



# دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات

من منشورات مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا

Ul. Miodowa 10, 00-251

Warsaw, Poland

[www.osce.org/odihr](http://www.osce.org/odihr)

© OSCE/ODIHR 2012

جميع الحقوق محفوظة. يجوز استخدام محتويات هذا المنشور ونسخها بحرية لأغراض تعليمية وغير تجارية، على أن تتلزم كل عملية نسخ مع إشارة إلى مصدر المنشورات، منظمة الأمن والتعاون في أوروبا/مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان.

ISBN 978-92-9234-839-7

صورة الغلاف خاصة بمنظمة الأمن والتعاون

تصميم نونا رويتر

الطباعة في بولندا من جانب سانغراف

# دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات



# جدول المحتويات

7	كلمة افتتاحية
9	1. مقدّمة
13	2. الإعلام في العملية الانتخابية
13	أ. حقوق الناخبين
14	ب. حقوق المرشحين والأحزاب
14	ج. حرية الإعلام
14	2.1 أنواع وسائل الإعلام وتغطية الانتخابات
15	أ. الإعلام الإلكتروني
16	ب. الإعلام المكتوب
17	ج. الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة الأخرى: رؤية عامة
19	3. رصد الإعلام في إطار بعثات مراقبة الانتخابات: لمحة عامة
19	3.1 مهام المحلل الإعلامي
19	3.2 دور المحلل الإعلامي في بعثة مراقبة الانتخابات
21	3.3 تحليل الإعلام: ما الذي نحاول تحديده؟
	4. المبادئ التوجيهية لرصد الإعلام: المسائل الحساسة والأمثلة القياسية
25	والممارسات الفضلى
	4.1 الإطار القانوني والأنظمة الانتخابية وإدارة الانتخابات
26	وأجهزة تنظيم الإعلام
28	4.2 المشهد الإعلامي ودور السلطات
28	4.3 التغطية الإعلامية
28	أ. التعددية والتنظيم
28	ب. مزايا تولي المناصب العامة
29	4.4 تنظيم التغطية الإعلامية خلال الانتخابات
35	5. إجراء رصد للإعلام
35	5.1 تقييم دور وسائل الإعلام وأدائها خلال الانتخابات

47	6. معالجة البيانات وتحليلها
47	6.1 وحدات السياق
47	6.2 وحدات التسجيل
48	6.3 الترميز
49	6.4 نظام القياس
49	6.5 جودة التغطية
50	6.6 حالات القياس
51	6.7 تفسير البيانات

53	ملحق: تجميع المعايير والمبادئ حول حرية التعبير خلال الانتخابات
----	--

# كلمة افتتاحية

تعتبر حرية التعبير وحرية الإعلام أساسيتين لأي عملية ديمقراطية حيث يشكّل تقييم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية جزءاً جوهرياً من منهجية مراقبة الانتخابات. ويوفّر هذا المنشور تفسيراً مقتضباً عن منهجية رصد الإعلام التي يستخدمها مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان التابع لمنظمة الأمن والتعاون في أنشطته لمراقبة الانتخابات.

ويتضمّن هذا الدليل مجموعة من المبادئ التوجيهية لتغطية الحملات الانتخابية من جانب وسائل الإعلام العامة والخاصة لا سيّما الإعلام المرئي والمكتوب فضلاً عن الوسائل المرتبطة بالإنترنت وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة. والهدف ليس توفير كتيب مفصّل عن هذه المسائل إنما تسليط الضوء على بعض المبادئ المشتركة التي تهّم المراقبين الدوليين عند مراقبة العملية الانتخابية من وجهة نظر الإعلام.

ويتضمّن الجزء الأخير من هذا المنشور بعض المعلومات الأساسية حول الجوانب الفنية لرصد الإعلام، حيث يفسّر الدور المحدد للمحلل الإعلامي في بعثات مراقبة الانتخابات. غير أنّه لا يشكل دليلاً فنياً يفصّل كل جانب من جوانب هذا العمل.





## مقدّمة

عند قراءة هذا الدليل، لا بد من فهم نقطتين مهمتين ومتّسقتين من البداية. النقطة الأولى هي أنّ الدول المشاركة في منظمة الأمن والتعاون قد فوّضت مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان تولّي مهام مراقبة جميع جوانب العملية الانتخابية على أمد طويل، من تسجيل الناخبين والمرشحين وصولاً إلى اليوم الانتخابي حتى تسلم المسؤولين المنتخبين مناصبهم. ويتضمّن هذا التفويض إشارة محددة إلى الحاجة إلى تقييم آلية عمل الإعلام التي تأخذنا إلى النقطة الثانية وهي اضطلاع الإعلام بدور حيوي خلال أيّ انتخابات. وبالتالي فإنّ أيّ جهود مراقبة يجب أن تولي اهتماماً خاصاً لأنشطة وسائل الإعلام وتغطيتها للانتخابات.

خلال قمة منظمة الأمن والتعاون في بودابست عام 1994، أقرّت الدول المشاركة أهمية الإعلام بوضوح وفوّضت مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان «الاضطلاع بدور معزّز في رصد الانتخابات قبل العملية الانتخابية وخلالها وبعدها. وفي هذا السياق يتعيّن على مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان تقييم الظروف التي تضمن عمل وسائل الإعلام بشكل حرّ ومستقل».

وخلال الانتخابات، يوفرّ الإعلام قناة ثمينة للمعلومات بين المتنافسين والجمهور. ومن خلال توفير مساحة للمناظرة العامة وإطلاع المواطنين على سياسات المرشحين والأحزاب وأرضيات عملهم، يسمح الإعلام للناخبين باتخاذ قرارات مستنيرة عند الإدلاء بأصواتهم. ولا يمكن المغالاة بأهمية النقطة الأخيرة هذه، حيث تعتبر قدرة الناخبين على اتخاذ خيارات مستنيرة أحد الجوانب الرئيسية للانتخابات الديمقراطية.

لقد جرى اتخاذ خطوات عدّة لضمان عمل وسائل الإعلام بشكل عادل وموضوعي ومتوازن عند أداء مهامها في أيّ مجتمع ديمقراطي. وتتضمّن هذه الخطوات مجموعة من الاتفاقات الحكومية حول حرية الإعلام والتعبير وتوصيات من المنظمات الدولية والإقليمية وقوانين وطنية حول آلية عمل وسائل الإعلام وإنشاء وسائل إعلامية عامة وتشكيل أجهزة تنظيمية وطنية للإعلام وإدخال تدابير للتنظيم الذاتي من جانب المؤسسات الإعلامية.

وتخضع مجموعة من الدول المكوّنة لمنظمة الأمن والتعاون للالتزامات المحددة في إطار مؤسسات أخرى وهي جميعها بطبيعة الحال موجهة من التشريعات الوطنية الخاصة بها. وقد وافقت جميع دول منظمة الأمن والتعاون على التزامات محددة لمنظمة الأمن والتعاون ترعى المسائل ذات الصلة شأن حرية التعبير وحرية الإعلام وسير الانتخابات الديمقراطية.

ويمكن تلخيص الأحكام الرئيسية لهذه الالتزامات على الشكل التالي:

- ✓ حرية الإعلام هي أحد الشروط الأساسية لمجتمع تعددي وديمقراطي؛
- ✓ الحق في حرية التعبير هو حق أساسي للإنسان وشرط ضروري في النظام الديمقراطي. لذلك فإن وسائل الإعلام المستقلة والتعددية هي أساسية لمجتمع حرّ ومنفتح ولتوفير المعلومات الضرورية لمحااسبة الذين يتولون المناصب العامة؛
- ✓ يتّسم الإعلام المستقل والحر بأهمية خاصة في صون حقوق الإنسان والحريات الأساسية؛
- ✓ لذلك لا بد من تعزيز تطبيق التزامات منظمة الأمن والتعاون الخاصة بالإعلام لضمان مساحة منفتحة وأصيلة للمعلومات؛
- ✓ وتشكّل حرية التعبير التي تتضمّن الحق في التواصل وحق وسائل الإعلام في جمع المعلومات والآراء ونشرها حقاً أساسياً من حقوق الإنسان؛
- ✓ ويجب أن يتمتّع الجمهور بحرية تلقي المعلومات والأفكار ونقلها بما في ذلك من خلال قنوات البث والمنشورات الأجنبية من دون تدخّل السلطات العامة؛
- ✓ كما يجب أن تحظى وسائل الإعلام بإمكانية النفاذ من دون عوائق إلى الأخبار وخدمات المعلومات الأجنبية؛
- ✓ ويجب أن يكون أيّ قيد على حرية التعبير متسقاً مع ما تنص عليه المعايير الدولية. كما يجب أن يحترم أيّ قيد على حرية التعبير المبادئ الرئيسية الثلاثة:
- ◆ المساواة: يجب أن يكون أيّ قيد على حرية التعبير محدداً في القانون؛
- ◆ الشرعية: تتضمّن الغايات الشرعية لهذه القيود ضمان احترام حقوق وحريات الآخرين، ومنع الإخلال في النظام أو الجريمة، وحماية الأمن القومي والنظام العام، فضلاً عن حماية الصحة العامة أو الأخلاقيات؛
- ◆ النسبية: يجب أن تكون جميع الأحكام التي تقضي بوضع قيود على الحق في حرية التعبير متناسبة مع الغايات المتوخاة من اعتماد هذه القيود؛
- ✓ يجب إدانة الاعتداءات أو المضايقات التي يتعرّض لها الصحفيون وينبغي بالتالي محااسبة المرتكبين؛
- ✓ ولا بد من اتخاذ تدابير لحماية الصحفيين المشاركين في أنشطة مهنية خطيرة؛

✓ تتضمن الحقوق التشاركية للأفراد والمجموعات حقهم في النفاذ إلى وسائل الإعلام من دون معوقات وعلى قاعدة غير تمييزية؛ و

✓ يجب ألا تعيق أيّ عقبات قانونية أو إدارية نفاذهم إلى وسائل الإعلام في إطار العملية الانتخابية.

وتعتبر فترات الانتخابات على نحو خاص فترات متطلّبة للمحترفين في مجال الإعلام. وفي هذا الصدد، يتابع ممثل منظمة الأمن والتعاون لشؤون حرية الإعلام التطوّرات ذات الصلة على المستوى الإعلامي في الدول المشاركة ويروّج للامتثال الكامل للالتزامات المنظمة في مجال حرية التعبير والإعلام الحر. ويشدّد ممثّل المنظمة بانتظام في بياناته على النقاط التالية:

✓ يؤدي الإعلام الحر والمستقل والنظام القضائي الفعّال دورين يعززان بعضهما بعضاً في أيّ ديمقراطية؛

✓ من مسؤولية أصحاب وسائل الإعلام بما في ذلك الدولة، احترام الحق في حرية التعبير وبشكل خاص الاستقلالية التحريرية للصحفيين؛

✓ يشكّل استخدام قوانين التشهير الجنائية بما في ذلك استغلالها من جانب سياسيين وشخصيات عامة أخرى انتهاكاً للمعايير الدولية. ويجب إلغاء قوانين التشهير الجنائية واستبدالها بقوانين تشهير مدنية مناسبة؛

✓ يعتبر استخدام الموارد العامة من جانب الحكومات والمؤسسات العامة لأغراض التأثير على مضمون وسائل الإعلام غير مقبول؛

✓ يجب أن يكون هناك فصل واضح بين الأنشطة السياسية والمصالح الإعلامية لهؤلاء السياسيين الذين يملكون وسائل إعلامية. وبالتالي يجب أن يتم الإعلان عن هذه الملكية.

✓ ينبغي أيضاً حماية حقوق الصحفيين في الاستقصاء حيث يجب ألا تتمّ محاسبتهم جنائياً على انتهاك السرية عند نشر معلومات سرية ولا بد أيضاً من مناصرة الحق في حماية المصادر غير المعلنة؛

✓ يجب منع تركّز ملكية وسائل الإعلام بشكل غير صحيح من خلال اتخاذ التدابير الملائمة شأن أحكام تضارب المصالح ومكافحة الاحتكار؛

✓ يجب حماية منظّمي البث والأجهزة الراعية من التدخل السياسي والتجاري؛

✓ ينبغي تعزيز دور محطات البث العامة؛

✓ توطيد الحوكمة الصالحة للإنترنت ومنع الرقابة الحكومية غير المناسبة والإفراط في تنظيم هذه الوسيلة الإعلامية؛

✓ يجب بذل جهود مستمرة لمنع سوء استخدام قوانين خطابات الكراهية ومحاولات تصنيف الآراء المسيئة أو الناقدة كتطرّف مستحق للعقاب؛

✓ ينبغي أيضاً تعزيز التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام كأفضل سبيل لمعالجة/تصحيح أخطاء الصحفيين المهنية؛ و

✓ يجب أن يكون تعزيز التنوع بما في ذلك المساواة بين الجنسين وتكافؤ الفرص لجميع شرائح المجتمع للنفوذ إلى موجات البث الهدف الرئيسي لأنظمة البث.

## الإعلام في العملية الانتخابية

تضطلع وسائل الإعلام بدور هام خلال فترة الانتخابات. فبالإضافة إلى إعداد تقارير عن أداء المسؤولين وتوفير منصة للمناظرات بين المرشحين والسماح لهم بإيصال رسائلهم إلى القاعدة الانتخابية وتغطية تطورات الحملة الانتخابية، يتعين على وسائل الإعلام أن تعلم الناخبين بكيفية ممارسة حقوقهم ورصد العملية الانتخابية بما فيها إجراءات اليوم الانتخابي ونقل النتائج إلى الجمهور.

وعند مراقبة عمل وسائل الإعلام خلال الانتخابات، من المهم النظر في درجة الاستقلالية أي حرية الوسائل من أي تدخلات سياسية أو غيرها فضلاً عن درجة تنوع الإعلام. وفي هذا الإطار، لا بد من النظر في ثلاث مجموعات من الحقوق والواجبات المترابطة ألا وهي: حقوق وواجبات الناخبين وحقوق وواجبات المرشحين وحقوق وواجبات وسائل الإعلام نفسها.

### أ. حقوق الناخبين

لا بد من تزويد الناخبين بجميع المعلومات التي يحتاجون إليها لممارسة حقهم في التصويت. ويتطلب حق الناخبين في اتخاذ خيار مستنير حرص الإعلام على إطلاعهم بشكل موضوعي ودقيق على أوضاع عمل وآراء مختلف المرشحين والأحزاب فضلاً عن الأحداث التي تشهدها الحملة الانتخابية والعملية الانتخابية بما في ذلك احتساب الأصوات والإعلان عن نتائج الانتخابات. ويجب أن تساعد وسائل الإعلام الناخبين على فهم كيفية ممارسة حقهم في المشاركة السياسية لا سيما في إجراءات التصويت.

1 للمزيد من المعلومات حول هذا الموضوع، راجع D.C. Hallin and P. Manthelini، مقارنة نظم الإعلام. ثلاثة نماذج حول الإعلام والشؤون السياسية (كامبريدج: مطبعة جامعة كامبريدج، 2004).

## ب. حقوق المرشحين والأحزاب

للمرشحين والأحزاب الحق في إيصال أرضيات عملهم وآرائهم بشكل حر إلى الجمهور. ويجب أن يحظى السياسيون بإمكانية النفاذ إلى وسائل الإعلام لإطلاع القاعدة الانتخابية على سياساتهم وآرائهم بشأن المسائل المتعلقة بالمصلحة العامة. كما توفر وسائل الإعلام مساحة حيث يمكن للمرشحين مناقشة المواضيع الانتخابية. ويمكن تغطية المرشحين بأشكال متنوعة ويسعهم النفاذ إلى وسائل الإعلام بأشكال عدة؛ إنما المهم أنهم يتمتعون بفرصة متساوية لإطلاع الناخبين على سياساتهم وبالتالي عدم مواجهة أي تمييز في النفاذ إلى وسائل الإعلام. ويحق للمرشحين الرد على البيانات أو التقارير غير الدقيقة أو المسيئة الصادرة في وسائل الإعلام والقيام بذلك في الوقت المناسب على امتداد العملية الانتخابية.

وعلى الرغم من حق المرشحين والأحزاب السياسية في النفاذ إلى وسائل الإعلام، إلا أنه يجب عدم استغلال ذلك. فيجب ألا يحّد حق السياسيين في النفاذ إلى وسائل الإعلام من حرية التعبير لدى الصحفيين أو أن يضرّ بهم. كما ينبغي أن يمثل المرشحون والأحزاب السياسية لبعض الالتزامات الأساسية بهدف احترام حرية الإعلام. وبالتالي يتعيّن عليهم عدم التدخل في السياسة التحريرية لوسائل الإعلام بأيّ من وسائل الضغط المباشرة أو غير المباشرة ويجب أن يحترموا القوانين التي ترقى الحملة والإعلام بما فيها الأحكام المتعلقة بفترات الصمت الإعلامي.

## ج. حرية الإعلام

يجب أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية إطلاع الجمهور على الحملة الانتخابية والتعبير عن آرائها. ومن مهام وسائل الإعلام تغطية القضايا السياسية بشكل مهني. كما لا بد أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية تغطية جميع القضايا المتعلقة بالانتخابات، بما فيها عمل إدارة الانتخابات والسياسات وأرضيات العمل البديلة وأنشطة المرشحين والأحزاب والمشاكل والحوادث التي تحصل خلال الحملة الانتخابية وإجراءات اليوم الانتخابي والإعلان عن نتائج الانتخابات. فضلاً عن ذلك، يجب أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية الاضطلاع بدور فاعل في عملية تثقيف الناخبين من خلال تزويدهم بمروحة متنوعة من الآراء بما فيها آراء الصحفيين والمحللين السياسيين. كما ينبغي أن تحظى وسائل الإعلام بحرية إبداء آراء ناقدة لأرضيات عمل السياسيين أو سجلاتهم العامة. وتحدّد مجموعة من العوامل مدى نجاح وسائل الإعلام في تثقيف الجمهور بشكل صحيح ودقيق وشفاف ومتوازن. والأهم من كلّ ذلك، يجب أن يقلل مدراء ومالكو وسائل الإعلام مبادئ الاستقلالية والموضوعية الصحفية. لذلك يتعيّن عليهم أن يطلبوا من موظفيهم الالتزام بهذه المبادئ وعدم الانحياز إلى مرشح أو حزب معيّن.

## 2.1 أنواع وسائل الإعلام وتغطية الانتخابات

يمكن تصنيف وسائل الإعلام وفق مجموعة متنوعة من المعايير، إلا أنّ النقطة الأهم لغايات هذا الدليل هي نوع الوسيلة - إلكترونية أو مكتوبة - ونوع الملكية.

## أ. الإعلام الإلكتروني

تخضع عادة وسائل الإعلام الإلكتروني لدرجة أعلى من الرقابة التنظيمية من جانب السلطات العامة مقارنة مع وسائل الإعلام المكتوب. وتتوفر عادة ذريعتان رئيسيتان لتبرير ذلك:

- ✓ الحاجة إلى ضمان التوزيع العادل للموارد العامة المحدودة (موجات البث والترددات)؛ و
- ✓ الحاجة إلى فرض مستوى معين من الالتزام العام على أصحاب محطات البحث. وتعتبر محطات البث (خاصة التلفزيون) شيئاً أكثر من وسائل تواصل بسيطة، حيث تشكّل عناصر أساسية للترويج للأهداف الاجتماعية والثقافية والسياسية. لذلك، من المهم أن يضمن أي إطار تنظيمي للإعلام - سواء كان تنظيمياً قانونياً أو ذاتياً - تحقيق هذا الهدف.

ويمكن الفارق الرئيسي بين وسائل الإعلام الإلكتروني في تلك المملوكة من الدولة وتلك التي يملكها القطاع الخاص. ولهذا الفارق آثار على درجة الالتزام والتنظيم والرقابة المفروضة على هذه الوسائل من جانب المؤسسات العامة. غير أنه، من المعروف على نطاق واسع أن تغطية الحملات الانتخابية من جانب محطات البث العامة والخاصة يجب أن تكون عادلة ومتوازنة ومحيدة.

### محطات البث العامة/الحكومية<sup>2</sup>

الفكرة الرئيسية لمحطات البث العامة هي أن القطاع الخاص وحده عاجز عن ضمان التعددية في مجال البث. وتميل عادة محطات البث العامة إلى الالتزام بمعايير أعلى للمسؤولية من حيث احترام مبادئ الشمولية والتنوع والاستقلالية والمحاسبة والتمايز عن المحطات النظرية. ويبرر التنظيم الصارم المفروض على هذه المحطات بالحاجة إلى حمايتها من تدخل الحكومة أو رقابتها غير المتناسبين وبالتالي السماح للصحفيين بالعمل بحرية وفق التزامهم أمام الجمهور.

يتوقع من جميع وسائل الإعلام الإلكترونية توفير تغطية متوازنة ومسؤولة ومحيدة وعادلة، غير أنه يقع على عاتق وسائل الإعلام الحكومية/العامة بشكل خاص الالتزام بمعايير صارمة بما أنها تابعة لجميع المواطنين. بالتالي، فإن استخدام وسائل الإعلام الحكومية للترويج لحزب سياسي أو مرشح معين تلاعب غير مشروع بالرأي العام واستغلال للموارد العامة. وتعتبر وسائل الإعلام المملوكة من الدولة أكثر عرضة لهذه الضغوط من السلطات لا سيما في الدول حيث لم تتحول بعد بشكل فعلي إلى محطات بث عامة مستقلة.

2. يتم تمويل محطات البث العامة من خلال المال العام حيث تقدم خدمات شاملة (للجمهور برمته) وهي خاضعة للمحاسبة أمام الدولة ككل. لذلك يجب ألا تدعم أي حزب أو حكومة. كما تمول وسائل الإعلام الحكومية بواسطة المال العام إنما تكون ملكاً للدولة أو الحكومة وهي بالتالي خاضعة للرقابة المباشرة من مالكيها. والمهم في هذا الإطار هو أنه بصرف النظر عن ملكية هذه المحطات، وسواء كان يتم تمويلها بشكل رئيسي من خلال أموال المكلفين سواء بشكل مخصصات أو من موازنة الدولة أو كرسوم يدفعها المواطنون، فلديها التزامات عامة أكثر إلزامية من المحطات الخاصة من حيث الإنتاج والتغطية.

وفي تغطيتها للانتخابات، يتعين على المحطات الممولة من القطاع العام أن توفر صورة كاملة ومتوازنة وعاجلة ودقيقة وموضوعية للظيف السياسي برمته، بالنظر إلى أنها مفوضة خدمة الجمهور وتقديم مجموعة واسعة متنوعة ومتعددة من الآراء.

### وسائل الإعلام الخاصة

على الرغم من أن وسائل الإعلام الخاصة هي شركات تجارية، إلا أنه يطلب منها غالباً تلبية بعض الالتزامات (خاصة خلال الحملات الانتخابية). وقد يتضمن الترخيص الممنوح لها والذي تعطيه السلطة العامة على قاعدة دورية بعض المتطلبات المتعلقة بالأخبار والمعلومات وبرامج أخبار الساعة والشؤون الراهنة فضلاً عن تثقيف الناخبين.

