



المؤتمر المصري
من ملفات الإصلاح المؤسسي
نحو إعلام مستقل ومسئول

الإطار العام لإصلاح الإعلام السمعي البصري في مصر

هشام جعفر

مؤسسة مدى للتنمية

الإعلامية

أولاً: مرتكزات الإصلاح:

1. حرية الإعلام .
2. الاستقلالية .
3. تمكين المواطن/ المجتمع
الأهلي إعلامياً .
4. التنظيم الذاتي للمؤسسات
الإعلامية .

1. حرية الإعلام:

ماذا نعني بالحرية؟

- الحرية هي غياب الإكراه.
- هي التخلص من القيود التي تكبل طاقات الإنسان وإنتاجه ماديا أو معنويا.

ما المقصود بـ"حرية الإعلام":

نعني به: الحق في الاتصال كما ذكرته منظمة اليونسكو "حق الفرد في أن يعلم ويُعلم، وحقه في حماية خصوصيته والانتفاع بـالموارد المعلومات، وهي حقوق تتمتع بها أيضا المؤسسات الإعلامية التي من حقها النشر وحرية الحركة وكرتمان سر المهنة. ويتسع هذا المفهوم ليشمل النطاق الدولي، إذ يتضمن حق الدول في ضمان التدفق الحر والمتوازن للمعلومات، وفي حماية ذاتيتها الثقافية وحق الدول في الرد والتصريح".

ويشمل مفهوم حرية الإعلام أربعة عناصر:

1. حرية إنشاء وتأسيس وتملك المؤسسات الإعلامية. ويكون تطبيق ذلك بحيث تتولى هيئة واحدة (كما سنذكر لاحقا في عناصر الاستقلال) إصدار التراخيص لكافة وسائل الإعلام تحت شروط منظمة فقط.
2. التدفق الحر للمعلومات، أي حرية الحصول على المعلومات وتداولها وضمان حقوق الصحفيين من خلال تشريعات واضحة.
3. حرية التعبير عن الرأي بالتوازن مع تحقيق الصالح العام.
4. حرية التنظيم النقابي = إنشاء نقابة مهنية تحمي حقوق العاملين في الحقل الإعلامي.

2. الاستقلالية :

ومن أجل تحقيق العنصر الأول (الحرية)، لابد من توافر عنصر هام وهو الاستقلالية، ونعني بالاستقلالية:

أ- استقلالية الإعلام إزاء السلطة:

ويتضمن:

- وضع مواد دستورية تنص على استقلالية الإعلام العمومي بتحويل اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري إلى هيئة بث إعلامي للخدمة العامة تتمتع بالاستقلالية. وإجراء مشاورات واسعة النطاق بغرض تحديد مستقبل وسائل الإعلام المطبوعة التابعة للدولة. وفي حالة اتخاذ قرار بالإبقاء على هذه الوسائل بصفقتها ككيانات أو هيئات عامة، ينبغي توفير ضمانات تكفل استقلاليتها.
- إنشاء كيان تنظيمي يتمتع بالصفة الاستقلالية، تخول له صلاحية إصدار التراخيص اللازمة لمحطات البث الخاصة وتنظيم العمل فيها، بما في ذلك توفير إمكانية بث إشاراتها عبر الترددات الأرضية، وتعزيز التنوع في قطاع البث الإذاعي، بما يساهم في دعم المصلحة العامة.
- إلغاء وزارة الإعلام وتحويلها إلى هيئة مستقلة منظمة للإعلام بحيث يكون:
 - تمويلها من دافعي الضرائب المصريين.
 - تشكيل مجلس أمنائها من كبار الإعلاميين والشخصيات عامة بحيث يحقق التوازن بين سلطة الرئاسة والبرلمان والمجتمع المدني والشخصيات العامة، ويكون له السلطة في إدارة الهيئة بعيدا عن سيطرة الدولة، مع فرض قيود على تعيين ذوي المصالح سواء كانت سياسية أو تجارية ذات علاقة بالإعلام.
 - من مسؤولية الهيئة إصدار التراخيص أو التصاريح لجهات البث الإعلامي وضع السياسات التنظيمية الحاكمة، ثم مراقبة تطبيق شروط التصريح وفرض الامتثال للسياسات.

- التوزيع العادل لإعلانات الحكومة على وسائل الإعلام المختلفة (يقترح أن يكون وفق نسب التوزيع والمشاهدة).

ب- استقلالية الإعلام إزاء رأس المال:

- تفتيت ملكية وسائل الإعلام
- إصدار قوانين تضمن فصل الإدارة عن رأس المال في القنوات الفضائية، والإعلان عن السياسة التحريرية، والإفصاح الدوري عن مصادر الدخل والتمويل، بما يكفل الحماية والدعم القانوني والنقابي للإعلاميين إذا اختلفت مواقفهم مع رجال الأعمال الذين يملكون أو يمولون الفضائيات الخاصة.
- اتخاذ كافة التدابير الخاصة بكسر احتكار عدد محدود من شركات الإعلان لحصيلة الإعلانات في الفضائيات المختلفة وتوجيه سياسة القنوات والبرامج بما يتفق مع سياستها الإعلانية.

وهنا يمكن استلهاهم بعض السياسات من تجربة جنوب أفريقيا، مثل:

- حظر احتكار أي شخص أكثر من قناة تليفزيونية تجارية أو أكثر من محطتين إذاعيتين تجاريتين من ذات التشكيل الترددي ولا يجوز منح هذه المحطات تراخيص للبث في نفس المناطق.
- بالنسبة لأي شخص يمتلك صحيفة، عدم جواز امتلاك أكثر من 20% من أي جهة إعلامية مرخصة تعمل في ذات المنطقة التي يكون للجريدة بها متوسط تداول قدره 20% أو أكثر من مجموع نسبة القراء الكلية للصحف في المنطقة.
- حظر امتلاك أي شخص أجنبي لأكثر من 20 % من تراخيص البث.
- الحرص على تمثيل المواطنين في الهيئة المنظمة للإعلام السمعي البصري بأن يكون هناك عدد من الشخصيات العاملة الممثلة للمجتمع الأهلي في مجلس أمناء هذه الهيئة (مقترح ألا يقل عن الثلث).

