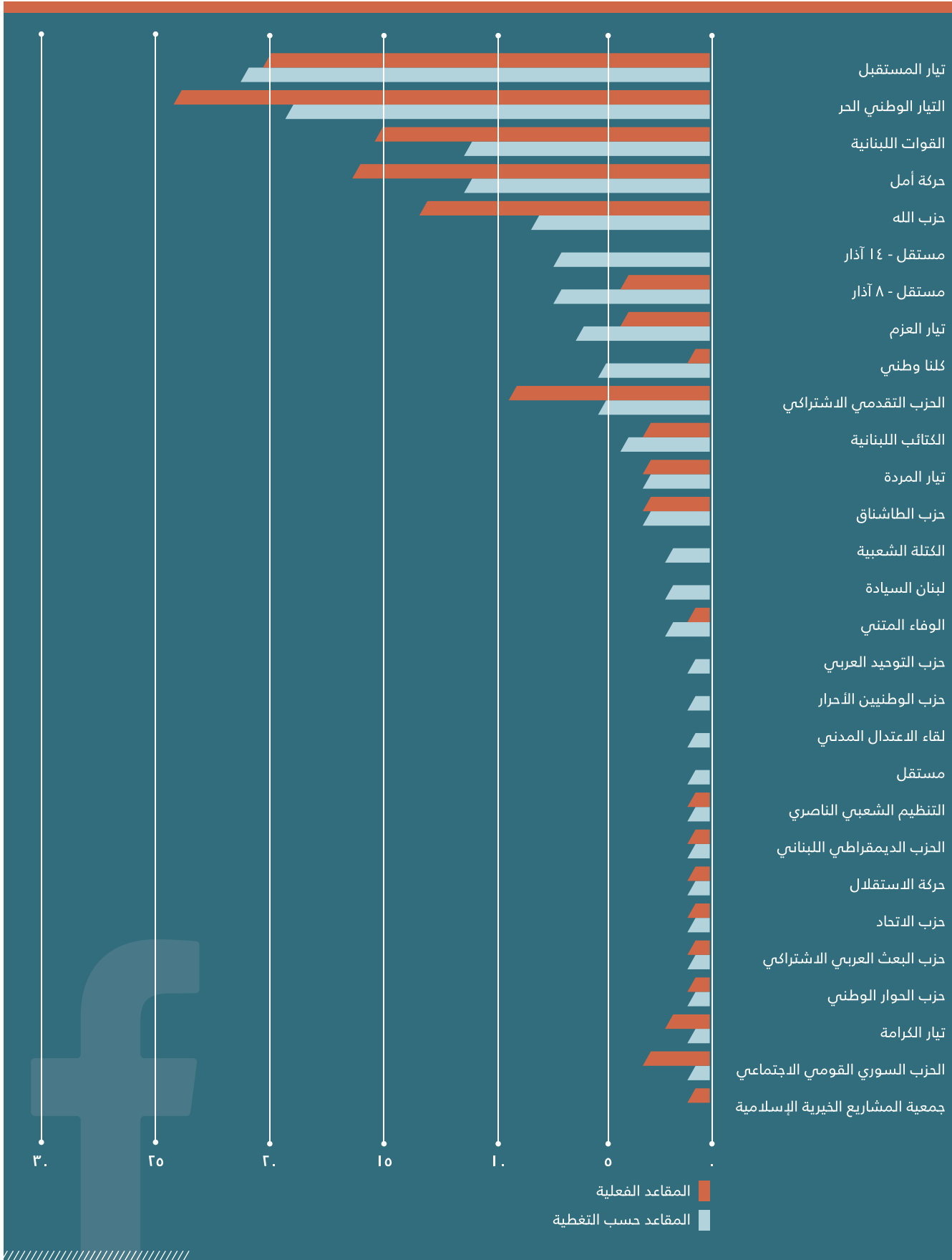
حركة أمل	ابراهيم عازار	التيار الوطني الحر	أمل أبو زيد	ماروني	٢ من ٣	جزين
التيار الوطني الحر	زيد أسود	التيار الوطني الحر	زيد أسود	ماروني		
التيار الوطني الحر	سليم خوري	القوات اللبنانية	عجاج حداد	روم كاثوليك		
حركة أمل	نبيه بري	حركة أمل	نبيه بري	شيوعي	١ من ٣	الزهراني
حركة أمل	علي عسيران	مستقل	رياض الأسعد	شيوعي		
حركة أمل	ميشال موسى	حركة أمل	ميشال موسى	روم كاثوليك		
حركة أمل	عناية عزالدين	حركة أمل	عناية عزالدين	شيوعي	١ من ٤	صور
حركة أمل	علي خريس	حركة أمل	علي خريس	شيوعي		
حزب الله	حسين الجشي	كلنا وطني	لينا الحسيني	شيوعي		
حزب الله	نواف الموسوي	حزب الله	نواف الموسوي	شيوعي		
حركة أمل	علي حسن خليل	حركة أمل	علي حسن خليل	شيوعي	٢ من ٥	مرجعيون - حاصبيا
حزب الله	علي فياض	كلنا وطني	ريما حميد	شيوعي		
حزب البعث العربي الاشتراكي	قاسم هاشم	حزب البعث العربي الاشتراكي	قاسم هاشم	سني		
حركة أمل	أنور الخليل	حركة أمل	أنور الخليل	درزي		
الحزب السوري القومي الاجتماعي	أسعد حردان	القوات اللبنانية	فادي سلامة	روم أرثوذكس		
حركة أمل	هاني قبيسي	حركة أمل	هاني قبيسي	شيوعي	١ من ٣	النبطية
حركة أمل	ياسين جابر	حركة أمل	ياسين جابر	شيوعي		
حزب الله	محمد رعد	حزب الله	محمد رعد	شيوعي		
حزب الله	حسن فضل الله	حزب الله	حسن فضل الله	شيوعي	١ من ٣	بنت جبيل
حركة أمل	أيوب حميد	حركة أمل	أيوب حميد	شيوعي		
حركة أمل	علي بزي	مستقل	علي الأمين	شيوعي		

