أوراق البدائل

حول صياغة جهة ضابطة للإعلام المصري

(مجلس وطني على غرار انجلترا وفرنسا)

داليا شمس

منتدى البدائل العربي للدراسات (A.F.A)

العنوان: شقة ٤. الطابق الرابع. ٥ شارع المساحة. الدقي. القاهرة (ج.م.ع)

Website: www.afaegypt.org
Mail: info@afaegypt.org
Telefax: +202-37629937
Twitter: AFAlternatives
Facebook : https://www.facebook.com/AFAlternatives

حول صياغة جهة ضابطة للإعلام المصري

(مجلس وطني على غرار انجلترا وفرنسا)

داليا شمس

ورقة قدمت لندوة

إصلاح الإعلام والمجتمع المدني خطوات نحو الديمقراطية

(٧ ديسمبر ٢٠١١)

ضمن سلسلة ندوات: توصيات للمرحلة الإنتقالية في مصر

هذه الأوراق تصدر بصفة غير دورية

وهي نتاج سيمنار داخلي ولا تعبر بالضرورة عن رأي منتدى البدائل العربي للدراسات

قائمة محتويات

مقارنة سريعة بين الهيئتين من ناحية الشكل والتكوين: ٤
مقارنة سريعة بين الهيئتين من ناحية المهام والصلاحيات: ٤
توصيات خاصة بمصر من وحي التجربتين: ٥

نشر وتوزيع

رقم الإيداع: ١٨٥٣٨ / ٢٠١١

+2 01222235071

rwafead@gmail.com

www.rwafead.com

طريقة تعامل التليفزيون الرسمي المصري مع "أحداث ماسبيرو" وما شابها من تحريض ضد المتظاهرين الأقباط، كما أثبتت تحقيقات لجنة تقصي الحقائق التي شكلت بهذا الشأن، هي قطعا إحدى تجليات غياب الجهات المنظمة لعمل الإعلام المصري. فقد وصف تقرير اللجنة، الذي أعده المجلس القومي لحقوق الإنسان في أوائل نوفمبر ٢٠١١، تغطية التليفزيون المصري للأحداث بأنها كانت "مضللة ومحرضة ضد المواطنين المسيحيين حيث عرض أنباء تتهم المتظاهرين، محددة هويتهم بالأقباط، بإطلاق الرصاص على قوات الشرطة العسكرية والشرطة المدنية وسقوط ثلاث قتلى من بينهم. و تجاهل التليفزيون المصري عمدا حوادث القتل و الدهس و الاعتداء على المتظاهرين، ما أدى إلى استعداء المشاهدين على المواطنين المسيحيين و نزول البعض منهم بغرض مساندة الجيش، حيث تم الاعتداء على المسيحيين لمجرد أنهم مسيحيون"، وأضاف التقرير أن أداء التليفزيون المصري الرسمي كان "فقيرا مهنيا وتقنيا ويفتقد المصداقية، وكاد يوقع البلاد في أزمة طائفية حقيقية، لولا لطف الله"، وبعيدا عن تدخل العناية الإلهية لإنقاذ الموقف هل كان لمثل هذا الأداء أن يحدث في ظل وجود جهة ضابطة للعمل الإعلامي؟ هل كان سيسمح للعاملين والقائمين على التليفزيون بالتصرف على هذا النحو سواء بإلقاء التهم جزافا على الهواء مباشرة أو تبادل الاتهامات فيما بينهم لاحقا للتنصل من المسئولية؟ الإجابة قطعا ستكون بالنفي، ففي حال وجود جهة منظمة للعمل الإعلامي تكون التقاليد والأعراف و الضوابط معروفة للجميع ومحددة، بشكل يسمح باتخاذ الإجراء اللازم أو العقوبة المناسبة في كل مرة.

مظهر آخر من مظاهر غياب الجهات المنظمة للعمل الإعلامي يتبلور بوضوح خلال فترة الانتخابات، فمع اقتراب الاستحقاق الانتخابي النيابي بمصر لم نشهد معايير محددة لكيفية ظهور المشاركين على شاشات التليفزيون أو من خلال الصحف أو الإذاعة، بما يكفل التعددية المرجوة وتكافؤ الفرص بين المتنافسين، في حين أن مثل هذه الأمور تحكمها عادة قواعد محددة تختلف من فترة الإعداد مرورا بالتصويت وحتى الإعلان الرسمي للنتائج، فلكل مرحلة ضوابطها لضمان عدم التأثير على قرار المواطن أو المتلقي. أما في مصر فنجد أن كل قناة أو مؤسسة إعلامية قد اتخذت لنفسها نهجا مغايرا تبعا لتوجهاتها أو أهواء القائمين عليها، فاختار البعض مثلا عرض مناظرة بين مرشحين على اعتبار أنهما من النجوم الجدد المرتبطة أسماءهم بثورة يناير، في حين فضل آخرون التعرض لبرنامج هذا المرشح أو ذاك وفقا لما قد يحقق لهم نسب مشاهدة مرتفعة، إلى ما غير ذلك.

