

محفظة مواد تدريبية حول الرقابة على الانتخابات من منظور الفساد السياسي

الرقابة على التغطية الإعلامية للانتخابات

نسخة المدرب

آذار 2021

1. حالة (أ): حالة من خارج السياق الفلسطيني

أ. عرض الحالة¹

شهدت تونس، العام 2019، تنظيم انتخابات رئاسية وبرلمانية. وقد شارك في الانتخابات الرئاسية أحد كبار ملاك وسائل الإعلام الخاصة المحلية، التي دأبت خلال الحملة الانتخابية وقبلها على التذكير بالمشاريع الخيرية لذلك المرشح، الذي لطالما اهتم بدعم الفئات المهمشة والفقيرة، وبالأخص التبرع لها بمواد غذائية؛ قبالة قيام وسائل الإعلام ذاتها بدعاية مضادة لمنافسيه. وعلى الرغم من قيام وسائل إعلام أخرى بالانحياز لمرشحين آخرين (والقيام بحملات داعية مضادة تجاه آخرين)، فإن وسائل الإعلام الخاصة والداعمة لذلك المرشح كانت الأكثر ظهوراً بموقف الانحياز. وقد ساهمت بشكل كبير في وصول ذلك المرشح إلى الدور الثاني من الانتخابات الذي خسر فيه، بنهاية المطاف، قبالة مرشح آخر، لم يظهر أن أيّاً من وسائل الإعلام كانت منحازة له؛ بل على العكس، كان فوزه مفاجئاً.

ب. الأسئلة والنقاش

إرشادات للمدرب:

- يعرض المدرب الحالة (القصة) أعلاه على شاشة العرض.
- يطرح المدرب السؤال التالي على المتدربين: ما هي المشكلة أو الأسئلة التي تثيرها هذه الحالة؟
- يحاول المدرب مساعدة المتدربين على طرح أسئلة من قبيل ما يلي:²
 - هل يشكل انحياز وسيلة إعلامية لأحد المرشحين انتهاكاً للقانون أو إخلالاً بمعايير النزاهة و/أو أخلاقيات الإعلام؟ ولماذا؟
 - هل تتعارض مراقبة وسائل الإعلام وتقييدها، بهدف عدم الانحياز لأي من المرشحين، مع الحق في التعبير عن الرأي وحرية وسائل الإعلام؟
 - هل الحياد مطلوب فقط من وسائل الإعلام الرسمية/ الحكومية؟ وبالتالي من حق وسائل الإعلام الخاصة الانحياز لأي من المرشحين؟
 - هل قيام أي من وسائل الإعلام بدعاية ترويجية صريحة لأي من المرشحين يعني انحيازها لذلك المرشح؟ أم أن الإشكال يكمن في نشاطات أخرى قد تقوم بها وسائل الإعلام تلك؟ حال "نعم"، فما هي؟
 - هل خسارة ذلك المرشح للانتخابات (بالنهاية)، يعني إمكانية غض الطرف عن الانحياز الذي قامت به وسائل الإعلام لصالحه؛ بحكم أنها لم تحقق نتيجة بالنهاية؟

¹ تستند فكرة هذه الحالة إلى أحداث حقيقية حصلت في الواقع، إلا أن ليس جميع ما ورد فيها قد وقع فعلاً بالضرورة؛ بل هي "حقيقية"؛ بمعنى أنها قابلة للحدث. حول الحالة التونسية، انظر: باسل ترجمان، "وسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية التونسية ... بين الحياد والتبعية"، اندبندنت عربية (11 أيلول/سبتمبر 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 2 شباط/فبراير 2020، <https://bit.ly/39euKFJ>؛ منية غانمي، "سياق الرئاسة في تونس ... سلاح الإعلام يشعل المعركة"، العربية نت (28 آب/أغسطس 2019)، تاريخ الوصول/الاسترجاع: 3 شباط/فبراير 2020، <https://bit.ly/38UZyuS>.

² هذه أسئلة متوقع طرحها من قبل المتدربين. وفي حال لم يفعلوا، يقوم المدرب بطرحها لتحفيز النقاش.