3. تمكين المواطن/

الأهلى إعلامياً:

ويعنى هذا العنصر:

- الحرص على تمثيل كل عناصر المجتمع والأفكار والاتجاهات وتنوع التحليل في وسائل الإعلام.
- تحديد مسار لشكوى الجمهور من خلال الهيئة المنظمة للإعلام وإنشاء مؤسسات الرقابة المجتمعية والمؤسسات المساعدة لها... ودعم دور الجمهور في المشاركة في عملية الإصلاح بشتى الطرق، مع الحرص على نشر جميع الشكاوى والرد عليها لتكريس مبدأى الشفافية والمحاسبة مع جميع الجمهور.
- ويمكن استلهاً تشريع جنوب أفريقيا الذي ينص على وجود نوعين من الشكاوى التي يتم رفعها من قبل الجمهور أو أصحاب المصلحة:
- الشكاوى التي تتعلق بانتهاك شروط أو لوائح أو قوانين الترخيص
- شكاوى تتعلق بحدوث انتهاكات لميثاق الشرف الإعلاني
- ويتم النظر في الانتهاكات المزعومة لميثاق الشرف: إما بمعرفة لجنة الشكاوى والانضباط التابعة للهيئة المنظمة للإعلام ذاتها، أو أمام هيئة للرقابة الذاتية داخل جهات البث المرخصة بشرط أن تقرها الهيئة المنظمة.
- وللجهة الإعلامية التي وردت الشكاوى في حقها أن تختار واحدة من تلكما الجهتين للتحقيق معها.
- نشر مفهوم "التربية الإعلامية" وتطبيقها منذ سن المدرسة كما تقترح الدراسات الحديثة، مما سينعكس على زيادة الوعي ورفض سيطرة رأس المال.
- القيام بقياسات وبحوث سبر الآراء لمعرفة ما يحتاجه المواطن المصري من مضامين، مع تشجيع المؤسسات المستقلة التي تقوم بقياس نسب المشاهدة والمتابعة لدى الجمهور.

- وأخيراً يبقى هناك ضرورة ملحة لتشجيع إنشاء جمعيات أهلية للمشاهدين شبيهة بجمعيات حماية المستهلك هدفها الرقابة ونشر المخالفات من قبل وسائل الإعلام على اختلافها، مهمتها مراقبة المنتج الإعلامي في تلك الفضائيات والحفاظ على حق المواطن في تلقي خدمات إعلامية متنوعة ومميزة ووفق المعايير المهنية المعترف بها دولياً، وبما يكفل حقوق المواطنين في المشاركة في إنتاج الخطاب الإعلامي والتعبير الحر عن الآراء، والتصدي لجميع مظاهر سوء استغلال الإعلام لصالح فئة أو طائفة أو طبقة .

4. التنظيم الذاتي للمؤسسات الإعلامية:

لا تعمل منظومة إعلامية رشيدة في أي من المجتمعات المتقدمة من دون نمط من أنماط التنظيم الذاتي، ويمكن تعريف التنظيم الذاتي بشكل مبسط بأنه نمط من أنماط التنظيم الطوعي الداخلي الذي ترتضيه منظومة أو مؤسسة إعلامية لذاتها، بشكل يضمن لها حرية عملها، ويفرض عليها التزامات أخلاقية ومهنية، تؤطر أداءها وتعزز مصداقيتها لدى جمهورها وتضمن لها سبيلاً إلى إصلاح الأخطاء والتطوير المستمر.

عناصر التنظيم الذاتي:

لا يقتصر مفهوم التنظيم الذاتي على فكرة "مواثيق الشرف" و"الأكواد المهنية" رغم أهميتها، لكنه يتسع ليشمل عناصر متنوعة؛ منها ما يلي:

- **بيان الرؤية:** إذ يجب أن تعلن كل وسيلة من وسائل الإعلام بياناً عن رؤيتها، أي المكانة التي تسعى إلى احتلالها بين جمهورها وفي السوق.

- **بيان الرسالة (المهمة)؛** توضح فيه الوسيلة أسباب وجودها، وعناصر مهمتها، وما يدخل فيها من أنماط الأداء، ودوائر التركيز التحريري، ودورية الخدمة، وهي بمنزلة تعهد معلى من الوسيلة إلى الجمهور، يمكن لاحقاً محاسبتها أدبياً عليه إذا ما أخلت به.
- **الإستراتيجية؛** يجب أن تعلن كل وسيلة إعلامية إستراتيجيتها للعاملين بها، على ألا تضع ضمن تلك الإستراتيجية العناصر التي يمكن أن يشكل الإعلان عنها إضراراً بموقعها التنافسي.
- **إعلان الإستراتيجية؛** وهو التزام من قبل الإدارة بالتخطيط للمستقبل والاستعداد للمساءلة في حال عدم تنفيذ التعهدات الإستراتيجية، وحقاً أصيلاً للجمهور، على ألا تعلن الأهداف التي قد تشكل المعرفة بها ضرراً على الموقع التنافسي للمؤسسة
- **ضرورة إعلان** الأدلة التحريرية؛ مثل دليل الإرشادات التحريرية، ودليل الأسلوب، ودليل المسميات، وهي أدلة ضرورية لانتظام العمل وبناء شخصية المؤسسة وتسهيل أدائها لدورها.