ويعتمد اعتبار وسائل الإعلام الخاصة مصادر معلومات في الحملة الانتخابية بشكل جزئي من حيث الاختراق والتغطية والجمهور على أهمية وسائل الإعلام العامة. فعلى سبيل المثال، حين تغطي وسائل الإعلام الحكومية/العامة وحدها كامل الأراضي الوطنية، فيما تغطي وسائل الإعلام الخاصة مناطق جغرافية محدودة فقط، تعتبر أهمية الأخيرة أقل شأنًا. وفي المقابل، في الدول التي تعتبر تجربتها متواضعة في مجال الإعلام العام، يحتمل أن تشكل وسائل الإعلام الخاصة المصدر الرئيسي للمعلومات الانتخابية للناخبين. وتكمل عادة وسائل الإعلام الخاصة المحطات الإعلامية العامة/الحكومية (خاصة تلك الخاضعة لرقابة شديدة) من خلال توفير مروحة بديلة أو أكثر تنوعاً من الآراء.

يتعين على وسائل الإعلام الخاصة الالتزام بأعلى المعايير الصحفية المهنية. كما يتوقع منها أيضاً أن تحترم مبدأ الحياد في برامجها الإخبارية والخاصة بالشؤون الراهنة.

### ب. الإعلام المكتوب

عندما تكون وسائل الإعلام المكتوب مملوكة من السلطات العامة، يجب أن تخضع للالتزامات نفسها التي ترعى الوسائل العامة من حيث العدالة والتوازن والحياد. ويجب أن تتلافى أي نوع من التمييز أو الانحياز السياسي لصالح أو ضد مرشحين معينين أو أحزاب سياسية محددة.

وتحظى عادة لوسائل الإعلام الخاصة بدرجة أعلى من التأييد مقارنة مع الصحافة الممولة أو محطات البث. لذلك فإنه من المقبول أن تعتبر الصحافة بصراحة عن رأيها السياسي. فضلاً عن ذلك، تظهر الممارسة العامة للتنظيم الذاتي المعتمد من جانب وسائل الإعلام المكتوب (من خلال مدونات السلوك الداخلية ومجالس الصحافة) أن الصحافة لا تحتاج إلى الالتزام بقواعد تضعها أجهزة خارجية وأن وسائل الإعلام يمكن أن تكون مسؤولة عن خياراتها التحريرية. بالتالي، حتى خلال الفترة الانتخابية، يكون لوسائل الإعلام المكتوب التزامات أقل من حيث المرشحين والأحزاب السياسية؛ وهي أقل عرضة من الإعلام الإلكتروني للأنظمة الصارمة، إن وجدت.



والذريعة المستعملة لتبرير هذا الموقف هو أنّ وسائل الإعلام المكتوب لا تستفيد من سلعة عامة ومحدودة شأن موجات البث. ويكون نتيجة لذلك التزامهم العام بالحياد والتوازن أقل بكثير من التزام الإعلام المكتوب.

### ج. الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة الأخرى: رؤية عامة

نتيجة لبروز وسائل إعلام وتكنولوجيات تواصل جديدة، غيّرت المرحلة الجديدة من التواصل السياسي بشكل جذري العلاقات بين المتنافسين والناخبين.

وتقدّم وسائل الإعلام الجديدة للمرشحين والأحزاب السياسية فرصاً لتنويع حملاتهم لبلوغ شرائح مختلفة من الجمهور المستهدف بشكل بسيط وفعال للغاية. ويسمح نموذج Netcast مقارنة مع نماذج البث التقليدية بتسهيل نشر رسائل محددة وتعميمها على شرائح معينة من السكان. وثمة إمكانية مشابهة في إرسال الرسائل النصية إلى الهواتف النقالة وهي تقنية بدأ مسؤولو الحملات السياسية بإطلاقها في بعض الدول.

وساهم الإنترنت من دون شك في زيادة إمكانية توفير معلومات لشريحة أكبر من السكان من خلال استحداث مزيد من الفرص للناخبين العاديين لجمع أخبار وآراء سياسية. على المستوى الفني، بدأت السلطات الانتخابية باستخدام الإنترنت لنشر المعلومات الخاصة بالعملية الانتخابية بما فيها قوائم الناخبين والشكاوى الواردة والإحصاء العام للأصوات والإعلان عن النتائج.

وعلى الرغم من قدراتها الضخمة، إلا أنّ تأثير التكنولوجيات الجديدة لا يزال محدوداً بفعل انعدام المساواة الاجتماعية. وتشكّل الفجوة الرقمية - النفاذ غير المتساوي إلى التكنولوجيات الجديدة - عقبة فعلية أمام الاستعمال المنتظم للإنترنت. وينسحب الأمر إنما بدرجة أقل على استخدام أجهزة الهاتف النقال في التواصل السياسي. حيث تستعمل عادة الهواتف النقالة على نطاق أوسع في الدول الأكثر فقراً وضمن شرائح السكان الأدنى دحلاً بفعل التوفّر المحدود للخطوط الثابتة (التي بدورها، تعتبر أحد العوامل التي تعيق النفاذ إلى الإنترنت).

يشكّل دور الإنترنت في العملية الانتخابية وما يجب أو يمكن لأيّ أنظمة إن وجدت أن تفرضه على المواقع الإلكترونية مسائل جدلية خاصة في ما يتعلّق بفترات الصمت التقليدية واستطلاعات الرأي. وهذا جزء من نقاش أوسع حول درجة الحرية التي يجب أن يتمتّع الإنترنت بها ومدى إمكانية تطبيق الأنظمة بشكل واقعي على هذه الوسيلة الإعلامية. بالعموم، تمّ استهجان أيّ قيد على حرية مستخدمي الإنترنت والناشرين عبره. حيث تعتبر الشبكة العنكبوتية تعددية وسوقاً غير محدودة للأفكار وهي مبدئياً في متناول الجميع. إلا أنّها لا تزال غير منظمة على نطاق واسع ويشير كثيرون إلى أنّ تنظيمها غير ممكن أو غير مرغوب.

ويلاحظ التأثير المحتمل للإنترنت في المحاولات المتكررة لبعض الدول والحكومات للتحكّم بالنفاذ إلى الشبكة العنكبوتية من خلال مجموعة متنوعة من الآليات التي تتضمن ملكية الدولة المباشرة لمقدمي خدمة الإنترنت ومراقبة أرسيف المزودين أو عبر الجهود الرامية إلى إعاقه النفاذ إلى المواقع الإلكترونية «المخرّبة سياسياً».

كما يمكن أن يخضع مقدّم المحتوى للضغوط نفسها التي يتعرّض لها الصحفيون في وسائل الإعلام التقليدية.



# رصد الإعلام في إطار بعثات مراقبة الانتخابات: لمحة عامة

## 3.1 مهام المحلل الإعلامي

تتركز مهمة المحلل الإعلامي في الأساس على جمع معلومات كافية وموثوقة لتحليلها والتوصل إلى استنتاجات متعلقة بأداء وسائل الإعلام خلال الفترة الانتخابية (سواء كانت مرحلة ما قبل الانتخابات - التي تعرف بالمرحلة بين الإعلان عن الانتخابات وبدء فترة الحملة الانتخابية - الحملة الانتخابية أو الفترة التي تلي الحملة الانتخابية حتى الإعلان عن نتائج الانتخابات أو مغادرة بعثة مراقبة الانتخابات الدولية)، مع السعي إلى رفع توصيات حول كيفية تحسين هذا الجزء من العملية الانتخابية. يمكن أن يستخدم المحلل الإعلامي مجموعة من الأساليب في جمع المعلومات الضرورية. ويقوم بذلك في إطار فريق عمل يتضمن وحدة متخصصة في رصد الإعلام وعددا من محلي الفريق الأساسي ضمن بعثة مراقبة الانتخابات، الذين يحللون أجزاء أخرى من العملية الانتخابية للبعثة.

وسوف يتناول القسم الباقي من هذا الفصل قضايا وأسئلة محددة متعلقة بدور المحلل الإعلامي، بدءاً بلمحة عامة عن موقع المحلل الإعلامي في الفريق الأساسي ووظائف وحدة رصد الإعلام.

## 3.2 دور المحلل الإعلامي في بعثة مراقبة الانتخابات

يتطلب عمل المحلل الإعلامي تفاعلاً خاصاً مع مختلف أعضاء بعثة مراقبة الانتخابات:

✓ رئيس البعثة: يقدم المحلل الإعلامي المشورة إلى رئيس البعثة حول القضايا الإعلامية التي تتضمن التغطية الإعلامية لبعثة مراقبة الانتخابات. ويقوم المحلل الإعلامي بإطلاع رئيس البعثة بشكل منتظم على استنتاجات رصد الإعلام. فضلاً عن ذلك، قد يصبح المحلل الإعلامي النقطة المركزية لعلاقة وسائل الإعلام مع بعثة مراقبة الانتخابات.

- ✓ المحلل القانوني: يتعين على المحلل الإعلامي العمل بشكل وثيق مع المحلل القانوني عند دراسة الإطار القانوني الذي يرفع الإعلام.
- ✓ والتعاون مهم أيضاً عند رفع الشكاوى الخاصة بالإعلام إلى اللجان الانتخابية أو الأجهزة التنظيمية أو المحاكم. ولا بد من رصد أي متابعة لهذه الشكاوى بالتعاون مع المحلل القانوني؛
- ✓ محلل الانتخابات: يزود محلل الانتخابات المحلل الإعلامي بقائمة بالمرشحين والتوجيهات أو القرارات الصادرة عن اللجنة الانتخابية والمتعلقة بالإعلام. كما يزود المحلل الإعلامي محلل الانتخابات بمعلومات حول حملات تثقيف الناخبين في وسائل الإعلام وبشأن الأخبار المتعلقة بإدارة الانتخابات؛
- ✓ المحلل السياسي: يزود المحلل السياسي المحلل الإعلامي بمعلومات عن المشهد السياسي والشكاوى المتعلقة بالإعلام التي يقدمها المرشحون والأحزاب. كما يمكن للمعلومات الخاصة بتمويل الحملات ووضع قيود على إنفاق المرشحين الفرديين أو الأحزاب عليها أن تشكل مدخلات هامة عندما يسمح القانون الوطني بالإعلانات السياسية المدفوعة. ويزود المحلل الإعلامي المحلل السياسي بمعلومات حول التغطية الإعلامية وتحليل للبرامج الانتخابية وأرضيات العمل السياسية للأحزاب السياسية والمرشحين؛
- ✓ منسق المراقبين لأمد طويل والمراقبين لأمد طويل: يمكن لمنسق المراقبين لأمد طويل أن يطلب من المراقبين لأمد طويل جمع معلومات عن وسائل الإعلام المحلية والقيود المحتملة على حرية الإعلام التي يواجهها الصحفيون. وفي بعض الحالات، يمكن أن يطلب من المراقبين لأمد طويل جمع المواد المسجلة أو المكتوبة لوحدة رصد الإعلام؛
- ✓ محلل الجنسانية: يجب أن يطلب محلل الجنسانية من المحلل الإعلامي معلومات حول كيفية تغطية الإعلام للجنس الآخر: نسب التغطية الإعلامية مقارنة مع نسبة المرشحين على سبيل المثال، و
- ✓ محلل الأقليات الوطنية: يجب أن يطلب محلل الأقليات الوطنية من المحلل الإعلامي معلومات عن كيفية تغطية الإعلام للأقليات الوطنية، لا سيما المرشحين والأحزاب المنتمين إلى هذه المجموعات.

### 3.2.1 وحدة الإعلام

تتكون عادة وحدة رصد الإعلام لبعثة مراقبة الانتخابات مجموعة من المراقبين الإعلاميين من الدولة التي تجري فيها الانتخابات. ويوفر موظفو المساندة الوطنيون المساعدة الأساسية للمحلل الإعلامي ليتكمن من أداء مهامه بما في ذلك الترجمة التحريرية والفورية ورصد المضمون الإعلامي.

عند استخدام موظفي المساندة الوطنيين، يبحث المحلل الإعلامي عن مراقبين متآلفين مع السياق السياسي والوضع الإعلامي في البلد. ويُفضل الاستعانة بمراقبين محليين يتمتعون بخلفية في مجال الدراسات الإعلامية و/أو خبرة في البحوث الاجتماعية. ويجب ألا يعمل هؤلاء المراقبون كصحفيين حيث يمكن أن تؤدي مشاركتهم في القطاع الإعلامي إلى تضارب في المصالح. فضلاً عن ذلك، يجب ألا يكون المراقبون الإعلاميون أعضاء في أحزاب أو حركات سياسية، بحيث يتم تلافي التكهّنات أو الادعاءات بشأن تحيزهم.

وعند اختيار الفريق، يتعيّن على المحلّل الإعلامي تزويد المراقبين الإعلاميين بالتدريب اللازم لأداء مهامهم بشكل صحيح. يمكن تقسيم هذا التدريب إلى مرحلتين:

1. في المرحلة الأولى، يشرح المحلّل الغاية من التحليل الإعلامي والمنهجية التي سيتم تطبيقها ونوع المخرجات المتوقعة. ويتم توفير المنهجية بشكل خطي إلى جانب أمثلة ودراسات حالة للمناقشة. وتستغرق هذه المرحلة حوالي ثلاثة أيام.

2. في المرحلة الثانية، التي تستغرق حوالي أربعة أيام، يعمل المحلّل الإعلامي بشكل وثيق مع كلّ من أعضاء الفريق لتحديد ما الذي تعلمه كل واحد منهم وما إذا كان جاهزاً لتنفيذ المهام المطلوبة.

كما يتم تزويد المراقبين المحليين بالقوانين والأنظمة التي ترفع التغطية الإعلامية خلال الحملة الانتخابية، دليل مراقبة الانتخابات، مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان، مدونة سلوك مراقبي الانتخابات لمكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان، وأي وثائق أخرى ضرورية لمَنحهم فهماً كاملاً لأهداف أنشطتهم والغايات الشاملة لبعثة مراقبة الانتخابات.

ولإلغاء عناصر التقييم الذاتي أو الانحراف عن المنهجية، ينفذ المحلّل الإعلامي آليات المراقبة التي تتضمن اختبارات الموثوقية للمراقبين الإعلاميين والتحقق المستمر من اتساق البيانات التي يتم جمعها والتدقيق في تقارير المراقبين اليومية.

#### مدونة السلوك

من المهم أن يؤدي جميع أعضاء بعثة مراقبة الانتخابات بمن فيهم موظفي المساندة الوطنيين مهامهم بشكل مطابق لمدونة سلوك مراقبي الانتخابات لمكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان. وقد يكون لأعضاء بعثة مراقبة الانتخابات أروهم السياسية الخاصة إنما لا يمكنهم جعلها تؤثر في عملهم.

### 3.3 تحليل الإعلام: ما الذي نحاول تحديده؟

على الرغم من أنّ المحلّل الإعلامي يهتم بسلوك المنظمات الإعلامية الفردية والصحفيين، إلا أنّ اهتمامه يصب في سياق النظام الإعلامي ككل. وعند إجراء التحليل الإعلامي خلال فترة الانتخابات، يحدّد المحلّل الإعلامي مدى استقلالية النظام الإعلامي عن النظام السياسي فضلاً عن مستوى التنوع ضمن النظام.

وخلال أداء هذا العمل يأخذ المحلل الإعلامي في الاعتبار الحقوق الأساسية لكل من الفاعلين الثلاثة المذكورين في الفصل 2:

- ✓ حقوق الناخبين في الحصول على معلومات؛
- ✓ حقوق المرشحين في نقل المعلومات؛ و
- ✓ حق وسائل الإعلام في حرية التعبير.

### حقوق الناخبين في الحصول على معلومات

بهدف تحديد ما إذا كان الناخبون يتمتعون بإمكانية النفاذ إلى المعلومات خلال الحملة الانتخابية، يجب أن يعاين المحلل الإعلامي المسائل التالية:

- ✓ هل حصل الناخبون على ما يكفي من المعلومات المتنوعة والمتوازنة بحيث يمكنهم اتخاذ خيارات مستنيرة إلى حدّ ما؟
- ✓ هل زوّدت وسائل الإعلام الناخبين بمعلومات كافية عن إدارة الانتخابات وإجراءات التصويت؟ هل تمّ بثّ برامج مناسبة لتثقيف الناخبين بهدف إطلاع القاعدة الانتخابية بشكل فعال ودقيق على إجراءات الاقتراع؟
- ✓ هل امتثلت وسائل الإعلام الحكومية/العامة لالتزاماتها بإطلاع الرأي العام على المسائل المتصلة بالعملية الانتخابية؟
- ✓ هل حظيت وسائل الإعلام الحكومية/العامة بحرية أداء دور محايد وعادل وموضوعي في تغطية جميع المرشحين والأحزاب السياسية أو برز نهج انتقائي في توفير معلومات حول الأحداث؟ هل تمّ اختيار المواضيع لقيمتها الإخبارية أو لتصوير حزب معيّن بشكل إيجابي أو سلبي؟
- ✓ هل برزت أيّ معاملة خاصة - إيجابية أم سلبية - لأيّ مرشح أو حزب سياسي معيّن؟
- ✓ هل تمّ احترام الأحكام الواردة في الإطار القانوني الوطني بما فيها تلك المتعلقة باستطلاع الآراء وفترة الصمت من جانب وسائل الإعلام والأحزاب السياسية؟
- ✓ هل برز أيّ حكم مسبق في التقارير على أساس القضايا الإثنية أو الدينية أو الجنسية أو الاجتماعية.

### حقوق المرشحين في نقل المعلومات

يجب أن يركّز المحلل الإعلامي على مجموعة من المسائل لتحديد ما إذا حظي المرشحون بالفرصة اللازمة لإيصال معلوماتهم إلى الناخبين:

- ✓ هل حظي المتنافسون الانتخابيون والأحزاب السياسية بفرصة متكافئة لتقديم حملاتهم وأرضيات عملهم للقاعدة الانتخابية من خلال الإعلام؟

- ✓ هل حظي المتنافسون الانتخابيون والأحزاب السياسية بإمكانية متساوية أو منصفة للنفوذ إلى وسائل الإعلام الحكومية/العامة على قاعدة غير تمييزية؟
- ✓ هل كان نفاذ المتنافسين الانتخابيين إلى وسائل الإعلام خال من المعوقات؟ هل برزت أي عقبات قانونية أو إدارية؟
- ✓ هل تمت معاملة المتنافسين الانتخابيين والأحزاب السياسية بشكل عادل من جانب وسائل الإعلام العامة أو الخاضعة لمراقبة الدولة؟
- ✓ هل خضع المتنافسون الانتخابيون والأحزاب السياسية للشروط نفسها (الأسعار، الوقت، إلخ) للدعاية المدفوعة؟
- ✓ هل كانت الأنواع المختلفة للبرامج التلفزيونية ذات الصلة شأن البرامج الإخبارية والمناظرات محايدة؟

### حرية التعبير لوسائل الإعلام

لا بد أيضاً أن يجيب المحلل الإعلامي على مجموعة من الأسئلة لتحديد ما إذا تم احترام حرية التعبير لوسائل الإعلام:

- ✓ هل واجهت وسائل الإعلام أي شكل من الرقابة أو المعوقات من جانب السلطات؟
- ✓ هل أرغم الصحفيون على تعديل ملاحظاتهم أو انتقاداتهم لما يعتبر مقبولاً عند السلطات؟ هل شارك الصحفيون في الرقابة الذاتية؟
- ✓ هل تمت معاقبة أي وسائل إعلامية أو صحفيين أو مضايقتهم بشكل فردي لبث برامج أو نشر مقالات ناقدة للحكومة أو سلطات أخرى و/أو سياساتها؟
- ✓ هل واجهت وسائل الإعلام أي نوع من التدخل في السياسات التحريرية من جانب السلطات أو الأحزاب السياسية أو مالكي وسائل الإعلام؟
- ✓ هل اعتمد الصحفيون وجهة نظر معينة لقاء منافع مالية أو منافع أخرى؟

3 المساواة تعني أن كل حزب أو مرشح يحصل على الوقت نفسه والمساحة نفسها في وسائل الإعلام. ويستلزم الإنصاف حصول المتنافسين الانتخابيين على إمكانية النفاذ إلى وسائل الإعلام بصورة تناسبية على أساس معايير مطبقة بوضوح وبشكل موحد (مثلاً عدد المقاعد في البرلمان أو عدد المرشحين).





## المبادئ التوجيهية لرصد الإعلام: القضايا الحساسة والأمثلة القياسية والممارسات الفضلى

عند تقييم دور وسائل الإعلام وأدائها في العملية الانتخابية، يجب أن يأخذ المحلل الإعلامي في الاعتبار مجموعة من العوامل. فالتحليل الإعلامي أكثر من مجرد رصد مضمون التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية. حيث تعتمد هذه التغطية على الإطار القانوني للانتخابات والسياق الذي تجري فيه. ولتوفير تقييم ملائم لدور وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية، يجب أن يركز المحلل الإعلامي على ثلاثة مجالات رئيسية:

- ✓ الإطار القانوني للإعلام؛
- ✓ المشهد الإعلامي والعلاقة بين وسائل الإعلام والجهات المعنية ذات الصلة التي تشمل سلطات الدولة والأحزاب السياسية ومالكي وسائل الإعلام؛ و
- ✓ رصد التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية.

يجب أن يركز التقييم الإجمالي بشكل رئيسي على الوفاء بالتزامات مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان والمعايير الدولية الأخرى النافذة والتشريعات الوطنية. وهنا يبرز السؤال الجوهرى: هل تمّ احترام حقوق وحريات الناخبين والمرشحين والأحزاب ووسائل الإعلام خلال العملية الانتخابية؟ فضلاً عن ذلك، يجب تقييم الامتثال للتشريعات الوطنية التي بدورها ينبغي أن تتماشى مع المعايير الدولية. وبالتالي يجب أن يصب التركيز على امتثال الإطار القانوني للالتزامات السياسية والقانونية للدولة، وفي حال نعم ما إذا تمّ احترام الأحكام القانونية الوطنية.

## 4.1 الإطار القانوني والأنظمة الانتخابية وإدارة الانتخابات

### وأجهزة تنظيم الإعلام

يكن الجانب الأكثر أهمية لتنظيم الإعلام خلال الانتخابات في إيجاد التوازن المناسب بين احترام الاستقلالية التحريرية والحاجة إلى قواعد لضمان توازن التغطية الإعلامية. وتعتبر التدابير الطوعية التي يعتمد عليها المحترفون أنفسهم لا سيما على شكل مدونات سلوك أو مبادئ توجيهية داخلية حول التغطية المسؤولة والعادلة للحملات الانتخابية مكملات أو بدائل مفيدة للتشريعات أو الأنظمة الوطنية.

وتأتي الأطر القانونية والانتخابية نتيجة مجموعة متنوعة من التقاليد والممارسات الوطنية وما من نموذج شامل قادر على توفير النتائج نفسها في سياقات مختلفة. غير أن الأطر القانونية والأنظمة الانتخابية تلحظ بعض المبادئ الأساسية التي تقوم عليها القواعد والممارسات وأنماط السلوك.

#### المبادئ التوجيهية

• **اتساق الإطار القانوني**  
يجب أن يتسق الإطار القانوني الذي يرقى وسائل الإعلام والحملات الانتخابية خلال العملية الانتخابية مع المبادئ الواردة في القانون الدولي في مجال حرية التعبير. وفي حال التناقض، لا بد من مراجعة الإطار القانوني وضمان مواعمه للالتزامات منظمة الأمن والتعاون والمعايير الدولية الأخرى النافذة.