المثال الأول كاد يعرض البلاد لفتنة طائفية والمثال الثاني يؤثر على اختيار الشعب لممثليه ولمن سيأتي في السلطة، وبإمكاننا رصد حالات مختلفة، إلى ما لا نهاية، للتدليل على أزمة الإعلام المصري الرسمي والخاص في ظل غياب جهات ضابطة يكون من شأنها تنظيم العمل وضمان استقلال الإعلام عن السلطات السياسية والتنفيذية، بدلا من تضارب القوانين وتعدد الجهات المختصة وافتقاد وسائل الإعلام للإطار المؤسسي وعدم خضوعها إلى أي من أنماط التنظيم الذاتي الفعال أو الرقابة على الأداء وضمان الجودة.

وفيما يلي سنتعرض لخبرات كل من المملكة المتحدة وفرنسا في مجال تنظيم العمل الإعلامي للمقارنة بين طبيعة ومهام الأجهزة الضابطة التي شكلتاها منذ سنوات (حاليا CSA في فرنسا منذ ١٩٨٦، وOfcom في انجلترا منذ ٢٠٠٣)، نظرا لأهمية النموذجين، في محاولة لاستلهام تجاربهما والوقوف على بعض التوصيات القابلة للتنفيذ في مصر، إلا أننا نود أن نشير إلى أن أي تصور دقيق لكيفية تنظيم العمل الإعلامي لن يتضح بشكل كامل قبل تحديد شكل وطبيعة النظام السياسي الجديد لمرحلة ما بعد الثورة، وذلك لتقاطع مهام الهيئات الضابطة المستقلة مع مؤسسات أخرى في الدولة.

مقارنة سريعة بين الهيئتين من ناحية الشكل والتكوين:

- تم تشكيل المجلس الأعلى للسمعي والبصري بفرنسا (CSA) بناء على المادة الأولى لقانون ٣٠ سبتمبر ١٩٨٦ (والذي تم تعديله في أغسطس ٢٠٠٠)، بصفته "جهة إدارية مستقلة"، ويضم تسعة أعضاء يتم اختيارهم بواسطة رئيس الجمهورية ورئيس الجمعية الوطنية ورئيس مجلس الشيوخ لمدة ست سنوات، غالبا ضمن العاملين أو الناشطين في هذا المجال، على ألا يمتلكون أسهما في مؤسسات إعلامية وألا ترتبط مصالحهم بها. (لا يوجد في القانون ما ينص على عدم انتماء الأعضاء للحزب السياسي نفسه وإن كان مبدأ التعددية قد فرض ضمنيا، لذا جاء معظم الأعضاء المنتخبين في عهد الرئيس ساركوزي من نفس حزبه السياسي!)
- جاءت هيئة الاتصالات البريطانية أو حرفيا "المكتب الفيدرالي للاتصالات" (Ofcom) لتجمع تحت رايتها خمس جهات ضابطة أخرى يتعلق عملها بمعايير البث الإعلامي وتنظيم الإذاعات والتليفزيونات التجارية وإعطاء التراخيص ووسائل الاتصال عن بعد ، وذلك منذ ٢٩ ديسمبر ٢٠٠٣ وفقا لقانون الإعلام الصادر عن البرلمان في يوليو من نفس العام، أضيف إليها في أكتوبر ٢٠١١ جهة سادسة وهي هيئة خدمة البريد. وللجهاز تركيبة معقدة نظرا لتشعب اختصاصاته، يأتي على رأسها المجلس أو board الذي يعين أعضاءه (ما بين ٦ و ٩ أعضاء من المتفرغين وغير المتفرغين) من قبل وزراء الدولة لشئون (الميديا والثقافة والرياضة) و(التجارة والصناعة). يجتمع أعضاء هذا المجلس (من مديرين تنفيذيين وغير تنفيذيين ورئيس غير متفرغ) على الأقل مرة في الشهر لبيان الاتجاهات الإستراتيجية، وذلك بمقر الهيئة الحديث المطل على نهر التايمز والذي يتسع لأكثر من ٧٠٠ موظف.

