Middle East Journal of Humanities and Cultural Studies
Homepage: http://meijournals.com/ar/index.php/mejljs/index
ISSN: 2710-2238 (PRINT)
ISSN: 2788-4686 (ONLINE)
مجلة الشرق الأوسط
للعلوم الإنسانية والثقافية

دور وسائل الإعلام الإسلامية اللبنانية في تعزيز الوعي الثقافي والتعايش الإسلامي المسيحي في المجتمعات المتعددة الثقافات: قناة المنار نموذجاً

إيهاب محمد مرعي
دكتوراه إعلام إسلامي- جامعة الجنان – طرابلس – لبنان

استلام البحث:21-04-2024 مراجعة البحث :20-06-2024 قبول البحث :24-06-2024

ملخص

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى الوصول لمعرفة مدى إستقلالية الإعلام اللبناني ودوره في التأثير على الأجواء السياسية في ظل الأزمات التي يشهدها لبنان، وأيّ دور يلعبه هذا الإعلام في التهدئة وتعزيز الوحدة الوطنية ونشر ثقافة العيش المشترك الإسلامي المسيحي والسلم الأهلي، كونه عامل هام في التأثير على الرأي العام اللبناني وخاصة في الأزمات، وتم اختيار قناة المنار اللبنانية كقناة لها طابع اسلامي وسياسي وذلك لتشخيص واقع الإعلام اللبناني في وقت الأزمات، والدراسة هذه ستكون كنموذج لقياس مدى التزام القنوات التلفزيونية اللبنانية وخاصة في نشراتها الإخبارية بضوابط السلم الأهلي والعيش المشترك وعدم بث روح التفرقة والتحريض الطائفي و السياسي. وخلصت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: الفقرة الأولى بيّنت أن وسائل الإعلام والنشرة الإخبارية بالتحديد، ومقدمتها على وجه الخصوص، تستطيع أن تلعب الدور الفعّال والمفيد، في استحضار الماضي بشكل ايجابي، وانتقاء مفردات ووقائع من الماضي من أجل المستقبل بأقل ما يمكن من العنف وأكثر ما يكون آمناً ومستقر. والفقرة الثانية خلصت الى أن العامل المادي هو الطريق الأفضل الذي يجعل وسائل الإعلام بعيدة عن التبعية السياسية، وغير خاضعة لأي سلطة، هو قدرتها على التمويل الذاتي. الفقرة الثالثة تبين مضامين التحليل أن قناة المنار لها دوراً هام لا يستهان به، في تناول الخطاب العقلاني المدعّم بالحجج والبراهين حيث استحضارها للماضي، ونبذ الخلافات والأحقاد بين فريقي الثامن و الرابع عشر من آذار(سابقاً)، و الابتعاد عن التذكير بحوادث طائفية يمكن الاستغناء عن ذكرها، في فترات عديدة عصيبة مرت بها البلاد.

الكلمات المفتاحية: السلم الأهلي- العيش المشترك- الخطاب الديني في وسائل الاعلام- الاعلام اللبناني- قناة المنار- التحريض الطائفي- التعايش الإسلامي المسيحي- مقدمات نشرات الأخبار اللبنانية

Abstract:

Through this study, the researcher sought to find out the extent of the independence of the Lebanese media and its role in influencing the political atmosphere in light of the crises that Lebanon is witnessing, and what role this media plays in calming, promoting national unity and spreading the culture of Islamic-Christian coexistence and civil peace, being an important factor in influencing Lebanese public opinion, especially in crises. Al-Manar TV was chosen as a channel with an Islamic and political character in order to diagnose the reality of the Lebanese media in times of crises, and this study will be a model to measure the commitment of Lebanese TV channels, especially in their news bulletins, to the controls of the rules of the Lebanese media. The study concluded with the following findings:The first paragraph showed that the media and the news bulletin in particular, and its introduction in particular, can play an effective and useful role in evoking the past in a positive way, and selecting vocabulary and facts from the past for the future with as little violence as possible and as safe and stable as possible.The second paragraph concluded that the material factor The best way for media outlets to be free from political dependency and not subject to any authority is their ability to self-finance. The third paragraph of the analysis shows that Al-Manar TV has an important role to play in dealing with rational discourse supported by arguments and proofs, as it evokes the past, rejects the differences and hatreds between the 8th and 14th of March (former) teams, and avoids recalling sectarian incidents that can be dispensed with in the many difficult periods the country has gone through.

Keywords: Civil peace - Coexistence - Religious discourse in the media - Lebanese media - Al-Manar TV - Sectarian incitement - Islamic-Christian coexistence - Lebanese news bulletin introductions

مــقدّمـــة:

إستطاع الإعلام في ظل الثورة الرقمية والتطور المتسارع للتكنولوجيا وعالم الإنترنت، أن يشغل مساحة واسعة من حياة الإنسان المعاصر، الذي أخذ يعتمد عليه في الحصول على المعلومات، وتوفير الراحة الذهنية والمتعة الفنية في بعض الأحيان، وأصبح الإعلام بالنسبة لديه أحد حقائق الحياة المعاصرة، و واحد من أهم القوى التي تشكل السلوكيات والقيم والعلاقات الإنسانية والثقافية، بما يبثه من خلال قنواته المتعددة و المتنوعة، من أفكار وآراء تتسلسل في سهولة وغزارة إلى أذهان الجماهير العريضة.

لربما تعمل هذه القنوات على تغيير واقع حياتهم، وتغرس فيهم قيماً جديدة، تحل تدريجيا محل القيم التي درجوا عليها خلال أوقات طويلة سابقة من حياة المجتمع. والإعلام أصبح عصب الأمم والشعوب، وعصرنا هو عصر الإعلام، حيث معظم أخبار واقعنا أصبح يأتينا من الإعلام، فنحن مصدر الإعلام ومادته التي ينشرها ونحن مستهلكي هذه الأخبار أو المواد المرسلة لنا من هذا الإعلام، وأصبح الإعلام صناعة حيث إن قسما كبيراً من الأحداث الإعلامية في العالم المتقدم يصنعها خبراء في الإعلام والعلاقات العامة والإعلان والدعاية وعلم النفس والاجتماع.

وحيث أن هناك اليوم حوالى "أربعة مليارات ومئتين وسبعة مليون وتسع مائة وخمسون ألف مواطن مستخدم للإنترنت"[1] لديهم فرصة، أن يكتبوا وينشروا أخباراً وأفكاراً، وآراء وتقارير، وأن يصوروا ويتلاعبوا بالصورة في المجتمع الذي نعيش فيه اليوم، والذي يطلق عليه البعض اسم مجتمع المعلومات، والبعض الآخر مجتمع الاعلام، فهل يصحّ الحديث عن أخلاقيات مهنيّة في إعلام جديد تتداخل فيه الحرفة مع الهواية، الصناعة مع التجربة والضوابط، مع الإنفلات والمهنة مع التسلية والصحافي المهني مع المواطن الصحافي، فكيف إذن يمكننا في بيئة كهذه أن نطبّق الأخلاقيات المهنية التي تعني: مجموعة القيم والمعايير التي يعتمدها أفراد مهنة ما، للتمييز بين ما هو جيّد وما هو سيّء، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، والتي تعني إعلامياً المعايير الأخلاقية والضوابط التي يلتزم بها الصحافي ووسائل الإعلام أثناء عملهم، مدركين الصواب والخطأ في السلوك المهني، والتي تؤكدها المواثيق الإعلامية التي حددت قواعد العمل والممارسة والسلوك.

وهنا يسجل للإعلام اللبناني أنه كان مؤسّساً للإعلام العربيّ الحديث عامة، وأن الإعلاميّين اللبنانيين هم من روّاد النهضة العربية الثقافية والسياسية. وما زال إعلاميّو اليوم اللبنانيون في الطليعة كفاءة وثقافة وخبرة يستعان بها في العديد من الدول، ولكن، لا بدّ من الاعتراف بأن إعلامنا بات محاصراً أكثر فأكثر، ويوماً بعد يوم. فمن يستطيع أن ينكر أن وسائل الإعلام في لبنان تنضوي شيئاً فشيئاً تحت منظومة المحاصصة الطائفية، والمحاصصات الفئوية والاقتصادية والسياسية.

