

٣- العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال-خصوصية التجربة اللبنانية

دراسة تحليلية

أسعد عبدالله صدقة

أستاذ جامعي ومنسق قسم الاعلام

في الجامعة اللبنانية الدولية-البقاع

Assaad.sadaka@liu.edu.lb

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تحكم عمل القائم بالاتصال في وسائل الإعلام اللبنانية وأنواع الضغوطات التي يتعرض لها أثناء ممارسته لوظيفته في نقل وصياغة الأخبار. وتضمنت هذه الدراسة مجموعة من الفرضيات التي تمحورت حول العناوين التالية:

١- دور السياسة الإدارية والمالية للمؤسسة الإعلامية في فرض الأجندة الإعلامية على القائمين بالاتصال.

٢- تأثير مصادر الحصول على المعلومة على نوعية وآلية صياغة الخبر.

٣- أثر خصوصية المشهد السياسي والطائفي اللبناني في عمل وأداء القائمين بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى أن التجربة الإعلامية اللبنانية تتمايز عن غيرها من التجارب الإعلامية لجهة خصوصية المنظومة السياسية والطائفية والمذهبية التي تعمل في ظلها، وتداخل علاقات ومصالح مكونات عديدة من المجتمع اللبناني مع مجموعة من الدول الإقليمية، وهو ما يترك تأثيره الواضح على أداء العاملين في وسائل الإعلام اللبنانية وطريقة تقديمهم للمادة الخبرية. الكلمات المفتاحية: القائم بالاتصال، الإعلام اللبناني.



Abstract

This study seeks to know the factors that govern the work of the Lebanese media practitioners and the types of pressures they are exposed to while exercising their jobs in reporting and writing news.

This study included a set of hypotheses that centered on the following headings:

- The role of the administrative and financial policy of the media institution in imposing the media agenda on the media practitioners.
- The effect of the sources of obtaining information on the quality and mechanism of news reporting.

- The impact of the uniqueness of the Lebanese political and sectarian scene on the work and performance of the media practitioners.

The study concluded that the Lebanese media experience is different from other media experiences due to the uniqueness of the political, and sectarian system, and the overlap of relations and interests of many components of Lebanese society with a group of regional countries, which leaves its clear impact on the performance of workers in the Lebanese media and the way they present the news material.

Keywords: Media practitioners, Lebanese Media.

١- مشكلة الدراسة

مع تنامي الوظائف والأدوار التي يلعبها الإعلام وتغير أدائه وآلية عمله التي أصبحت محكومة بمجموعة متشابكة من العوامل، منها ما يتعلق بالمؤسسات الإعلامية نفسها، ومنها ما له علاقة بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، بات كل ذلك ينعكس حكماً على السياسات التحريرية لتلك المؤسسات وآليات انتقائها وصياغتها لأخبارها.

ومع كل استحقاق سياسي أو أممي أو اقتصادي محلي، يطفو إلى السطح نقاش إعلامي قديم-جديد حول ماهية الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في هذه السياسة التحريرية، والعوامل والمعوقات التي تؤثر في أدائه وتغطيته للتطورات والأحداث.

وتبرز على المستوى اللبناني هذه الإشكالية بوتيرة متقاربة، حتى تكاد تتصل بكل قضية وطنية أو إقليمية، وهو ما ظهر في أداء الإعلام اللبناني الحديث منذ بداية التسعينيات وحتى اليوم. فجاءت الأحداث الكبرى لتكرس تفاوتاً في التغطية الإخبارية منذ اغتيال رئيس الوزراء اللبناني السابق رفيق الحريري في شباط ٢٠٠٥، مروراً بحرب تموز ٢٠٠٦، وأحداث ٧ أيار ٢٠٠٨، وصولاً إلى الظروف التي رافقت الانتخابات الرئاسية والنيابية بين عامي ٢٠١٦ و ٢٠١٨، ومؤخراً أخبار الثورة الشعبية التي انفجرت في ١٧ تشرين الأول من العام الماضي بسبب تردي الأوضاع الاقتصادية والمعيشية في البلاد.

ويمثل عمل القائم بالاتصال سواء كان محرراً في مكاتب المؤسسة الإعلامية، أم مراسلاً محلياً أو دولياً، واحداً من أهم مظاهر ومكونات هذه الإشكالية، من خلال أسلوب تغطيته ومقاربهته للمادة الإعلامية وتقديمها للجمهور. وهو الأمر يطرح مجموعة من الأسئلة: ما هي المحددات التي تحكم عمل القائم بالاتصال في الإعلام اللبناني؟ وهل من ضغوطات يتعرض لها؟ أم إن الانتماء السياسي والطائفي هو ما يحدد طريقة صياغته للأخبار وتقديمها ضمن قوالب تنسجم مع توجهات المؤسسة التي يعمل بها؟

٢- أهمية الدراسة

١) تناقش هذه الدراسة ملفاً جديلاً حول العوامل الأكثر تأثيراً في عمل القائم بالاتصال في وسائل الإعلام اللبنانية، ومدى انعكاس ذلك على أداء الوسيلة الإعلامية نفسها وطريقة تأطيرها وتقديمها للمادة الخيرية.