مستقل	جميل السيد	مستقل	جميل السيد	شيوعي	٣ من ١	بعليك - الهرمل
حركة أمل	غازي زعير	مستقل	يحيى شمص	شيوعي		
حزب الله	حسين الحاج حسن	حزب الله	حسين الحاج حسن	شيوعي		
حزب الله	ابراهيم الموسوي	حزب الله	ابراهيم الموسوي	شيوعي		
حزب الله	علي المقداد	حزب الله	علي المقداد	شيوعي		
حزب الله	إيهاب حمادة	مستقل	محمد سليمان حمية	شيوعي		
تيار المستقبل	بكر الحجيري	تيار المستقبل	بكر الحجيري	سني		
حزب الله	الوليد سكرية	تيار المستقبل	حسين صلح	سني		
القوات اللبنانية	أنطوان حبشي	القوات اللبنانية	أنطوان حبشي	ماروني		
الحزب السوري القومي الاجتماعي	أببير منصور	الحزب السوري القومي الاجتماعي	أببير منصور	روم كاثوليك		
القوات اللبنانية	جورج عقيص	الكتلة الشعبية	ميريام سكاف	روم كاثوليك	٦ من ٧	زحلة
التيار الوطني الحر	ميشال ضاهر	مستقل	نقولا فتوش	روم كاثوليك		
التيار الوطني الحر	سليم عون	الكتلة الشعبية	بول شربل	ماروني		
القوات اللبنانية	سيزار المعلوف	التيار الوطني الحر	أسعد نكد	روم أرثوذكس		
مستقل	إدي دميرجيان	تيار المستقبل	ماري جان بيلازكجيان	أرمن أرثوذكس		
تيار المستقبل	عاصم عراجي	تيار المستقبل	عاصم عراجي	سني		
حزب الله	أنور جمعة	تيار المستقبل	نزار دلول	شيوعي		