• **تنظيم الإعلام**  
يجب تحديد المعايير التي ترقى وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية بشكل واضح وعدم ترك مجال للتلاعب أو التفسير الخاطئ. ويجب أن يهدف التنظيم بشكل رئيسي إلى حماية حقوق الناخبين والمرشحين في حرية التعبير. وأي قيود على التغطية الإعلامية يجب أن تفرض فقط لهذه الغاية حيث ينبغي أن تكون متناسبة مع الأهداف المتوخاة.  
• وقد تتضمن مجالات التنظيم العناصر التي يمكن أن تؤثر بشكل غير ملائم على الناخبين شأن نشر استطلاعات الرأي وفترات الصمت وخطابات الكراهية والنفاذ غير المتكافئ والمعاملة غير العادلة.  
• ويجب ألا تكون الأنظمة مقيدة بشكل مفرط وألا تعيق على نحو غير ضروري الاستقلالية التحريرية لوسائل الإعلام. وخلال عملية التحرير، يوصى باستشارة ممثلي الأحزاب السياسية ووسائل الإعلام بهدف وضع مجموعة من القواعد القائمة على توافق بين جميع الفاعلين المعنيين.  
• كما يمكن أن يكون إطار التنظيم الذاتي خياراً فعالاً في حال توفرت الشروط التي تسهل التغطية الصحفية المسؤولة والمستقلة.

يجب أن يكون الجهاز الذي ينظم التغطية الإعلامية خلال الانتخابات مستقلاً وموثوقاً ومشروعاً بالنسبة إلى جميع القوى السياسية المتنافسة. وبشكل عام يجب ألا تفسر الأجهزة التنظيمية أحكام الحملة الانتخابية بشكل مقيد. كما ينبغي ألا يخضع تعيين أعضاء هذه الأجهزة لرقابة الحكومة الحصرية حيث يجب أن يمثل للمبادئ التي تنظم تعيين إدارة الانتخابات الشاملة وأنشطتها. تتضمن هذه المبادئ:

- يجب أن يكون الأعضاء مؤهلين ومحايدين على النحو الملائم؛
- يجب أن تكون إجراءات التعيين شفافة؛
- يجب أن ينتهج الأعضاء سلوكاً مستقلاً وموضوعياً؛
- يجب أن يحظى الجمهور (بما في ذلك المراقبون المحليون والدوليون) بإمكانية النفاذ إلى الوثائق ذات الصلة؛ و
- يجب حماية الأعضاء من الإقالة التعسفية.

ويجوز أن يكون الجهاز المسؤول عن الإشراف على التغطية الإعلامية:

- جهازاً دائماً لتنظيم الإعلام. ويمكن لهذا الجهاز أن يعمل بشكل مستقل أو مشترك مع إدارة الانتخابات؛
- الجهاز الرئيسي لإدارة الانتخابات، (مثلاً اللجنة الانتخابية المركزية)؛
- جهاز هيئة التنظيم الذاتي مثل مجالس الصحافة الطوعية المتوفرة في عدة دول؛ أو
- جهازاً يتم تشكيله خصيصاً لفترة الانتخابات ويفوض تنظيم التغطية الإعلامية والإشراف عليها فقط خلال الحملة الانتخابية؛
- ويجب أن يتمتع الجهاز بالتنفيذي بالخبرة والموارد والدراسة وصلاحيات رصد احترام القواعد للتحقيق في الانتهاكات المزعومة وفرض الإجراءات التصحيحية الفعالة والملائمة عند حصول الانتهاكات. ومن شأن رصد الإعلام المنهجي خلال فترة الحملة الانتخابية أن يساعد الجهاز في هذه المهام.

يجب أن يستجيب الجهاز التنفيذي للشكاوى الواردة من المرشحين أو الأحزاب أو كلما تم تحديد انتهاك للأنظمة بصرف النظر عما إذا كان قد تم تقديم شكوى. يجب وضع إجراءات لتلقي الشكاوى الواردة من المرشحين والأحزاب السياسية أو جهات أخرى بشأن التغطية الإعلامية غير العادلة أو غير الشرعية والتحقيق فيها والاستماع إليها وتسويتها. وينبغي أن تكون هذه الإجراءات دقيقة وواضحة وفي متناول الجميع بهدف توفير معالجات سريعة للمدعين. ويجب أن تكون العقوبات التي يفرضها الجهاز الإشرافي متناسبة مع حجم الانتهاك المرتكب. ويجب ألا تتضمن هذه العقوبات السجن أو أي تدبير من شأنه أن يمنع وسائل الإعلام من أداء أنشطتها أو تشجيع الرقابة الذاتية في صفوف الصحفيين. ويجب فرض العقوبات القصوى - شأن التعليق المؤقت للبت أو الترخيص - فقط في حال الانتهاكات الأكثر خطورة والمتكررة ويجب أن تخضع لحق الاستئناف القضائي.

يجب أن تحظى وسائل الإعلام أو المدعين بحق معارضة القرارات الصادرة عن الجهاز التنفيذي من خلال آلية استئناف قضائي دقيقة وسريعة وفي متناول الجميع.

## 4.2 المشهد الإعلامي ودور السلطات

وتقع على عاتق الدولة والحكومة على نحو خاص مسؤولية مزدوجة في إطار العملية الانتخابية:

- ✓ عدم التدخل على نحو غير ملائم في أنشطة وسائل الإعلام أو إعاقة الصحفيين في وظائفهم؛
- و
- ✓ ضمان التعددية والالتزام بحق حرية الإعلام.

## 4.3 التغطية الإعلامية

### أ. التعددية والتنظيم

ومن المعاضل المستمرة تحديد إلى أيّ درجة يجب تنظيم وسائل الإعلام في تغطيتها للمرشحين والأحزاب خلال الحملة الانتخابية. وتتطلب التغطية الإعلامية للانتخابات قضايا متعددة ومعقدة يمكن معالجتها من خلال التنظيم أو التنظيم الذاتي أو حتى تركها من دون تنظيم.

ولا بد من تحديد ما إذا كان هناك حاجة لتنظيم خارجي أو ذاتي. حيث لا يجذب الصحفيون عادة أي نوع من القيود الخارجية على حريتهم التحريرية. غير أنّ قطاع الإعلام قد لا يكون مستقلاً بما فيه الكفاية ليتمكّن من حماية الصحفيين والمحررين من ضغوط أو نفوذ السلطات أو الفاعلين السياسيين الآخرين. وفي هذه الحالات، يمكن للتنظيم الخارجي أن يضمن حقوق الناخبين والمرشحين في الحصول على المعلومات وتوفيرها على التوالي.

### ب. مزايا تولّي المناصب العامة

المشاركة في الحكومة يعني استقطاب اهتمام أكبر من وسائل الإعلام بفعل الحاجة إلى تغطية الجناح التنفيذي بما في ذلك الأحداث والاجتماعات الرسمية وتنفيذ السياسات. ويمكن للأحداث أن تكون حقيقية وذات صلة (شأن الاحتفالات والأعياد الوطنية وتوقيع المعاهدات الدولية، إلخ)، حقيقية إنما هامشية (مثل افتتاح مبان عامة) وشبه أحداث (مناسبات توجدها أو تديرها الحكومة بهدف الحصول على تغطية إعلامية إيجابية مكثفة). كما تعتبر الحكومة صانع السياسة الرئيسي وبالتالي تغطية أنشطتها ضرورية لإبقاء الرأي العام على اطلاع دائم. وفي حين يحصل عادة شاغلو المناصب العامة على تغطية إعلامية أكبر من تلك التي يحظى بها منافسيهم، إلا أنّه يتعيّن على وسائل الإعلام أن تغطي أنشطة السلطات بشكل متوازن وناقد من خلال التركيز على النتائج والنجاحات والإخفاقات. ويجب أن توفر وسائل الإعلام أرضية للآراء المستقلة والناقدة ما يسمح بتقديم آراء مستنيرة للجمهور عن أداء السلطات الحاكمة.

ويتعيّن على أعضاء الجناح التنفيذي في الدولة أن يعملوا وفق ما تقتضيه مصلحة الدولة الشاملة إلا أنّهم يمثلون في معظم الأحيان حزباً سياسياً. ويصبح بالتالي النزاع المحتمل بين هذين النشاطين إشكالياً على نحو خاص خلال الحملة الانتخابية من حيث حقين اثنين:

- ✓ حق المرشحين في الحصول على فرصة متكافئة للنفاذ إلى وسائل الإعلام بشكل متوازن
- ✓ مقابل حرية الإعلام والتزامه بتغطية أنشطة الحكومة؛ و
- ✓ الحق في معاملة المرشحين بشكل متساو.

#### 4.4 تنظيم التغطية الإعلامية خلال الانتخابات

من المشاكل الأخرى تلك المرتبطة بأهداف تنظيم التغطية الإعلامية. ما هو نوع البرامج التي يجب تنظيمها؟ ووفق أي معايير؟ تشكّل برامج الأخبار والأحداث الراهنة ومناظرات المرشحين ووقت البث الحر والدعاية السياسية المدفوعة وتقف النخبين مجالات الاهتمام الرئيسية.

وفي ما يلي المبادئ التوجيهية الأساسية التي يجب النظر فيها عند مراقبة التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية.

الالتزامات العامة	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• منح المرشحين والأحزاب المشاركين في الانتخابات فرصة متكافئة أو منصفة للنفاذ إلى الإعلام والحصول على معاملة عادلة؛</li> <li>• توفير تغطية تلبي المعايير المتوازنة والتعددية والمحايدة لإعداد التقارير؛</li> <li>• الامتثال لأحكام التغطية الانتخابية كما هو منصوص في التشريعات الوطنية؛</li> <li>• ضمان تقارير تعددية حيث تشكّل "ملكية" عامة؛ و</li> <li>• الالتزام بالأخلاقيات الصحفية والمعايير المهنية</li> </ul>	<p>يتعيّن على وسائل الإعلام الحكومية/العامة (الإلكترونية والمكتوبة):</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• الامتثال لأحكام التغطية الانتخابية كما هو منصوص في التشريعات الوطنية؛ و</li> <li>• الالتزام بالأخلاقيات الصحفية والمعايير المهنية</li> </ul>	<p>يتعيّن على وسائل الإعلام الإلكترونية الخاصة:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تمتثل لأحكام التغطية الانتخابية كما هو منصوص في التشريعات الوطنية فضلاً عن الأخلاقيات الصحفية والأخلاقيات المهنية؛ و</li> <li>• تكون حرّة من التدخّل التنظيمي الذي من شأنه أن يؤثر على الاستقلالية التحريرية أو الحق في التعبير عن الميل السياسي.</li> </ul>	<p>يتعيّن على وسائل الإعلام الخاصة المكتوبة أن:</p>

#### التغطية الإخبارية

تلحظ الفقرة 7.8 من اتفاقية كوبنهاغن لمنظمة الأمن والتعاون لعام 1990 أنّه لا يمكن لأيّ عقبة إدارية أن تعيق النفاذ السلس إلى وسائل الإعلام لجميع المجموعات السياسية والأفراد الراغبين في المشاركة في العملية الانتخابية على قاعدة غير تمييزية. لذلك يتعيّن على الدول المشاركة في منظمة الأمن والتعاون منح المتنافسين فرصة مناسبة لإطلاع الرأي العام على ترشيحهم وأرضيات عملهم بشكل غير تمييزي ومحايد.

ونظراً إلى أنَّ العديد من الأشخاص يستقون معلوماتهم حول الشؤون السياسية من الأخبار، من الأهمية بمكان أن تعتمد وسائل الإعلام نهجاً متوازناً ومحايلاً عند إعداد التقارير الإخبارية عن الحملات من دون أي نوع من التمييز لصالح أو ضد حزب سياسي أو مرشح معيّن.

## التغطية الإخبارية

### المستوى العام للرقابة التحريرية على الإعلام

- يتعيّن على وسائل الإعلام الحكومية/العامة أن تلتزم بتوفير تغطية عادلة وموضوعية ومتوازنة للأحداث الراهنة والأخبار الخاصة بالانتخابات. ويمكن تحقيق هذا الالتزام إما من خلال التنظيم الذاتي أو عبر القانون؛
- يشكّل الحق في إعداد التقرير جانباً أساسياً من العمل الصحفي. وبالنسبة إلى الأخبار، فإنّ المسألة الرئيسية تكمن في ما إذا كان من الضروري أن تكون تغطية الإعلام العام منظّمة بشكل صارم أو منظّمة انطلاقاً من الصلة بالانتخابات أو غير منظّمة على الإطلاق. وفي الدول التي تتمتع بتقاليد راسخة في مجال حرية التعبير، عادة ما يثق الفاعلون السياسيون بالنظام، وحين تتوفر ممارسات راسخة للتنظيم الذاتي، لا تعود الأحكام الخارجية ضرورية. أما في الدول حيث تغيب الثقة بالأحزاب السياسية والصحفيين والمؤسسات، فقد يكون التنظيم الصارم ضرورياً بهدف حماية الإعلام العام من التدخل غير المبرر؛
- يمكن استخدام مناهج عدّة لضمان تنوّع الأصوات: حيث يجب الموازنة بين آراء الحكومة أو حزب الغالبية بآراء معارضة ومستقلة وبديلة؛ وينبغي أيضاً مقابلة تغطية الأحداث أو البيانات العامة الصادرة عن الأحزاب الحاكمة حول قضايا المصلحة العامة بتغطية آراء المعارضة والخبراء المستقلين وجهات أخرى. ويجب أن تكون التعليقات - الصادرة عن مقدّمي البرامج أو الخبراء الخارجيين — متمايضة بوضوح عن الوقائع وأن تعكس بالتالي مجموعة متنوّعة من الآراء.

وسائل إعلام  
الحكومية/العامة  
(الإلكترونية  
والمكتوبة)

- تجارية واستخدامها كموجات بث عامة تولّد بعض الالتزامات من حيث توفير خدمة عامة. ففي العديد من الدول، يحمل منح التراخيص مستوى معيّن من الالتزام العام؛
- من منظور نظري، تحتاج وسائل الإعلام ككلّ إلى ضمان تعددية المعلومات والآراء والأفكار وجهات النظر. لذلك، يمكن أن تساهم عدّة وسائل إعلامية مستقلة تتمتع بخطوط تحريرية متنوّعة في تحقيق الغاية من استحداث نظام تعددي للمعلومات والنفاذ إليها (التعددية الخارجية)؛
- ومهما كانت درجة الحرية التحريرية التي تتمتع بها وسائل الإعلام الخاصة، يتعيّن على الصحفيين الالتزام بالمعايير المهنية للتغطية فضلاً عن الأخلاقيات المهنية.

وسائل الإعلام  
الإلكترونية الخاصة

- على القوات السياسية. إلّا أنّه يتعيّن على الصحفيين الالتزام بمعايير التغطية المهنية فضلاً عن الأخلاقيات المهنية.

وسائل الإعلام  
المكتوب الخاصة

## برامج الشؤون الراهنة والمعلومات السياسية

تعتبر برامج الحوارات السياسية والمناقشات والمناظرات بين المرشحين وممثليهم مكتملة لتغطية الأخبار الانتخابية وهي مهمة بما أنها تمكن الجمهور من إجراء مقارنات مباشرة بين المرشحين في إطار تفاعلي. في الواقع، يمكن إثارة العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية خلال هذه البرامج، ويجب على المرشحين شرح كيف سيعالجون هذه المشاكل في حال جرى انتخابهم.

يجب تنظيم هذا النوع من البرامج بشكل يمثل الآراء المختلفة. حيث لا بد من معاملة المشاركين الذين يمثلون خيارات سياسية متعددة بشكل عادل وأن يُسمح لهم بتقديم وجهات نظرهم وأرضيات عملهم بحرية. غير أن القرار حول كيفية تحقيق هذه العدالة (مثلاً اتخاذ قرار بشأن الإطار وعدد المشاركين وطول المساحة الإعلامية، إلخ) يمكن أن يكون منظماً في القانون أو متروكاً لمبادرة المؤسسة الإعلامية نفسها. ومن المهم ألا تتغير القواعد خلال اللعبة. حيث يجب ألا تكون وسائل الإعلام مسؤولة عن البيانات غير الشرعية الصادرة عن المرشحين أو ممثلي الأحزاب ومواد البث خلال الحملة الانتخابية. بل ينبغي فقط محاسبة الأفراد الذي يدلون بهذه البيانات.<sup>4</sup>

### المساحة المجانية على الهواء

تجري العادة في دول عدة أن تقدّم وسائل الإعلام العامة وقتاً مجانياً على الهواء للمرشحين أو الأحزاب لإيصال رسائلهم إلى القاعدة الانتخابية. ويعتبر ذلك شكلاً مباشراً من التواصل بين السياسيين والناخبين من دون أي دور وسيط يضطلع به الإعلام. ومن الفوائد الرئيسية لتوفير مساحة مجانية على الهواء السماح للأحزاب الصغيرة أو المرشحين الثانويين بالحصول على فرصة لإيصال رسائلهم الإلكترونية وإلا لن يحصلوا على تغطية إعلامية مهمة. ويجري عادة تنظيم الوقت المجاني على الهواء عبر القانون أو الأنظمة الأخرى الصادرة عن اللجنة الانتخابية المركزية أو أي جهاز آخر ذي صلة.

يمكن أن يتخذ الوقت المجاني على الهواء أشكالاً متعددة ويكون للبرامج ثلاث خصائص مشتركة:

- ✓ ما من وساطة صحفية أو رقابة تحريرية على الرسائل التي يقدّمها المرشحون والأحزاب؛
- ✓ الهدف الرئيسي هو نقل رسائل المرشحين إلى الناخبين لتوفير معلومات حول البدائل السياسية المتوفرة للمواطنين ومناقشة القضايا المتعلقة بالعملية الانتخابية؛ و
- ✓ يتم توفير هذه المساحات المجانية للأحزاب والمرشحين وتتولى عادة الدولة تغطية تكاليفها.

4 تتطلّب محاسبة وسائل الإعلام على خطابات المرشحين محرّرين للتدقيق المسبق في جميع البرامج والاضطلاع بدور الرقيب عليها.

وفي هذا الإطار، تختلف طبيعة هذه البرامج عن الأنواع الأخرى من البرامج التي تغطي الانتخابات شأن المناظرات والطاولات المستديرة حيث تعتبر الوساطة الصحفية ضرورية وتخضع للرقابة التحريرية للوسيلة الإعلامية.

#### المساحة/الوقت المجاني على الهواء

- وسائل الإعلام الحكومية/العامة
- يمكن تزويد الأحزاب والمرشحين بإمكانية النفاذ المباشر إلى وسائل الإعلام العامة مجاناً. وفي حال حصول ذلك، يجب ألا يتم إقصاء أي أحزاب أو مرشحين مسجلين عن الحصول على وقت مجاني على الهواء. ينبغي أن تكون المدة المخصصة على الهواء كافية للسماح للمرشحين بإبصار أعضائهم إلى الرأي العام وشرحها بشكل فعال.
- ويمكن توزيع الوقت الحرّ على الهواء على قاعدة متساوية أو تناسبية. وحين يكون عدد الأحزاب المتنافسة محدوداً، يجب تطبيق المساواة بشكل صارم.
- أما حين يكون عدد الأحزاب والمرشحين المتنافسين مرتفعاً، فيمكن اعتماد صيغة تناسبية. ويمكن أن تقوم معايير تحديد النسب على مجموعة من المقاييس التي تتضمن الأصوات التي تحصل عليها الأحزاب في الانتخابات السابقة المماثلة أو عدد المقاعد التي يحصل عليها كل حزب في البرلمان أو عتبة على أساس عدد الترشيحات المقدّمة في العدد الأدنى من الدوائر الانتخابية؛
- وفي أفضل الحالات يجب توفير النفاذ المباشر عندما يحتمل أن يبلغ أوسع شريحة ممكنة من الجمهور. كما يجب توفير النفاذ المباشر على قاعدة غير تمييزية. بالتالي، من غير المقبول بث رسائل لبعض المرشحين فقط في ساعات متأخرة من الليل أو باكراً في الصباح فيما يُمنح مرشحون آخرون مساحات في أوقات الزروة؛
- لذلك ينبغي أن تكون إجراءات توزيع الوقت المجاني على الهواء عادلة وشفافة. كما يجب أن يضمن تسلسل الظهور والتواريخ عدم التمييز بحق أي من المتنافسين ويمكن أن يتمّ تحديده بواسطة نظام السحب؛
- ولا بد من أن يتولّى جهاز مستقل قادر على معالجة جميع الانتهاكات بسرعة وفعالية مراقبة الامتثال للأحكام التي ترعى تخصيص الوقت المجاني على الهواء

- وسائل الإعلام الإلكترونية الخاصة
- وسائل الإعلام الإلكترونية الخاصة غير مرغمة عادة على تخصيص وقت مجاني على الهواء للمتنافسين الانتخابيين. لكن حين تقرر تقديم وقت على الهواء أو حين ترغب على القيام بذلك بموجب القانون، يتعين عليها الامتثال للمبادئ نفسها التي ترعى وسائل الإعلام العامة.

#### الدعاية المدفوعة

توفّر الدعاية السياسية المدفوعة فرصة أخرى لجميع الأحزاب السياسية أو المرشحين لنشر رسائلهم من خلال الإعلام. وفي وقت يحتاج الناخبون من دون شك إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات حول المتنافسين لاتخاذ قرار مستنير، يمكن للدعاية المدفوعة أن تقدّم فائدة غير عادلة للأحزاب أو المرشحين القادرين على شراء مزيد من الأوقات على الهواء أو المساحات الإعلانية. وعلى الرغم من أنّ الدعاية السياسية المدفوعة مقبولة على نطاق واسع في الإعلام المكتوب، إلا أن بعض الدول لا تسمح به في وسائل الإعلام المرئي (سواء كانت خاصة أو عامة أو مشتركة).



## الدعاية المدفوعة

وسائل الإعلام الحكومية/العامة

في حال كانت الدعاية المدفوعة مسموحاً بها، فيجب أن تمتثل لبعض القواعد الأساسية:

- ويجب أن يتم توفيرها على قاعدة متساوية لجميع المتنافسين من خلال تقديم أسعار متسقة ومناسبة؛
- وينبغي ألا تتجاوز أسعار الوقت على الهواء ومساحة الدعاية المرتبطة بالحملة المدفوعة الأسعار المقارنة للإعلان التجاري؛ و
- ويتعين على وسائل الإعلام تحديد الوقت المدفوع على الهواء أو المساحات التي ترعاها الأحزاب بشكل واضح بهدف السماح للناخبين بالاطلاع على طبيعة البرنامج.

وقد تُفرض قيود على قيمة الدعايات المدفوعة التي يحق للأحزاب شراؤها و/أو قيمة الوقت المدفوع على الهواء والذي يحق لوسائل الإعلام بثّه يومياً. ومن السبل الأخرى لتنظيم الدعاية السياسية المدفوعة فرض سقف على نفقات الأحزاب السياسية والمرشحين في إطار الحملة الانتخابية. وفي بعض الحالات وبهدف توحيد مبدأ تكافؤ الفرص، يمكن أن تسمح الدولة بالدعاية المدفوعة وأن تقرر تمويلها بشكل جزئي.

## وسائل الإعلام الإلكترونية الخاصة

مسألة الدعاية المدفوعة ليست إشكالية إلى هذا الحد بالنسبة إلى المكتوب. غير أنه يتعين على الصحافة اتباع مبدأ تكافؤ الفرص: حيث يجب ضمان الدعاية المدفوعة على قاعدة متساوية لجميع المتنافسين من خلال تقديم أسعار متسقة ومتناسبة. ويجب أن يحدد الإعلام المكتوب المواد التي دفعت تكلفتها بشكل واضح. وقد تفرض حدود على كمية الدعايات المدفوعة التي يحق للأحزاب السياسية شراؤها على غرار الحدود على عدد الصفحات المدفوعة التي يمكن لجميع وسائل الإعلام نشرها يومياً.