٢) تقدم هذه الدراسة إضافة معرفية حول العوامل التي تحكم عمل القائم بالاتصال في وسائل الإعلام اللبنانية.

٣) تسلط هذه الدراسة الضوء على تمايز التجربة الإعلامية اللبنانية من خلال الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال على مستويات متعددة.

٣- أهداف الدراسة

١) تحديد وتفسير أنواع المؤثرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام اللبنانية.

٢) رصد خصوصية المشهد الإعلامي اللبناني وإبراز خصوصية العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية التي يتعامل معها.

٤- منهجية البحث

سوف تعتمد هذه الدراسة المنهج التحليلي الذي سيرتكز على تفكيك العناصر الأساسية لموضوع الدراسة، ومن ثم دراستها بأسلوب منعمق، ليتم بعدها استنباط أحكام أو قواعد يمكن تعميمها على تجارب وأمثلة مشابهة.

٥- الدراسات السابقة

كثيرة هي الدراسات التي عالجت المؤثرات على عمل القائمين بالاتصال وقد أجمعت معظمها على أن العوامل الإدارية المؤسسية قد أتت في أعلى سلم هذه المؤثرات، ثم كانت الضغوطات السياسية والمالية ونقص الإمكانيات الصحافية وغيرها. ومن أبرز هذه الدراسات في هذا المجال، دراسة (عمران، ٢٠٠٧)، بعنوان: "معوقات الأداء المهني للمرسل الصحافي" دراسة ميدانية على المرسلين المحليين بالصعيد"، وقد لاحظت الدراسة افتقاد معظم المرسلين للتدريب المهني والتجهيزات الصحافية اللازمة، مع وجود عقبات إدارية كثيرة. وهناك دراسة (مراد، ٢٠٠٧) بعنوان "العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية"، وقد لاحظت أن أهم المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في عملية بناء أجندته الخبرية، كانت من الوكالات الدولية أولاً، ومن ثم العربية، ليليها المرسل الصحافي".

أما دراسة (حماد، ٢٠١٣)، بعنوان: "معوقات الأداء المهني للقائم بالاتصال في التلفزيون المصري"، فقد خلصت إلى أن العوائق المؤسسية قد مثلت أهم المعوقات أمام عمل القائمين بالاتصال، وكذلك كان نقص التأهيل المهني والتكنولوجي، في حين تبين أن المعوقات السياسية كانت الأقل.

تطرح هذه النتائج فرضيات عديدة حول أهم العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال في لبنان:

١- تمثل السياسة الإدارية والمالية للمؤسسة الإعلامية عنصراً مؤثراً على عمل القائم بالاتصال وطريقة أدائه لمهنته وصياغته للخبر.

٢- يمثل مصدر الحصول على المعلومة الصحافية محدداً أساسياً في آلية عمل القائم بالاتصال وعملية بناء الخبر.

٣- تعدّ خصوصية المشهد اللبناني السياسي والطائفي محدداً محورياً لنمط الأداء الإعلامي في لبنان، ما يؤثر على طريقة عمل القائمين بالاتصال.

٦- تعريف القائم بالاتصال

يقصد بالقائم بالاتصال المحرر أو المرسل أو معد المادة الصحافية التي تنشر عبر وسائل الإعلام، ويشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء" (أبو ماضي، ٢٠١٥). ويمكن أيضاً تعريف القائم بالاتصال بكونه أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى إحدى المؤسسات ويضطلع بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الإعلامية، ويكون دوره في هذا مباشراً من خلال الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية.

٧- أبرز العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال

تتنوع العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال وتختلف بين مجتمع وآخر، وبين نظام سياسي ديمقراطي وغيره من أنظمة عسكرية أو شمولية، إلا أنه يبقى هناك مجموعة من المؤثرات المشتركة بين مختلف الأنظمة والمجتمعات، أبرزها ما يلي:

أولاً-السلطة السياسية:

وهي تُترجم عادة من خلال القوانين التي تمارسها الجهات الرسمية عبر وزارة الإعلام والقوانين وصلاحيّة منح التراخيص أو سحبها وهو أمر رائج على نطاق واسع في الدول العربية ودول العالم الثالث، بينما يستعاض عنها بجهات رقابية تحت مسميات مختلفة في كثير من الدول الأوروبية والأميركية.