- هل فوز المرشح الآخر (غير المدعوم من طرف وسائل الإعلام الخاصة) يقلل من خطورة انحياز وسائل الإعلام في التغطية الانتخابية؟
- ما الجهة/الجهات المختصة بالرقابة على التغطية الإعلامية للانتخابات؟ وما شكل الجزاءات التي قد تفرضها؟
- تعرض جميع الأسئلة في مكان بارز (مثل كتابتها على اللوح أو عرضها على الشاشة).
- بعد ذلك يطرح المدرب الأسئلة الآتية:
- ما هي إجاباتكم الأولية عن هذه الأسئلة؟
- هل هنالك أسئلة تحتاجون المزيد من المعلومات/المعرفة حولها، للإجابة عنها؟
- يطرح المدرب الأسئلة التالية، على فرض قيام كل سيناريو من السيناريوهين التاليين:
- السيناريو الأول: كانت لكل مرشح وسيلة إعلام خاصة متحيزة له؛ فهل بالإمكان التغاضي حينها عن عدم حياد وسائل الإعلام، بحكم وجود نوع من تكافؤ الفرص بين المرشحين؟
- السيناريو الثاني: كان دعم وسائل الإعلام لذلك المرشح بتمويل من جهات خارجية، تلقته وسائل الإعلام تلك منها؛ فهل تزداد خطورة ذلك الدعم؟ ولماذا؟
- ملاحظة عامة: لا يقوم المدرب بإعطاء إجابات عن الأسئلة، بل يهدف إلى التعرف على معارف وتوجهات المتدربين الأولية.

2. الإطاران المفاهيمي والقانوني³

أ. خلفية

لوسائل الإعلام دور فائق الأهمية في الانتخابات؛ فالإلى جانب دورها الرقابي فيها،⁴ لها أدوار أخرى لا تقل أهمية، كنقل المعلومات وإرشاد الجمهور حول العملية الانتخابية.⁵ ولما كان الإعلام "يقع في الوسط بين الجمهور والمرشحين" من جهة، ومؤسسات الدولة من جهة أخرى؛⁶ نجد الخبراء ينصحون الإدارات الانتخابية بتأسيس علاقات شراكة مع وسائل الإعلام، باعتبارها "حليفاً مهماً للإدارة الانتخابية"؛ فيدعونها إلى "اعتماد استراتيجيات إعلامية تقوم على تعزيز التواصل الدائم والإيجابي مع وسائل الإعلام، وعلى التحقق من حصول تلك الوسائل على معلومات انتخابية صحيحة ودقيقة، بما في ذلك ما يتعلق بنشاطات وفعاليات الإدارة الانتخابية".⁷

³ تُقرأ مقدمة المحفظة باعتبارها جزءاً من الإطارين المفاهيمي والقانوني.

⁴ انظر: محمد إبراهيم بسيوني، كيفية مراقبة الانتخابات: أدوات المراقب المحايد (حقوق وواجبات وأخطاء المراقبين: إدارة فريق المراقبة المحلية للانتخابات) (جيزة - مصر: المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان، د.ت)، 38-39.

⁵ انظر: محمد دراغمة، "أخلاقيات تغطية الانتخابات"، في: مساق أخلاقيات الإعلام: نموذج مساق للتدريس الجامعي، تأليف صالح مشاركة وآخرون، تحرير صالح مشاركة (بيروت: مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت، 2017)، 77-80.

⁶ المرجع نفسه، 77.

⁷ ألان وول وآخرون، أشكال الإدارة الانتخابية: دليل المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، ترجمة أيمن أيوب وعلي الصاوي (ستوكهولم: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2007)، 265.