وأمام هذا الواقع يضيق هامش الحرية الإعلامية، حيث إنعكس الإنقسام الطائفي والسياسي على ملكية القنوات التلفزيونية، والعجز المالي والتردي الإقتصادي الذي عاشه لبنان، جعل من تلك القنوات بعيدة عن الموضوعية وخاضعة لطوائفها و مموليها أو مالكي تلك القنوات، بدليل أنه عندما تشهد البلاد أي حدث أو أزمة سياسة، تتموضع تلك القنوات لتأخذ جانب الفرز القائم بين القوى السياسية المتصارعة، وبالتالي أصبحت هذه المحطات امتداداً للأحزاب السياسية الموجودة، وليقتصر دورها وأداؤها الإعلامي على تحسين صورة هذا الحزب أو الفريق السياسي الذي تنتمي إليه، والترويج لأهدافه المتنوعة السياسية والإقتصادية، والثقافية الإجتماعية، ومهاجمة ما سواها، وعدم التزامها بمواثيق وقوانين العمل الإعلامي الناظمة لعمل تلك المؤسسات.

وأبرز ما تستخدمه قنوات التلفزيون اللبنانية في ترويج سياستها ورؤيتها،هي البرامج السياسية، والنشرات الإخبارية بشكل عام، ومقدمات تلك النشرات بشكل خاص.وقد يتجسد الهدف الأساسي من عرض النشرات الاخبارية والمستهلة بالمقدمات الإخبارية في الإمساك بأدبيات ومفردات الخطاب السياسي العام، وصولاً إلى إسقاط وتعميم مناطق السجال الإعلامي على التفكير السياسي المشترك، الذي قد يؤدي إلى اختزال حاجات الناس الحقيقية وواقعهم المعاش.

1-https://www.internetlivestats.com 2019/4/23.

2-أهمية الدراسة وأهدافها:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها قد تكون من الدراسات القليلة ربما، التي تسعى جاهدةً لدراسة مستوى الاستقلالية في هذه المحطات(دور وسائل الإعلام الإسلامية اللبنانية في تعزيز الوعي الثقافي والتعايش الإسلامي المسيحي في المجتمعات المتعددة الثقافات)، ودورها في التأثير على الأجواء السياسية في ظل الأزمات التي يشهدها لبنان، ودورها في التهدئة وتعزيز الوحدة الوطنية ، والسلم الأهلي، كونها عامل هام في التأثير على الرأي العام اللبناني.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيقِ الأمور التالية:

1. 1تشخيص واقع الإعلام اللبناني في وقت الأزمات: وذلك من خلال قراءة وتحليل النشرات الإخبارية لقناة المنار وعلاقتها وترابطها مع المواقف السياسية المتناقضة بين ما كان يُسمى (فريقي 8 وَ14 أذار) والمستقلين وبين التزامها في نشر ثقافة التعايش المسيحي الإسلامي.
2. استعراض وتحليل للنشرات الإخبارية المسائية للمحطة موضوع الدراسة وتمّ إختيار هذه المحطة، باعتبار أنّ لها طابع اسلامي.
3. إظهار أهمية المقدمة في النشرة الإخبارية ودورها في الممارسة الإعلامية اليومية لوسائل الإعلام.
4. قياس مدى التزام النشرات الإخبارية بما فيها(المقدمة) بضوابط تعزيز السلم الأهلي وعدم بث روح التفرقة والتحريض الطائفي والمذهبي.

3-إشكالية الدراسة:

تُعرف الإشكاليّة بأنّها سؤال علمي يحتاج لمعالجة، وهي نص مختصر تتمّ صياغته على شكل سؤالٍ يحتوي على مشكلة بحثيّة، كما يُمكن تعريفها بأنها صياغة على شكل سؤال لمجموعة علاقات قائمة بين أحداث وفاعلين ومكونات مشكلة محددة. عرّف موريس أنجرس(Maurice Ingres) الإشكاليّة بأنّها:"عبارة عن عرض الهدف من البحث على هيئة سؤال يتضمّن إمكانية التقصّي والبحث بهدف الوصول لإجابة محددة"[2].

وعُرِّفتِ الإشكاليّةُ أيضاً بأنها:"سؤال لا يوجد له جواب كامل أو شافٍ في الوقت الحالي، بحيث يكون هدف الباحث هو الوصول إلى جواب محدّد لهذا السؤال أو حلّ مُحدّد للمشكلة القائمة"[3].

والإشكالية هي الزاوية التي نختارها لدراسة وعلاج المشكلة المطروحة، فعند مواجهة إشكاليّة معيّنة، يعني ذلك جانباً من المشكلة ، وليس المشكلة كلها.

وتطرح الدراسة أسئلة محورية حول أهمية دور وسائل الإعلام فيما تقدمه من مواد بشكل عام وما تقدمه في نشراتها الإخبارية بشكل خاص سواء لجهة المضمون أو الشكل، أي الأداء والمصطلحات التي تمررها موادها ونشراتها الإخبارية.

وتكمن إشكالية الدراسة في التعرف على التغطية الإعلامية في وقت الأزمات وكيفية تعاطيها تجاهها، وما هو دورها في مراحل الأزمات وتعزيز السلم الأهلي؟وهذه الإشكالية تقود الى العديد من التساؤلات التالية:

1. ماذا تقدم نشرات الأخبار للمتلقي؟
2. هل يلتزم مُعد النشرة والمقدم بضوابط ومعايير من خلال الحِس الذاتي بالمسؤولية، أثناء تغطية الحروب والأزمات بعدم المسّ بالسلم الأهلي والابتعاد عن التحريض واثارة الفتن الطائفية؟
3. كيف تتعامل وسائل الإعلام مع الأزمات المختلفة، وهل أداؤها يختلف في هذه الظروف عن أدائها في الظروف العادية ؟

2 – أنجرس، موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبة ط1،2006، ص143.

3 – أنجرس، موريس: م ن، ص 35.

4. هل كان تناول وسائل الإعلام تجاه تغطيتها للأزمات موضوعيًا ومهنيًا ؟
5. ماهي الطرق والوسائل التي تمكّن وسائل الإعلام من ممارسة دورها بموضوعية والتزام الحياد دون الخضوع للسياسيين واحزاب السلطة؟
6. هل أسهمت القناة من خلال تناولها للعديد من المشاكل اللبنانية الحساسة في إنتاج خطاب الكراهية أو دعم الوحدة الوطنية وتعزيز السلم الأهلي؟

4-فرضيات الدراسة:

ثمّة فرضيات سيسعى البحث للإجابة عليها وهي كالآتي:

1. تناولت القناة التلفزيونية اللبنانية موضوع الدراسة تغطية الأزمات والتعليق عليها من خلال مقدمات نشراتها بموضوعية وحيادية.
2. 2التبعية السياسية والمالية لوسائل الإعلام أثرت بشكل كبير على التزام تلك الوسائل بالمهنية والميثاقية الإعلامية.
3. 3ساهمت القناة التلفزيونية (المنار) في طريقة تناولها لخطاب الإستقالة في تعزيز السلم الأهلي ودعم الوحدة الوطنية.

5-منهج الدراسة:

ستعتمد الدراسة على المنهج "التحليلي"، والمنهج "الوصفي"(المنهج الوصفي التحليلي: وهو ذلك المنهج الوصفي المتعمق، الذي يقوم فيه الباحث العلمي بوصف الظواهر والمشاكل العلمية المختلفة، وحلّ المشكلات والتساؤلات التي تقع في دائرة البحث العلمي، ثم يتم تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق المنهج الوصفي، حتى يمكن إعطاء التفسير والنتائج المناسبة عن تلك الظاهرة)[4] من خلال الإطلاع على الأبحاث والدراسات التي جرت حول هذا الموضوع، ليتمكن الباحث من تناول موضوع الدراسة من كافة جوانبه قدر المستطاع، وتحليل مضمون[5] مقدمات نشرات الأخبار المسائية اعتماداً على المعايير التالية:

1) نوعية الدراسة:

وهي دراسة وصفية تحليلية، والهدف من وراء ذلك دراسة الموضوع من مختلف جوانبه قدر الإمكان، حيث ستقوم الدراسة على تحليل مضمون مقدمات نشرات الأخبار المسائية للمحطة التلفزيونية المنار التي سيتم دراستها، وقد عرف برنارد(Bernard Reuben Berelson) تحليل المضمون بأنه:"أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الإتصال".