وهناك تفاوت بين كل تجربة إعلامية عربية وأخرى. فلبنان مثلاً يحظى بنموذج إعلامي لا يشبه غيره ممّا هو مطبق في باقي الدول العربية، لجهة التعددية في الوسائل الإعلامية وهامش الحرية الذي يصل أحياناً كثيرة إلى حد الفوضى، وحق انتقاد السلطة السياسية بجميع رموزها وأركانها، إلا أن هذا الهامش من الحرية بدأ بالتراجع في السنوات الأخيرة بحسب مؤشر الحرية الصادر عن تقرير منظمة "مراسلون بلا حدود" الأخير، فبعدما احتل لبنان المرتبة ١٨٠/٩٨، ها هو اليوم في المرتبة ١٨٠/١٠١ (العربي الجديد، ٢٠١٩).

وفي نظرة سريعة على المشهد الإعلامي بلبنان، نستنتج أنه ليس هناك "إعلام معارض" بالشكل التقليدي للإعلام المعارض الذي يتخذ صفّة العامة في وجه السلطة، فأغلب وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمرئية مملوكة للعائلات السياسية والاقتصادية في البلاد، كما أن أغلب الأحزاب السياسية خلقت منظومتها الإعلامية، وبالتالي فإن التمويل السياسي هو الحاكم الأول والأخير للخط التحريري لكل مؤسسة إعلامية في لبنان، والمال السياسي هو مدير تحرير غرف الأخبار فيها" (الجزيرة).

وترى أستاذ الإعلام الدكتور وفاء أبو شقرا أن النظام السياسي اللبناني الحالي قد بات مظلماً بأزمات بنيوية مستعصية، يحوز فيه العمل الصحافي قسماً كبيراً من المشاكل والعراقيل يعزّزها: المحاصصة الطائفية، والتنافس المحموم، والصراعات على ملكية وسائل الإعلام، والأزمات المالية، وعدم الأمان الوظيفي، وتقدم القوانين وعدم مواكبتها للمستجدات والاستنساابية في تطبيقها، وقصور العمل النقابي، وضعف المهارات لدى الإعلاميين في التعامل مع الأزمات والظروف الصعبة، وعدم تأهيلهم لذلك. وقد تحول الصحافيون والإعلاميون اللبنانيون، و«بفضل» طبيعة نظامٍ ممانع لمبادرة تعزيز وحماية المهنة، إلى ناظرين باسم قوى وتيارات سياسية متنازعة، ويعملون ضمن مؤسساتٍ فنوية، بغالبيتها (أبو شقرا، ٢٠١٩).

ثانياً- ملكية وسائل الإعلام:

هو أمر رائج حتى في أعرق المجتمعات الديمقراطية حول العالم ومنها وسائل الإعلام الغربية. ومعلوم أن وسائل الإعلام تتأثر بمن يسيطر عليها سواء المالك، أو صاحب المؤسسة، أو من خلال التمويل والإشهار، بحيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي. وكان لذلك أثره الواضح في الأخبار، حيث أن الصحافيين ليس لهم إلا حق واحد هو إنجاز إنتاج يوافق رغبات الممولين. وقد أثبتت الأحداث دوماً أن وسائل الإعلام تتعرض يومياً لقوى يمكنها أن تخطط المعلومة وتشوشها، سواء عن طريق شركاء هذه الوسيلة، أو القائمين بالإعلانات.

من هنا فإن الخطر على وسائل الإعلام لا يتوقف عند السلطة السياسية فحسب، وإنما تتكامل عناصر وعوامل أخرى تتمثل في ظاهرة تصنيع الإعلام والتأثير المتزايد للمنطق الاقتصادي من خلال الملكية وسيطرة الإشهار، حيث تحولت الحرية السياسية وحق الإعلام للمواطن إلى الحرية الاقتصادية للمتعهد أو الممول والمشهر. وهذه العوامل الاقتصادية ذات تأثير بالغ على القيم الإخبارية للمؤسسات الإعلامية" (العززي، ٢٠١٧).

ويؤكد هذا الطرح أيضاً عميد كلية الإعلام والتوثيق في الجامعة اللبنانية الدكتور جورج صدقة بكل وضوح بقوله إن "الإعلام اللبناني اليوم يمر في أزمة حادة من ناحية التمويل وهذا ينعكس على أداء الإعلام اللبناني. إذ أنه أصبح إعلاماً مقيداً بالمول سواء من الداخل، أو من الخارج، أو من الأحزاب السياسية، أو من الممولين أصحاب رؤوس الأموال. لذلك نرى أن الإعلام اللبناني يبتعد كثيراً عن الوسطية والاعتدال، وينحو نحو مواقف تحمل جزءاً من التطرف، وقد كان واضحاً أن الحوار الداخلي

القائم انعكس إيجاباً على مضمون الإعلام، وهذا يدل على مدى ارتباط الإعلام بالقوى السياسية القائمة (صدقة، حديث صحافي، ٢٠١٥).