حزب الاتحاد	عبد الرحيم مراد	حزب الاتحاد	عبد الرحيم مراد	سني	١ من ٦	البقاع الغربي - راشيا
تيار المستقبل	محمد القرعاوي	تيار المستقبل	زياد القادري	سني		
حركة أمل	محمد نصرالله	حركة أمل	محمد نصرالله	شيعي		
الحزب التقدمي الاشتراكي	وائل أبو فاعور	الحزب التقدمي الاشتراكي	وائل أبو فاعور	درزي		
تيار المستقبل	هنري شديد	تيار المستقبل	هنري شديد	ماروني		
التيار الوطني الحر	إيلي الفرزلي	التيار الوطني الحر	إيلي الفرزلي	روم أرثوذكس		

نسبة التغيير: ٤٧ من ١٢٨، أي ما نسبته ٣٦,٧%.
وكان عدد النساء المنتخبات ١٠ بدل ٦، أي نسبة ٧,٨% من البرلمان، بدل ٤,٧%.

مقارنة النتائج



وكانت القوى السياسية التالية في وضعية أفضل مما هي عليه في المجلس النيابي الفعلي: أولاً، الشخصيات السياسية المستقلة المقربة من جوّ ١٤ آذار (٧ مقاعد بدل صفر)، و«كلنا وطني» (٥ مقاعد بدل ١)، والشخصيات المستقلة المقربة من جوّ ٨ آذار (٧ مقاعد بدل ٤)، وتيار «العزم» (٦ مقاعد بدل ٤)، وكل من «الكتلة الشعبية» وتيار «لبنان السيادة» (مقعدان بدل صفر)، وتيار «المستقبل» (٢١ مقعداً بدل ٢)، و«الكتائب اللبنانية» (٤ مقاعد بدل ٣)، وكتلة «الوفاء المتني» (مقعدان بدل مقعد واحد)، وكل من حزب «التوحيد العربي»، وحزب «الوطنيين الأحرار»، و«لقاء الاعتدال المدني»، والشخصيات المستقلة (مقعد واحد لكل منها بدل صفر).

وكانت القوى التالية لتحصل على نفس عدد المقاعد: تيار «المردة» (٣ مقاعد)، وحزب «الطاشناق» (٣ مقاعد)، و«التنظيم الشعبي الناصري»، والحزب «الديمقراطي اللبناني»، و«حركة الاستقلال»، وحزب «الاتحاد»، وحزب «البعث العربي الاشتراكي»، وحزب «الحوار الوطني» (مقعد واحد).

أما القوى التي كانت ستخسر مقاعد وفقاً لنتائج التغطية، فهي: «حزب الله» (٨ مقاعد بدل ١٣)، وحركة «أمل» (١١ مقعداً بدل ١٦)، والتيار «الوطني الحر» (١٩ مقعداً بدل ٢٤)، والحزب «التقدمي الاشتراكي» (٥ مقاعد بدل ٩)، و«القوات اللبنانية» (١١ مقعداً بدل ١٥)، والحزب «السوري القومي الاجتماعي» (مقعد واحد بدل ٣)، وتيار «الكرامة» (مقعد واحد بدل مقعدين)، و«جمعية المشاريع الخيرية الإسلامية» (لا مقعد بدل مقعد واحد).

خُصّصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- اهتمت القنوات التلفزيونية اللبنانية بتغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات على «تويتر» بوتيرة أكبر من موقع «فايسبوك»، وذلك يعود إلى سرعة النشر على «تويتر» وطبيعة هذه المنصة الأكثر ملاءمة لنشر الأخبار الطارئة.
- تفاوت تنوع المواضيع المغطاة على حسابات القنوات التلفزيونية بين محطات أعطت حيزاً كبيراً لشؤون غير انتخابية (قناة «المنار» مثلاً)، وقنوات خصّصت حساباتها بشكل شبه كامل للانتخابات.
- لم تلتزم أغلب القنوات بالصمت الانتخابي عبر موقع «تويتر»، مع تفاوت درجة عدم الالتزام... بينما التزم أكثرها بالصمت على «فايسبوك»، في ظلّ قلة عدد المنشورات على «فايسبوك» بالأساس.
- أعطت القنوات حيزاً واسعاً لتنقل على «فايسبوك» مباشرة ما كانت تبثه على شاشة التلفزيون، لساعات طويلة، ما يُفسّر في معظم الأحيان تدني عدد المنشورات على «فايسبوك». فبدل أن تنشر عدداً كبيراً من المنشورات، اكتفت بوضع روابط لمشاهدة البرامج.
- إنّ عدم التزام القنوات التلفزيونية بمعايير التعددية والتوازن في تغطية المرشّحين، وورود خطاب تحريضي في بعض الأحيان، كان مردّه الترويج السياسي، سواء بالنسبة إلى القنوات الحزبية التي روّجت للأحزاب التي تنتمي إليها، أو التي ارتبطت بعقود إعلانية ودعائية مع مرشّحين معروفين من عالم الأعمال، لدى القنوات التلفزيونية غير الحزبية.
- ورد خطاب الكراهية في إطار نقل تصريحات المرشّحين وقادة الأحزاب، ولم يصدر من قبل القنوات نفسها. وانحصر الكلام التحريضي في تناول المرشّحين المنافسين للأحزاب التي تملك القنوات الحزبية، أو المنافسين لمرشّحين ارتبطوا بالقنوات غير الحزبية بعقود إعلانية ودعائية. وكذلك الحال بالنسبة إلى تغطية الإشكالات، فكانت التغطية تتماشى مع الانحياز السياسي للقناة.

- لم تلحظ الدراسة خطاباً طائفيّاً في التغطية، وذلك يعود الى حدود التنافس التي ارتأتها الأطراف السياسية، ولأنّ قانون الانتخابات كان قائماً على النسبية، في دوائر تتمثّل فيها طوائف متنوعة (إلا في بعض الاستثناءات)، فقد شجّع ذلك على التنافس ضمن الطائفة الواحدة عوضاً عن التنافس بين الطوائف.
- غابت القضايا الاقتصادية والاجتماعية للمواطنين والمواطنات بشكل كبير عن تغطية القنوات للانتخابات من خلال حساباتها على موقعي التواصل الاجتماعي، وهي ركّزت بشكل خاص على تصريحات المرشحين ومواقفهم ونشاطاتهم.

الاستنتاجات والتوصيات

يورد قانون الانتخابات سلسلة من المعايير والشروط المتعلقة بتغطية العملية الانتخابية على القنوات التلفزيونية. لكنه لا يتضمن تنظيمًا مفصلاً للحملات على مواقع التواصل الاجتماعي. ويفتح ذلك باباً لممارسات، قد تكون مسموحة في القانون، لكنها تتعارض مع روحية النص نفسه ومع معايير التغطية المتوازنة والمهنية للانتخابات.

هنا تكمن أهمية هذه الدراسة، إذ أنها تنظر إلى كيفية استخدام القنوات التلفزيونية لحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي. من جهة، تُظهر الدراسة قدرة التواصل الاجتماعي على التأثير بالرأي العام، ومن جهة أخرى إمكانية استخدام التواصل الاجتماعي كمخرج للوسائل الإعلامية لعدم الالتزام بالمعايير المفروضة عليها في القانون. فالممنوع على شاشة التلفزيون يُصبح مُتاحاً على مواقع التواصل الاجتماعي. تنطلق هذه الدراسة من أهمية المزوجة بين الوسيّلتين، أي التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن استخدام المواطنين والمواطنات لهذه المواقع ومتابعتهم لها أيام الانتخابات.