2) نوع العينة:

العينة "وهي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة"، ارتكزت هذه الدراسة على عينة من مقدمات نشرات أخبار(14 مقدمة) وبطريقة عشوائية .

وشملت عملية الرصد الوسائل الإعلامية التالية:

وعينة الدراسة مكوّنة من 14 مقدمة نشرة تلفزيونية، والتي كانت ستشكّل العيّنة الاساسية من المادّة البحثية التي سيقوم البحث بتحليل مضمونها، في حال كانت كافة النشرات المرصودة متاحة كاملة كفيديو، ولكن عند البحث في ارشيف المحطات عن تلك النشرات، وجد الباحث صعوبةً في الحصول على كافة النشرات المقصودة في موضوع البحث والتحليل، فما كان أمام الباحث غير اعتماد"العينة العشوائية"مما توفر أمامه من فيديو مسجل لتلك النشرات للمحطات المذكورة في الدراسة، وتم الاعتماد على مقدمات نشرات هذه المحطات كعنصر مساعد للدراسة حيث كانت متاحة مكتوبة وهي 14 مقدمة نشرة أخبار مسائية.

---

4 - موقع أكاديمية الوفاق للبحث العلمي والتطوير ،https://wefaak.com/

5-عرّفهُ د خالد حسين أبو عمشه في كتابه "تحليل المحتوى، فوائده، أهميته، خصائصه، شروطه"، بأنه: هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم الكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال "، كتاب منشور في مكتبة الألوكة، ص ، 5: alukah.net/library/0/88542 ، تاريخ الإضافة 28/6/2015 : ميلادي – 1436/9/11 هجري.

والعينة العشوائية هي من أكثر انواع العينات استعمالا في بحوث الاتصال والإعلام عندنا، وذلك للسهولة النسبية التي يتم فيها استخراج وحداتها . يتم اللجوء إلى هذه العيّنة عندما يكون مجتمع البحث كبير جداً، حيث يتمّ تقسيم مجتمع البحث إلى عدّة أقسام تبعاً للمساحة أو الطبقات أو المستوى التعليمي، وذلك بحسب ما تتطلبه الدراسة، ثمّ اختيار عيّنة منتظمة أو عيّنة عشوائية بسيطة تمثل كل قسم من أقسام مجتمع البحث[6].

3) الأدوات المستخدمة في الدراسة:

بهدف تأمين أكبر قدر ممكن من المادة البحثية التي من شأنها الإجابة على أسئلة الدراسة والتأكد من صحة الفرضيات أو عدمها، سيتمّ الإعتماد على تحليل مضمون مقدمات نشرات الأخبار المسائية في المحطة التلفزيونية اللبنانية موضوع الدراسة.

6-الدراسات السابقة:

تمّ إختيار هذه الدراسات رغم ندرتها، حيث مازال البحث في تلك المواضيع قليل التناول بشكل خاص في لبنان، حيث ساعدت هذه الدراسات الباحث في إعداد أدوات الدراسة، وتطبيقها وتحليل مضامينها وبيانتها:

1- عام 1971، كتاب "نظام الخطاب" للفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو(Michel Foucault) الصادر عن منشورات Gallimard:

فهو في الأصل الدرس الإفتتاحي الذي ألقاه ميشل فوكو[7] في "الكوليج دو فرانس"(*Collège* de *France*)، سنة 1970، حيث كان يحتل كرسي بإسم "تاريخ نظام الفكر".

2-عام 2002، ورقة بحثية بعنوان "الدور الوطني للإعلام بين الممارسة والقانون[8]":

والتي تمّت في 2002/12/13 في بيروت، حيث عرض المؤتمر للواقع الإعلامي اللبناني وتأثير السياسة عليه، وقدم المؤتمرون قراءتهم للأحداث السياسية وتعاطي الإعلام معها، وقد لاحظ الباحثون الشرخ الكبير بين الممارسة الإعلامية وبين القوانين من جهة، والتأثير المالي والسياسي على الأداء الإعلامي بشكل عام.

3-عام 2005، دراسة لـ "نسيم الخوري" بعنوان "الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية" الصادرة عن "مركز دراسات الوحدة العربية (531صفحة):

وتعرض الدراسة لتأثير وسائل الإعلام في الأزمات اللبنانية، حيث نزلت الى ساحة المعارك بعدة القتال، ووصلت الى حد تدمير ذاتها نوعاً وشكلاً وتعبيراً عبر تمثيلها للطوائف والمذاهب والاحزاب.

4-عام 2008، دراسة بعنوان "حرية الرأي والتعبير في لبنان"[9]سعيا إلى تقييم واقع الحرية الإعلامية في لبنان:

عمد المرصد إلى إجراء دراستين مختلفتين:

أ- الأولى: هي استفتاء لرأي بعض الإعلاميين حول ظروف ممارستهم المهنة

ب- والدراسة الثانية: تعمد إلى تقييم مجموعة مؤشرات تعتبر مقياسا لوجود الحرية الإعلامية في مجتمع ما، تهدف دراسة المؤشرات هذه إلى قياس نسبة وجود الحرية الإعلامية في الممارسة من خلال دراسة جملة عناصر تشكل مرتكزات للحرية. فمن خلال تقييم هذه المؤشرات مجتمعةً يمكن استنتاج مدى الحرية المعطاة لوسائل الإعلام. وقد تم تحديد 24 مؤشراً تشكل أساس الممارسة الإعلامية الحرة في المجتمع عموماً.

---

6 -تمار، يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1،2007، ص 89.

7 - فوكو، ميشيل(Michel Foucaul)(1984 - 1926): مؤرخ وفيلسوف فرنسي، ارتبط اسمه بالحركات البنيوية وما بعد البنيوية، تجاوز تأثيره الواسع مجال الفلسفة ليمتد أيضاً على نطاقٍ واسع في تخصصات العلوم الإنسانية والإجتماعية، ميشيل فوكو - موسوعة ستانفورد للفلسفة - حكمة:https://hekmah.org

8 - خطار، أنور: مؤتمر "كلمة سواء" السابع، الذات والآخر في الاعلام المعاصر، مركز الإمام موسى الصدر للأبحاث والدراسات، http://imamsadr.net ، كانون الثاني2002.

9 - مؤسسة مهارات، ومكتب الأونيسكو الإقليمي-بيروت: إعداد المحامي طوني مخايل، ومراجعة الدكتور جورج صدقة(24صفحة)3ايار2008. مع الإشارة إلى أنّ مؤسسة مهارات هي مؤسسة غير حكومية، تعنى بقضايا الإعلام وحرية الرأي والتعبير، أسسها مجموعة من الصحافيين اللبنانيين للدفاع عن حرية الصحافة والعمل على تطوير الإعلام.