ثالثاً: الجمهور

كثيراً ما تلعب فئة الجمهور دوراً مؤثراً في توجيه عمل الوسائل الإعلامية كالكتاب والمفكرين والأدباء والمحسبين على المدارس الأكاديمية وفقاً لقيم المجتمع الذي يتواجدون فيه (الطويرقي، ١٩٩٧، ص ٢٨٧). والوجود التعددي والمتنوع لوسائل الإعلام لا يمكن ربطه إلا من باب تجاوب الإعلام لحاجات السوق وربطه باختلاف حاجات الجمهور السياسية والثقافية والاقتصادية وغيرها. فوظيفة هذه الوسائل لم تعد مقتصرة على ما كانت تقوم به الصحف وباقي الوسائل الإعلامية من إعلان عن حوادث وأخبار متنوعة، بل أصبحت إلى حد كبير تستجيب لما يرغب هذا الجمهور بمتابعته وبالتالي بات الجمهور يفرض نفسه على أجندة المؤسسة الإعلامية نفسها (لعياضي، ٢٠٠١).

وبعدّ النظام الاجتماعي الذي تعمل وسائل الإعلام في إطاره، من العوامل الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال لما يتضمنه هذا النظام من قيم ومبادئ وعناوين لا يقوى القائم على الاتصال إلا على احترامها وإقرارها لما تلقاه من قبول من المواطنين. وفي نظرة سريعة على تنوع وتوزع وسائل الإعلام اللبنانية من مرئية ومسموعة ومكتوبة نجدتها تنقسم على نفسها في كثير من الأحيان بحسب أهواء هذا الجمهور الذي تتوجه إليه تلك الوسائل، خصوصاً أن معظمها يحمل صبغة طائفية وسياسية تشبه ذلك الجمهور الذي ينتظر منها الأخبار التي تعبر عن رغباته وطموحاته وأهوائه السياسية.

رابعاً: تأثير المال الإعلاني

وللإعلان دوره في التأثير على العملية الإدارية كما التحريرية للمؤسسة الإعلامية، رغم "أن الإعلان المتوفر لوسائل الإعلام في دول العالم الثالث ما زال يشكل عائداً محدوداً من البنية الاقتصادية للمؤسسة الإعلامية" (Katz and Hedoll, 1977, P. 117).

وتتدخل اعتبارات إرضاء المعلنين في كثير من الأحيان في تسيير أمور الصحيفة، ليس لصالح المصدقية الصحافية التي يدعيها الكثيرون من أهل الإعلام، ولكن لضرورة زيادة الأرباح وزيادة العائد على الأسهم والاستثمار بالنسبة للصحيفة، مما يؤثر بشكل أو بآخر على مضمون الخبر الصحافي ذاته. وفي هذا الصدد، يقول "ويليام ونتر" (William Winter) المدير العام لمعهد الصحافة الأمريكي: "لا شك في أن ما بات يواجهه معظم الصحف أكثر وأكثر هو حساب المكسب والخسارة، وتتدخل في ذلك الصحف التي نفكر أنها صحف من نوعية جيدة، وعندما تريد الصحف زيادة أرباحها فإنها عادة لا تخفض نفقات مبيعات الإعلان أو قسم التوزيع، وإنما تخفض ميزانية صالة الأخبار" (محمود، ٢٠٠٢، ص ٤٦).

وهكذا تضطر الصحف - حتى الكبرى منها - في أغلب الأحيان إلى إرضاء المعلنين بصورة كبيرة، وذلك على حساب الخبر الصحافي نفسه، فربما مثلاً، "توافق على عدم نشر إعلانات شركات معينة بالقرب من أخبار تضر بالشركة المعلنه نفسها، بل وتوافق في بعض الأحيان على تأجيل الخبر ذاته أو الإعلان ليوم آخر أو يومين بصورة آلية، لضمان عدم الربط والتشويش على الجانب الدعائي الأهم للصحيفة.

لكنّ تأثير المال الإعلاني في الحالة اللبنانية هو أقل بكثير مما هو عليه على المستوى العالمي، ومرد ذلك إلى العدد الكبير من وسائل الإعلام مقارنة بحجم السوق الإعلاني الصغير نسبياً. وهذا ما تترجمه حالات التعثر المالي الذي تعاني منه معظم وسائل الإعلام المحلية حيث الكثير منها يواجه اليوم أزمة دفع الرواتب ومصارييف الإنتاج، فيما خرج البعض الآخر من سوق العمل نهائياً كصحف السفير والأنوار والمستقبل والحياة اللبنانية وغيرها من المؤسسات الإعلامية التي تنتظر مصيراً مماثلاً.