ففي حين استخدمت القنوات التلفزيونية اللبنانية صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية الانتخابات وتأمين مصادر معلومات إضافية للمواطنين والمواطنات، كان التزامها بالأخلاقيات المهنية ومعايير صحافة السلام مقترناً بأجندتها السياسية، سواء الحزبية أو الترويجية للمرشّحين معيّنين. ما يعني أنّ وسائل الإعلام تعاملت مع قانون الانتخابات بمعناه الضيق، أي بما يفرضه النص الحرفي، وليس كتوجيه يتضمن قيماً ومبادئ تفوق أهميتها تفاصيل النص، وينبغي أن تطل عمل القنوات على منصات كافة. فلو تضمّن القانون مواداً تتعلّق بمواقع التواصل الاجتماعي، لربما التزمت القنوات عبر صفحاتها بالصمت الانتخابي بطريقة أكبر وتغطية أكثر توازناً للمرشحين.

وكان جلياً أيضاً التفاوت في الموارد البشرية العاملة على صفحات القنوات على مواقع التواصل الاجتماعي. فهناك قنوات اكتفت بعدد بسيط من المنشورات على «فايسبوك» أو ببث البرامج العادية، دون إنتاج مواد خاصة بحساباتها. بينما أظهرت قنوات أخرى جهداً أكبر في ابتكار مواد ومنشورات وتغريدات مخصصة لصفحات التواصل الاجتماعي.

بالتالي، توصي الدراسة بما يلي:

- وجوب أن يشمل قانون الانتخاب، في ما يختص بالتغطية الإعلامية، مواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسات الإعلام، المرئية والمسموعة والمطبوعة والإلكترونية، وكذلك صفحات التواصل الاجتماعي الإخبارية التي تُطلق خصيصاً خلال فترة الانتخابات على هذه الشبكات.
 - التزام وسائل الإعلام بالمسؤولية الإعلامية وبروحية القانون، ومعايير التوازن والمهنية وصحافة السلام، كمنطلق في عملها، واعتماد التقييم الذاتي لأدائها، بغض النظر عن منصة النشر أو البث.
 - إيلاء مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا موقع «فايسبوك»، اهتماماً أكبر لدى القنوات التلفزيونية اللبنانية، من ناحية الشكل والمضمون، نظراً إلى دورها ونسبة تأثيرها.
 - بناء قدرات هيئة الإشراف على الانتخابات ليشمل عملها متابعة التغطية على صفحات التواصل الاجتماعي، إن من ناحية مضمون المواد، وتوازنها عددياً ونوعياً، أو من ناحية الإنفاق المالي على المنشورات والتغريدات المروّجة (المدفوعة الثمن)، ليتم التأكد من إيراداتها في التقرير المالي للإنفاق الانتخابي.
 - زيادة العنصر التفاعلي في التغطية على مواقع التواصل الاجتماعي، انطلاقاً من ميزة هذه المواقع التي تتيح تواصلًا وثيقاً مع المواطنين والمواطنات، لا سيما من فئة الشباب - وهم الأكثر استخداماً للتواصل الاجتماعي، ما يسمح بإغناء التغطية كمّاً ونوعاً، وتطوير مفهوم التغطية الإعلامية للانتخابات من خلال الإضاءة على مروحة أوسع من المواضيع والاهتمامات.
- للمزيد عن دور الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية، يمكن مراجعة تقرير «سكايز» بعنوان: «الحقوق الرقمية والإعلام الإلكتروني والحملات الانتخابية» الصادر في آذار/مارس ٢٠١٦. وقد ورد فيه عدد من التوصيات نبرز منها:
- على وسائل الإعلام استخدام «الشارة البنفسجية» (purple badge) الخاصة بـ«تويتر». يقدّم موقع «تويتر» شارةً بنفسجية للإعلانات الخاصة بالحملات السياسية التي يشتريها المرشحون والأحزاب السياسية. فمن شأن ذلك أن يتيح تطبيق الشفافية والمراقبة الدائمة وتحديد الأشخاص الذين ينظّمون الحملات خارج الميزانية الرسمية للحملة.