5-عام 2008، دراسة لمؤسسة "كومتراكس،comtrax solution " المتخصصة بالرصد الإعلامي عن التغطية التلفزيونية قبل الإنتخابات وبعدها:

وتناولت دراسة "كومتراكس" التغطية الإعلامية للأخبار اللبنانية في النشرات الإخبارية للمحطات التلفزيونية اللبنانية في مرحلة ما قبل الإنتخابات وما بعدها[10]، وما تبعها من استحقاقات داخلية، كإنتخابات رئاسة مجلس النواب في 25 حزيران، وبعدها تكليف النائب سعد الحريري تأليف الحكومة في 27 حزيران، إضافة إلى تطورات اقليمية ودولية متنوعة. وحملت الدراسة، التي أعدها جوزف يعقوب وأشرف عليها مدير "كومتراكس" جهاد بيطار، عنوان "الإعلام اللبناني قبل الانتخابات النيابية 2009 وبعدها – التغييرات في الشكل والمضمون ضمن المحطات اللبنانية بين 25 ايار و 5 تموز 2009

6-عام 2011، دراسة للباحث عاصم شحادة علي عن الخطاب السياسي لمهاتير محمد (رئيس وزراء ماليزيا)"في ضوء الإتساق اللغوي والإتصال(دراسة تحليلية)،جامعة معارف الوحي والعلوم الإنسانية-الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا-كوالالمبور-ماليزيا:

يركز هذا البحث على الخطاب السياسي لمهاتير محمد (رئيس وزراء ماليزيا) في ضوء علم اللغة النصّي ونظرية الاتصال. وتحاول الدراسة تحليل الخطاب السياسي في ضوء اللسانيات المعاصرة، محاولاً الباحث من خلالها استكشاف أغوار السياسة ومقصدها، وجعل اللغة هدفها الأساس، فهي لغة التواصل الأولى مع المواطنين والجماهير، وهي ذات قوةٍ وقدرةٍ في الإدراك المشترك وسرعة الفهم والتأثير والإقناع في حياة الشعوب.

7-عام 2012، دراسة للباحثة صفاء جبارة: في كتاب أسمته (الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل)[11]:

حيث تسرد الباحثة قصة نشوء البلاغة بشكل عام واهتمامها بتقنيات الإقناع والتأثير، ومن ثم تنتقل إلى الخطاب الذي يستمد غموضه من غموض البنيوية التي يختلف البعض إن كانت منهجا أم طريقة في التفكير، وتحاول الكاتبة في كتابها تجاوز أزمة تعريف مصطلح (تحليل الخطاب) من خلال إظهار أوجهه المتعددة ، مستعينةً مرة بأفكار ميشيل فوكو، حول تحليل الخطاب وعلاقته بالسلطة والإيدلوجيا، ومرة أخرى بأفكار فان ديك (Virgil van Dijk) فرديناند دو سوسور (Ferdinand de Saussure) وغيرهم من المفكرين الذين عملوا في مجال تحليل الخطاب وقاموا بتطويره، وتحاول الكاتبة في كتابها، تسليط الضوء على النماذج المختلفة لتحليل الخطاب، وطرق تفسيرها للنص أو لحالة التفاعل اللغوي.

8-عام 2012، دراسة لـ محمد شومان: في كتابه الذي اسماه (تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية)[12]:

انطلق من حقيقة أن معظم البحوث الإعلامية التي تحاول الكشف عن تأثير وسائل الإعلام، تبحث في الجمهور وليس شكل ومضمون الرسالة الإعلامية، وهو ما تحاول نظريات تحليل الخطاب التركيز عليه، من خلال إعادة التفكير في العلاقة بين المعنى والبنية الاجتماعية والسلطة التي تكمن داخل المعنى الخطاب **عام 2016، دراسة 9-رسالة ماجستير للصحافي قاسم قصير، حول تغير خطاب وأداء "حزب الله" في لبنان بين العام 1985 وعام 2009 والتي تمت مناقشتها في معهد الدراسات الإسلامية-المسيحية في الجامعة اليسوعية[13]:**

أوضحت مقدمة الدراسة أن "حزب الله" (لبنان): يعتبر إحدى أبرز الحركات الإسلامية التي برزت في العقود الثلاثة الأخيرة، معددةً أسماء مؤسسي الحزب، والتطور الأبرز الذي جاء بعد الاجتياح الاسرائيلي عام 1982م، وحصول الخلاف بين المنتمين للجان والهيئات الإسلامية من جهة، ورئيس حركة أمل نبيه بري من جهة أخرى، حول كيفية مواجهة الإحتلال والمشاركة في هيئة"الإنقاذ اللبنانية"، مشيرةً إلى أن المنتمين اعترضوا على اللجان الإسلامية وبعض المؤيدين لهم داخل حركة أمل، وعمدوا إلى تشكيل حركة أمل الإسلامية، ومن ثم تمّ اتخاذ القرار بمواجهة الاحتلال الاسرائيلي بالمقاومة المسلحة.

10 – قسم من الدراسة كما وردت حرفيا في موقع جريدة النهار اللبنانية في 2008/5/21: https://www.annahar.com.

11 . جبارة، صفاء: الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع(عدد الصفحات283).

12 – صادر عن الدار المصرية اللبنانية عام2007.

13 –الوكالة الوطنية للإعلام اللبنانية،الموقع الإلكتروني،2016، http://nna-leb.gov.lb.

المبحث الثاني

دور الإعلام في الأزمات السياسية
الفص الأول: الإعلام اللبناني والأزمات السياسية
الفصل الثاني: الخلل والضعف في الإعلام اللبناني
الفصل الثالث:الاستقلالية في الإعلام اللبناني

المحبث الثاني: الفصل الأول:الأزمات السياسية

– أولاً مفهوم الأزمة

عرّفت بأنها:" حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قراراً ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أو إيجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة".[14]

والأزمة مصطلح قديم ترجع أصوله التاريخية إلى الطب الإغريقي – نقطة تحول بمعنى أنها لحظة قرار حاسمة في حياة المريض – وهي تُطلق للدلالة على حدوث تغير جوهري ومفاجئ في جسم الإنسان، ففي القرن السادس عشر شاع استخدام هذا المصطلح في المعاجم الطبية، وتم اقتباسه في القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسة، وبحلول القرن التاسع عشر تواتر استخدامها للدلالة على ظهور مشكلات خطيرة أو لحظات تحوّل فاصلة في تطور العلاقات السياسية والإقتصادية والإجتماعية.
وفي العام 1937 عرّفت دائرة معارف العلوم الإجتماعية الأزمة بأنها:" حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقة بين العرض والطلب في السلع والخدمات ورؤوس الأموال"[15].

ثانيًا: الإعلام اللبناني وعلاقته بالأزمات:

في ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، برز موضوع الإعلام والأزمات، أو إعلام الأزمات بكل وسائله التقليدية والجديدة، المقننة والبديلة وإعلام المواطن، وبمستوياته المختلفة الوطنية "المحلية" والقومية والإقليمية، والدولية الموجهة للآخر، خاصة في عصر الإعلام الفضائي والإعلام بلا حدود وإعلام الإنترنت كركن أساسي من أركان مواجهة الأزمة واحتوائها.

وصارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا تخصصًا علميًا له قواعده ونظرياته وأسسه وآلياته واستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية.وقد ركزت الدراسة في هذا المجال و تحت عنوان "الإعلام ومواجهة الأزمات" على النقاط الثلاث الآتية[16]:

1- أهمية الإعلام أثناء الأزمات، الأسس والقواعد.
2- التأثيرات السياسية للإعلام في أوقات الأزمة.
3- مصداقية وسائل الإعلام أثناء الأزمة.

1- أهمية الإعلام أثناء الأزمات، الأسس والقواعد:

فى ظل التطور الهائل لإمكانيات وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة، تعاظم دور الإعلام في التعامل مع الأزمات بشكل خاص، وأصبح من الأهمية بمكان الالتزام والاستناد فى المعالجات الإعلامية للأزمات على القواعد والأسس العلمية لإدارة الأزمة، أيًا كان مجالها، من جانب القائمين بالاتصال (إعلاميين أو سياسيين أو دبلوماسيين أو مسؤولين) ومن هذه الأسس والركائز نذكر:

14 الشعلان، فهد أحمد: الأزمات: الأسس . المراحل . الآليات، الرياض، أكاديمية نايف العربية الأمنية، 2002، ص26.
15–حمّاد، كمال (أستاذ القانون الدولي العام في كلّية الحقوق – الجامعة اللبنانية): إدارة الأزمات (الإدارة الأميركية والإسرائيلية للأزمات نموذجًا) موقع الجيش اللبناني العدد57–تموز2006 .
16– https://www.arabmediasociety.com

أ- أصبح الإعلام عبر وسائله المتعددة أداة التفاعل بين الأزمة والكثير من أطرافها وحتى من ليس طرفًا مباشراً فيها، كما لم يعد ممكنًا التعتيم أو الصمت الإعلامي على أية أزمات مهما تفاوتت في حدتها أو حجمها، فعلى سبيل المثال، كان يمكن في الماضى للسلطات في أية دولة عدم نشر المعلومات بشأن أية كارثة أو أزمة قد تقع في محيط الدولة، مثال على ذلك "لم يعرف العالم شيئًا عن حادثة انفجار مفاعل تشيرنوبيل إلا بعد عدة أيام من وقوعه"[17]، وقد أصبح إخفاء أو تجاهل أية أزمة في عصرنا الحالي أمرًا شديد الصعوبة، وبالطبع فإن درجة الاهتمام الشعبي محليًا وإقليميًا ودوليًا بأية أزمة تتفاوت من أزمة لأخرى، ولكن يظل لوسائل الإعلام الدور الرئيس في التعريف بها والتفاعل مع مجرياتها.