خامساً- القوانين المنظمة للإعلام:

تؤثر القوانين المنظمة للإعلام تأثيراً مباشراً في إدارة المؤسسات الإعلامية، وتقدم تلك القوانين أنماطاً من التحكم بالإدارة، من خلال "وضع الشروط فيما يتعلق بمالك الصحيفة، وجميع العاملين فيها، بما ينعكس على أدائهم في صناعة المادة الإعلامية. وتعدّ السلطات التشريعية في المجتمعات الديمقراطية، وما يصدر عنها من القوانين الناظمة لعمل المؤسسات الإعلامية بمثابة الحارس لمصالح المجتمع، والمعبر عن إرادته في حماية النظام العام" (Frost, 2000, P. 63).

وبحجة وجود هذه القوانين الناظمة للعمل الإعلامي، فقد شهد لبنان ما لا يقل عن ٨٠ انتهاكاً إعلامياً وثقافياً في العام الماضي. وتتوعد تلك الانتهاكات بين اعتقال وحجز ناشطين وصحافيين وفنانين استناداً إلى محتوى نشره أو أنتجوه، بالإضافة إلى منع أفلام ومسرحيات، وفي أغلب الأحيان تدخّل إخراجي من خلال حذف مشاهد أو تعديل كلمات. كما لم يقتصر موضوع الاستدعاءات للصحافيين على الشكل الروتيني للحجز، فكانت هناك تجاوزات قانونية أهمها إجبار الصحافي أو الناشط أو الفنان المحتجز على تسليم بيانات حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما لم يرد في قانون العقوبات اللبناني (قانون العقوبات، مرسوم رقم ٣٤٠)، وبالتالي فإن مثل هذه الإجراءات تقع أيضاً في خانة الانتهاكات بحق الصحافيين، إضافة إلى ما يمارس من إجبار للمحتجز على توقيع (سالم، ٢٠١٨) تعهد بعدم التعرض للجهة التي انتقدها! وهو ما لم يرد كذلك في القانون.

خامساً- الضغوط الاجتماعية:

لعل العوامل الاجتماعية من أهم العوامل المؤثرة في عمل الإعلاميين الذين يراعون قيماً اجتماعية محددة تهيمن على تفكيرهم حتى وإن كانوا لا يؤمنون بها، إضافة إلى أنواع من الضغوط الاجتماعية المباشرة المرتبطة بطبيعة النظام الاجتماعي ذاته، الذي يقبل على سبيل المثال منطق المجاملات الأسرية أو المجتمعية أو الدينية على حساب العمل المهني. ومثال ذلك يكون واضحاً في عمليات التوظيف وكما في عمليات النشر. ومن هذه الضوابط أيضاً ما يمكن أن نسميه بالذوق الاجتماعي، الذي يفرض على المحررين التزاماً دقيقاً بها. ويمكن القول إن عمل المؤسسات الإعلامية والتنافس بينها يتم في سياق اجتماعي لا تستطيع وسائل الإعلام إلا أن تتسجم فيه مع قيم المجتمع ومتطلباته، ويمكن أن يكون عاملاً مؤثراً على الإدارة من ناحية التخطيط واتخاذ القرارات.

ويعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فأبي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتنعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الاجتماعية والثقافية السائدة.

ويرى الباحث "وارين بريد" (Warren Breed) أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله. وليس هذا الإغفال نتيجة تقصير أو أنه عمل سلبي، ولكنه يغفل أحياناً تقديم بعض الأحداث إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية والمجتمعية (فوزي، ٢٠١٥). وكثيراً ما يتكرر هذا الأمر على مستوى الإعلام اللبناني الذي يعمل ضمن مجتمع صغير نسبياً والمحكوم أصلاً بشبكة من العلاقات السياسية والاجتماعية والمصالح المشتركة. كذلك فإن شبكة العلاقات العامة التي تربط القائم بالاتصال بالعديد من فاعليات المجتمع تؤثر حكماً على طبيعة الأخبار التي يبرزها على حساب أخرى.

سادساً- الضغوط السياسية الخارجية:

فضلاً عن الضغوط السياسية المحلية على وسائل الإعلام، فإن تداخل العلاقات السياسية واختلاط مراكز القوى السياسية المؤثرة في بلد ما، يؤدي إلى ضغوطٍ متنوعة قد تمارس على المؤسسات الإعلامية من قبل دول أخرى، سواء أكانت عربية أم أجنبية، وفي الغالب لا يكون هذا الضغط مباشراً إذ يكون في الأغلب عبر وزارات الخارجية أو السفارات أو مراكز التمثيل الدبلوماسية. ولأن ملكية وسائل الإعلام تتنوع بين العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام، والخاصة أو الملكية المستقلة، تتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية، حيث تبقى هذه الوسيلة والقائمين بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام. وكثيرة هي الاحتجاجات المقدمة من دول إقليمية وعربية على أخبار أو برامج تم عرضها في الإعلام المحلي ورأت أنها مسيئة لتلك الدول. وهنا نستحضر قوانين الإعلام في معظم الدول العربية التي تحظر الإساءة إلى الدول الأخرى أو التي تضر بالعلاقات مع الدول الصديقة والأجنبية.