## تتقيف الناخبين

ويجب أن تكون دائماً برامج تتقيف الناخبين سواء كانت مفوضة من لجنة انتخابية أو وسيلة إعلامية عامة أو أي منظمة أخرى محايدة ودقيقة في إطلاع الناخبين على مجريات الانتخابات. كما لا بد أن تكون هذه البرامج منفصلة بوضوح عن الرسائل السياسية الحزبية.

## استطلاعات الرأي

من الصعب قياس التأثير الفعلي لاستطلاعات الرأي على نتائج الانتخابات. وبهدف تفادي التأثير غير الملائم على الناخبين، يتعين على وسائل الإعلام تزويد الجمهور بمعلومات مناسبة لإبداء رأيهم بقيمة استطلاعات الرأي: اسم الحزب أو المؤسسة التي فوّضت الاستطلاع، اسم منظم الاستفتاء والمنهجية المستعملة، حجم العينة وهامش الخطأ وتاريخ إجراء الاستطلاع. فضلاً عن ذلك ولتلافي التلاعب المحتمل وإعطاء فترة للتفكير، تحظى بعض الدول بأحكام تحظر تعميم استطلاعات الرأي خلال فترة معينة قبل يوم الانتخابات أو إصدار نتائج استطلاعات الرأي خلال ساعات التصويت.

## فترة الصمت

فترة الصمت أو ما يعرف بيوم التفكير فترة قصيرة من الوقت (تكون عادة يوماً واحداً) تسبق يوم الانتخابات للسماح للناخبين باستيعاب جميع المعلومات التي تلقوها خلال الحملة الانتخابية واتخاذ الخيار من دون أي ضغوط ذات صلة. وعادة ما يكون نشر أي رسائل انتخابية حزبية خلال هذه الفترة القصيرة محظوراً.

## تنفيذ رصد الإعلام

يوفر هذا الفصل لمحة عامة عن المنهجية التي يستعملها المحللون الإعلامييون على نطاق واسع خلال بعثات مراقبة الانتخابات. وهذه العملية لا توفر تغطية شاملة تتعامل مع كل جانب من إطلاق عمليات الرصد الإعلامي وإدارتها بل تقدّم تفسيراً لأكثر الجوانب أهمية في هذه المنهجية للقراء المهتمين بهذا المنحى من عمل البعثة الانتخابية.

### 5.1 تقييم دور وسائل الإعلام وأدائها خلال الانتخابات

بهدف إجراء تقييم موثوق ودقيق لأداء وسائل الإعلام خلال الانتخابات، يتعيّن على المحلل الإعلامي الإجابة على عدّة أسئلة تمّ ذكرها في الفصل 3. وللقيام بذلك، يمكن تقسيم عمل المحلل الإعلامي إلى أربع مهام رئيسية:

- ✓ دراسة الإطار القانوني بالتعاون الوثيق مع المحلل القانوني؛
- ✓ مراقبة المشهد الإعلامي؛
- ✓ رصد التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية؛ و
- ✓ رصد الشكاوى المتعلقة بالانتخابات وانتهاكات حرية التعبير بالتعاون الوثيق مع المحلل القانوني.

#### 5.1.1 دراسة الإطار القانوني

بهدف فهم الإطار القانوني، يقوم المحلل الإعلامي بالتعاون الوثيق مع المحلل القانوني بدراسة الوثائق التالية:

- ✓ الدستور؛

- ✓ القانون الانتخابي؛
- ✓ قوانين الإعلام؛
- ✓ قوانين وأحكام أخرى مرتبطة بالإعلام في القانونين المدني والجنائي ؛
- ✓ القواعد والأنظمة الخاصة بالتغطية الإعلامية والصادرة عن إدارة الانتخابات؛
- ✓ القواعد والأنظمة الصادرة عن الأجهزة المنظمة للإعلام؛ و
- ✓ توجيهات التنظيم الذاتي الصادرة عن جمعيات الصحفيين أو المنظمات المشابهة.

يوجّه التحليل القانوني هدفين اثنين:

- ✓ لتحديد درجة امتثال الإطار التشريعي للالتزامات منظمة الأمن والتعاون والمعايير الدولية الأخرى النافذة؛ و
- ✓ تحديد مدى تماسك الجهاز الشامل للقوانين والأنظمة الخاصة بالإعلام واتساقها على المستوى الداخلي.

يتولّى المحلل الإعلامي بالتعاون مع المحلل القانوني، إجراء تقييم عام للإطار القانوني الذي ينظم الإعلام. وكلما حدّد خبراء بعثة مراقبة الانتخابات تناقضات قانونية، يقومون برفع مجموعة من التوصيات لتشجيع التحسينات. وتشكّل هذه التوصيات جزءاً من التقرير النهائي الذي ينشر بعد حوالي ثمانية أسابيع على انتهاء الانتخابات.

وعلى الرغم من أنّ القانون الأساسي شأن الدستور يجب أن يمثّل الالتزامات الدولية حول حرية التعبير، إلا أنّ القواعد والأنظمة الفرعية يمكن أن تختلف من دولة إلى أخرى. فلكل دولة الحق في اتخاذ قرار بشأن الأنظمة التي ترغب في فرضها على الإعلام. غير أنّ القواعد التي تحدّد التزامات الإعلام، سواء خلال الحملة الانتخابية أو خارج الفترة الانتخابية، يجب أن تكون متسقة مع مبادئ حرية الإعلام وينبغي بالتالي ألا تضع قيوداً على الاستقلالية التحريرية لوسائل الإعلام. ويتعيّن على المحلل الإعلامي تقييم هذه الأحكام وتحديد مدى احترامها.

ويعتبر أيضاً التآلف مع المعايير المتعلقة بالإعلام والانتخابات في الدولة ضرورياً لتقييم مدى احترام وسائل الإعلام والفاعلين السياسيين لهذه الأحكام. ومن شأن عملية المراقبة الشاملة أن تسهّل جمع الإثباتات على أيّ انتهاك للقانون. لذلك لا بد من أن يقوم المحلل الإعلامي بحفظ سجلات جميع الشكاوى الواردة من وسائل الإعلام أو الفاعلين السياسيين والخاصة بحرية التعبير والنفاذ إلى الإعلام. كما يجب التحقيق في جميع القضايا والحالات التي قد تنشأ.

### 5.1.2 مراقبة المشهد الإعلامي

بههدف تقييم العلاقة بين الإعلام والنظام السياسي خلال الحملة الانتخابية، يجب على المحلل الإعلامي تحليل المشهد الإعلامي. ولمنع التفسير الخاطئ للأحداث والظروف، يتعيّن على المحلل الإعلامي اتخاذ

مجموعة من الخطوات لفهم البيئة التاريخية والسياسية والاجتماعية والثقافية للدولة التي تجري فيها مراقبة الانتخابات.

كما يمكن للمحلل الإعلامي أن يكتسب معرفة معمقة بالمشهد الإعلامي وسياقه من خلال الاجتماعات مع:

- ✓ الفاعلين في المؤسسات بمن فيهم ممثلي الوزارة المعنية بالشؤون الإعلامية ووزارة الاتصالات ومجالس الإعلام المرئي والأجهزة المهمة الأخرى لتنظيم الإعلام فضلاً عن الأجهزة المسؤولة عن الشؤون الإعلامية ضمن اللجنة الانتخابية.
- ✓ ممثلي وجمعيات وسائل الإعلام المكتوب والإلكتروني شأن المدراء والمحررين والصحفيين في وكالات الأنباء ودور النشر والطباعة ونقابات الصحفيين وممثليها، إلخ؛ و/أو
- ✓ المنظمات الوطنية والدولية (الحكومية وغير الحكومية) التي تعمل في قطاع الإعلام بما فيها جميع المجموعات الفاعلة بشكل دائم أو مؤقت في الدولة المضيفة.

كما يجب أن يأخذ المحلل الإعلامي في الاعتبار البيانات السياقية بشأن البيانات التالية:

- ✓ عدد وسائل الإعلام الإلكتروني والمكتوب العاملة في الدولة؛
- ✓ أنواع وسائل الإعلام العامة/الحكومية، سواء كانت إلكترونية أو مكتوبة؛
- ✓ عدد التراخيص الصادرة عن الدولة على المستويين الوطني والمحلي؛
- ✓ عدد المحطات غير المرخصة العاملة في الدولة، إن وجدت؛
- ✓ التغطية الجغرافية لوسائل الإعلام الحالية؛
- ✓ تصنيف الجمهور والقراء لوسائل الإعلام، حيث تتوفر الاستطلاعات المؤسسية أو المهنية؛
- ✓ ساعات البث أو تواتر النشر لكل وسيلة إعلامية؛
- ✓ حجم الشركات الإعلامية؛
- ✓ نوع وسائل الإعلام والجمهور المستهدف وتأثير وسائل الإعلام المحتمل على الرأي العام؛
- ✓ عدد وسائل الإعلام المخصصة لأقليات إثنية/لغوية محددة في الدولة؛
- ✓ الظروف الاقتصادية لوسائل الإعلام والإعلام العام وسوق الإعلانات ووجود إعانات معينة أو إعفاءات ضريبية؛
- ✓ هيكل ملكية وسائل الإعلام وشفافيتها (التركز في مقابل التنوع)؛
- ✓ عدد وكالات الأنباء ودور النشر وملكيتها؛
- ✓ هيكل نظام توزيع وسائل الإعلام المكتوب ومراقبتها؛
- ✓ متطلبات ترخيص وسائل الإعلام المرئي؛
- ✓ عدد وسائل الإعلام المملوكة من فاعلين سياسيين أو الخاضعة لمراقبتهم، إن وجدت
- ✓ مدى إمكانية النفاذ إلى وسائل الإعلام الجديدة والإنترنت في الدولة.

و

يمكن الحصول على بعض هذه المعلومات من خلال مراجعة الوثائق والتقارير الرسمية حول البيئة الإعلامية الصادرة عن المنظمات الدولية بما فيها ممثل منظمة الأمن والتعاون لشؤون حرية الإعلام والحضور المحلي لمنظمة الأمن والتعاون (إن وجد) والمنظمات غير الحكومية المحلية والدولية والجامعات وجمعيات الصحفيين أو جهات أخرى فاعلة في هذا المجال. وقد تسمح الاجتماعات مع ممثلي وسائل الإعلام وخبراء آخرين بتوفير معلومات إضافية.

ويجب أن تركز أيضاً المقابلات مع الصحفيين والمحترفين الآخرين في مجال الإعلام على المواضيع المتعلقة بالحملة الانتخابية شأناً:

- ✓ آراء الصحفيين بالأنظمة المتعلقة بالتغطية الإعلامية خلال الانتخابات، إن وجدت؛
- ✓ إذا ما حصل الصحفيون على تدريب خاص بالتغطية الانتخابية؛
- ✓ كيفية تخطيط الصحفيين لتغطية الأحداث الانتخابية؛
- ✓ إذا ما واجه الصحفيون أي عقبات في عملهم، بما في ذلك الرقابة الذاتية؛
- ✓ نوع البرامج التي تعتمزم وسائل الإعلام الإلكتروني بثها لتغطية الانتخابات؛
- ✓ القاعدة التي تقرّر على أساسها وسائل الإعلام الإلكتروني توفير وقت على الهواء للمرشحين في حال كانت القواعد تتيح ذلك؛
- ✓ القواعد التي تنظم الدعاية المدفوعة والأسعار المعتمدة؛
- ✓ إذا ما أصدرت وسائل الإعلام أي مدونات سلوك أو توجيهات داخلية للصحفيين لتغطية الأحداث الانتخابية؛ و
- ✓ إذا ما تلقّت وسائل الإعلام أي شكاوى من الأحزاب السياسية أو المرشحين بخصوص كيفية تغطيتها للحملة.

تسمح البحوث الميدانية والاجتماعات مع الصحفيين والخبراء الإعلاميين والمنظمات الوطنية والدولية المعنية بشؤون الإعلام وغيرها من الجهات ذات الصلة للمحلل الإعلامي بإجراء تقييم عام لمستوى الاحتراف والاستقلالية في صفوف الصحفيين. وفي حال ظهور قصور في القدرات المهنية خلال فترة المراقبة، يوصي المحلل الإعلامي بإجراء تحسينات على إطار التقرير النهائي الذي ينشر بعد حوالي ثمانية أسابيع على انتهاء العملية الانتخابية.

### 5.1.3 رصد التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية

#### أخذ العيّات

عند الإمكان، يجب رصد الحملة الانتخابية برمتها بهدف مراقبة تنفيذ القواعد التي تنظم نفاذ المرشحين والأحزاب إلى وسائل الإعلام وتغطية أنشطتهم على امتداد العملية الانتخابية الشاملة.

ولا بد من اتخاذ قرارات بشأن القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية والصحف التي سيجري رصدها فضلاً عن توقيت رصد الإعلام الإلكتروني (وقت الذروة فقط، على مدار الساعة، إلخ). يمكن أن تتأثر

هذه القرارات بالموارد المتوفرة، إلا أنه من شأن العينة أن توفر معلومات موثوقة عن التوجهات العامة في التغطية الإعلامية.

يتولى المحلل الإعلامي دراسة البيئة الإعلامية قبل اختيار وسائل الإعلام التي سيتم رصدها. وسوف يتضمن ذلك معاينة:

- ✓ عدد وتنوع وسائل الإعلام العاملة في الدولة؛
- ✓ ملكية وسائل الإعلام (العامة/الحكومية أو الخاصة)؛
- ✓ التغطية الجغرافية لوسائل الإعلام (المستوى الوطني أو المحلي)؛
- ✓ تصنيف الجمهور/القراء لوسائل الإعلام؛
- ✓ ساعات البث أو تواتر المنشورات لوسائل الإعلام؛
- ✓ نوع وسائل الإعلام والجمهور المستهدف والتأثير المتوقع على الرأي العام والنخبة السياسية؛
- و
- ✓ عدد وسائل الإعلام خاصة تلك التي تستهدف الأقليات الإثنية/اللغوية في الدولة.

سوف تسمح هذه المعلومات للمحلل الإعلامي بتقديم اقتراحات حول:

- ✓ **عدد وسائل الإعلام التي سيتم رصدها:** سوف يقترح المحلل الإعلامي على رئيس البعثة عدد القنوات والصحف التي سيتم رصدها وشرح مبررات خياره. ويهدف الحصول على بيانات مقارنة، من الأهمية بمكان عند تحديد العينة، الالتزام بها وتفادي تعديلها خلال فترة المراقبة؛
- ✓ **المدة الزمنية لمراقبة الإعلام الإلكتروني:** تكون المدة الزمنية الأساسية لرصد محطات التلفزيون والراديو خلال أوقات الذروة (عادة بين 18:00 و 24:00 للمحطات التلفزيونية وبين 6:00 و 12:00 للراديو) عندما تكون شرائح الجمهور كبيرة. ويمكن لاختيار الأوقات المخصصة لرصد الإعلام أن تختلف من دولة إلى أخرى، بحسب جداول البرامج المحددة والقواعد التي تنظم الحملة الانتخابية في الإعلام. لكن أيًا كان التوقيت المختار، فإن المراقبة يجب ألا تقتصر على البرامج الإخبارية إنما ينبغي أن تتضمن برامج أخرى في الفترة الزمنية المحددة. ويمكن أن تؤدي المناظرات والبرامج الإخبارية ووقت البث المجاني على الهواء والبرامج الترفيهية دوراً في تحديد آراء القاعدة الانتخابية بشأن المرشحين والأحزاب. وبالتالي، من المهم مراقبة مدى الوقت المخصص بشكل متساو للمتنافسين في هذا النوع من البرامج؛
- و

- ✓ **نوع وسائل الإعلام التي سيتم رصدها:** يجب أن تأخذ معايير اختيار وسائل الإعلام في الاعتبار ملكية هذه الوسائل. فوسائل الإعلام المملوكة من القطاع العام لها التزامات أقوى من وسائل الإعلام الخاصة حيث يتم تمويلها من خلال الأموال العامة وبالتالي يجب ألا تكون متحيزة في تغطيتها. لذلك، تعتبر مراقبة وسائل الإعلام الحكومية أو العامة أولوية. ويتعين على المحلل الإعلامي أن يضمن أيضاً في العينة وسائل الإعلام الإلكتروني الخاصة الرئيسية التي لا بد من اختيارها على قاعدة تغطيتها الجغرافية والجمهور والتأثير المحتمل على الناخبين. أما بالنسبة إلى الإعلام المكتوب، فينبغي رصد الصحف الوطنية الأهم التي يتم اختيارها على

أساس تغطيتها الجغرافية وقاعدة قرائها وتأثيرها المحتمل على الناخبين. في المناطق التي تتواجد فيها مجموعات كبيرة من الأقليات، يوصى برصد وسائل الإعلام الثانوية التي قد يكون لها تأثير على الأقليات. ويمكن أن ينطبق ذلك على الصحف التي تصدر منشورات على نطاق ضيق إنما تستهدف النخب السياسية أو الاجتماعية المستهدفة ما يجعلها مستهدفة في المجتمع الإعلامي الأوسع.

## التحليل الكمي

يتطلب رصد التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية جمع مجموعة من العناصر الكمية للمخرجات الإعلامية شأن:

- ✓ كمية الوقت المخصص للمرشحين معيّنين ومسؤولين عامين رئيسيين؛<sup>5</sup>
- ✓ طول برامج البث الانتخابي المخصصة للأحزاب؛
- ✓ عدد المرّات التي يستعمل فيها مصطلح محدد لوصف سياسي معيّن؛
- ✓ العدد المحدّد للنساء المرشحات؛ و
- ✓ عدد المرّات التي تمّ فيها الإبلاغ عن مشكلة محددة في الحملة الانتخابية.

يمكن أيضاً الاستفادة من قياس جوانب أخرى من تغطية الحملة الانتخابية:

- ✓ عدد المرّات التي يذكر فيها كلّ فاعل سياسي (مثل المرشح أو سياسي آخر)؛
- ✓ طول المدة الزمنية أو المساحة المخصصة لكلّ فاعل سياسي؛
- ✓ الإشارات الإيجابية أو السلبية أو المحايدة لكلّ فاعل؛
- ✓ المدة الزمنية أو المساحة المخصصة لتوجيه الخطابات أو المقابلات لكلّ فاعل سياسي؛
- ✓ الإشارات إلى مواضيع مختلفة؛
- ✓ تسلسل الموارد الإخبارية حول مختلف المرشحين أو الأحزاب أو المواضيع؛ و
- ✓ التوازن الجنساني للتغطية الإعلامية للمرشحين.

من المهم التذكّر أنّ البيانات الكمية تخدم غاية أكبر؛ فهذه العناصر لا تحتسب بالرغم من أنّه يمكن احتسابها ببساطة، ذلك أنّ تحليل البيانات ضمن سياق المشهد الإعلامي والوضع السياسي المحيط بحملة انتخابية معيّنة يمكن أن يساعد المحلل الإعلامي على الإجابة على العديد من الأسئلة المحددة في الفصل الثالث حول دور الإعلام في العملية الانتخابية. كما أنّ التحليل يزود المحلل الإعلامي بالمعلومات اللازمة لتقييم أداء الإعلام خلال الحملة.

5 في حال كان أحد شاغلي المناصب العامة مرشحاً في الوقت نفسه، يحاول المحلل الإعلامي التمييز بين المهام الرسمية وأنشطة الحملة الانتخابية لهذا المرشح وهذا أمر ليس بالسهل حيث يمكن أن تكون الأحداث الرسمية هامشية بالرغم من تغطيتها الواسعة في الإعلام بهدف الحصول على انتشار إعلامي إضافي.



ولكن لهذا التحليل حدود. حيث يمكن أن يتوفر تفسير مقبول لإعطاء أحد المرشحين وقتاً أكثر من غيره. والقياس الكمي موضوعي إنما لا يمكن أن يكون وحده مؤشراً على التحيز. ومن باب المساواة، قياس تخصيص الوقت لا يدلنا على كيفية استخدام هذا الوقت. ويمكن للتغطية أن تكون إيجابية أو سلبية أو محايدة من حيث اللهجة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تجري تغطية أنشطة شاغلي المناصب العامة بصورة إيجابية بالإجمال، حيث تتم الإشارة عادة إلى الإنجازات والنجاحات فيظهر وزراء الحكومة في المناسبات الاحتفالية شأن افتتاح طرق أو مصانع رئيسية. وعلى سبيل المقارنة، يمكن أن تكون تغطية مرشحي المعارضة سلبية بشكل رئيسي.

وبالإضافة إلى هذه الاستنتاجات، ثمة العديد من الجوانب المهمة الأخرى للتغطية الإعلامية للانتخابات التي يجب رصدها إنما لا يمكن تحليلها كمياً. وفي ما يلي بعض الأمثلة:

✓ **الدقة:** سوف يظهر القياس الكمي للهجة ما إذا كانت الإشارات إلى حزب أو مرشح معيّنة إيجابية أو سلبية أو محايدة. لكن ذلك بحد ذاته لن يظهر ما إذا كانت وسائل الإعلام تنقل الأحداث بدقة. ويعتبر النقل غير الدقيق المستمر للأحداث أهدأ أخطر الشوائب في تغطية الحملة الاقتصادية ويمكن فقط تحديد أوجه القصور من خلال التحليل النوعي. ويمكن للمحلل الإعلامي أن يستعمل مجموعة من الأساليب للقيام بذلك. وسيكون مهماً على نحو خاص مقارنة التغطية الإعلامية مع الملاحظات الصادرة عن باقي أعضاء بعثة مراقبة الانتخابات. وهذا يشكل وسيلة لاختبار دقة نقل الإعلام للأحداث والفعاليات التي يمكن أن يكون المراقبون قد حضروها. ومن الأساليب المهمة الأخرى، مقارنة تغطية الفعاليات نفسها في وسائل الإعلام المختلفة. وهذا لن يظهر بحد ذاته ما هي وسائل الإعلام التي تنقل الأخبار بشكل غير دقيق إنما يشكل وجود التناقضات مؤشراً جيداً على المسائل التي يجب التحقيق فيها بشكل إضافي؛

✓ **الإلغاءات:** تعود عادة التقارير المحرّفة إلى الإخفاق في تغطية الأخبار والقضايا المهمة. سوف يستخدم المحلل الإعلامي الأساليب نفسها المستعملة لتقييم الدقة لتحديد الأخبار التي لم تدر تغطيتها: المقارنة بين مختلف وسائل الإعلام وإحالتها إلى باقي أعضاء بعثة مراقبة الانتخابات؛

✓ **خطاب الكراهية:** سوف يدقّق المراقبون بكيفية تغطية وسائل الإعلام للهجة التحريضية في الحملة الانتخابية. وهذا يتطلب تقييماً صائباً للمصطلحات الفعلية المحكاة والسياق والقانون الوطني والمعايير الأخلاقية؛

✓ **العناوين والرسوم الموضلة:** لن ينجح دائماً قياس مضمون المواد في تحديد أهدأ أكثر الأساليب شبيهاً لسوء تمثيل الأحزاب أو المرشحين في الحملة الانتخابية. فالعناوين المثيرة للجدل أو التي لا تعكس بدقة مضمون الخبر يمكن أن تكون أكثر تأثيراً من الخبر بحد ذاته، مهما كان دقيقاً. ومن باب التشابه، فإنّ تلازم الخبر مع مواد بصرية غير ذات صلة - صور أو لقطات فيديو - يمكن أن يكون مؤثراً أيضاً، سواء كان إيجابياً أو سلبياً. حتى الصور المحايدة ظاهرياً يمكن أن تكون حساسة: و

✓ **القضايا الأخلاقية:** جميع القضايا الأنفة الذكر هي إلى حدّ ما مرتبطة بمعايير الصحافة المهنية أو الأخلاقية. وقد تبرز أيضاً قضايا أخرى تتطلب تعليقاً من البعثة. على سبيل المثال، قد تظهر علاقة بين التغطية المرضية للحملة وتخصيص كميات كبيرة من الدعايات لحزب أو مرشح معيّن. أو قد تبرز ضبابية في التمييز بين الواقعة والتعليق. حيث يمكن أن تنقل استنتاجات استطلاعات الرأي بشكل غير مهني أو في أوقات يحظرها القانون. وهذه المسائل أيضاً تشكّل قضايا نوعية لن يرصدها التحليل الكمي.