ولكن في الواقع هنالك إشكال لا يخفى على أحد؛ هو عدم حياد أغلب وسائل الإعلام، سواء الرسمية أو الخاصة أو الأهلية [أو الحزبية]، وبخاصة في السياقات الانتقالية؛⁸ إذ في كثير من الأحيان ما تقع أمام تأثير القوى السياسية خلال الانتخابات، ومن ذلك في تجارب عربية كثيرة.⁹ ولذلك تُعنى بعثات المراقبة بإنشاء وحدة رصد للإعلام ووجود محلل إعلامي.¹⁰ كما أن بعض وسائل الإعلام قد تحاول إقحام المراقبين في تصريحات توظفها في المعركة الانتخابية.¹¹

ولما كانت رقابة وسائل الإعلام تأخذ أبعاداً عدة، فإن هذه المحظفة تُعنى باثنين منها: كيفية عملها على "تقديم خدماتها للمتنافسين السياسيين كي يتصلوا بفعالية مع الجمهور"، و"ضمان التغطية العادلة والموضوعية للمتنافسين السياسيين في تقارير الأخبار والمعلومات".¹²

فيما تتفق جميع التجارب على ضرورة حياد الإعلام الرسمي، يتباين التعامل مع الإعلام الخاص بين تجربة وأخرى؛ ففي الوقت الذي قصر فيه القانون الفلسطيني فرضه الحياد على الإعلام الرسمي (دون التطرق إلى الإعلام الخاص أو سواء) على مستوى الانتخابات العامة،¹³ ومطالبته له بـ "إتاحة فرص متكافئة ومناسبة للقوائم الانتخابية" على مستوى انتخابات الهيئات المحلية؛¹⁴ نجد القانون التونسي -على سبيل المثال- يفرض الحياد على جميع "وسائل الإعلام الوطنية"، شاملاً بذلك "منشآت الاتصال السمعي والبصري العمومية والخاصة والجمعياتية".¹⁵ أما القانون اللبناني (على سبيل المثال أيضاً)، فيتخذ موقفاً "شبه وسطي" -إن جاز التعبير- فهو كالقانون الفلسطيني يقصر إلزامه الحياد على الإعلام الرسمي، إلا أن القانون اللبناني -على خلاف نظيره الفلسطيني- يحظر على وسائل الإعلام الخاص "إعلان تأييدها [لـ] أي مرشح أو لائحة انتخابية"،

⁸ مايكل ستودارد، **كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات**، ترجمة شريف جيد (واشنطن: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية، 1997)، 76.

⁹ دراغمة، "أخلاقيات تغطية الانتخابات"، 75.

¹⁰ انظر: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، **دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات** (وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، 2012)، 20-21.

¹¹ لذلك يقدم خبراء دوليون مبادئ توجيهية للمراقبين على الانتخابات في تعاملهم مع الإعلام؛ إذ ينصحونهم بعدم إبداء الآراء والاستنتاجات حول العملية الانتخابية، خلال أية مقابلات إعلامية، كالتكهن بالنتائج أو تقييم مستوى المنافسة. وينصحون بإحالة وسائل الإعلام إلى إدارتهم، لتقدم بذاتها التصريحات الإعلامية. انظر: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، **دليل مراقبي الانتخابات لأمد طويل: المراقبة ما بعد يوم الانتخابات** (وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، 2012)، 63-64. وأيضاً هذا ما تدعو إليه "مدونة قواعد السلوك" المرفقة بـ "إعلان مبادئ المراقبة الدولية للانتخابات"، المصادق عليهما (في وثيقة واحدة) من طرف الأمانة العامة للأمم المتحدة ومجموعة من المنظمات الدولية عام 2005. انظر: الأمم المتحدة ومجموعة من المنظمات الحكومية وغير الحكومية الدولية، "إعلان مبادئ المراقبة الدولية للانتخابات ومدونة قواعد السلوك لمراقبي الانتخابات الدوليين"، **المعهد الديمقراطي الوطني - لبنان** (27 تشرين الأول/أكتوبر 2005)، تاريخ الوصول: 28 كانون الثاني/يناير 2021، <https://bit.ly/2OTWWhrh>.

¹² ستودارد، **كيف تقوم المنظمات المحلية**، 77.