ويبرز هذا التدخل واضحاً على الصعيد اللبناني من حيث التأثير الذي تمارسه مجموعة من الدول الإقليمية والعربية على الإعلام اللبناني الذي باتت معظم أدواته ملحقة خطياً بسياسات ومصالح تلك الدول. وما الانقسام الإعلامي العمودي الذي كرسه انقسام ما يعرف بقوى الثامن من آذار والرابع عشر من آذار إلا مثالاً واضحاً على هذا الالتحاق والتأثر بالأجندات الخارجية. **سابعاً: مؤثرات من داخل المؤسسة الإعلامية:**

يرى البعض أن المضمون الإعلامي وصناعة الأخبار، هو خلاصة اتفاق ورضا عام أو تبادل في الرأي بين العاملين في المؤسسة الإعلامية. وهذا الاتفاق يحدث في إطار القيم المشتركة، سواء القيم الخاصة بالأخبار أو القيم الخاصة بدور الإعلامي في المجتمع، كما أن تنظيم الصحف، وموقع الإعلامي في البناء التنظيمي للمؤسسة، والخطوط الإدارية التراتبية (Hierarchy) التي يتم في إطارها إجراء الاتصالات داخل المنظمة، وكذلك أسلوب تدفق الأخبار إلى المؤسسة الإعلامية، كل هذه المتغيرات تحدد أسلوب ومضمون العمل الإعلامي، بحيث يمكن أن نرى أن مضمون الوسيلة الإعلامية نتاج تفاعل الإعلاميين والسياسيين. في هذا الإطار، تظهر وجهة نظر تركز على أن المضمون الإعلامي يمثل نتيجة سياسة تنظيمية، فالمساومة تتم بين الخطوط البيروقراطية داخل المؤسسة الإعلامية لتحديد من سيقوم بتغطية الحدث، ونوعية المتغيرات التي سيرزها المحرر والمساحة التي سينشر بها الحدث، وكيفية عرضه (حمادة، ١٩٩٣). وفي الحالة اللبنانية فإن إدارة المؤسسة الإعلامية غالباً ما تلتزم بتوجهات الجهة المالكة ومعظمها إما حزبي أو ذو توجه سياسي معين، الأمر الذي يترك هامشاً ضيقاً من الحرية يتحرك من خلاله القائم بالاتصال.

ثامناً- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تتمحور هذه المعايير حول عوامل الجنس والعمر والطبقة الاجتماعية والدخل ومستوى التعليم، كما الانتماءات الفكرية والعقائدية للقائم بالاتصال نفسه. ويشكل الانتماء الفكري والعقائدي للقائم بالاتصال محددات أساسية لطريقة تفكيره وعمله ومقارباته للملفات، بحيث يميل إلى إبراز القيم والقصاص الإخبارية التي تتطابق مع معظم الوقت مع قناعاته وخياراته السياسية والاجتماعية والدينية. وفي هذا المجال، يعاني العاملون في القطاع الإعلامي اللبناني من الصبغة الطائفية والمذهبية التي تغطي على معظم المؤسسات الإعلامية المحلية التي ينتمون إليها، حيث يبدو من الصعوبة بمكان الحصول على وظيفة في مؤسسة لا ينتمون لونها المذهبي أو الطائفي ومن ثم السياسي. وتكاد تكون قليلة جداً وسائل الإعلام التي لا تأخذ بالمعايير الطائفية كمحدد أساس أثناء عملية التوظيف. واستتباعاً لهذا السياق، كثيراً ما يتعرض القائم بالاتصال إلى جملة من الضغوطات المهنية التي تترك أثرها الواضح على أدائه المهني وتفرض عليه الانسجام مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها. ففي أكثر الأحيان يشكل خط عمل المؤسسة الإعلامية عنصراً ضاغطاً على القائم بالاتصال، ويكون مجبراً على انتهاج فكر مهني معين لا يشبهه في

غالب الأحيان. وهنا يؤكد نائب مدير إذاعة النور يوسف نور الدين أنّ الإعلام جزء من طبيعة النظام الطائفي، وأنّ المحطات التلفزيونية يغلب عليها اللون الواحد، لهذا السبب تتحول المؤسسة إلى مؤسسة تخدم المشروع الطائفي (زعيتر، المعارف الحمية). أما العاملون في مؤسسات لا تأخذ بالمعيار المذهبي والطائفي كمحدد أساسي للتوظيف-وهي قليلة، فإنهم يتعرضون لضغوط خارجية كمراعاة النظام الاجتماعي القائم ومصالح المؤسسة في هذا النظام، وضغوط داخلية كنظام الملكية والنظم الإدارية السائدة داخل المؤسسة، بحيث يصبح القائم بالاتصال جزءاً من منظومة متكاملة ومتجانسة، ويعبر عن رأي مالك المؤسسة الإعلامية أكثر مما يعبر عن رأيه الخاص، حيث يجد الصحافيون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأخبار ولا يعبرون عن أفكارهم بقدر نقلهم لأفكار مالك المؤسسة وسياسته ونهجه (صالح، ٢٠١٥).