ب- الإعداد الدقيق لإدارة الأزمة، وذلك بتقدير حجم وقوة وتأثير الإعلام المضاد محليًا أو خارجيًا، وعدم الانفراد بإدارة الأزمة إعلاميًا دون مشاركة جهات الاختصاص المسؤولة عن طبيعة الأزمة.

وعلى سبيل المثال، فإن التحرك الإعلامى الداخلي لاحتواء أزمة اقتصادية داخلية يكون في سياق التشاور مع الوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية والخبراء ذوي الصلة، والتحرك الإعلامى الخارجي يكون من خلال الخطاب السياسي والتحرك الدبلوماسي على المستوى الخارجي والدولي.

ج- الاعتراف بوجود أزمة، بمعنى عدم إنكارها وتوجيه الرسالة الإعلامية الصحيحة المتصلة بها، ومنها على سبيل المثال قيام المسؤول الإعلامي أو المتحدث الرسمي بتحديد الأسئلة المتوقعة والإجابات المناسبة لها قبل بدء أي لقاء إعلامي، مع مراعاة أن التصريح لوسائل الإعلام بمعلومات أو بيانات غير صحيحة، أو التهرب أو الامتناع من الإجابة على أسئلة معينة يأتي بنتائج عكسية غير مرغوب فيها، ومن هنا، فإن البحث عن حل أمثل أو على الأقل حل أفضل بين البدائل المتاحة هو أساس التسوية السليمة للأزمة.

د- رصد الدروس المستفادة من الأزمة قبل طي ملفها، ومثل تلك الدروس يشكل تراكمًا معرفيًا لا غنى عنه لمواجهة أزمات المستقبل قبل أن تنشب وتستفحل، كما يشكل التراكم المعرفي بدوره مرجعيات لتدريبات الإعلاميين من واقع الخبرات المكتسبة.

2- التأثيرات السياسية للإعلام في أوقات الأزمة:

في أوقات الأزمات تتم إعادة تشكيل للعلاقات بين الأمم والدول والشعوب والحكومات والمواطنين، وقد أفرز ذلك ما يعرف بالتأثير السياسي لوسائل الإعلام والذي لخصته كثير من الدراسات فيما يأتي:

أ- سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب الجمهور وزيادة أعدادهم، من خلال تقديم أشكال متنوعة من القوالب الإعلامية، كبرامج التوك شو والبرامج الحوارية وبرامج السخرية، التي قد يبدو بعضها دون مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات وإسقاطات سياسية.

ب- ثقة المتلقين فى صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات (مصداقية الوسيلة، مدى توافق ما تقدمه مع ميول المتلقي واتجاهاته السياسية).

ج- الكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام يوميًا يجعل العامة منهم (البسطاء) غير قادرين على إدراك حقيقة الموقف، إلا من خلال ما تطرحه تلك الوسائل باستثناء الأشخاص ذوي المعرفة والوعي السياسي المرتفع، الذين يكونون أكثر قدرة على فهم وتحليل ونقد ما تقدمه لهم تلك الوسائل.

ومع ظهور وانتشار وسائل الإعلام الجديد التي أسهمت بدورها فى:

---

[17]- سلمان،علي عبد: دراسة بعنوان "مواجهة الأزمات إعلامياً"2019/10/28، موقع وكالة أنباء براثا الإلكتروني ، http://burathanews.com/

تجميع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة، و وجد البعض فيها وسيلة للتنفيس عن اتجاهاتهم، بينما اكتفى البعض الآخر بمراقبة ومتابعة الأحداث من خلالها دون مشاركة فعالة في النقاشات.و بالتالي أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الجديد التفاعلية في التعبئة والنضال السياسي فى الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة .

الفصل الثاني: الخلل و الضعف في الإعلام اللبناني

أولًا: دور وسائل الإعلام وتطبيقاتها في لبنان:

ان واقع الاعلام و دور المؤسسات الإعلامية في لبنان و الحال التي وصلت اليها تلك المؤسسات في تطبيقها والتزامها لمعايير المهنة و الموضوعية في العمل الأعلامي، حيث التجاذبات السياسية و تبعية هذه الوسائل لهذه الجهة أو تلك أفقدها حيادها وموضوعيتها، و بحسب الدراسة أو ورشة العمل التي لقد عقدت في نادي الصحافة ندوة[18] بعنوان "واقع الإعلام في لبنان"، وجاءت بالتوصيات التالية التي نذكر بعضا منها:

1- إن الواقع الإعلامي باعتراف جميع المشاركين، ومن مختلف القطاعات الإعلامية، هو واقع متدهور وأن المعالجة أصبحت مطلوبة في أسرع وقت ممكن منعًا للمزيد من الانهيار وبالتالي فإن المطلوب هو تعاون بين مختلف القطاعات الإعلامية والإعلاميين من أجل تشخيص المشكلات ووضع خارطة طريق تطبيقية للخروج من هذا الواقع.

2- إن القطاع الإعلامي يعاني في شكل خاص من تراجع العائدات الإعلانية واستفادة المؤسسات الإعلامية كما يجب من هذه العائدات، وبالتالي أصبح مطلوبًا من قبل وسائل الإعلام و الإعلاميين الضغط على السلطات والفرقاء السياسيين في البلد من أجل تحسين المناخات السياسية والاقتصادية والاستثمارية باعتبار أن هذا التحسين سيشكل فرصة للمعلنين لزيادة إعلاناتهم في وسائل الإعلام اللبنانية وبالتالي زيادة العائدات.

3- في ظل هذا الواقع الإعلاني يتبين أن قطاع الإعلام في لبنان لا يتحمل هذا الكم من المؤسسات الإعلامية الموجودة وبالتالي فإن الحاجة قائمة لإيجاد سبيل للدمج أو التعاون العملي بين هذه المؤسسات من أجل تخفيف أكلاف العمل والحد من عمليات صرف الإعلاميين والتقنيين والموظفين العاملين في هذه الوسائل.

4- إن بروز قطاع الإعلام الإلكتروني شكل منافسة حادة لوسائل الإعلام التقليدية وبرز صراع بين الجانبين على السرعة في تداول الأخبار وعلى استخدام أخبار من دون ذكر مصادرها، وعليه فإن تنظيم هذا القطاع بات ضرورة ملحة مع الأخذ بعين الإعتبار عدم خلق احتكار إعلامي جديد و حماية الوسائل الإعلامية التقليدية و عدم تقييد حرية هذا القطاع[19].

ثانيًا: الإعلام والمسؤولية الاجتماعية:

تتمثل أهمية وسائل الإعلام في جانب منها في حجم القوانين التي وضعت لتنظيم أنشطتها، وخلال أربعة قرون من عمر الاتصال الجماهيري، مرت وسائل الاتصال بمراحل عدة من التطور ومن أساليب ورؤى مختلفة توجهها، ثم سادت في مطلع القرن العشرين نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة،واستندت في فلسفتها إلى كتابات هوكنج ولجنة حرية الصحافة، وقد قامت نظرية المسؤولية الاجتماعية بديلًا للنظرية الليبرالية من واقع الحرص على أداء أفضل لوسائل الإعلام تجاه المجتمع حيث تقوم على خمس مسلمات أساسية هي[20]:

أولًا: أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع المعاصر بالأحداث الصادقة والشاملة والذكية في سياق يجعل لها معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرق بين الحقيقة والرأي.