مقارنة سريعة بين الهيئتين من ناحية المهام والصلاحيات:

- كما هو واضح من التسمية يختص ال CSA بتنظيم مجال السمعي والمرئي دون غيره، فهو "المجلس الأعلى للسمعي والبصري" أما الجهاز المنوط به ضبط العمل بمجال الاتصالات فيسمى (ARCEP)، ولدى CSA العديد من المهام التي لا يمكن التعرض لها هنا تفصيلا، من ضمنها: التدخل بما يضمن استقلالية وسائل الإعلام والمنافسة الحرة وجودة البرامج وتنوعها، كذلك حماية الثقافة واللغة الفرنسية وتطور الإنتاج وتنظيم البث (مثلا يحدد مدة الإعلانات أو مدة تمثيل تيار سياسي معين على الشاشات خاصة في وقت الانتخابات، نسبة ما يعرض من إنتاج فرنسي وأوروبي.. إلخ)، أحيانا يتدخل بمجرد توصيات وأحيانا

بالتوجه لدوائر أخرى قادرة على اتخاذ القرار مثل الحكومة والبرلمان، فهو في الأغلب الأعم بمثابة مجلس استشاري لا يمكن للحكومة أن تتخذ أي إجراء يتعلق بالإعلام المسموع والمرئي دون الرجوع إلى رأيه، الذي ينشر مع أي نص قانوني يتم إقراره، للدلالة على موافقة المجلس أولا. أما صلاحياته المباشرة فتتمثل في إعطاء التراخيص وتجديدها وتحديد الشروط الخاصة بحقوق الانتفاع أو تعيين أعضاء مجالس إدارات بعض المؤسسات العامة.

- يشرف "الأوف كوم" على عملية الإنتاج الإعلامي بكل فروعها سواء بالنسبة للبنية التحتية أو المحتوى، فهو الجهة المنسقة للإعلام و الضامنة للتنافس بين مقدمي الخدمة، ويقوم برفع تقاريره للبرلمان. وهو يتأرجح كثيرا بين التقاليد البريطانية العريقة المعروفة في هذا المجال و التوجه النيو- ليبرالي على النحو الأمريكي الذي يقلص دور الدولة ويخضع الإعلام لقوانين السوق كأي سلعة أخرى، وهو ما أضرم نقاشات واسعة حول إشكالية "المواطن- المستهلك" الواردة في نصوص الOfcom، وكيف للجهاز أن يحقق مصالح الاثنين معا دون أن يطغى مفهوم "المستهلك" بلغة السوق على حقوق "المواطن"، إذ لم يعد الحديث هنا عن "المشاهد" أو "المستمع" أو "المستخدم" أو "العميل" كما كان من قبل، بل تلخص الموقف في ثنائية "المواطن- المستهلك" في ظل نظام إعلامي يعتمد "الحوكمة" والتحرر من القيود أو **deregulation**، معتبرا أنه قد وصل إلى درجة معينة من النضج تسمح له بذلك. يتكون من عدة لجان أهمها لجنة المحتوى أو**content board** ويراعي لدى تشكيله التعدد الثقافي للمملكة ووجود مهنيين ومواطنين عاديين بين أعضائه، ويحاول وضع سلسلة من الضوابط التي لا تحتمل التأويل وتوفير الدراسات والأرقام التي قد تساعد على تحسين المستوى، لكن يأخذ عليه اهتمامه الشديد بالإحصاءات على حساب التفكير العميق ببعديه الثقافي والاجتماعي، فالتنافسية العالية تأتي غالبا على حساب التنوع والحساسية الثقافية، وهو ما ينتقده البعض.

توصيات خاصة بمصر من وحي التجربتين:

- إنشاء مجلس وطني للإعلام بوسائله و أنواعه المختلفة كي يوفر نظرة شاملة للمشهد الإعلامي بتفريعاته (راديو و تليفزيون و صحافة مكتوبة و اتصالات إلخ) و يعمل على التنسيق فيما بينها، حتى لا يكون هناك تضارب بين الضوابط والصلاحيات، فتدمج هذه الأخيرة ضمن هيئة واحدة على غرار الـOfcom، على أن تتبع هذه الهيئة عدة لجان متخصصة (وبالتالي يصبح وجود المجلس الأعلى للصحافة مثلا غير ضروريا).
- يرأس هذا المجلس المستقل ثماني أعضاء (بمن فيهم رئيس المجلس) يتم اختيارهم ضمن الصحفيين والعاملين بالحقل الإعلامي وممثلي المجتمع المدني المهتمين بالموضوع ويكون ضمن الأعضاء أيضا مهندس اتصالات أو تخصص مشابه وقانوني (من الأفضل طبعا أن يكون متخصصا في مجال الإعلام أو شخص على دراية واسعة بشتى المسائل التشريعية)، ويتم تعيين هؤلاء لمدة ست سنوات بواسطة مجلسي الشعب والشورى، على أن يراعي التعددية في الاختيار وتكون معظم أطياف المجتمع ممثلة. كذلك يجب ألا ترتبط مصالح هؤلاء بمؤسسات إعلامية بعينها فيمتلكون أسهما في بعضها على سبيل المثال، وفي حال ثبت كذب عضو من الأعضاء أو إخفائه لمعلومات بهذا الشأن يتم فصله فورا.

