

تنظيم الإعلام والإعلان الانتخابيين

يفترض مبدأ تكافؤ الفرص بين المواطنين/الناخبين إفساح المجال أمام جميع اللبنانيين في الظهور في وسائل الإعلام للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم السياسيّة، لتتأمن ديمقراطيّة الإعلام الانتخابي.

فلا تبقى إمكانيّة الظهور في وسائل الإعلام والإستفادة منها في التعبير عن الرأي، حكرا على أصحاب المال والنفوذ، بل تصبح أكثر تمثيلا وبالتالي أكثر ديمقراطيّة. الأمر الذي يساهم في تعميم ونشر الثقافة الديمقراطية في لبنان

لذا يجب تنظيم عمل وسائل الإعلام وعمل الإعلاميين في لبنان قبل وخلال الحملات الانتخابيّة، من دون الحدّ من الحريّات الإعلاميّة.

من هنا ننصح "الجمعيّة اللبنانيّة من أجل ديمقراطيّة الانتخابات" باتخاذ الإجراءات التالية:

1. وضع حدّ أدنى من المساحات الإعلاميّة التي يجب أن يحصل عليها كلّ مرشّح أو لائحة.
 2. تحديد حدّ أقصى من المساحات الإعلانيّة، التي لا يمكن للمرشّحين المتمولّين او للوائح أن يتخطوها.
 3. إعادة تنظيم عمل الإعلام الرسمي في لبنان وتحويله إلى إعلام عامّ لا يعبّر فقط عن آراء السلطات الحاكمة بل عن وجهات النظر كافة.
 4. على الوسيلة الإعلاميّة المرئية والمسموعة أو المكتوبة أن تعلن انحيازها لطرف ما أو أن تعلن حيادها وهي تحاسب، في اعلامها الانتخابي خاصّة، على هذا الأساس.
- ذلك لأنّ ادعاء الحياد أخطر من التحيزّ الواضح، لأنّ الوسيلة الإعلاميّة التي أعلنت حيادها تصبح مصدرا موثوقا للمعلومات من قبل المشاهدين، فيغلّف تحيزها المبطّن توجيهها للرأي العام، وخداعا للمشاهدين، لا يتناسب مع الأخلاقيّات الإعلاميّة.
5. من الأفضل منح الوسيلة الإعلاميّة الحقّ بأن تعلن تحيزها لفريق معيّن، وأن تحاسب على هذا الأساس، فيحقّ للوسائل الإعلاميّة المرئية والمسموعة بالتالي أن تقدّم **افتتاحيّات** لنشرات الأخبار (Editorials) تعرض فيها **قراءتها** للواقع السياسي ومواقفها، وتستطيع أن تتحيزّ فيها لفريق ضدّ الآخر، ولكن بشرطين:
 - أن لا تكون هذه الافتتاحيّات جزءا من نشرات الأخبار، بل تقدّم في وقت محدّد قبل بدء النشرة.

- وأن لا يعتمد من يقدم الأخبار نفسه بإذاعة هذه الإفتتاحية، لما لهذا المقدم من تأثير كبير في مقاربة المشاهد للأخبار اللاحقة.

6. في جميع الأحوال، لا يحقّ للوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة الخاصة أن تنحاز في عرضها للخبر الانتخابي.

7. تحديد فترة الصمت (reflection period) التي تسبق يوم الانتخاب والتي يُمنع خلالها الإعلام الانتخابي عبر وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمطبوع بـ 48 ساعة. وذلك لكي يتمكن الناخب من اتخاذ قراراته من دون أي نوع من الضغوط.

8. لا يحقّ للوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة أو المكتوبة أن ترفض إعطاء مساحات إعلانية لأيّ مرشح/ة أو لائحة، بغضّ النظر عن الإنتماء السياسي.

9. لا يحقّ للوسائل الإعلامية أن ترفض نشر الإعلانات الانتخابية، حتى ولو أعلنت انحيازها.

10. يجب على وسائل الإعلام ان تعتمد مبدأ المداورة في أوقات بث الإعلان وأن تحدّد سعر الإعلان الانتخابي.

11. يجب اعتبار صور وشعارات المرشحين واللوائح التي تعرض في أي وسيلة إعلامية، إعلاناً انتخابياً لهم.

12. على البلديات المختصة والقائمقاميات والمحافظات في الدوائر الانتخابية أن تحدّد مساحة إعلانية خاصة للمرشحين واللوائح بشكل متساوٍ.

للتأكد من التزام الوسائل الإعلامية بهذه الإجراءات، تقترح "الجمعية" إنشاء "هيئة مستقلة للإعلام والإعلان الانتخابيين" تشرف على تطابق عمل الوسائل الإعلامية في لبنان، قبل وخلال الانتخابات، مع القيود التي يجب أن تفرض على الإعلان والإعلام الانتخابيين في لبنان

تنتج هذه الاقتراحات من الحاجة الماسة إلى تنظيم للإعلام والإعلان الانتخابيين في لبنان، من دون المسّ بالحرية الإعلامية.

وقد يسهل هذا الأمر، إذا أنشئ إتحاد للإعلاميين في لبنان ينظّم المهنة ويحمي الإعلاميين من وسائل الإعلام ومن السلطة ومن أصحاب المال والنفوذ بشكل جدي، ويحدّد القواعد المنظمة للمهنة في "ميثاق شرف" يجتمع عليه الإعلاميون، ويؤمن احترام هذه القواعد وعدم مخالفتها.