- يتعيّن على المرشّحين إبلاغ هيئة الإشراف على الحملة الانتخابية بالمبالغ المالية التي ينفقونها على الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولا سيما عبر حسابات الوسائل الإعلامية على التواصل الاجتماعي كجزء من المبلغ الكامل المخصص للحملة.
- يجب تقديم تعريف واضح وغير مُبهم للكلمات التي يمكن تفسيرها بطرق متعددة، كالتشهير والقدح والذمّ والتجريح وإثارة النعرات الطائفية أو المذهبية أو العرقية والواردة في ن قانون الانتخابات.
- يجب إدخال النفقات الخاصة بمدراء المحتوى (community managers)، والإعلانات الواردة على مواقع «فايسبوك» و«تويتر» في نفقات الحملة الخاضعة لمراقبة هيئة الإشراف على الحملة الانتخابية، بعد إقامة الاتصال بمواقع الشبكات الاجتماعية من أجل نشر البيانات المتعلقة بالدفعات التي يسدّها المرشحون والأحزاب خلال فترة الحملة الانتخابية.
- يجب تطبيق الإجراءات المذكورة أعلاه مع الأخذ بعين الاعتبار أنّ الفرد لا يتحمل مسؤولية أي محتوى على الإنترنت ليس هو مؤلّفه، إلا إذا نسب المحتوى إليه أو رفض الانصياع لأمر صادر عن المحكمة بحذفه.
- عندما يتضمّن النص الذي يُنشر على الإنترنت أو عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وصلات إلكترونية، لا يعتبر مالك الصفحة أو الحساب مسؤولاً عن المحتوى القانوني للصفحات التي تودي إليها الوصلات الإلكترونية، إلا إذا كان يتحكم بها أو صرّح علانية على مصادقته على محتواها.
- يتعيّن على هيئة الإشراف على الحملة الانتخابية قبل انطلاق فترة الحملة الانتخابية، نشر المبادئ التوجيهية حول ما يدخل في عداد تنظيم الحملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليتسنى للمواطنين والمرشّحين ووسائل الإعلام الاطّلاع عليها.
- إقرار وتطبيق قانون متعلّق بحفظ بيانات المستخدمين من قبل أطراف ثالثة، بما في ذلك على سبيل الذكر لا الحصر الشركات الخاصة، والأحزاب السياسية والحملات.
- الذّكر الصريح لوسائل الإعلام الاجتماعي ومواقع التواصل الاجتماعي في الأنظمة الإعلامية الخاصة بالقانون الانتخابي مع إدراج مبادئ توجيهية قابلة للتطبيق على المحتوى الإلكتروني ومتماشية مع التفسير الليبرالي للمادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والتي تنصّ على ما يلي: «لكل شخص حقّ التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقّيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود».



THE SAMIR KASSIR FOUNDATION

© ٢٠١٨ - مؤسسة سمير قصير

بناية ديب NECG، الطابق الثالث، شارع حديقة السيوفي، الأشرفية، بيروت - لبنان
+٩٦١١٣٩٧٣٣٤ و +٩٦١١٣٩٧٣٣١
info@skeyesmedia.org
http://www.skeyesmedia.org



© ٢٠١٨ - منظمة إعلام للسلام

دياب سنتر، بناية أوكسيجن، الطابق الثاني، الكسليك، كسروان - لبنان
+٩٦١٩٢٦٨٣٥
+٩٦١٨١٦٥٦٤٧٩
info@maplebanon.org
http://www.maplebanon.org



LADE
الجمعية اللبنانية من أجل
ديمقراطية الانتخابات

بالشراكة مع:



KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG

إن محتوى هذا التقرير يعبر حصراً عن رأي مؤسسة سمير قصير ومنظمة إعلام للسلام، وهو لا يعكس بالضرورة وجهة نظر الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات ومؤسسة كونراد آديناور.