ثانيًا: أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنبر لتبادل الملاحظات والنقد، بحيث تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وعليها أن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواءً التي تتفق معها أو تخالفها.

ثالثًا: على وسائل الإعلام أن تبرز صورة للمجتمع بحيث تصور بموضوعية مكونات الجماعات المختلفة في المجتمع.

رابعًا: أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها للخصال التقليدية في المجتمع.

خامسًا: أن تكون مسؤولة عن تزويد الجمهور بالمعلومات اليومية، ولذا فإن للجمهور الحق في الوصول إلى المعلومات.

18- الموقع الإلكتروني للوكالة الوطنية للإعلام اللبنانية، ورشة العمل التي عقدت في نادي الصحافة 21 تموز 2015-بعنوان "واقع الإعلام في لبنان"

1- الوكالة الوطنية للإعلام اللبنانية: م ن.

20-ابو إصبع، صالح: استراتيجيات الإتصال،عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،2005، ص 58.

إنَّ إحدى السمات المهمة لوسائل الإعلام أنها تخاطب المجتمع بكامله، وهذا يستدعي أن تخطط المؤسسات سياساتها بناء على أساس مصلحة المجتمع، والعمل على الحفاظ على المجتمع وتماسكه والعمل على اندماج أفراده وجماعاته.

والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لحماية المجتمع تستلزم ترسيخ قيمه الإيجابية والمحافظة عليها، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والطبقات في المجتمع للتعبير عن نفسها من دون محاولات لتجاهلها أو قمعها، أو من دون تقديم صور مشوهة عنها، وفي ظل دخول الإنترنت حلبة الاتصال الجماهيري، فإن الحاجة أضحت ماسة إلى ضوابط تنظيم عملية الاتصال لتلتزم بالقيم الاجتماعية، والقيم الخلقية في المجتمع، والحيلولة دون انتهاك حرمة خصوصية الأفراد، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعية تقدم روافد أساسية لوسائل الإعلام، وباتت المواقع الإخبارية والمدوّنات على شبكة الإنترنت تُمثّل فوضى عارمة، فهي لا تُحصى وتقوم بنشر ما يستحق وما لا يستحق، وبات بعضها منابر للترويج للإرهاب والتكفير والطائفية.

ولا شك أن قوانين النشر ومواثيق الشرف الإعلامي تمثل أسسًا معيارية تعمل من أجل حماية المجتمع وتعزيز المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ولا يغيب عن بالنا المشهد الإعلامي العربي الآن، حيث صار بإمكان المواطن العربي استقبال ما يزيد على ألف ومئتي قناة فضائية عربية، ناهيك عن القنوات الفضائية الأجنبية.

الفصل الثالث:الاستقلالية في الإعلام اللبناني

اولاً– استقلالية الإعلام اللبناني

تبدو السوق الإعلامية اللّبنانية نابضة بالحياة، من خلال العدد الكبير للقنوات التلفزيونية متعددة الاتجاهات والوجوه والمواقف الاجتماعية والسياسية، لكنها في واقع الأمر أبعد ما تكون عن الاستقلالية والتعددية الحقيقية.

وكشف تحقيق استقصائي أجرته منظّمة "مراسلون بلا حدود" ومركز "سكايز" للدفاع عن الحريات الإعلامية والثقافية في "مؤسسة سمير قصير" مؤخرًا، أن هذه السوق خاضعة لسيطرة عدد محدود من أصحاب الوسائل الإعلامية من ذوي الارتباطات السياسية العميقة، من خلال أحزاب أو عائلات سياسية، والتي تؤدّي إلى تشكيل تهديدات إضافية أمام التعددية الإعلامية، بسبب الخطوط التحريرية التي تتحدّد وفقًا للاعتبارات السياسية.

وأطلقت "مراسلون بلا حدود" ومؤسسة سمير قصير "مرصد ملكية وسائل الإعلام"[21]في لبنان، وذكر أيمن مهنا، المدير التنفيذي لمؤسسة سمير قصير، في تعليقه على إطلاق المشروع أنه يعكس التنوع السياسي والطائفي اللبناني بشكل كبير على وسائل الإعلام، إلا أنه سمح للأنظمة المختلفة في الشرق الأوسط بالتدخل في شؤون لبنان بطرق عدة بما في ذلك من خلال الاستثمار في القطاع الإعلامي اللبناني، ويشهد هذا القطاع، منذ وقوع الأزمة المالية عام 2008 وبدء "الربيع العربي" عام 2011، تضاؤلًا في هذه الأموال، ولهذا التطور نتائج إيجابية وسلبية في آن واحد.

وتُظهر مثل هذه النتائج، بالمقارنة مع مراصد ملكية وسائل الإعلام في البلدان الـ16 المشمولة في المشروع، أنّ لبنان هو الأعلى معدّلًا لتسييس وسائل الإعلام، بنسبة تبلغ 79.3 بالمئة، بواقع 29 وسيلة إعلامية مسيّسة من بين 37 شملتها الدراسة، والتي تعود ملكيتها إمّا إلى الدولة أو إلى نواب أو وزراء أو مرشحين نيابيين حاليين أو سابقين أو أحزاب سياسية.

ويؤدّي هذا التسييس الإعلامي إلى فرض تغطية إعلامية لتوجّهات سياسية محدّدة على مستوى تركز المتابعة، إذ تغطي وسائل الإعلام المسيّسة النسبة الكاملة للمشاهدة التلفزيونية، ونسبة 93.5 بالمئة من قراء المطبوعات، ونسبة 79.3 بالمئة من مستمعي الإذاعات .وإطلاق منظمة "مراسلون بلا حدود"[22] مشروع "مرصد ملكية وسائل الإعلام"، بتمويل من وزارة التعاون الاقتصادي والتنمية

1– مشروع مرصد ملكية وسائل الإعلام: أطلقت منظمة "مراسلون بلا حدود" هذا المشروع بتمويل من وزارة التعاون الاقتصادي والتنمية الألمانية ليكون مشروعاً عالمياً للبحوث والمناصرة من أجل تعزيز الشفافية والتعددية الإعلامية في العالم. وفي لبنان، جرى تنفيذ المشروع بصورة مشتركة مع "مؤسسة سمير قصير".

كما سبقت هذه النسخة دراسات في كل من ألبانيا والبرازيل وكولومبيا وكمبوديا وغانا والمكسيك ومنغوليا والمغرب والبيرو والفيليبين وصربيا وسريلانكا وتانزانيا وتونس وتركيا وأوكرانيا.ويمكن الاطلاع على جميع النتائج التي توصل إليها مشروع مرصد ملكية وسائل الإعلام على الموقع التالي:http://www.mom-rsf.org

22– موقع معلوماتي حول حرية الصحافة :https://rsf.org

تعرف عن نفسها على موقعها الإلكتروني: تتعاون مع أكثر من مئة مراسل لفضح الانتهاكات اليومية لحرية الصحافة في العالم عبر إرسال بيانات صحافية إلى مختلف وسائل الإعلام وتنظيم حملات تحسيسية للرأي العام، تدافع عن الصحافيين والعاملين المحترفين والفنيين في وسائل الإعلام المسجونين أو المضطهدين بسبب نشاطهم المهني كما تفضح سوء المعاملة والتعذيب اللذين لا يزالان يمارسان في عدد كبير من الدول.

الألمانية بصيغة مشروع عالمي للبحوث من أجل تعزيز الشفافية والتعددية الإعلامية في العالم. كما سبقت هذه النسخة دراسات في 16 دولة أخرى بينها تونس والمغرب.