٨- الخلاصات

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ١) على الرغم من أن التجربة الإعلامية اللبنانية تخضع بالشكل لقوانين وضوابط يراها الدستور ومجموعة من القوانين والآليات الناظمة، كوزارة الإعلام والمجلس الوطني للإعلام، إلا أن الممارسة الفعلية التي تتبلور عند قيام القائمين بالاتصال بدورهم تشير إلى واقع مختلف. فالعمل الإعلام اللبناني بجميع أبعاده يخضع لمنظومة سياسية تمارس نفوذها على كافة مسارات الأمور في الدولة ومنها المسار الإعلامي، وتفرض أجندتها وخصوصيتها على أداء هذا الإعلام والعاملين فيه.
- ٢) تلعب ملكية وسائل الإعلام اللبنانية دوراً محورياً في توجيه العملية الإخبارية وتحديد هامش الحركة بالنسبة للقائمين بالاتصال والعاملين تحت لواء تلك المؤسسات الإعلامية. ومع بروز أزمة التمويل المتفاقمة يوماً بعد يوم، باتت هذه الوسائل والعاملون بها رهناً لإرادة الممولين على اختلاف توجهاتهم السياسية والحزبية والأيديولوجية، وهو الأمر الذي حجب عن هذه الوسائل سمة الحيادية وتقديم الأجندة الاجتماعية على ما سواها من أجندات أخرى لأطراف محلية أو عربية أو إقليمية، وحتى دولية.
- ٣) يتأثر القائم بالاتصال في لبنان بتوجهات الجمهور اللبناني المنقسم على نفسه طائفيًا ومذهبيًا وسياسياً في كثير من الأحيان. وتأتي التغطية الإعلامية لتعبر عن انقسام هذا الجمهور المصطف كذلك إعلامياً، حيث أن لكل جمهور قناته التلفزيونية ومحطته الإذاعية وصحافته المكتوبة. من هنا فإن الجمهور اللبناني وعبر سنوات ما بعد الحرب الأهلية قد فرض أجندته الإعلامية، وبات على القائمين بالاتصال إشباع هذه الأجندة عبر تأطير المادة الخيرية بما يتناسب وتوجهات هذا الجمهور.
- ٤) يبدو واضحاً غياب أثر المال الإعلاني بالمعنى المؤثر عن الإعلام اللبناني. ومرد ذلك إلى ضيق السوق الإعلانية اللبنانية نسبة إلى العدد الكبير من وسائل الإعلام المحلية كما الأجنبية العاملة على الأراضي اللبنانية. وهذا الواقع قد أدى إلى تأزم الوضع المالي للكثير من هذه الوسائل، وكان من نتيجته إقفال العديد منها، فيما ما لا يزال الكثير غيرها ينتظر مصيراً مشابهاً. ورد بعض الخبراء هذه الأزمة التي تشبه كرة الثلج في تداعياتها، إلى أن الصحف اللبنانية التي تقتد أصلاً لعائدات الإعلان الوازنة، اعتمدت منذ نشوئها على "المال السياسي" من دول المنطقة، وهو مصدر باتت تفقده تبعاً بتغير السياسات في تلك الدول.
- ٥) يتأثر القائم بالاتصال في لبنان بالمنظومة الاجتماعية التي ينتمي إليها، لا بل من الصعب عليه الخروج عن إجماع وتوجهات هذه البيئة الحاضنة على اختلاف عناوينها الطائفية والسياسية والحزبية. وهنا لا بد من العودة إلى أن انطلاقة وسائل الإعلام التي تسيطر على المشهد الإعلامي الحالي، كانت بمعظمها طائفية وسياسية وقد انسحب ذلك على توظيف العاملين فيها، وباتوا يعبرون عن بيئات تمثل التنوع اللبناني بمختلف أبعاده، ويتأثرون بمصالح متضاربة ومتناقضة في أوقات كثيرة.