- لا يمكننا الأخذ بالنمط البريطاني المعمول به من ٢٠٠٣ لأننا لم نصل لدرجة "النضج" الإعلامي اللازمة، فنحن بحاجة لمرحلة وسيطة قبل الانتقال للتحرير الكامل إذا اضطر الأمر بعد سنوات، وبالتالي يفضل وضع ضوابط صارمة وعدم ترك الموضوع تماما لقوانين السوق، فبريطانيا كان ولا يزال لديها رصيدا كبيرا من تقاليد العمل الإعلامي تفتقره مصر بشدة، لذا يجب أن ينفذ المجلس الوطني قواعد واضحة بما لا يدع مجالا للشك أو التدخل. فسنمر بمرحلة من إعادة هيكلة الإعلام بحاجة إلى كثير من التعقل والوعي الاجتماعي والحساسية الثقافية، وهو ما لا يتوافر بشدة في النموذج البريطاني الأخير الذي قطع أشواطا عدة خلال القرن الفائت حتى وصل إلى هذا الشكل. أما النموذج الفرنسي، فيرى المراقبون أنه بحاجة إلى إعادة نظر، فهو يقتصر على المسموع والمرئي في وقت تشعبت فيه وسائل الاتصال وتداخلت مجالاتها، لكن يمكننا أن نأخذ ببعض تعليماته الخاصة بالحفاظ على الهوية الثقافية مثلا أو بضوابط التغطية الانتخابية، إذ يحتوي على نقاط جديرة بالتوقف عندها ونقلها مع تعديلات طفيفة.
- لا يجب أن يصدر أي تشريع يخص الإعلام دون مشاورة المجلس ونشر موافقته مع القرار أو القانون المصدق عليه من البرلمان على غرار النمط الفرنسي.
- الفصل بوضوح بين المهام الفعلية للمجلس (إعطاء تراخيص، تنظيم البث، إلخ) ووظائفه الاستشارية و المعلوماتية أو البحثية:

١. تحديد أشكال الدعم والتمويل الحكومي للميديا مثل (ضريبة المستخدمين للإعلام والتي تمول الخدمة العامة، مساعدات مادية للصحافة المكتوبة، سبل دعم الإعلام التعاوني).
٢. الرقابة على الإعلانات (طرق بثها ومدتها ونوعية الرسالة التي يحملها الإعلان).
٣. ضوابط للحد من تركز الملكية و إمكانية العقاب الفوري في حالة المخالفة، منع دخول شركات متعددة الجنسيات لمجال الإعلام المحلي، خفض السقف المسموح به في الملكية للحد من تركزها بين يدي أشخاص أو مجموعات بعينها، منع بعض الشركات المسيطرة على أنشطة اقتصادية بعينها من التوغل في مجال الإعلام.
٤. توفير المعلومات الخاصة بنسب المشاهدة وحجم الانتشار.. ووجود مؤشرات خاصة بالكم والكيف.
٥. وجود لجنة خاصة بالمحتوى.. تحلل ما يقدم و تدرس إمكانية تحسين المستوى.

- اقترح تشكيل لجنة تضم صحفيين (راديو وتليفزيون وجرائد) وممثلين عن أصحاب الصحف والقنوات التليفزيونية ومحطات الإذاعة وقانونيين ومهندسين وناشطين من المجتمع المدني للقيام بعملية "عصف ذهني" بهدف التوصل عمليا لصيغة مصرية أو التوافق على شكل وصلاحيات الجهة الضابطة المناسبة لنا في الوقت الحالي.

الإعلام وسيلة فعالة يحاول دوما القائمون على السياسة أو من هم في الحكم السيطرة عليها وتسخيرها بطرق شتى، وفي ظل النظم الديمقراطية يتم ذلك أحيانا من وراء الستار، لذا فمن مهام المجلس الوطني إعادة تنظيم المشهد بما يحقق التعددية والاستقلالية.