ثانيًا: واقع الموضوعية في الإعلام اللبناني

هناك مقولة شهيرة للرئيس اللبناني السابق شارل حلو وهو كان من الصحفيين اللامعين قبل أن يصبح رئيساً للجمهورية، حين قال في استقباله لبعض كبار الصحفيين :"أهلا بكم في وطنكم الثاني لبنان" وهذه المقولة إن دلت على شيئ فهي تدل على أن الإعلام في لبنان منذ فترة ليست بقريبة يعتمد على مصادر تمويله من الخارج، وأنا لا أجزم في ذلك، وهذا الأمر لا يمكن التحقق منه بالدليل المادي، و إنما من خلال الملاحظة والتحليل، و الإستقصاء، ومراقبة ما تقدمه وسائل الإعلام بكافة أنواعها، من برامج و أخبار تخدم الممول و تسلّط الضوء على مصالح مالك الوسيلة أو ممولها، وهذا بدوره يجعل من هذه الوسائل مثابة نوافذ يُطل منها الممول أو الراعي بصوره وسياساته و أخباره، التي تعرضها القنوات على الجمهور ولو على حساب المهنية والموضوعية في نشر الأخبار.

فواقع الموضوعية في الإعلام اللبناني، هو للأسف واقع مأزوم وسيبقى كذلك طالما لا يتم الفصل والإلتزام بالضوابط و القيود التي تقتضيها الموضوعية، وفصل الخبر وتداعياته عن الرأي السياسي لصاحب الوسيلة أو الممول لها. وهذا قد لا يشمل كافة الإعلام ولكن في أغلب الأوقات أو في وقت الأزمات تتفلت من الضوابط، وتخرج هذه الوسائل الإعلامية التي نتحدث عنها،عن مقتضيات المصلحة الوطنية وتعزيز السلم الأهلي مغردةً لوطنها الأول خادمةً لسياساته و تقديم مصالحه على مصلحة الوطن. وأستشهد ببعض ما قاله الصحافي غسان تويني[23] في تعريفه للصحافة: فهي رواية الحق حتى يُعرف، والشهادة بما حصل حتى الإستشهاد، ومحاولة إعلان ماسيحدث و التبشير به في ضوء تفسير ما هو حادث وإن أُنكر.

ثالثًا: السيطرة السياسية على الإعلام

من مظاهر تأثير تداخل الإعلام و السياسة على دور الإعلام اللبناني:

لم يشكل وقف البث الفضائي لمحطة New TV مفاجأة لدى الأوساط اللبنانية، لو أن الخطوة لاقت انتقادًا واسعًا لما رافقها من التباس قانوني تمثل بتنفيذ قرار وقف البث الفضائي والعودة عنه لاحقًا من دون مراجعة مجلس الوزراء، هذه القضية أعادت فتح ملف الإعلام المرئي والمسموع من بابه الواسع، لا سيما أن ما حدث مع New TV والـ MTV التي أقفلت ذلك الحين يمكن أن يتكرر مع محطات أخرى في ظل الثغرات التي تعتري قانون الإعلام وفي ظل ارتباط المؤسسات المرئية المرخص لها بميزان القوى السياسي والطائفي السائد في لبنان و يقول رفيق خوري (محلل وصحافي لبناني):" الإعلام المرئي والمسموع ملكيته موزعة بين عدد من السياسيين والمتمولين وهم إما في الحكم وإما قريبون من الحكم وهذا يعني أن هناك نوع من الوصاية من أجهزة أو غير أجهزة عليه هذا الواقع فاقم أزمة الإعلام في لبنان وترك آثارًا سلبية على صدقية واستقلالية وسائل الإعلام التي تحولت في مرات كثيرة إلى أداة أساسية في التجاذبات السياسية بين أهل الحكم أنفسهم."و يؤكد البعض أنه من الصعب جداً في بلدٍ مثل لبنان التمييز بين الحريات الصحفية والإعلامية والحريات السياسية حيث أن ما يجري هو تضيق على الحياة والحريات السياسية وهو ما ينعكس مباشرة على حرية الإعلام.

الخلاصة:

من خلال الدراسات والأبحاث تجد أن وسائل الإعلام معرضة دائماً حريتها وموضوعيتها في ميدان العمل للفقدان، والإنحياز نحو الداعم والممول وتطبيق سياسته، وخضوعها لضغوط إعلانية وتجارية يدفع بها إلى التخلي عن مبادئها والأفكار التي قامت عليها وتناشد بها لإصلاح المجتمع، لكن الثقل المادي الذي بات يثقل كاهلها ويهددها بالإقفال إن هي استمرت في التمويل الذاتي، وتمسكت بالمبادئ والأخلاق، وبالتالي شبح الإقفال يخيم دائما في فضاءات هذه القنوات، لتجد نفسها متخلية عن تلك المبادئ والقيم، ولكي تحافظ على شاشتها أمام جمهورها ومتابعيها تجدها حاملةً راية وشعارات، وقيم مموليها وأولي الأمر لديها.

23 – تويني، غسان(1926– 2012): صحافي ودبلوماسي وسياسي لبناني، ابن الصحفي جبران تويني مؤسس صحيفتي"الأحرار" و"النهار".

المبحث الثالث: تحليل مضمون مقدمات نشرات الأخبار لقناة المنار اللبنانية

وبحسب خطة الدراسة تم تحليل 14 مقدمة نشرة اخبارية كعينة عشوائية وبشكل عشوائي وبأزمنة مختلفة

- **قناة المنار :تعريفها**

"المنار قناة إعلامية عامة، وهي شركة مساهمة لبنانية مسجلة أصولاً وحائزة على التراخيص القانونية المطلوبة ضمن القوانين المرعية الإجراء، باشرت إرسالها الأرضي عام 1991، والفضائي عام 2000، ووحَّدت إرسالها الأرضي والفضائي في اليوم الأول من شهر رمضان عام 2014. من الشعارات التي اعتمدتها لنفسها "قناة العرب والمسلمين."[24] "وبحسب رؤيتنا فإن المنار ستكون خلال السنوات القادمة القناة الرائدة في مواكبة الأحداث الساخنة في المنطقة العربية ولاسيما قضية فلسطين، ومناصرة للشعب الفلسطيني في حقوقه المسلوبة، مركزة على مواجهة مشاريع الغزو والتسلط والاحتلال وأدواتهم."[25]"والمنار قناة اعلامية ستعمل على:

1. الاهتمام بقضايا المستضعفين، واستنهاض الأمة في وجه الاستكبار ومشروعه الصهيوني، وفي وجه التكفيريين.
2. رسمت لنفسها منذ انطلاقتها خطاً متميزاً يعكس نبض الشارع والأمة وقضاياها المركزية والعادلة وفي مقدمها قضية فلسطين.
3. مواكبة لانتصارات المقاومة منذ التسعينات مروراً بالتحريرعام 2000 وصولاً إلى انتصار تموز 2006.
4. ترتكز في رسالتها على قيم الإيمان، والمعرفة، والأخلاق، وحفظ الكرامة الإنسانية، وتولي الوحدة والحوار والتلاقي والتعاون بين أتباع الأديان السماوية والحضارات الإنسانية الأهمية اللازمة.
5. ترتكز في عملها على مراعاة الذوق العام، ومواكبة التطور التكنولوجي، والالتزام بالقيم المهنية وميثاق الشرف الاعلامي.
6. تقدِّم مادة إعلامية ومعرفية إبداعية وجذابة، باعتماد المعايير الإعلامية الاحترافية في أخبارها وبرامجها ضمن القوانين والأعراف والأنظمة المعمول بها دوليا، كما ترتكز على معايير الجودة في التقييم الفني والإعلامي والتقني للمنتج، إضافة إلى تقديم المضمون الرسالي للجمهور، وتطوير الهوية البصرية والفنية، واعتماد التفاعليّة مع الشاشة والموقع الالكتروني.
7. تتوجه إلى العرب والمسلمين في كل أقطار العالم بخطاب توحيدي منفتح، وتنتهج سياسات موضوعية، وتبتعد في تناولها للأحداث عن أسلوب الإثارة المبتذلة"[26].