## التحليل النوعي

يهدف هذا النوع من التحليل إلى وصف الأوضاع والظواهر التي يكون تحليلها على أساس كمي إما غير ضروري أو غير فعال، إنما التي يمكن أن تكون مجدية لتقييم الجودة العامة للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية. يمكن أن يشمل التحليل النوعي للتغطية الإعلامية للعملية الانتخابية مواضيع مختلفة، أبرزها:

✓ **الأسلوب الصحفي:** هل يميل الصحفيون إلى المزج بين الآراء والوقائع عند إعداد التقارير وتغطية الأخبار؟ هل يحاول الصحفيون تزويد الرأي العام بتحليل معمّق ومعلومات دقيقة أو يميلون إلى تغطية الأحداث بشكل سطحي وغير كامل؟

✓ **السلوك المهني للصحفيين:** هل الصحفيون مسؤولون عن أيّ معلومات متحيّزة بشكل واضح أو عن التغطية أو أمثلة التشهير أو التصاريح الحزبية أو الأخبار الكاذبة؟

✓ **منافع المناصب العامة:** هل يستفيد المسؤولون الحكوميون من منافع زائدة بفعل التغطية المكثفة لوظائفهم الرسمية؟ هل تغطي وسائل الإعلام أنشطتهم بشكل غير ناقد ملقية الضوء فقط على النجاحات التي حققوها مع تجاهل إخفاقاتهم؟

✓ **أجندة وسائل الإعلام:** ما هي المواضيع والأخبار التي تتمّ تغطيتها في برامج الأخبار التلفزيونية الرئيسية؟ هل تغطي وسائل الإعلام المرئي العامة أخباراً لصالح حزب معيّن؟ هل تضع وسائل الإعلام أجندة لصالح حزب معيّن؟

✓ **الصمت الانتخابي:** هل تحترم وسائل الإعلام أحكام فترة الصمت (في حال كانت واردة في الأنظمة الوطنية)؟ في حال لا، ما هي الانتهاكات الرئيسية؟ من الذي يجب اعتباره مسؤولاً عن انتهاكات القانون؟

✓ **حذف أخبار:** هل تمّ حذف أي جزء هام من الأخبار في وسائل الإعلام التي جرى رصدها؟

✓ **تحليل النماذج المستخدمة لتغطية الانتخابات والمضمون:** هل من أمثلة عن التغطية الانتخابية الانتكارية؟ هل تمّ إنتاج برامج أو إعداد مقالات ساخرة؟ هل أنتجت وسائل الإعلام أيّ برنامج أو أعدت أيّ مقال بلغة (لغات) الأقليات الوطنية؟ هل تتولّى معالجة قضايا الأقليات الوطنية؟ هل أنتجت وسائل الإعلام أيّ برنامج أو أعدت أيّ مقال يعالج القضايا الجنسانية؟

- ✓ الحملات الانتخابية من خلال وسائل الإعلام الجديدة: المواقع الإلكترونية وخوادم قائمة الرسائل الإلكترونية والرسائل النصية وصولاً إلى الهواتف النقالة، إلخ.
- ✓ الحوادث المتعلقة باللغة التحريضية: هل تقوم أي وسيلة إعلامية بنشر خطابات كراهية؟ من هم المستهدفون؟
- ✓ الانتهاكات: هل تم انتهاك أي أحكام تنظم الإعلام خلال الفترة الانتخابية؟
- ✓ تغطية إدارة الانتخابات: هل تجري تغطية أنشطة اللجنة الانتخابية؟ هل تجري تغطية القضايا الحساسة المتعلقة بإدارة الانتخابات؟ هل تقوم التغطية بتعزيز الثقة بالمؤسسات والعملية الانتخابية أو تعمل على تقويض شرعيتها؟
- ✓ تثقيف الناخبين: هل من حملة محددة لتثقيف الناخبين؟ في حال نعم، هل تزود الناخبين بمعلومات صحيحة وواضحة حول حقهم في التصويت وإجراءات الاقتراع؟ هل تستهدف شرائح مختلفة من الجمهور، لا سيما المعوزين أو المجموعات التي لطالما جرى التمييز بحقها؟ هل تركز الحملة على جوانب محددة أو مشاكل شائعة في دولة معينة؟
- ✓ تغطية استطلاعات الرأي: هل تجري التغطية وفق الأحكام الوطنية التي تنظم تعميم استطلاعات الرأي على الجمهور؟ هل تمثل العينات المستعملة جميع شرائح السكان؟ هل جرت صياغة الأسئلة بشكل ملائم؟ و
- ✓ تغطية نتائج الاستطلاعات في الدول التي تجري فيها عملية الاقتراع في مناطق زمنية مختلفة: هل يتم الإعلان عن نتائج الاستطلاعات قبل إغلاق مراكز الاقتراع في جميع المناطق الزمنية؟

على أساس تحليل الوضع الإعلامي في دولة معينة كما هو مذكور في هذا القسم وانطلاقاً من سياق محدد حيث تجري الانتخابات، يصيغ المحلل الإعلامي نموذجاً يتم توزيعه على جميع المراقبين الإعلاميين ليتم ملؤه على قاعدة منتظمة. يتم تخزين البيانات التي يجري جمعها في النماذج بشكل منتظم في قاعدة بيانات مصممة خصيصاً لهذه الغاية. ويعتبر ضمان دقة مدخلات البيانات جزءاً أساسياً من عملية الرصد. لذلك، يتم تضمين إجراءات التدقيق الروتينية واليومية في البيانات خلال عمليات الرصد في نشاط المحلل الإعلامي.

وعند استكمال النماذج من جانب جميع المراقبين، من المهم الاطلاع على ملاحظاتهم ومناقشة استنتاجاتهم. ويشكل ذلك سبيلاً آخر لتلافي إستناد الاستنتاجات على مجرد انطباعات، حيث أن مقارنة الملاحظات ومناقشتها بين المراقبين ومع المحلل الإعلامي تشكل مؤشراً على موثوقية الاستطلاع واتساق النتائج. وينبغي أن تجري هذه المناقشات بصورة منتظمة وأن تركز على الاستنتاجات الرئيسية لضمان اتساقها ومصداقيتها ومبرراتها. وفي هذا الصدد، يجب تنظيم اجتماعات لاستخلاص المعلومات مع المراقبين الإعلاميين وفق الجدول الزمني الذي يحدده المحلل الإعلامي.

#### 5.1.4 رصد الشكاوى المرتبطة بالإعلام وانتهاكات حرية التعبير

يحفظ المحلل الإعلامي السجلات والوثائق المتعلقة بجميع الأحداث ذات الصلة التي تؤثر على حرية التعبير بما في ذلك:

- ✓ ما إذا كان هناك أي معوقات للأنشطة الإعلامية؛
- ✓ ما إذا كانت وسائل الإعلام تخضع لأي شكل من أشكال الرقابة المباشرة أو غير المباشرة؛
- ✓ ما إذا كانت وسائل الإعلام تخضع لضغوط مباشرة أو غير مباشرة من المسؤولين في الحكم أو من الأحزاب السياسية؛
- ✓ ما إذا كانت وسائل الإعلام العامة/الحكومية تخضع لضغوط من الإدارة في ما يتعلق بخياراتها التحريرية؛
- ✓ ما إذا كانت وسائل الإعلام الخاصة تخضع لضغوط من مالكيها في ما يتعلق بخياراتها التحريرية؛
- ✓ ما إذا كان تمّ أو يتمّ تهريب الصحفيين وإذا كانت الغاية من التهريب التدخل في أنشطة الصحفيين المهنية؛
- ✓ ما إذا تمّ قتل صحفيين أو احتجازهم أو سجنهم؛
- ✓ ما إذا كانت الدعاوى القضائية ضد وسائل الإعلام والصحفيين قائمة على قاعدة قانونية سليمة؛
- ✓ ما إذا تمّ إقفال وسائل إعلام خلال فترة الحملة الانتخابية أو قبلها؛
- ✓ ما إذا تمّ رفض ترخيص وسائل إعلام أو تجديد تراخيصها؛ و
- ✓ ما إذا تلقت أي وسيلة إعلامية مدفوعات مبطّنة لقاء دعم حزب أو مرشّح.

خلال العملية الانتخابية، يمكن أن يتقدّم المرشحون والأحزاب السياسية والإعلاميون الذين يتعرضون للتمييز أو يتمّ انتهاك حقوقهم بشكاوى بهدف تحقيق الانتصاف القانوني. ويسمح حفظ سجلات هذه الشكاوى للمحلل الإعلامي بالتحقق من عدد الانتهاكات المزعومة التي تمّ الإبلاغ عنها وعدد الانتهاكات التي جرت تسويتها وإلى أي مدى تمّت الاستجابة لها بسرعة وما هي القرارات التي اتخذها الجهاز الفصل في كل حالة وكيف سارت بالإجمال إجراءات تقديم الشكاوى والاستئناف.

غير أنّه يتعيّن على المحلل الإعلامي عدم التدخل في هذه الإجراءات. وعند توجيه الشكاوى إلى بعثة مراقبة الانتخابات على سبيل المثال، يتعيّن على المحلل الإعلامي بدلاً من الجهاز المختص أن يحدّ عملهم بتسجيل الشكاوى من دون التدخل في النزاع وأن يذكّر المدعي في الوقت نفسه بالقنوات التي يتمّ استحداثها رسمياً في هذه الحالات. إلا أنّه ومع البقاء على الحياد، يتوجّب على المحلل الإعلامي جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المدّعي عند معرفته بأيّ شكوى. وللحصول على لمحة عامة شاملة عن موضوع النزاع، يجب أن يجتمع المحلل الإعلامي مع جميع الأطراف المعنية. يتعاون المحلل الإعلامي بشكل وثيق مع المحلل القانوني بالإضافة إلى محلل الانتخابات.

ولا بد من جمع الشكاوى المرتبطة بالإعلام في نموذج خطي وأرشفتها. كما يجب تصنيفها في نموذج مصمّم خصيصاً لهذه الغاية (نسخة ورقية أو إلكترونية) والتحقق منها ومتابعتها. ويجب أن يتضمّن النموذج معلومات ذات صلة شأن:

- ✓ تاريخ تقديم الشكاوى؛
- ✓ اسم المدّعي؛
- ✓ اسم الجهاز أو الشخص الذي رفعت الشكاوى ضده؛
- ✓ اسم الجهاز حيث تمّ تقديم الشكاوى؛
- ✓ موقع الجهاز حيث تمّ تقديم الشكاوى؛
- ✓ مكان حصول الانتهاك المزعوم؛
- ✓ موضوع الشكاوى؛
- ✓ الأرضية القانونية التي تمّ رفع الشكاوى على أساسها؛
- ✓ تعليق مقتضب على الشكاوى باسم المحلّل الإعلامي أو المراقب (المراقبين) الذين أبلغوا عنها؛ و
- ✓ تاريخ استماع الجهاز المختص للشكاوى.



## معالجة البيانات وتحليلها

### 6.1 وحدات السياق

يعمل المراقبون مع أقسام فرعية محددة من وسائل الإعلام التي يتولون رصدها والتي تعرف «بوحدات السياق». ووحدة السياق هي أي جزء غير متقطع من برنامج مرئي أو مواد منشورة تتناول السياق نفسه. ويمكن أن تكون وحدات السياق طويلة (مثلاً، برنامج تلفزيوني أو إذاعي كامل مثل برنامج حوار أو برنامج شؤون راهنة) أو قصيرة جداً (مثل خبر واحد كجزء من نشرة إخبارية).

وفي التطبيق، من السهل نسبياً معرفة بداية ونهاية كل وحدة سياق. وسيتم تحديد ذلك إما في بداية البرنامج أو عند نهايته أو من خلال الفصل الواضح إنما غير الرسمي بين المواد الإخبارية ضمن النشرة. وستكون دائماً وحدات السياق في الإعلام المكتوب منفصلة على شكل مقالات فردية. وفي المبدأ، يجب ألا تقاطع الإعلانات وحدات السياق. غير أن هناك بعض الاستثناءات في الحالات حيث تتضمن الإعلانات فاعلاً ذا صلة أي سياسي أو مرشح. ويجب اعتبار هذه الحالات وحدات سياق بحد ذاتها وتحليلها بشكل منفصل.

يتم تقسيم وحدات السياق إلى أقسام فرعية بهدف قياس عدد المتغيرات. وهذه هي العناصر التي تتم مراقبتها خلال رصد الإعلام، شأن توقيت التغطية والفاعلين المعنيين ولهجة التغطية.

### 6.2 وحدات التسجيل

وحدة التسجيل هي شريحة من رسالة موجّهة إلى فرد ما - فرد واحد فقط - فاعل ذي صلة. وسيكون ضمن وحدة السياق (برنامج حوار على سبيل المثال)، العدد نفسه من وحدات التسجيل والشرائح الإعلامية المخصصة للفاعلين الفرديين ذوي الصلة. لذلك على سبيل المثال كل مرة يتحدث فيها مرشح سياسي خلال برنامج حوار، سيتم تحديد ذلك كوحدة تسجيل منفصلة. أما في مواد الأخبار المكتوبة، تمثل كل مناسبة منفصلة يتم فيها ذكر مرشح ما أو اقتباسه تسجيلاً فردياً. وتكمن فائدة استعمال الشرائح الصغيرة من النصوص كوحدات تسجيل في مستوى الدقة الذي توفره خلال مرحلة التحليل. وسيتم تخزين كل وحدة تسجيل بشكل منفصل وترميزها وفق المتغيرات التي تجري متابعتها خلال رصد الإعلام.

### 6.3 الترميز

ترميز المتغيرات مهم للغاية ويجب أن تكون الرموز المحددة واضحة ولا لبس فيها. تعتبر المتغيرات التالية مهمة على نحو خاص:

✓ **تحديد الفاعلين ذوي الصلة:** مفاهيم «السياسيين» و«المرشحين» واضحة. غير أنه يتعين على المحلل الإعلامي تزويد المراقبين الإعلاميين بتوجيهات واضحة للغاية حول كيفية وتوقيت تسجيل هذه الأمثلة وفق متغير الفاعل ذي الصلة. وقد تعتمد طريقة تصنيف الأفراد أو المجموعات كفاعلين ذوي صلة على نوع الانتخابات. ويمكن أن يضمّ الفاعلون ذوو الصلة:

- ◆ جميع أعضاء البرلمان؛
- ◆ جميع أعضاء الحكومة (الوزراء ونواب الوزراء)؛
- ◆ جميع المرشحين للانتخابات (على أساس القائمة الرسمية الموافق عليها والصادرة عن السلطات الانتخابية)؛
- ◆ جميع الفاعلين المؤسساتيين (الرئيس ورئيس مجلس النواب؛ إلخ)؛
- ◆ جميع أعضاء الإدارات المحلية (رؤساء البلديات وممثلو المجالس المحلية)؛
- ◆ أعضاء الأحزاب السياسية الذي تمّ تحديدهم بوضوح كسياسيين فاعلين (على سبيل المثال، قائد حزب مسجل غير مرشح للانتخابات، وليس عضواً في الحكومة أو في أي مؤسسة رسمية أخرى وليس عضواً في أي إدارة محلية)؛ و
- ◆ جميع الأحزاب السياسية المسجلة.

قبل البدء بجمع البيانات، من المهم الحصول على قائمة الأحزاب السياسية و/أو المرشحين مع انتماءات أحزابهم، من الإدارة الوطنية للانتخابات فضلاً عن قائمة أعضاء الحكومة الحالية.

✓ **تحديد المتغيرات المستخدمة لوصف الفاعلين ذوي الصلة:** يتعين على المحلل الإعلامي أن يقرّر عدد المتغيرات التي سيتم استخدامها لوصف الفاعلين ذوي الصلة. وبهدف تسجيل عدد الحوادث وإعداد الإحصاءات الضرورية، سيتمّ النظر دائماً في ثلاث خصائص عند وصف الفاعلين ذوي الصلة: الانتماء السياسي، الترشح والجنسانية. هذه المتغيرات تسمح لفريق الرصد بتحديد توزيع التغطية على الأحزاب السياسية أو المرشحين الفرديين للانتخابات، فضلاً عن إنتاج البيانات المتعلقة بالتوازن الجنساني. كما يمكن تضمين متغيرات أخرى. وقد يكون من المهم معرفة مدى تواتر ذكر مرشحين من مجموعات الأقلية أو الإشارة إليهم.



ومن القرارات الهامة التي يجب اتخاذها كيفية تصنيف أعضاء الحكومة. فعادة ما يحظى ممثلو الحكومة بهوية مزدوجة حيث أنهم غالباً ما يكونون أعضاء في حزب ما وممثلي السلطة التنفيذية في الوقت نفسه. وفي الحالات التي يكون فيها أعضاء الجناح التنفيذي مرشحين أيضاً، يمكن أن يختار المحلل الإعلامي تسجيل الأمثلة التي تتم فيها تغطية هؤلاء بصفاتهم التنفيذية الرسمية بشكل منفصل عن تلك التي تجري فيها تغطيتهم خلال الأنشطة المرتبطة بالانتخابات. وبالتالي لا بد من إيلاء أهمية خاصة إلى رصد هذا الجانب حيث أنه من المهم التمكن من إعداد بيانات حول التغطية التي يحظى بها المسؤولون الحكوميون لتقييم ما إذا كانوا قد حصلوا على منافع غير متناسبة.

## 6.4 نظام القياس

تعتبر الثواني والسنتيمترات المربعة أفضل وحدات القياس من حيث الدقة. إذا كان فريق الرصد يحتسب ببساطة عدد ظهور وحدات السياق أو تغطية فاعل ذي صلة من دون احتساب طول الوقت لكل حالة أو في حال الإعلام المكتوب السنتيمترات المربعة، فيمكن أن يؤدي ذلك إلى نتائج مضللة. والحاجة إلى توفير صورة دقيقة عن توزيع التغطية بين الأحزاب والسياسيين تعني أنه يجب قياس الوقت المخصص للإعلام الإلكتروني والمساحة المخصصة للمواد المكتوبة.

وتكون عامة القياسات المستخدمة لتحديد كمية التغطية الإعلامية المخصصة للفاعلين السياسيين وقت أو مساحة الاهتمام، حيث:

- ✓ الوقت الإجمالي هو قياس التغطية الإعلامية لفاعل ذي صلة على التلفزيون أو الراديو؛
- ✓ المساحة الإجمالية هي قياس المساحة-العمود الشاملين لتغطية فاعل ذي صلة في الإعلام المكتوب؛
- ✓ يُحتسب الوقت الإجمالي بمساعدة ساعة التوقيف أو ساعة التوقيت على فيديو/مسجل رقمي ويتم تسجيلها بالثواني في عمود الوقت في نموذج التحليل للتلفزيون/الراديو. يتم احتساب المساحة الإجمالية بالسنتيمترات المربعة وتدوينها في عمود المساحة في نموذج التحليل للصحافة؛ و
- ✓ تساعد مؤشرات وقت الخطاب المباشر ومساحة المقابلة على قياس النفاذ المباشر (في المقابلات والبيانات والدعاية، إلخ) الذي يمنح للفاعلين السياسيين في الإعلام. وقت الخطاب المباشر هو حين يتم اقتباس الفاعل ذي الصلة مباشرة على التلفزيون أو الراديو. ومساحة المقابلة هي المساحة التي يتم فيها اقتباس الفاعل ذي الصلة بشكل مباشر في الصحافة.

## 6.5 جودة التغطية

لا يوفر جمع المعلومات حول كمية التغطية المخصصة لمختلف الفاعلين السياسيين صورة شاملة عن مستوى التعددية التي تعكسها وسائل الإعلام. ولا يتم تحديد الصورة العامة للأحزاب السياسية والمرشحين والقادة بحسب كمية الوقت أو المساحة المخصصة لهم فقط بل من خلال طريقة تصويرهم أيضاً. ولهذا السبب، يتطلب الرصد الدقيق للإعلام استخدام مؤشر عام لجودة التغطية. ومن الصعوبات التي قد تنشأ بشكل فوري، تخفيض الذاتية في تقديرات المراقبين إلى الحد الأدنى عند تقييم لهجة التغطية، حيث أن

هذه الصفة هي ذاتية بطبيعة الحال. ويعتبر تدريب المراقبين الإعلاميين الوطنيين مهماً بهدف إعطائهم توجيهات واضحة بشأن العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند تقييم اللهجة وكيفية تسجيل هذا المتغير. وبالتالي ينبغي وضع قواعد لترميز اللهجة بشكل واضح ومناقشة الحالات غير الواضحة بدقة.

ويتطلب قياس جودة التغطية عدداً من الخصائص التي يمكن ترجمتها إلى متغيرات، والتي تتضمن:

- ✓ الأحكام الصريحة الصادرة عن الصحفي إزاء الفاعل ذي الصلة؛
- ✓ إطار تغطية الفاعل ذي الصلة؛ ويستلزم الإطار تحديد قيمة الخبر الذي يحيط بتغطية الفاعل أي السياق الذي يتم فيها إعداد التقرير عن الفاعل ذي الصلة. لذلك لا يرتبط الإطار بحقيقة السياق أو عدمها إنما بالضوء الذي يلقيه هذا السياق على الفاعل. قد تمثل التغطية المتواصلة لفاعل سياسي في سياقات إشكالية (حلقات من العنف، محاكمات فساد، إلخ). خلال الحملة الانتخابية محاولة لتزويد الجمهور بصورة سلبية عن هذا الفاعل؛
- ✓ الاستعمال المتلاعب للأفلام والصور والأصوات في محاولة للتأثير على رأي الناخبين (نواب برلمانيون نائمون، تصوير زوايا تظهر حشود غفيرة، دعاية مؤثرة)؛
- ✓ اختيار الكلمات عند تغطية الفاعلين السياسيين أو نقل الأخبار؛ و
- ✓ احترام معايير الصحافة المهنية الأساسية شأن التمييز بين الأخبار والتعليقات وتصحيح المعلومات غير الدقيقة عند تغطية خبر صحفي.

يتم عادة قياس اللهجة باستخدام سلم يتضمن خمس قيم (سلبية جداً، سلبية، محايد، إيجابي، إيجابي جداً) أو ثلاث (إيجابية، محايدة، سلبية).