٦) يتعرض القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية اللبنانية لضغوطات جمّة، مصدرها جهات عديدة، ومنها دول إقليمية على ارتباط بالملفات السياسية اللبنانية، وهو ما يظهر من خلال تبني بعض وسائل الإعلام اللبناني الخطاب السياسي والأيدولوجي لتلك الدول. ويتّرجم هذا الالتحاق بالأجندات الخارجية عبر التغطية الإعلامية المتضاربة للملفات الإقليمية المشتعلة، كملفات النزاع في سوريا والعراق واليمن، وكذلك أخبار الملف النووي الإيراني. كل ذلك يشكل دليلاً واضحاً على هذا الارتباط الوثيق في المصالح بين الأدوات الإعلامية اللبنانية من جهة ومجموعة من الجهات والدول الإقليمية والأجنبية من جهة ثانية.

٧) يتمتع القائم بالاتصال اللبناني كغيره من القائمين بالاتصال في مجتمعات أخرى بمعايير ذاتية تفرض عليه أداء محدد أثناء ممارسته لوظيفته في صياغة ونقل المعلومة، ومن ذلك المستوى العلمي، وعدد سنوات الخبرة والقضايا العقائدية التي يلتزم بها، إلا أن التجربة اللبنانية تتميز لجهة الأخذ باعتبارات ومعايير إضافية، كمعيار الانتماء الطائفي والمذهبي الذي يفرض الانسجام والتماهي مع قضايا الطائفة على حساب القضايا الوطنية العليا.

المراجع

مجلات بحثية

- أميمة عمران، "معوقات الأداء المهني للمرسل الصحفي: دراسة ميدانية على المرسلين المحليين بالصعيد"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ١٩، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، إبريل ٢٠٠٧، ص ١٩٧.
- ماجدة مراد، "العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن والعشرون، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر ٢٠٠٧، ص ٢٠١.
- أحمد حماد، "معوقات الأداء المهني للقائم بالاتصال في التلفزيون المصري: دراسة ميدانية منشورة"، المؤتمر العلمي الدولي الأول: المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، أبريل، ٢٠١٣.

مقالات صحافية

- وفاء أبو شقرا، أستاذ في كلية الإعلام، الجامعة اللبنانية، مقال نشر في صحيفة الأخبار، ٨/١٠/٢٠١٩.

كتب

- لعياضي، نصر الدين. (٢٠٠١). وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة: القاعدة والاستثناء، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام-حكومة الشارقة، ص ٢٠٩-٢٠٨.
- فوزي، شروق سامي. (٢٠١٥). التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، ص ٤٠.
- حمادة، بسبوني إبراهيم. (١٩٩٣). دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، ص ٧٦.
- الطويرقي، عبدالله. (١٩٩٧). علم الاتصال المعاصر، مكتبة العبيكان، الطبعة الثانية، ص ٢٨٧.
- هاملتون، جون ماكسويل وكريمسكي، جورج أ. (٢٠٠٢)، ترجمة أحمد محمود). "صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأميركية"، دار الشروق، الطبعة الثانية، ص ٤٦.
- فوزي، شروق سامي. (٢٠١٥). التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، ص ٤٠.
- حمادة، بسبوني إبراهيم. (١٩٩٣). دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، ص ٧٦.

رسائل ماجستير ودكتوراه غير منشورة

- أبو ماضي، سمية كامل، (٢٠١٥)، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في تغطية قضية الانقسام الفلسطيني، دراسة تحليلية مقارنة، أطروحة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، ص ٥٣.

- صالح، عرفاوي، (٢٠١٥)، الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال، أطروحة ماجستير، جامعة ٨ ماي، الجزائر، ص. ٤٥.
مصادر أجنبية

-Elihu Katz and George Hedoll: Introduction in the Third World Promise and Performance, (Cambridge. Mass, Harvard UniversityPress, 1977) p.117.

- Chris Frost,Media Laws & Self Regulations, Pearson Education, Longman; 1 edition, 2000 P.17

مواقع إنترنت

التصنيف العالمي لحرية الصحافة ٢٠٢٠

<https://rsf.org/ar/ltsnyf-lmy-lsn-2019-al-lkhwf-tml-bqs-tqth> -

معهد الجزيرة للإعلام-مجلة الصحافة، ١٨ شباط، ٢٠٢٠

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/971> -

لبنان: استدعاء صحفي إلى التحقيق بتهمة "تحقير" جهاز أمني (٢٠١٩)

<https://bit.ly/2MsDFsT> -

قانون العقوبات، مرسوم اشتراعي رقم ٣٤٠، ١٩٤٣

<https://bit.ly/2n6bHux> -

سالم، بدار (٢٠١٨)، موقع (Vice) مقال بعنوان: في لبنان حرية التعبير غير مكفولة

<https://bit.ly/2nPGUSQ> -

<https://alraseefpress.net/?p=articles&id=2292017/8/9> العززي، تأثير المال على صناعة الإعلام، الرصيف برس

اللقاء الحواري حول: الإعلام والاتحياز الطائفي والمذهبي -

<http://maarefhekmiya.org/2924/>