جدول رقم (1) :مفردات تدل على دور قناة المنار في نشر ثقافة العيش المشترك المسيحي الإسلامي:

المقدمة	الدلالة	المفردات
الرابعة	تعاون وتسامح بين الطائفتين	مبادرات مشتركة بين المسلمين والمسيحيين
الرابعة	قبول الاختلاف واحترامه	احترام التنوع الديني
الرابعة	تبادل الأفكار والتفاهم بين الطوائف	حوار بين الأديان
الخامسة	تكاتف المسلمين والمسيحيين من أجل الوطن	وحدة وطنية
السادسة	نضال مشترك ضد العدو المشترك	مقاومة مشتركة
السابعة	نشر الوعي ومحاربة التفرقة	حملات إعلامية ضد التعصب
الثامنة	تعزيز الترابط بين الطوائف	مشاركة في المناسبات الدينية

ملاحظة:

[24] -الموقع الإلكتروني لموقع قناة المنار اللبنانية https://www.almanar.com.lb/about
[25] -المصدر نفسه
[26] -المصدر نفسه

- تم استخراج هذه المفردات من المقدمات عينة الدراسة، وقد لا تكون شاملة لجميع محتوى قناة المنار.
- تُشير هذه المفردات إلى دور قناة المنار في نشر ثقافة العيش المشترك المسيحي الإسلامي من خلال برامجها الحوارية والبرامج الدينية والتقارير الإخبارية والمسلسلات والأفلام.

- **جدول رقم (2) : مفردات تدل على دور قناة المنار في نشر ثقافة العيش المشترك المسيحي الإسلامي:**

المقدمة	الدلالة	المفردات
الرابعة	تعاون وتسامح بين الطائفتين	مبادرات مشتركة بين المسلمين والمسيحيين
الرابعة	قبول الاختلاف واحترامه	احترام التنوع الديني
الرابعة	تبادل الأفكار والتفاهم بين الطوائف	حوار بين الأديان
الخامسة	تكاتف المسلمين والمسيحيين من أجل الوطن	وحدة وطنية
السادسة	نضال مشترك ضد العدو المشترك	مقاومة مشتركة
السابعة	نشر الوعي ومحاربة التفرقة	حملات إعلامية ضد التعصب
الثامنة	تعزيز الترابط بين الطوائف	مشاركة في المناسبات الدينية

- تم استخراج هذه المفردات من المقدمات عينة الدراسة، وقد لا تكون شاملة لجميع محتوى قناة المنار.
- تُشير هذه المفردات إلى دور قناة المنار في نشر ثقافة العيش المشترك المسيحي الإسلامي من خلال برامجها الحوارية والبرامج الدينية والتقارير الإخبارية والمسلسلات والأفلام.

- **نتيجة التحليل:**
  - –تُظهر النتائج أن قناة المنار تُركز بشكل أساسي على نشر ثقافة التعاون والتسامح بين المسلمين والمسيحيين في لبنان.
  - –وتُظهر أيضًا أن القناة تُعزز قيم مثل احترام التنوع الديني والحوار بين الأديان والوحدة الوطنية والمقاومة المشتركة ضد العدو المشترك ومحاربة التعصب وتعزيز الترابط بين الطوائف من خلال مشاركة المسلمين والمسيحيين في المناسبات الدينية.
  - –تبين مضامين التحليل دور قناة المنار دوراً هام لا يستهان به، في تناول الخطاب العقلاني المدعّم بالحجج والبراهين حيث استحضارها للماضي، ونبذ الخلافات والأحقاد بين فريقي الثامن و الرابع عشر من آذار(سابقاً)، و الابتعاد عن التذكير بحوادث طائفية يمكن الاستغناء عن ذكرها، في فترات عديدة عصيبة مرت بها البلاد

المصادر و المراجع:

1- إبراهيم، بكر: **الإذاعة السعودية: دراسة تحليلية لمضامين برامج إذاعة البرنامج العام**، الرياض، ط1، 1992.
2- إبراهيم، محمد: **الصحافة والتنمية السياسية، القاهرة**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 1998م.
3- أبو إصبع، صالح: **استراتيجيات الاتصال**، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، 2005.
4- البشر، محمد: **ضوابط الحرية في الإعلام السعودي**، الرياض، 1994.
5- التركي، ماجد: **سياسات الإعلام، الإحتياجات والأولويات**، الرياض، دار إشبيليا، ط1، 1999.
6- التهامي، مختار: **الصحافة ومسؤولياتها**، جدة، النادي الأدبي الثقافي بجدة(1988م).
7- الجمال، راسم محمد: **الإتصال والاعلام في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان(1991).

:**التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005م.
8- المير، آمنة: **أسطورة الحياد، الإعلام اللبناني في الأزمات السياسية**، دار النهار للنشر، ط1، 2014.
9- التهامي، مختار: **الصحافة ومسؤولياتها**، جدة، النادي الأدبي الثقافي بجدة، 1988.
الجمال، راسم محمد: **الإتصال والاعلام في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 1991م.
: **التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005م.
10- إمام، إبراهيم: **الإعلام والإتصال الجماهيري**، القاهرة، مكتبة الأنجلو ط1، 1981.
11- اندرسون، جيمس: **صنع السياسة العامة**، ترجمة حلمي يوسف، الرياض، هولت رينهنارت وينستون، ط1، 1991م.
12- بدر، أحمد: **أصول البحث العلمي ومناهجه**، الكويت، وكالة المطبوعات، ط1، 1979م.
13- جبارة، صفاء: **الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل**، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
14- جرابر، دوريس، وآخرون: **سياسة الأخبار وأخبار السياسة**، ترجمة زين نجاتي، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004.
15- جريبر، دوريس: **سلطة وسائط الإعلام في السياسة**، ترجمة أسعد أبو لبدة، عمان، دار البشير، ط1، 1999م.
16- حجاب، محمد: **الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً**، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م.
17- حمادة، بسيوني: **وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات**، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ط1، 1997.
18- حمود، وادي جليل: **الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمات السياسية الدولية**، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة–الجمهورية اللبنانية، ط1، 2017.
19- شومان، محمد: **تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2007.
20- صدقة، جورج: **الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع**، مؤسسة مهارات، بيروت، لبنان، ط1، 2009.
21- عبد الحميد، محمد: **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
22- عيساني، رحيمة: **مدخل إلى علم الإعلام والإصال**، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، العين، دبي الإمارات، ط1، 2008.
23- فونتي، جاك: **سيمياء المرئي**، ترجمة: علي اسعد، اللاذقية: دار الحوار، ط1، 2003.
24- فوكو، ميشيل: **نظام الخطاب**، ترجمة محمد سيلا، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت ، ط1، 1984.
25- قصير، قاسم: **حول تغير خطاب وأداء "حزب الله" في لبنان بين العام 1985 وعام 2009**، رسالة ماجستير، في معهد الدراسات الإسلامية–المسيحية في الجامعة اليسوعية،عام2016.

المقالات:

1- بورديو، بيير: **التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، عن زين العابدين الركابي: دور الإعلام (المسكوت عنه) في صناعة الكوارث والأزمات**، صحيفة الشرق الأوسط، السبت 08 ابريل 2006 العدد9993.
2- تودوروف، تزفيتان: **المبدأ الحواري**، آفاق الترجمة، عدد 14، ص 116–117.
3- خضور، أديب: **الإعلام بين استقلالية الخطاب وانتمائية الممارسة**، الحوار المتمدن، العدد2075، تاريخ 2007.
4- نصر الله، جنى: **النشرات الإخبارية متاريس**، صحيفة النهار اللبنانية،1999/11/29.
5- هيئة الاشراف على الحملة الانتخابية: **تقريرهاعن التغطية والمخالفات للمادة 68 من قانون الانتخابات النيابية رقم 2008/25–التقرير الثاني**، وقد امتدت فترة التغطية من 2009/05/7 إلى 2009/05/13.

مواقع الكترونية:

1- موقع قناة الجديد:https://www.aljadeed.tv/arabic
2- موقع قناة otv:https://www.otv.com.lb
3- موقع قناة mtv:https://www.mtv.com.lb
4- الموقع الإلكتروني لموقع قناة المنار اللبنانية : https://www.almanar.com.lb/about
5- موقع جريدة النهار :https://www.annahar.com
6- موقع الوكالة الوطنية للإعلام اللبنانية:http://nna-leb.gov.lb
7- موقع لجريدة الأخبار اللبنانية:https://www.al-akhbar.com
8- الموقع الجزيرة الوثائقية:https://doc.aljazeera.net