## 6.6 حالات القياس

لا يهتم المحلل الإعلامي بالتحقق فقط من عدد المرات التي يظهر أو يُذكر فيها الفاعلون ذوو الصلة إنما أيضاً بمراقبة مدى تركيز التقرير عليهم. ويجب أن يكون المحلل الإعلامي قادراً على تحديد الوقت أو المساحة المخصصين لحزب معين بدلاً من تحديد عدد المرات التي يذكر فيها (التواتر).

ويجب قياس تواتر ذكر الحزب أو المرشح بحسب الوقت أو المساحة المخصصين لهما. وقد يكون من المفيد احتساب النسبة المئوية النسبية لوقت التغطية أو المساحة المخصصين لهما، حيث لا يسمح التواتر بالقيم المطلقة بإجراء مقارنة على الفور لمستوى التغطية التي حصل عليها الفاعلون ذوو الصلة.

ويسمح احتساب القيم المئوية للمحلل الإعلامي بمقارنة توزيع الوقت/المساحة على مختلف الفاعلين ذوي الصلة.

مثال

الانتماء السياسي	الوقت	النسبة المئوية للوقت
الحزب 1	631	46.2%
الحكومة	317	23.2%
الحزب 3	286	20.9%
مؤسساتي	133	9.7%
المجموع	1,367	100%

يسمح هذا النهج للمحلل الإعلامي بإعداد تقرير بأنّ الحزب 1 حصل على أكبر حصة من التغطية - أكثر من ضعف الوقت الذي حظي به الحزب 3.

## 6.7 تفسير البيانات

يجب تفسير البيانات الرقمية بدقة مع الأخذ في الاعتبار إلى جانب الإحصاءات، الأسباب المحتملة وراء هذه القيم. ويتعين على المحلل الإعلامي عدم وصف الظاهرة فحسب - التغطية واللهجة الإعلامية - لهذه الحالة إنما السعي أيضاً إلى تفسيرها. وما من نموذج عام لتفسير البيانات، إنما قد تساعد المناهج التالية على تحسين قراءة البيانات وتحليلها:

✓ عند تحليل البيانات، من المهم قراءة القيم المطلقة والنسبية على السواء، حيث توفر كلّ منها معلومات هامة. ويمكن أن يكون استخدام القيم النسبية مثل النسب المئوية مضللاً في بعض الأحيان. فلنأخذ على سبيل المثال، حالة ثلاثة أحزاب: حصل الحزب أ على خمس ثوان من التغطية والحزب ب على ساعتين والحزب ج على أربع ساعات. وإذا ما ذكرنا فقط أنّ 70% من الوقت المخصص للحزب أ كان سلبياً من دون النظر إلى أنّ الوقت الإجمالي كان قليلاً جداً مقارنة مع الوقت المخصص للحزبين الآخرين، نجازف في الإفراط في تقدير أهمية البيانات؛

✓ في حال أفضت أنشطة التحليل الإعلامي إلى بيانات أو قيم تبدو غريبة أو غير دقيقة، يجب أن يحاول المحلل الإعلامي تحديد السبب (الأسباب). وقد تكون الأخطاء ناجمة عن مغالطات في مراحل تسجيل المدخلات أو البيانات في إطار عملية الرصد. لكن البيانات يمكن أن تكون دقيقة ويتعين عندها على المحلل الإعلامي شرح الشوائب الظاهرة؛

✓ يجب استعمال مجموعات وافرة بما يكفي من البيانات لكي تستحق التوقف عندها. وفترة إعداد التقارير الأساسية هي فترة الحملة بكاملها، لذلك يجب أن يتلافى المحلل الإعلامي استنتاج الخلاصات من البيانات التي تغطي فترات زمنية محدودة؛

- ✓ ويجب أن يقارن التحليل فقط الحالات المتشابهة وألا «يمزج شعبان برمضان». فعلى سبيل المثال، من المحتمل أن تؤدي مقارنة مخرجات إحدى الصحف اليومية مع مخرجات منشور أسبوعي إلى نتائج غير عادية ومضللة. حيث أن المنشور الأسبوعي يحمل عدداً أقل بكثير من المواد التي بدورها يمكن أن تكون مختلفة للغاية
- ✓ بطبيعتها عن المواد التي يتم نشرها في الصحيفة اليومية. فقد تحتوي قصة غير إخبارية طويلة على سبيل المثال على عدد مصادر أكبر بكثير من المادة الإخبارية المقترضة. وهذا لا يجعلها بالضرورة مادة أفضل. لذلك يتعين على المحلل التنبيه إلى عدم إجراء مقارنات مضللة؛
- ✓ فمن المهم أخذ المعلومات السياقية في الاعتبار عند تقييم البيانات. حيث توفر المعايير القانونية التي تنظم السلوك الإعلامي خلال الانتخابات - القوانين الوطنية والمعايير الدولية على السواء - إطاراً أساسياً لتفسير الاستنتاجات. ويشكل نظام الحزب والسياق السياسي والأهمية والوضع النسبيين لوسائل الإعلام التي يتم رصدها عوامل أخرى يجب النظر فيها عند صياغة الاستنتاجات؛
- ✓ تذكر أن الأرقام في ورقة العمل أو قاعدة البيانات هي وصفية وغير استنتاجية أي أنها تصف فقط المواد التي يجري رصدها. ومن غير الممكن استخدام هذه الأرقام لاستنتاج ما قد يكون قد ورد في وسائل إعلام أخرى لم يجر رصدها. لذلك يتعين على المحلل الإعلامي التنبيه دائماً إلى عدم الاستناد إلى استنتاجات إحصائية لم يتم التحقق منها.
- ✓ توفر الاستنتاجات النوعية تفسيرات مفيدة للبيانات الإحصائية. حيث يمكن عادة تحديد العوامل القائمة على توجه معين أو قيمة محددة أو تغيير ذي معنى من خلال استعمال التحليل النوعي المنظم الذي يتم إجراؤه خلال عملية الرصد؛
- ✓ ويجب أن يتم دائماً تحليل البيانات النوعية مع الإشارة إلى ما حصل في الحملة الانتخابية في ذلك الوقت. كما ينبغي أن يتذكر المحلل الإعلامي دائماً الأحداث والعوامل في العالم الخارجي التي قد تشرح البيانات، خاصة إذا كانت بعض النتائج مفاجئة. فخلال الفترات الزمنية القصيرة، يمكن أن يحرف حدث رئيسي واحد أو قصة إخبارية البيانات بشكل ملحوظ؛
- و
- ✓ لا تخبرك استنتاجات رصد الإعلام عما حصل بل تطلعك فقط على ما تمت تغطيته في الإعلام. وبالتالي يمكن استعمال البيانات لمقارنة مخرجات وسائل الإعلام المختلفة إنما على طريقتها حيث لا يعني ذلك أن تغطية الإعلام كانت دقيقة. ولاتخاذ موقف من دقة التغطية، يتعين على المحلل الإعلامي مقارنة البيانات في الإعلام مع البيانات حول الحوادث التي جرت تغطيتها. وقد تتضمن هذه البيانات إحصاءات حول العنف السياسي وعدد التجمعات لمختلف الأحزاب، إلخ.

# ملحق

## تجميع المعايير والمبادئ حول حرية التعبير خلال الانتخابات

### قائمة الاختصارات

CIS:	اتحاد الدول المستقلة
CoE:	مجلس أوروبا
ECHR:	اتفاقية حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية (الاتفاقية الأوروبية حول حقوق الإنسان)
ECtHR:	المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان
EU:	الاتحاد الأوروبي
FCPNM:	الاتفاقية الإطارية لحماية الأقليات الوطنية
GC:	ملاحظة عامة
ICCPR:	العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية
OHCHR:	مكتب المفوض الأعلى للأمم المتحدة لحقوق الإنسان
OSCE:	منظمة الأمن والتعاون في أوروبا
PACE:	الجمعية البرلمانية لمجلس أوروبا
UDHR:	الإعلان العالمي لحقوق الإنسان
UN:	الأمم المتحدة
VC:	اللجنة الأوروبية للديمقراطية عبر القانون (لجنة البندقية)

يحتوي هذا الملحق على وثائق ذات نطاق جغرافي وطبيعة مختلفين، تتميز في درجة طابعها الإلزامي إنما تعالج جميعها بشكل رئيسي حرية التعبير وحرية الإعلام في سياق الانتخابات والحياة السياسية. ولم يتم تضمين وثائق أخرى متعلقة بالدور الأكبر للإعلام في الحياة الاجتماعية والسياسية.

وقد اعتمدت الأمم المتحدة بعضاً من هذه الوثائق ما أعطاها بعداً عالمياً ودرجة عالية من دعم الدول. كما تتوفر وثائق أخرى تتمتع ببعد إقليمي حيث جرى تجميعها واعتمادها من جانب منظمات إقليمية. ويمثل الملحق بشكل رئيسي معايير الأمم المتحدة ومنظمة الأمن والتعاون واتحاد الدول المستقلة ومجلس أوروبا والاتحاد الأوروبي، حيث أنّ هذه المعايير هي المبادئ الرئيسية التي تنطبق على جميع أو بعض الدول المشاركة في منظمة الأمن والتعاون.

كما تختلف هذه الوثائق في درجة طابعها الإلزامي وطبيعتها حيث يعتبر بعضها إلزامياً للحكومات التي صادقت عليها فيما يعتبر البعض الآخر ملزماً سياسياً للحكومات التي التزمت بالوفاء بمبادئ هذه الوثائق. العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية هو على سبيل المثال ملزم قانونياً فيما تعتبر التزامات منظمة الأمن والتعاون ملزمة سياسياً. أما الالتزامات الأخرى فهي قرارات أو توصيات من المنظمات

الحكومية التي توّشّر إلى توجهات ناشئة في القانون الدولي وممارسات الدولة الفضلى. وأخيراً، يتضمّن هذا الملحق أيضاً الملاحظات العامة الصادرة عن أجهزة رصد معاهدة حقوق الإنسان التي تفصّل تفسيراتها للأحكام المختلفة للمعاهدات والمبادئ ذات الصلة الواردة في المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان.

## معايير المعاهدة

### المعايير الدولية

#### ◆ العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية

##### المادة 19

1. لكلّ شخص الحق في إبداء آرائه من دون تدخّل.
2. ولكلّ شخص الحق في حرية التعبير، ويتضمّن هذا الحق حرية البحث عن معلومات وأفكار من جميع الأنواع والحصول عليها ونقلها بصرف النظر عن الحدود سواء شفهيّاً أو خطياً أو طباعة أو على شكل فنون أو من خلال وسائل إعلام أخرى من اختياره.
3. وتحمل ممارسة الحقوق المنصوص عنها في الفقرة 2 من هذه المادة مهاماً ومسؤوليات خاصة. ويمكن أن تخضع بالتالي لبعض القيود ولكنّها ستكون فقط شبيهة بالقيود الضرورية المنصوص عنها في القانون:
  - (أ) لاحترام حقوق أو سمعات الآخرين؛
  - (ب) لحماية الأمن القومي أو النظام العام أو الصحة العامة أو الأخلاقيات.

### المعايير الإقليمية

#### ◆ اتفاقية اتحاد الدول المستقلة حول حقوق الإنسان والحقوق الأساسية (1995)

##### المادة 11

1. لكلّ شخص الحق في حرية التعبير. ويجب أن يتضمّن هذا الحق حرية إبداء الآراء والحصول على المعلومات والأفكار ونقلها بأيّ وسيلة قانونية من دون تدخّل من السلطات العامة وبصرف النظر عن الحدود.
2. ويمكن أن تخضع ممارسة هذه الحريات التي تحمل معها مهاماً ومسؤوليات إلى شكليات وشروط وقيود شبيهة بتلك المنصوص عنها في القانون والضرورية في أيّ مجتمع ديمقراطي لمصلحة الأمن القومي أو السلامة العامة أو النظام العام أو لحماية حقوق الآخرين وحرياتهم.

◆ الاتفاقية حول معايير الانتخابات الديمقراطية والحقوق والحريات الانتخابية في الدول الأعضاء في اتحاد الدول المستقلة (2002)

#### المادة 7 الانتخابات الحرة والعامّة

(...)

4. ضمن الفترة المحددة بموجب القوانين الانتخابية، يتعين على الجهاز الانتخابي أن ينشر رسمياً المعلومات حول نتائج التصويت والأشخاص المنتخبين في وسائل الإعلام التابعة له أو في وسائل إعلام أخرى.

#### المادة 9 الانتخابات الحقيقية

(...)

3. في الانتخابات الحقيقية يجب أن يحظى الناخبون بحرية النفاذ إلى المعلومات الخاصة بالمرشحين وقائمة المرشحين والأحزاب (التحالفات) السياسية والعملية الانتخابية - كما يحق للمرشحين والأحزاب (التحالفات) السياسية الاطلاع على المعلومات الشاملة ووسائل الإعلام والاتصالات.

#### المادة 10 الانتخابات العادلة

1. يجب أن يضمن الالتزام بمبدأ الانتخابات العادلة شروطاً قانونية متساوية لجميع المشاركين في العملية الانتخابية.

2. ويجب أن تضمن الانتخابات العادلة: (...)

(ب) إمكانيات متساوية لمشاركة كل مرشح أو حزب (تحالف) سياسي في الحملة الانتخابية بما في ذلك النفاذ إلى المعلومات الشاملة ووسائل الإعلام والاتصالات.

#### المادة 13 الدعم الإعلامي للانتخابات والحملة الانتخابية للدولة

1. يجب أن تضمن الأحزاب حرية البحث عن معلومات حول الانتخابات والمرشحين وتغطية إعلامية محايدة وجمعها ونشرها في وسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات.

2. ووسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات مدعوة لإبقاء السكان على اطلاع على الانتخابات وتسمية المرشحين (قائمة المرشحين) وبرامجهم (أرضيات عملهم) الانتخابية وتقديم الحملة الانتخابية ونتائج التصويت ونتائج الانتخابات في إطار الدستور والقوانين والالتزامات الدولية للدولة.

3. وبموجب القانون، يمكن للأعضاء القانونيين في الصحافة الذين يمثلون وسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات:

(أ) حضور اجتماعات الأجهزة الانتخابية لضمان علنية أنشطتهم وانفتاحها؛ (ب) معاينة وثائق ومواد الأجهزة الانتخابية المعنية بنتائج التصويت أو

نتائج الانتخابات، وإعداد نسخ عن هذه الوثائق أو المواد أو الحصول على هذه النسخ

من الجهاز الانتخابي وترميرها إلى وسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات لنشرها؛

(ج) حضور فعاليات الحملات الانتخابية العامة وتغطيتها في وسائل الإعلام الشاملة؛

(د) التواجد خلال التصويت واحتساب الأصوات وتحديد نتائج التصويت والانتخابات.

4. ويجب منح المواطنين والمرشحين والأحزاب (التحالفات) السياسية الذين يسمون مرشحاً و/أو قائمة مرشحين والجمعيات والمنظمات العامة الأخرى حرية إجراء الحملات الانتخابية بأي شكل يسمح به القانون ووفق الأساليب القانونية ضمن الإجراءات والمهل المحددة بموجب القوانين وفي إطار التعددية وإبداء الآراء وغياب الرقابة.

5. ووفق الدستور والقوانين، يجب أن يحظى جميع المرشحين والأحزاب (التحالفات) السياسية المشاركة في الانتخابات بفرصة متكافئة للنفاذ إلى وسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات بما في ذلك النفاذ إلى هذه الوسائل لتقديم برنامجهم الانتخابي (أرضية عملهم).

6. وخلال الحملة الانتخابية، يجب منع أي انتهاك لحرية التعبير وحرية وسائل الإعلام الشاملة بما في ذلك الدعوات إلى الاستيلاء على السلطة بالقوة وتغيير النظام الدستوري بالعنف وانتهاك وحدة أراضي الدولة وإشعال الحرب والدعوات لأعمال إرهابية أو أعمال عنف أخرى تثير الكراهية والعداوة الاجتماعية والعرقية والوطنية والإثنية والدينية.

7. ويجب ألا تستخدم وسائل الإعلام الشاملة وإعلام الاتصالات في أي من الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية للمشاركة في الحملة الانتخابية حين تجري الانتخابات على أراضي دولة أخرى.

8. ويجب أن تحدد القوانين قائمة الانتهاكات لشروط وإجراءات الحملات الانتخابية التي يجريها المرشحون والأحزاب (التحالفات) السياسية والمخالفات في التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية التي تشكل أسس محاسبة المخالفين.

## المادة 19 التزامات الدول الأعضاء في الاتفاقية (...)

2. يتعهد الأطراف: (...)

(ز) تسهيل تشكيل الأحزاب السياسية ونشاطها الشرعي الحر وتنظيم تمويل الأحزاب السياسية والعملية الانتخابية على المستوى التشريعي والحرص على أن يضمن

القانون والسياسة الوطنية الفصل بين الحزب والدولة وأن تجري الحملات الانتخابية في جو من الحرية والنزاهة بما يسمح للأحزاب والمرشحين بعرض آرائهم وجهات نظرهم وبرنامجهم الانتخابية (أرضيات عملهم) بحرية ويتيح للناخبين التآلف معها ومناقشتها والتصويت معها أو ضدها من دون الخوف من العقاب أو من أي نوع من الاضطهاد.

(ح) اعتماد تدابير تضمن التغطية المحايدة للحملة الانتخابية في وسائل الإعلام بما في ذلك الإنترنت والحوول دون إقامة حواجز قانونية وإدارية تمنع الأحزاب السياسية والمرشحين من النفاذ إلى وسائل الإعلام الشاملة على قاعدة غير تمييزية (...);

(ط) اعتماد برامج وطنية للتربية المدنية والمشاركة في صياغة واعتماد برامج دولية مماثلة والقيام بترتيبات لضمان تألف المواطنين والمشاركين الآخرين في الانتخابات مع الإجراءات والقواعد الانتخابية وتنقيفهم عليها لرفع مستوى الثقافة القانونية وتحسين المؤهلات المهنية للمسؤولين الانتخابيين؛



◆ مجلس أوروبا: اتفاقية حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية (1950)

المادة 10

1. لكل شخص الحق في حرية التعبير. ويجب أن يضمن هذا الحق حرية إبداء الرأي والحصول على المعلومات والأفكار ونقلها من دون تدخل من السلطات العامة بصرف النظر عن الحدود. ويجب ألا تردع هذه المادة الدول عن طلب ترخيص محطات الإعلام المرئي أو شركات السينما.

2. ويمكن أن تخضع ممارسة هذه الحريات التي تحمل معها مهاماً ومسؤوليات إلى شكلين وشروط وقيود شبيهة بتلك المنصوص عنها في القانون والضرورة في أي مجتمع ديمقراطي لمصلحة الأمن القومي ووحدة الأراضي أو السلامة العامة والحماية من الفوضى أو الجريمة وحماية الصحة أو الأخلاقيات وسمعة أو حقوق الآخرين ومنع نشر المعلومات السرية أو ضمان سلطة القضاء وحياده.

◆ مجلس أوروبا: الاتفاقية الإطارية لحماية الأقليات الوطنية (1995)

المادة 9

1. تتعهد الأطراف بإقرار الحق في حرية التعبير لكل شخص ينتمي إلى أقلية وطنية ويشمل ذلك حرية إبداء الرأي والحصول على معلومات وأفكار بلغة الأقلية ونقلها من دون تدخل من السلطات العامة وبصرف النظر عن الحدود. ويجب أن تضمن الأطراف في إطار نظمها القانونية عدم تعرض الأشخاص المنتمين إلى أقلية وطنية للتمييز في النفاذ إلى وسائل الإعلام.

## الالتزامات السياسية

### المعايير الدولية

#### ◆ المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان

لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حرية إبداء الآراء من دون تدخل والبحث عن معلومات وأفكار عبر أي وسيلة إعلامية والحصول عليها ونقلها بصرف النظر عن الحدود.

### المعايير الإقليمية

#### ◆ وثيقة كوبنهاغن حول اجتماع مؤتمر البعد الإنساني لمنظمة الأمن والتعاون (1990)

#### الفقرة 7

(...)

(7.8) ضمان عدم وجود أي معوقات قانونية أو إدارية في طريق النفاذ إلى وسائل الإعلام من دون تمييز لجميع المجموعات السياسية والأفراد الراغبين في المشاركين في العملية الانتخابية.

#### الفقرة 9

(9) تعيد الدول المشاركة التأكيد على

(9.1) حق كل شخص في حرية التعبير بما في ذلك الحق في التواصل. ويتضمن هذا الحق حرية إبداء الآراء والحصول على المعلومات والأفكار ونقلها من دون تدخل من السلطات العامة بصرف النظر عن الحدود. قد تخضع ممارسة هذا الحق لقيود مماثلة وفق ما ينص عليه القانون فقط وباتساق مع المعايير الدولية. ولن يتم فرض أي قيود على نحو خاص على النفاذ إلى الوثائق من أي نوع واستعمالها وإعادة إنتاجها مع احترام الحقوق الخاصة بالملكية الفكرية التي تتضمن حقوق النشر في الوقت نفسه؛ (...)

#### الفقرة 10

(10.1) احترام حق كل شخص بشكل فردي وفي إطار جمعية مع آخرين في البحث عن آراء ومعلومات حول حقوق الإنسان والحريات الأساسية والحصول عليها ونقلها بما فيها حقوق تعميم ونشر هذه الآراء والمعلومات؛

◆ منظمة الأمن والتعاون في أوروبا: ميثاق باريس من أجل أوروبا الجديدة

حقوق الإنسان والديمقراطية وسيادة القانون  
(...)

تقوم الحرية الديمقراطية على إرادة الشعب التي يعبر عنها بانتظام من خلال انتخابات حرة وعادلة. ترتكز الديمقراطية على احترام الإنسان وسيادة القانون. والديمقراطية هي أفضل وسيلة لصون حرية التعبير والتسامح حيال جميع شرائح المجتمع وتكافؤ الفرص للجميع.

◆ وثيقة موسكو حول اجتماع مؤتمر البعد الإنساني لمنظمة الأمن والتعاون (1991)

الفقرة 26

تعيد الدول المشاركة التأكيد على الحق في حرية التعبير بما في ذلك الحق في التواصل وحق وسائل الإعلام في جميع التقارير ونشر المعلومات والأخبار والآراء. ويجب أن ينص القانون على أي قيد على ممارسة هذا الحق حيث يجب أن يتماشى مع المعايير الدولية. كما تقر الدول المشاركة بأن وسائل الإعلام المستقلة أساسية لمجتمع حرّ ومنفتح ونظم الحكم الخاضعة للمحاسبة وهي تتسم بأهمية بالغة في صون حقوق الإنسان والحريات الأساسية.

(26.1) وهي تعتبر أنّ الإعلام المكتوب والمرئي على أراضيتها يجب أن يحظى بنفاذ تام إلى خدمات الأخبار والإعلام الأجنبية. كما لا بد من أن يحظى الجمهور بحرية مماثلة للحصول على المعلومات والأفكار ونقلها من دون تدخل من السلطات العامة بصرف النظر عن الحدود بما في ذلك من خلال المنشورات الأجنبية والإعلام المرئي الأجنبي. ويجب أن ينص القانون على أي قيد على ممارسة هذا الحق حيث يجب أن يتماشى مع المعايير الدولية.

(26.2) لن تميز الدول المشاركة بحق وسائل الإعلام المستقلة في النفاذ إلى المعلومات والمواد والمنشآت.

◆ منظمة الأمن والتعاون في أوروبا: إعلان قمة اسطنبول (1999)

ميثاق الأمن الأوروبي

26. نعيد التأكيد على أهمية استقلالية الإعلام والتدفق الحر للمعلومات فضلاً عن نفاذ الجمهور إلى المعلومات. ولنلتزم باتخاذ جميع الخطوات الضرورية لضمان الشروط الأساسية للإعلام الحر والمستقل وتدفق المعلومات عبر الحدود وضمن الدولة من دون معوقات، حيث نعتبر ذلك عنصراً أساسياً لأي مجتمع ديمقراطي وحر ومنفتح.

## ◆ إعلان قمة اسطنبول

27. نلتزم بضمان حرية الإعلام كشرط أساسي للمجتمعات التعددية والديمقراطية. ونعرب عن قلقنا العميق حيال استغلال الإعلام في مناطق النزاعات لإثارة الكراهية والتوتر الإثني واستعمال القيود القانونية والمضايقات لحرمان المواطنين من الإعلام الحر. ونشدّد على الحاجة إلى ضمان حرية التعبير التي تعتبر عنصراً أساسياً من الخطاب السياسي في أي ديمقراطية. ون دعم مكتب ممثّل المنظمة لحرية الإعلام في جهوده الرامية إلى تعزيز الإعلام الحر والمستقل.

## ملاحظات عامة

◆ مكتب المفوض الأعلى للأمم المتحدة لحقوق الإنسان: الملاحظة العامة 25: الحق في المشاركة في الشؤون العامة، وحقوق التصويت والحق في النفاذ المتساوي إلى الخدمة العامة (1996)

### الفقرة 12

حرية التعبير والتجمع والتنظيم شروط أساسية للممارسة الفعالة لحق التصويت ويجب ضمان حمايتها بالكامل. كما ينبغي اتخاذ تدابير إيجابية لتجاوز صعوبات محددة مثل الأمية والحوجز اللغوية والفقر أو المعوقات أمام حرية الحركة التي تمنع الأشخاص المؤهلين للتصويت من ممارسة حقوقهم بشكل فعال. ويجب أن تتوفر المعلومات والمواد حول التصويت بلغات الأقلية. كما لا بد من اعتماد أساليب محددة مثل الصور والرموز لضمان حصول الناخبين الأميين على المعلومات الملائمة التي سيبنون عليها خياراتهم.

◆ مكتب المفوض الأعلى للأمم المتحدة لحقوق الإنسان: الملاحظة العامة 10: حرية التعبير (1983)

1. تقضي الفقرة الأولى بحماية «الحق في إبداء الآراء من دون تدخل». وهذا حق لا يسمح العهد بوضع استثناءات له أو فرض قيود عليه. (...)

2. تتطلب الفقرة حماية الحق في حرية التعبير التي لا تتضمن فقط حرية «نقل المعلومات والأفكار على اختلاف أنواعها» إنما أيضاً حرية «البحث عنها» و«الحصول عليها» «بصرف النظر عن الحدود» بأي وسيلة كانت «سواء شفهاً أو خطباً أو طباعة أو على شكل فنون أو من خلال أي وسيلة إعلامية من اختيار الفرد». لم توفر جميع الدول معلومات حول جميع جوانب حرية التعبير. فعلى سبيل المثال، لم تول حتى الآن الأهمية اللازمة لضرورة اتخاذ تدابير فعّالة لمنع الرقابة على الإعلام بفعل تطوير وسائل الإعلام الحديثة حيث من شأن الرقابة هذه أن تعيق حق الجميع في حرية التعبير بشكل لا ينص تنص عليه الفقرة 3.

3. ويكتفي العديد من تقارير الدول بذكر أنّ حرية التعبير مضمونة بموجب الدستور أو القانون. غير أنّه ويهدف معرفة النظام الدقيق لحرية التعبير في القانوني والممارسة، تحتاج اللجنة أيضاً إلى معلومات ذات صلة حول القواعد التي تحدّد نطاق حرية 4. وتشدّد الفقرة 3 بشكل صريح على أنّ ممارسة الحق في حرية التعبير تحمل معها مهام ومسؤوليات خاصة ولهذا السبب يُسمح بفرض بعض القيود على هذا الحق حيث يصب ذلك في مصلحة الآخرين أو المجتمع ككل. لكن عندما يفرض الحزب الحاكم بعض القيود على ممارسة حرية التعبير، لا تضع هذه القيود هذا الحق بحد ذاته على المحك. وتحدّد الفقرة 3 الشروط وتضع فقط لهذه الشروط: يجب تحديد القيود «بموجب القانون»؛ ويجب أن تفرض فقط لغاية من الغايات المحددة في الفقرات الفرعية (أ) و(ب) من الفقرة 3؛ ويجب تبريرها على أنّها «ضرورية» للحزب الحاكم لإحدى هذه الغايات.

## ◆ قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 96/A/RES/55 (2001) - تعزيز الديمقراطية وتوحيدها (2001)

(iv) من خلال التشريعات والمؤسسات والآليات، ضمان حرية تأسيس أحزاب سياسية ديمقراطية قادرة على المشاركة في الانتخابات فضلاً عن شفافية وعدالة العملية الانتخابية بما في ذلك من خلال النفاذ الملائم إلى الأموال ووسائل الإعلام الحرة والمستقلة والتعددية بموجب القانون؛<sup>6</sup>

## ◆ تقارير المقرر الخاص للأمم المتحدة حول تعزيز وحماية الحق في حرية الرأي والتعبير (1999-2009)

- يعتبر الحق في حرية الرأي والتعبير والحقوق ذات الصلة في حرية التجمع والتنظيم من حقوق الإنسان الأساسية التي لها مفاعيل بعيدة المدى على التمتع بجميع الحقوق الأخرى. وحين تُحترم حرية الرأي والتعبير، يمكن محاسبة الحكومات وتصميم السياسات العامة بفعالية أكبر والإصغاء إلى صوت الشعب.
- ويجب ألا يعتبر تحت أي ظروف، انتقاد الدولة ورموزها والحكومة وأعضائها وأعمالهم بمثابة إساءة. ويتعين على المسؤولين المنتخبين والسلطات القبول بأن دورهم الهام والعام سيحتج الصحافة على التدقيق بشكل غير متناسبي في أنشطتهم.
- ولا بد من تلافي الاحتكار أو التركيز المفرط لملكية وسائل الإعلام في أيادي قلة قليلة لمصلحة ضمان التعددية في الآراء وجهات النظر.
- وتقع على عاتق وسائل الإعلام المملوكة من الدولة مسؤولية نقل جميع جوانب الحياة الوطنية وتوفير النفاذ إلى وجهات النظر المتعددة؛ ويجب ألا تستخدم وسائل الإعلام المملوكة من الدولة كأداة للتواصل والدعاية لحزب سياسي واحد أو كمنابر للحكومة بهدف إقصاء جميع الأحزاب والمجموعات الأخرى؛
- في فترات ما قبل الانتخابات، يتعين على الدولة لضمان إطلاع الرأي العام بالكامل التأكد من أن وسائل الإعلام تحظى بأكبر قدر ممكن من الحرية في العمل. ويمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال لا الحصر حين تتولى وسائل الإعلام إطلاع الجمهور على الأحزاب السياسية والمرشحين وقضايا الحملة الانتخابية وإجراءات التصويت؛
- وحين تكون وسائل الإعلام الحكومية متوازنة ومحايدة في التغطية الانتخابية ولا تميز بحق أي حزب سياسي أو مرشح من حيث النفاذ إلى الهواء وعندما لا تكون الأخبار والمقابلات والبرامج الإعلامية متحيّزة لصالح أو ضد أي حزب أو مرشح؛
- الرقابة على أي برنامج انتخابي غير مسموح بها ويتم تشجيع وسائل الإعلام على بث و/أو نقل البرامج المرتبطة بالانتخابات ولا تجري معاقبتها على البرامج الناقدة للحكومة وسياساتها أو للحزب الحاكم.
- تعفى وسائل الإعلام من المسؤولية القانونية عن البيانات التحريضية الصادرة عن المرشحين أو ممثلي الأحزاب؛ ويتم توفير حق الرد فضلاً عن التصحيح أو التراجع في حالات التشهير المزعومة؛ كما يتولى جهاز مستقل تحديد آلية التصحيح ونطاقه؛
- ثمة تمييز واضح بين الأخبار والمؤتمرات الصحفية المتعلقة بالمناصب العامة وأنشطة أعضاء الحكومة، خاصة إذا كان أحد الأعضاء يعززم الترشح للانتخابات؛

6 ويقدم هذا القسم المبادئ الرئيسية الناشئة من التقارير السنوية للسنوات بين 1999 و2009.

- يتم توفير وقت على الهواء لبرامج النفاذ المباشر على قاعدة عادلة وغير تمييزية؛ ويكون الوقت المخصص للأحزاب أو المرشحين كافياً لإيصال رسائلهم وإطلاع الناخبين على القضايا الانتخابية ومواقف الأحزاب ومؤهلات وميزات المرشحين؛
- وتوفّر البرامج فرصة فعالة للصحفيين وخبراء الشؤون الراهنة و/أو الرأي العام لطرح الأسئلة على قادة الأحزاب والمرشحين الآخرين ومساحة للمناظرات بين المرشحين؛
- وتشارك وسائل الإعلام لاسيّما الحكومية منها في تثقيف الناخبين بما في ذلك من خلال توفير معلومات حول كيفية استخدام إجراءات التصويت ومتى وأين يجري التصويت وكيف يتم التسجيل والتحقق من التسجيل الصحيح وسرية الانتخاب
- وأهمية الاقتراع ووظائف الإدارة العامة المتنازع عليها ومسائل أخرى؛
- كما توفّر وسائل الإعلام المكتوب والمرئي تقارير وبرامج تصل إلى أكبر عدد ممكن من الناخبين بما في ذلك تقارير وبرامج بلغات الأقليات للفئات التي لطالما تمّ إقصاؤها عن العملية السياسية شأن الأقليات الإثنية أو الدينية ومجموعات النساء والسكان الأصليين.
- ويجب أن يكون أيّ جهاز تنظيمي أو آلية تنظيمية سواء لوسائل الإعلام الإلكتروني أو المكتوب مستقلاً عن الأحزاب السياسية والحكومة.

- ◆ الإعلان المشترك (2002) - للمقرّر الخاص للأمم المتحدة حول حرية الرأي والتعبير، وممثل منظمة الأمن والتعاون في أوروبا حول حرية الإعلام والمقرّر الخاص لمنظمة الدول الأميركية حول حرية التعبير
- يؤدي الإعلام الحر والمستقل والنظام القضائي الفعّال دورين يعززان بعضهما بعضاً في أيّ ديمقراطية؛
- لا يمكن القبول باستعمال قوانين التشهير الجنائية بما في ذلك استغلالها من السياسيين وشخصيات عامة أخرى. ويجب إلغاء قوانين التشهير الجنائية واستبدالها بقوانين تشهير مدنية مناسبة؛
- استغلال الأموال العامة من جانب الحكومات والمؤسسات العامة بهدف التأثير على المضمون الإعلامي غير مقبول؛
- من مسؤولية مالكي وسائل الإعلام احترام الحق في حرية التعبير وعلى نحو خاص الاستقلالية التحريرية للصحفيين؛
- يجب أن يكون تعزيز التنوّع بما في ذلك المساواة بين الجنسين وتكافؤ الفرص لجميع شرائح المجتمع للنفاذ إلى موجات البث الهدف الرئيسي لأنظمة البث.
- يجب أيضاً حماية منظّمي الإعلام المرئي والأجهزة الراحية من التدخل السياسي والتجاري؛
- يجب منع تركّز ملكية وسائل الإعلام على نحو غير ملائم من خلال تدابير ملائمة؛
- يجب فصل الأنشطة السياسية عن المصالح الإعلامية للسياسيين وأعضاء الحكومة الذين يملكون وسائل إعلام.

- ◆ البيان المشترك حول الإعلام والانتخابات (2009) - المقرّر الخاص للأمم المتحدة حول حرية الرأي والتعبير، ممثل منظمة الأمن والتعاون في أوروبا حول حرية الإعلام، المقرّر الخاص لمجموعة الدول الأميركية حول حرية التعبير والمقرّر الخاص للجنة الإفريقية حول حقوق الإنسان والشعوب حول حرية التعبير والنفاذ إلى الإعلام

(...) يعتمدون البيان التالي حول الإعلام والانتخابات:

#### البيئة الشاملة للإعلام والانتخابات

- يجب أن تضع الدول مجموعة من التدابير التي تتضمن تلك التي تمت الإضاءة عليها في إعلاننا المشترك في 12 ديسمبر 2007 لإرساء بيئة تسمح بازدهار قطاع إعلامي تعددي. وينبغي أن تشمل هذه التدابير على سبيل المثال لا الحصر التزامات بشفافية ملكية وسائل الإعلام وترخيص الأنواع المختلفة لوسائل الإعلام المرئي لتعزيز التنوع وإرساء قواعد لمنع تركّز ملكية وسائل الإعلام على نحو غير ملائم وتدابير لتعزيز تنوع المحتوى بين وسائل الإعلام وضمنها.
- لا بد من إلغاء القوانين التي تضع قيوداً في غير محلّها على حرية التعبير بما يتناقض مع الضمانات الدولية والدستورية. وحين تكون هذه القوانين سارية خلال الحملات الانتخابية، يتعيّن على السلطات تطبيق الضمانات الدستورية أو الدولية التي تحمي حرية التعبير.
- يجب أن تضع الدول نظاماً فعالاً لمنع التهديدات والاعتداءات على وسائل الإعلام والجهات الأخرى التي تمارس حقها في حرية التعبير والتحقيق في هذه الاعتداءات عند حصولها، وملاحقة المسؤولين أمام القضاء والتعويض على الضحايا. ويتّسم هذا الالتزام بأهمية خاصة خلال فترات الانتخابات.
- يجب أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية تغطية القضايا المتعلقة بالانتخابات. وينبغي أن تعفى وسائل الإعلام من مسؤولية نشر بيانات غير قانونية صادرة مباشرة عن أحزاب أو مرشحين - سواء في إطار برامج البث المباشر أو الدعايات - إلا في حال اعتبرت المحكمة هذه البيانات غير قانونية أو إذا شكّلت هذه البيانات تحريضاً مباشراً على العنف وكانت الوسيلة الإعلامية قادرة على منع بثّها.
- يجب إعادة التأكيد بوضوح على التزام الشخصيات السياسية بما في ذلك المرشحين بتقبّل الانتقاد برحابة أكبر من الأشخاص العاديين خلال الانتخابات.
- يحق للأحزاب والمرشحين الذين تعرّضوا للتشهير بشكل غير قانوني أو الذين عانوا من التبعات غير القانونية لبيان صادر في الإعلام خلال فترة الانتخابات أن يطالبوا بتصحيح سريع للبيان أو طلب الانتصاف أمام المحاكم.
- من غير القانوني أن تقوم وسائل الإعلام بالتمييز على قاعدة الرأي السياسي أو خلفيات معروفة أخرى في توزيع الإعلانات السياسية المدفوعة وتحديد أسعارها في حال كان القانون يسمح بهذا النوع من الإعلانات.
- يجب أن يتولّى جهاز إداري مستقل مسؤولية الإشراف على جميع القواعد المتعلقة بالإعلام والانتخابات حيث ينبغي أن يعالج أيّ شكوى بصورة سريعة. ويجب أن تخضع قرارات هذا الجهاز إلى مراجعة قضائية.

#### وسائل الإعلام العامة

يجب أن تخضع جميع وسائل الإعلام المملوكة من القطاع العام بما فيها محطات البث العامة للالتزامات التالية خلال فترة الانتخابات:

- ضمان إطلاع القاعدة الانتخابية على الشؤون الانتخابية، بما فيها:

دور الانتخابات في الديمقراطية، وكيفية ممارسة الحق في التصويت، والقضايا الانتخابية الرئيسية، والمواقف الخاصة بالسياسة لمختلف الأحزاب والمرشحين المتنافسين في الانتخابات. ويجب أن يشمل ذلك تغطية تتضمن طرح أسئلة على قادة الأحزاب والمرشحين فضلاً عن مناظرات بين المرشحين.

- كما لا بد من احترام القواعد الصارمة للحيد والتوازن خاصة عند تغطية الحزب الحاكم أو الأحزاب الحاكمة فضلاً عن قرارات وأنشطة الحكومة خلال فترة الانتخابات. وهذا يستلزم توفير تغطية متساوية للحجج المقدّمة من الجانبين في أيّ استفتاء

- ومنح جميع الأحزاب والمرشحين إمكانية النفاذ المنصف إلى وسائل الإعلام لإيصال رسائلهم مباشرة إلى الجمهور سواء مجاناً أو برسوم مدعومة. ويعني النفاذ المنصف النفاذ العادل وغير التمييزي إلى الإعلام وفق معايير موضوعية لقياس مستويات الدعم العامة التي تتضمن عناصر شأن توقيت النفاذ والرسوم ذات الصلة.

- ضمان تلازم أيّ تغطية لاستطلاعات الرأي والتوقعات الانتخابية مع معلومات كافية للسماح للقاعدة الانتخابية لفهم معانيها بشكل صحيح.

## المعايير الإقليمية الإقليمية

◆ مجلس أوروبا: التوصية 15 (2007) CM/rec للجنة وزراء الدول الأعضاء حول التدابير المتعلقة بالتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية (2007)

المبادئ

I. الأحكام العامة

1. عدم تدخّل السلطات العامة

يتعيّن على السلطات العامة الامتناع عن التّدخّل في أنشطة الصحفيين والعاملين الآخرين في مجال الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات.

2. الحماية من الاعتداءات والترهيب أو الأنواع الأخرى من الضغوط غير القانونية على الإعلام

يجب أن تتخذ السلطات العامة الخطوات المناسبة لحماية الصحفيين والعاملين الآخرين في مجال الإعلام والمنشآت الإعلامية بفعالية، حيث تتسم هذه المسألة بأهمية كبيرة خلال الانتخابات. وفي الوقت نفسه، يجب ألا تعيق هذه الحماية وسائل الإعلام في أداء مهامها.

3. الاستقلالية التحريرية

يجب أن تحترم الأطر التنظيمية الخاصة بالتغطية الإعلامية للانتخابات الاستقلالية التحريرية للإعلام. وينبغي أن تضمن الدول الأعضاء الفصل الفعّال والجلي بين ممارسة الرقابة على الإعلام وصنع القرار في ما يتعلق بالمضمون الإعلامي وممارسة السلطة أو النفوذ السياسي.

4. ملكية السلطات العامة

يجب أن تعتمد الدول الأعضاء تدابير تسمح لوسائل الإعلام المملوكة من السلطات العامة بتغطية الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتوازن ومحايدين دون التمييز بحق حزب سياسي أو مرشح معيّن أو دعم طرف على حساب آخر. وفي حال قبول وسائل الإعلام بالدعاية السياسية المدفوعة في تغطيتها، فعليها أن تضمن معاملة متساوية وغير تمييزية لجميع المتنافسين السياسيين والأحزاب الراغبين في شراء مساحة دعائية.



## 5. المعايير المهنية والأخلاقية لوسائل الإعلام

تُشجّع جميع وسائل الإعلام على وضع أطر للتنظيم الذاتي وإدخال معايير مهنية وأخلاقية للتنظيم الذاتي في ما يخص تغطيتها للحملات الانتخابية بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر احترام مبادئ الكرامة الإنسانية وعدم التمييز. ويجب أن تعكس هذه المعايير المهام والمسؤوليات الخاصة المناطة بها في العمليات الديمقراطية.

## 6. شفافية وسائل الإعلام والنفاذ إليها

في حال قبول وسائل الإعلام بالدعاية السياسية المدفوعة، يجب أن تضمن أطر التنظيم والتنظيم الذاتي احترام هذا النوع من الدعايات للمعايير والأخلاقيات هذه. وحين تكون وسائل الإعلام مملوكة من أحزاب سياسية أو سياسيين، فيتعيّن على الدول الأعضاء ضمان الشفافية في إطلاع الرأي العام على ذلك.

## 7. الحق في الرد أو الحصول على الإجراءات التصحيحية المناسبة

نظراً إلى قصر مدة الحملة الانتخابية، يجب أن يتّكّن أيّ مرشح أو حزب سياسي يتّمتّع بحق الرد أو الحصول على الإجراءات التصحيحية المناسبة بموجب القانون أو النظم الوطنية، من ممارسة هذا الحق أو الحصول على التسوية اللازمة خلال فترة الحملة الانتخابية من دون أيّ تأخير غير مبرر.

## 8. استطلاعات الرأي

يجب أن تضمن أطر التنظيم والتنظيم الذاتي أنّ وسائل الإعلام ستقدّر قيمة الاستطلاعات عند تعميم نتائج استطلاعات الرأي وتزويد الجمهور بمعلومات كافية. ويمكن أن تكون هذه المعلومات على نحو خاص:

- اسم الحزب السياسي أو المنظمة أو الشخص المفوض إجراء الاستطلاع والذي دفع له لقاء ذلك؛

- تحديد المنظمة التي تجري الاستطلاع والمنهجية المستعملة؛

- تحديد العيّنة وهامش الخطأ في الاستطلاع؛

- تحديد تاريخ الاستطلاع و/أو المدة التي جرى فيها.

يجب أن تتخذ وسائل الإعلام بنفسها القرارات بشأن جميع المسائل الأخرى المتعلقة بطريقة تقديم نتائج استطلاعات الرأي. ويجب أن تمتثل جميع القيود التي تفرضها الدول الأعضاء والتي تمنع نشر/تعميم استطلاعات الرأي (حول نوايا التصويت) في يوم الاقتراع أو قبل أيام من موعد الانتخابات للمادة 10 من الاتفاقية الأوروبية حول حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية، وفق تفسير المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان. ومن باب التشابه بالنسبة إلى استطلاعات رأي الناخبين عند انتهائهم من التصويت، يمكن أن تنتظر الدول الأعضاء في منع التغطية الإعلامية لنتائج هذه الاستطلاعات حتى إغلاق جميع مراكز الاقتراع في الدولة.

## 9. «يوم التفكير»

قد تنتظر أيضاً الدول الأعضاء في مزايا إضافة حكم في أطرها التنظيمية لمنع نشر الرسائل الانتخابية الحزبية في اليوم الذي يسبق يوم الاقتراع أو توفير إمكانية تصحيح الاستطلاعات.

## II. التدابير الخاصة بمحطات البث

### 1. الإطار العام

خلال الحملات الانتخابية، يجب أن تشجع الأطر التنظيمية التعبير التعددي عن الآراء وتسهيله عبر وسائل الإعلام التي تثبت برامجها. ومع الاحترام التام لاستقلالية محطات البث، يجب أن تضمن الأطر التنظيمية أيضاً الالتزام بتغطية الحملات الانتخابية بشكل عادل ومتوازن ومحاييد في جميع خدمات البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام. ويجب أن ينطبق هذا الالتزام على وسائل الإعلام العامة والخاصة في مناطق بثها. وقد تحدّ الدول الأعضاء من هذه التدابير بالنسبة إلى خدمات الإعلام المخصصة حصرياً للترويج الذاتي لحزب سياسي أو مرشح معين والتي تحدّد ذلك بوضوح.

## 2. برامج الأخبار والشؤون الراهنة

في حال عدم تناول التنظيم الذاتي لهذه المسألة، يتعيّن على الدول الأعضاء اعتماد تدابير تتطلّب من وسائل الإعلام العامة والقنوات الإعلامية الخاصة خلال فترة الانتخابات التزام العدالة والتوازن والحياد في برامجها الإخبارية وبرامج الشؤون الراهنة بما ذلك برامج النقاش مثل المقابلات والمناظرات. ويجب ألاّ توفر وسائل الإعلام أيّ معاملة متميّزة للسلطات العامة خلال هذه البرامج. ولا بد من معالجة هذه المسألة بشكل رئيسي من خلال تدابير التنظيم الذاتي. وفي هذا الإطار، قد تنظر الدول الأعضاء في ما إذا كان يجب منح السلطات المعنية التي ترصد التغطية الانتخابية صلاحية التدخل بهدف تسوية أوجه القصور المحتملة حيث أمكن.

## 3. الخدمات السمعية البصرية غير الخطية لوسائل الإعلام العامة

يجب أن تطبّق الدول الأعضاء المبادئ الواردة في النقطتين 1 و2 أعلاه أو الأحكام المماثلة على الخدمات السمعية البصرية غير الخطية لوسائل الإعلام العامة.

4. الوقت المجاني على الهواء والحضور الموازي للأحزاب السياسية/المرشحين على وسائل الإعلام العامة. يمكن للدول الأعضاء أن تنتظر في إمكانية تضمين أحكام في أطرها التنظيمية تسمح لوسائل الإعلام العامة بتوفير وقت مجاني على الهواء في برامجها أو ضمن خدماتها السمعية البصرية الخطية الأخرى و/أو حضور مواز في خدماتها الإعلامية السمعية البصرية غير الخطية للأحزاب السياسية/المرشحين خلال فترة الانتخابات. وحين يتمّ توفير وقت مجاني على الهواء و/أو حضور مواز، ينبغي أن يجري ذلك بشكل عادل وغير تمييزي على أساس معايير شفافة وموضوعية.

## 5. الدعاية السياسية المدفوعة

في الدول الأعضاء حيث يُسمح للأحزاب السياسية والمرشحين بشراء مساحة دعائية لأغراض انتخابية، يجب أن تضمن الأطر التنظيمية لجميع الأطراف المتنافسة إمكانية شراء مساحة دعائية وفق شروط ورسوم متساوية. وقد تنظر الدول الأعضاء في إمكانية إدخال حكم إلى أطرها التنظيمية للحدّ من مساحة الدعاية السياسية والوقت الذي يمكن لحزب أو مرشح ما شراؤه. ويجب ألاّ يشارك مقدمو نشرات الأخبار أو برامج الشؤون الراهنة المنتظمون في الدعاية السياسية المدفوعة.

◆ الجمعية البرلمانية لمجلس أوروبا: القرار 1636 (2008) مؤشرات الإعلام في الديمقراطية

1. تذكر الجمعية البرلمانية بأهمية حرية الإعلام، حيث تعتبر حرية التعبير والمعلومات في وسائل الإعلام مطلباً أساسياً للديمقراطية. وتتطلب المشاركة العامة في العملية الديمقراطية لصنع القرار إطلاع الرأي العام على بشكل مستمر ومنحه إمكانية مناقشة الآراء المختلفة بحرية.

(...)

7. تعتبر الجمعية أنه من الضروري احترام مجموعة من المبادئ الخاصة بحرية الإعلام في أي مجتمع ديمقراطي. ومن شأن قائمة المبادئ هذه أن تسهل تحليل البيئة الإعلامية الوطنية في ما يتعلق بحرية الإعلام، ما قد يسمح بتحديد القضايا الإشكالية وأوجه القصور المحتملة. وسوف يسمح ذلك للدول الأعضاء بمناقشة الخطوات المحتملة لمعالجة هذه المشاكل على المستوى الأوروبي.

8. وتدعو الجمعية البرلمانية الوطنيين إلى تحليل أوضاعهم الإعلامية بانتظام بشكل موضوعي ومقارن بهدف التمكن من تحديد أوجه القصور في تشريعاتها وممارساتها الإعلامية الوطنية واتخاذ التدابير المناسبة لمعالجتها. ويجب أن يركز هذا النوع من التحليل على قائمة المبادئ الأساسية التالية:

8.1 يجب أن يكون الحق في حرية التعبير والمعلومات من خلال وسائل الإعلام مضموناً بموجب التشريعات الوطنية وينبغي أن يكون هذا الحق قابلاً للإنفاذ. ويشير العدد المرتفع لقضايا المحاكم التي تتمحور حول هذا الحق إلى المشاكل في تنفيذ التشريعات الإعلامية الوطنية ما يتطلب تنقيح التشريعات أو الممارسات؛

8.2 يجب عدم حماية المسؤولين الحكوميين من الانتقاد أو الإهانة على نطاق أوسع مقارنة مع الأشخاص العاديين من خلال القوانين الجنائية التي تنص على عقوبات مرتفعة على سبيل المثال. وينبغي عدم سجن صحفيين أو إقالة وسائل إعلام بسبب تعليقات ناقدة؛

8.3 يجب أن تحترم قوانين مكافحة إثارة الكراهية أو حماية النظام العام أو الأمن القومي الحق في حرية التعبير. وفي حال تم فرض عقوبات، فيجب أن تحترم متطلبات الضرورة والتناسب. وإذا كان تطبيق هذه القوانين لدوافع سياسية مرتبط بتواتر وكثافة العقوبات المفروضة، فلا بد من تغيير التشريعات والممارسات الإعلامية؛

8.4 يجب ألا تفرض الدولة على الصحفيين متطلبات في غير محلها قبل بدء عملهم؛

8.5 يجب أن تحظى الأحزاب السياسية والمرشحون بإمكانية النفاذ العادل والمتساوي إلى وسائل الإعلام. وينبغي تسهيل نفاذهم إلى الإعلام خلال الحملات الانتخابية؛

(...)

8.9 كما ينبغي ألا تتداخل حقوق التغطية الحصرية الخاصة بأحداث رئيسية تدرج في إطار المصلحة العامة مع حق الجمهور في حرية الحصول على معلومات؛

8.10 يجب ألا تمنع قوانين الخصوصية وسرية الدولة النفاذ غير المبرر إلى المعلومات؛ (-)

8.13 يجب أن تحظى وسائل الإعلام بالاستقلالية التحريرية عن مالكيها من خلال الاتفاق مع هؤلاء على مدونات سلوك مثلاً ترعي الاستقلالية التحريرية، بهدف ضمان عدم تدخل أصحاب وسائل الإعلام في العمل التحريري اليومي أو وضع الصحافة المحايدة على المحك؛

8.14 يجب حماية الصحفيين من التهديدات أو الاعتداءات الجسدية بسبب عملهم. يجب تأمين حماية الشرطة عند طلب الصحفيين الذين يشعرون بأنهم مهددين. كما ينبغي أن يعالج المدّعون والمحاكم بشكل مناسب ودقيق القضايا التي تظهر تعرّض الصحفيين لتهديدات واعتداءات؛

(...)

8.18 يجب ضمان الشفافية في ملكية وسائل الإعلام والنفوذ الاقتصادي عليها. كما لا بد من إقرار التشريعات الخاصة بمكافحة احتكار وسائل الإعلام والمواقع الإعلامية المسيطرة على السوق. فضلاً عن ذلك، لا بد من اتخاذ إجراءات إيجابية وملموسة لتعزيز التعددية الإعلامية؛

8.19 في حال حصول وسائل الإعلام على إعانات مباشرة وغير مباشرة، يتعيّن على الدولة التعامل معها بشكل عادل ومحايد؛

8.20 يجب حماية وسائل الإعلام العامة ضد التدخل السياسي في إدارتها اليومية وعملها التحريري. كما يجب منع الأشخاص ذوي الانتماءات السياسية الحزبية الواضحة من تولي مناصب في الإدارة العليا.

8.21 ينبغي أن تضع وسائل الإعلام العامة مدونات سلوك داخلية للعمل الصحفي والاستقلالية التحريرية عن الأطراف السياسية؛

8.22 يجب ألا تتولّى شركات مملوكة من الدولة أو خاضعة لمراقبتها إدارة وسائل الإعلام «الخاصة»؛

8.23 يجب ألا يتولّى أعضاء الحكومة أيّ أنشطة إعلامية مهنية أثناء توليهم مناصب عامة؛

8.24 يجب أن تكون الحكومة والبرلمان والمحاكم منفتحة على الإعلام بشكل عادل ومتساو؛

8.25 يجب توفير إطار تنظيم ذاتي للإعلام يتضمّن الحق في الرد والتصحيح والاعتذار الطوعي من جانب الصحفيين. كما ينبغي أن تنشئ وسائل الإعلام أجهزتها الخاصة للتنظيم الذاتي شأن لجان الشكاوى وأمناء المظالم، ويجب تنفيذ قرارات هذه الأنظمة. يجب الاعتراف بهذه التدابير قانونياً من جانب المحاكم؛

8.26 يجب أن يضع الصحفيون مدونات السلوك المهني الخاصة بهم وتطبيقها. وينبغي أن يطلعوا المشاهدين أو القراء على أيّ مصالح سياسية ومالية فضلاً عن أيّ تعاون مع أجهزة الدولة شأن تلك الملحق بالجيش؛ (...)

◆ مجلس أوروبا: إعلان اللجنة الوزارية حول حرية المناظرة السياسية في الإعلام (2004)

I. حرية التعبير والإعلام من خلال وسائل الإعلام

تتطلب الديمقراطية التعددية وحرية المناظرة السياسية إطلاع الجمهور على الشؤون العامة التي تتضمن حق وسائل الإعلام في نشر المعلومات السلبية والآراء الناقدة حول الشخصيات السياسية والمسؤولين الرسميين فضلاً عن حق الجمهور في تلقيها.

II. حرية انتقاد الدولة أو المؤسسات العامة

قد تتعرض الدولة أو الحكومة أو أي مؤسسة أخرى سواء كانت تنفيذية أو تشريعية أو قضائية للانتقاد من الإعلام. وبسبب موقعها الغالب، يجب ألا يتم حماية هذه المؤسسات من خلال القانون الجنائي لمكافحة البيانات التشهيرية أو المهينة. غير أنه، حين تتمتع هذه المؤسسات بالحماية، لا بد من توفيرها لها بشكل محدود من خلال تلافي استعمال أساليب الحماية هذه لفرض قيود على حرية النقد تحت أي ظروف. ويبقى الأفراد الذين يمثلون هذه المؤسسات محميين كأفراد.

III. المناظرة العامة والتدقيق في أنشطة الشخصيات السياسية

قررت الشخصيات السياسية استقطاب ثقة الرأي العام وقبلت أن تشارك في مناظرة سياسية عامة وبالتالي أن تخضع لتدقيق مكثف من الجمهور فضلاً عن احتمال مواجهة انتقاد عام شديد من خلال الإعلام على الطريقة التي اعتمدتها أو تعتمد عليها في أداء مهامها.

VI. تدقيق الجمهور في مسؤولي الإدارة العامة

يجب أن يقبل مسؤولو الإدارة العامة بأنهم سيخضعون لتدقيق الجمهور وانتقاده خاصة من خلال وسائل الإعلام على الطريقة التي اعتمدها أو يعتمدونها في أداء مهامهم حيث يعتبر ذلك ضرورياً لضمان الشفافية والممارسة المسؤولة للمهام.

V. حرية التهكم

يسمح الأسلوب الهزلي والتهكمي الذي تحميه المادة 10 من الاتفاقية، بدرجة مرتفعة من المغالاة وحتى الاستفزاز، طالما لا يتم تضليل الجمهور بشأن الحقائق.

IV. سمعة الشخصيات السياسية ومسؤولي الإدارة العامة

يجب ألا تتمتع الشخصيات السياسية بحماية أكبر لسمعتهم والحقوق الأخرى مقارنة مع الأفراد الآخرين، وبالتالي يجب عدم فرض عقوبات أكثر صرامة بموجب القانون المحلي عندما يجري انتقاد الشخصيات السياسية. وينطبق هذا المبدأ أيضاً على مسؤولي الإدارة العامة، حيث يجب السماح بالخروج عم الأحكام فقط حين تكون هذه الخطوة ضرورية للغاية للسماح للمسؤولين بممارسة مهامهم بشكل صحيح.

IIIV. سمعة الشخصيات السياسية ومسؤولي الإدارة العامة

يجب حماية الحياة الخاصة والعائلية للشخصيات السياسية والمسؤولين في الإدارة العامة من التغطية الإعلامية بموجب المادة 8 من الاتفاقية. إلا أنه يمكن نشر معلومات عن حياتهم الخاصة حين تكون مصدر اهتمام مباشر للجمهور لناحية الطريقة التي اعتمدها أو يعتمدونها لأداء مهامهم، مع الأخذ في الاعتبار الحاجة إلى تلافي الأذى غير الضروري لأطراف ثالثة. ويحق لوسائل الإعلام أن تدقق في الجوانب التي تترتأ الشخصيات السياسية والمسؤولون في الإدارة العامة الإضاءة عليها في إطار حياتهم الخاصة.

## VIII. الخطوات التصحيحية للانتهاكات الإعلامية

يجب أن تحظى الشخصيات السياسية ومسؤولو الإدارة العامة بالإنفاذ إلى الخطوات التصحيحية القانونية التي يحصل عليها الأفراد عادة في حال انتهكت حقوقهم من الإعلام. ويجب أن تكون الأضرار والغرامات بفعل التشهير أو الإهانة متناسبة بشكل منطقي مع انتهاك حقوق أو سمعة الآخرين، مع الأخذ في الاعتبار أي إجراءات تصحيحية طوعية فعالة ومناسبة توفرها وسائل الإعلام ويقبلها الأطراف المعنيون. وينبغي ألا يؤدي التشهير أو الإهانة إلى السجن، إلا في حال خطورة انتهاك حقوق أو سمعة الآخرين بحيث يصبح من الضروري فرض عقاب متناسب خاصة حين يتم انتهاك حقوق أساسية أخرى من خلال بيانات تشهيرية أو مهينة في الإعلام مثل خطاب الكراهية.

### ◆ لجنة البندقية: مدونة الممارسات الفضلى في الشؤون الانتخابية (2002)

#### البند 2.3. تكافؤ الفرص

أ. يجب ضمان تكافؤ الفرص لجميع الأحزاب والمرشحين على حدّ سواء. وهذا يتطلب موقفاً محايداً من السلطات الحكومية خاصة من:

#### I. الحملة الانتخابية؛

#### II. تغطية الإعلام، لا سيما وسائل الإعلام العامة؛

#### III. التمويل العام للأحزاب والحملة.

ب. تبعاً لموضوع النقاش، يمكن أن تكون المساواة صارمة أو تناسبية. في حال كانت صارمة، يتم التعامل مع الأحزاب السياسية على قدم المساواة بصرف النظر عن قوتها البرلمانية الحالية أو الدعم الذي تلقاه في صفوف القاعدة الانتخابية. وإذا كانت تناسبية، فيجب التعامل مع الأحزاب السياسية وفق النتائج التي تم تحقيقها في الانتخابات. ينسحب تكافؤ الفرص بشكل خاص على الوقت المخصص على الهواء في المحطات التلفزيونية والإذاعية والأموال العامة وأشكال الدعم الأخرى.

ج. وتماشياً مع حرية التعبير، يجب وضع أحكام قانونية لضمان الحد الأدنى من إمكانية النفاذ إلى الإعلام المرئي والمسموع المملوك من القطاع الخاص في إطار الحملة والدعاية الانتخابيتين، لجميع المشاركين في الانتخابات.

د. يجب أن يكون تمويل الأحزاب السياسية والمرشحين والحملة الانتخابية شفافاً.

ه. يمكن في بعض الحالات أن يؤدي مبدأ تكافؤ الفرص إلى الحد من إنفاق الأحزاب السياسية خاصة على الدعاية.

### البند 3 الاقتراع الحر 3.1 حرية الناخبين في إبداء الرأي

أ. يجب أن تلتزم السلطات الحكومية الحياد التام. لا سيما في ما يتعلق بـ:

I. الإعلام؛  
(...)

## المبادئ المذكورة في المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان

### ◆ المبادئ الرئيسية<sup>7</sup>

- تشكّل الرقابة المسبقة قيداً غير مقبول على الحق في حرية التعبير ويجب أن يسمح القانون بهذه القيود فقط في ظروف استثنائية.<sup>8</sup>
- تشكّل حرية الإعلام شرطاً أساسياً لحرية التعبير. فللصحافة ومن باب توسّع الإعلام الإلكتروني، التزام مزدوج لنقل المعلومات والأفكار حول شؤون المصلحة العامة. وهي لا تتولى فقط مهمة نقل هذه المعلومات والأفكار، حيث يحق أيضاً للجمهور تلقيها. وفي الحالات المغايرة، لن تتمكن الصحافة من الاضطلاع بدورها الحيوي كمرآة عام.<sup>9</sup>
- يتضمن الحق في حرية التعبير حرية المناظرة السياسية التي تندرج «في صلب مفهوم المجتمع لديمقراطي».<sup>10</sup>
- يكون نطاق انتقاد السياسيين وممثلي الحكومة أوسع من نطاق نقد المواطنين العاديين.<sup>11</sup>
- يجب تحسين إجراءات حماية الآراء السياسية حيث يمكن إثبات أو نقض حقيقتها خلافاً للوقائع.<sup>12</sup>

7. يقدّم هذا القسم المبادئ الرئيسية الناشئة من اختصاص المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان. وترد في الملاحظات أدناه المراجع الخاصة بالحالات-القوانين الملزمة.

8. ذكرت المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان أن «الدول المتعاقدة تتمتّع بهامش معين من التقدير في تقييم الحاجة إلى التدخل إنما هذا الهامش يتلازم تماماً مع الإشراف الأوروبي الذي يختلف نطاقه بحسب الحالة. وحيث يتمّ التدخل في ممارسة الحقوق والحريات التي تضمنها الفقرة 1 من المادة 10، يجب أن يكون الإشراف صارماً بفعل أهمية الحقوق هذه التي شددت عليها المحكمة أكثر من مرّة. «ويجب أن تكون الحاجة إلى وضع قيود على هذه الحريات مبررة بشكل مقنع» Autronic AG. ضد سويسرا، الحكم الصادر في 22 مايو 1990.

9. Lingens ضد النمسا، الحكم الصادر في 8 يوليو 1986. Thorgeir Thorgeirson ضد أيسلندا، الحكم الصادر في 25 يونيو 1992.

10. Castells ضد إسبانيا، الحكم الصادر في 23 أبريل 1992.

11. Lingens ضد النمسا، Op. الملاحظة 9. وبناء عليه فإنّ حدود الانتقاد المقبول أوسع في ما يتعلّق بالسياسيين مقارنة مع الأفراد العاديين. خلافاً للمواطن العادي، سمح السياسي بشكل محتمّ وعن سابق معرفة بأن يخضع للتدقيق المكثّف لكل كلمة يدلي بها أو عمل يقوم بها سواء من جانب الصحفيين أو الجمهور بشكل عام، ويتعيّن عليه بالتالي أن يبدي مستوى عالياً من التسامح.

12. Ibid. يمكن إثبات وجود حقائق في حين أنّ حقيقة تقديرات القيمة لا تشكّل دليلاً.

- يتعين على وسائل الإعلام نشر آراء المعارضة مع احترام معايير التوازن وعدم التمييز في الوقت نفسه.<sup>13</sup>
- الوقت المتوفر للبرامج السياسية محدود ويجب تطبيق معايير التوزيع العادل للوقت على الهواء. يجب الامتناع عن أي سلوك تعسفي أو تمييزي عند تطبيق هذه المعايير.<sup>14</sup>

#### ◆ المبادئ الرئيسية<sup>15</sup>

- الوقت المتوفر للبرامج السياسية محدود ويجب تطبيق معايير التوزيع العادل للوقت على الهواء. يجب الامتناع عن أي سلوك تعسفي أو تمييزي عند تطبيق هذه المعايير.<sup>16</sup>
- حرية التعبير هي أحد الشروط الضرورية لضمان التعبير الحر عن آراء الشعوب في خياراتهم التشريعية. لهذا السبب، من الأهمية بمكان في الفترة التي تسبق الانتخابات السماح بنقل جميع أنواع الآراء والمعلومات بحرية.<sup>17</sup>
- ولا يبدو أن حظر الدعاية السياسية الذي يطبق فقط على بعض وسائل الإعلام (أي الإعلام المرئي وليس الصحافة) يشكل دائماً قيداً ضرورياً. غير أن المحكمة لم تستثن حظر «الدعاية السياسية» باعتبار أنه يمكن أن يتوافق مع متطلبات المادة 10 في بعض الحالات. إلا أنه يجب تبرير التدخل في حرية التعبير «بشكل منطقي وكاف».<sup>18</sup>
- ولا يشكل منع الدعاية السياسية بحد ذاته انتهاكاً للمادة 10 بما أن الغاية منه هي منع الأحزاب الكبيرة التي تحظى بتمويل ضخم من الحصول
- ولا يشكل منع الدعاية السياسية بحد ذاته انتهاكاً للمادة 10 بما أن الغاية منه هي منع الأحزاب الكبيرة التي تحظى بتمويل ضخم من الحصول على وقت أكثر على الهواء مقارنة مع الأحزاب التي تنفق على أموال. غير أن الأحزاب الصغيرة التي تحظى بتغطية إعلامية محدودة والتي لا تحصل على أي وقت على الهواء خلال التغطية الإعلامية يمكن أن تثبت إعلاناً لها في حال عدم وجود أي إجراء آخر يضمن نفاذها إلى الإعلام المرئي والسموع.<sup>19</sup>

13 X and the Association of Z ضد المملكة المتحدة، قرار القبول بتاريخ 12 يوليو 1971، 38 قرار 86 (1971). ...، الحق في نقل المعلومات والأفكار بما في ذلك الحق في حرية التعبير التي تضمنها المادة 10، لا يمكن أن تضمن بشكل مؤكد الحق العام وغير المقيّد لأي منظمة خاصة بالنفاذ إلى الهواء عبر الراديو أو التلفزيون للتعبير عن وجهة نظرهما. إلا أن منع مجموعة أو مجموعات معيّنة من الأشخاص من النفاذ إلى الإعلام في ظروف خاصة يمكن أن يثير مشكلة بموجب المادة 10 (التي يتم النظر فيها بمعزل عن أو بالتزامن مع المادة 14 التي تحظر التمييز). ويمكن أن تنشأ مشكلة كهذه مبدئياً في أوقات الانتخابات وفي حال تم إقصاء حزب سياسي واحد عن المنشآت الإعلامية في وقت تمنح فيه الأحزاب الأخرى وقتاً على الهواء. غير أن وقت البث يمكن أن يخضع لبعض المعايير التي تحدد المحطة الإعلامية في إطار سياستها التحريرية.

14 Huggett ضد المملكة المتحدة (1995)، 82A DR 98، الطلب المقدم إلى لجنة المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان.

15 يقدّم هذا القسم المبادئ الرئيسية الناشئة من اختصاص المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان. ترد في الملاحظات التالية المراجع الخاصة بالحالة-القانون.

16 Huggett ضد المملكة المتحدة، سالف الذكر، الملاحظة 14.

17 Bowman ضد المملكة المتحدة، الحكم الصادر في 19 فبراير 1998.

18 gegen Tierfabriken GT Verein ضد سويسرا، الحكم الصادر في 28 يونيو 2001.

19 Pensjonistparti Rogaland & As Vest TV ضد النرويج، الحكم الصادر في 11 مارس 2009.