¹³ انظر: المادتان (2/61) و(65) من "قرار بقانون رقم (1) لسنة 2007م بشأن الانتخابات العامة"، الوقائع الفلسطينية، عدد 72 (9 أيلول/سبتمبر 2007)، 2-50.

¹⁴ المادة (29) من "قانون انتخابات مجالس الهيئات المحلية رقم (10) لسنة 2005م"، الوقائع الفلسطينية، عدد 57 (18 آب/أغسطس 2005)، 79-108.

¹⁵ انظر: الفصل (52) بدلالة الفصل (2) من "قانون أساسي عدد (16) لسنة 2014 مؤرخ في 26 ماي 2014 يتعلق بالانتخابات والاستفتاء (1)"، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 157، عدد 42 (27 أيار/مايو 2014)، 1382-1398.

ويفرض عليها جملة من الالتزامات التي من شأنها الحد -نسبياً- من تغولها في دعم مرشحين أو مناكفة مرشحين آخرين.¹⁶

وبذلك، يلاحظ أن هنالك توجهاً يميز بين الإعلام الرسمي والإعلام الخاص، فيما هو مطالب به خلال الانتخابات؛ إذ "تقع على عاتق وسائل الإعلام العامة أو الخاضعة لإشراف الدولة مسؤولية توفير تغطية متوازنة ومحايدة للحملة الانتخابية".¹⁷ في المقابل، "ينبغي أن توفر وسائل الإعلام الخاصة تغطية مسؤولية ومعاملة منصفة وإن لم تنصّ القوانين الوطنية على عكس ذلك، فمن الطبيعي أن تدعم وسائل الإعلام الخاصة حزباً أو مرشحاً معيناً".¹⁸ وبالتالي، "يتوقع من جميع وسائل الإعلام [...] توفير تغطية متوازنة ومسؤولة ومحايدة وعادلة؛ فـ"على الرغم من أنّ وسائل الإعلام الخاصة هي شركات تجارية، إلاّ أنّه يطلب منها غالباً تلبية بعض الالتزامات"؛ إذ يتعين عليها "الالتزام بأعلى المعايير الصحافية المهنية. كما يتوقع منها أيضاً أن تحترم مبدأ الحياد في برامجها الإخبارية والخاصة بالشؤون الراهنة".¹⁹

وعليه، يتباين ويتدرج اختصاص الإدارة الانتخابية تجاه وسائل الإعلام الخاصة والحزبية، وكذلك نطاق الرقابة عليها؛ إذ يجري الاحتكام للقانون.²⁰ على سبيل المثال، يشرع القانون اللبناني "الإعلان الانتخابي"، فيما يحظره القانون التونسي (يُطلق عليه "الإشهار السياسي") مع بعض الاستثناءات الضيقة ومراعاة جملة من الضوابط.²¹ أما في الحالة الفلسطينية، ولما كان القانون صمت تجاه الإعلام الخاص، فلا يضير شمولها في هذه المحفظة، وفق ممارسات بعض الدول العربية، التي استخدمت كنماذج في هذه المحفظة، وكذلك المواثيق الدولية.

هذا مع العلم بأن عدم فرض القانون الفلسطيني الحياد على وسائل الإعلام الخاص، لا يعني استبعادها من التجريم العام الذي أورده على مستوى انتخابات الهيئات المحلية (دون الانتخابات العامة!) بنصه على تجريم كل من "نشر أو أذاع قبيل الانتخابات أو أثناءها أية بيانات كاذبة عن سلوك أحد المرشحين أو القوائم بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات".²² وكذلك -على مستوى قانون الانتخابات العامة- تجريم "التشهير أو القدح بالمرشحين الآخرين والقوائم الأخرى"، و"اللجوء في الدعاية الانتخابية إلى كل ما يتضمن تحريضاً أو طعناً بالمرشحين الآخرين والقوائم الأخرى أو إثارة للنعرات القبلية أو العائلية أو الطائفية بين فئات المواطنين"، وتضمنين "الدعاية الانتخابية أو الخطب أو النشرات أو الإعلانات أو الصور الانتخابية أي تحريض أو طعن

¹⁶ انظر: المادتان (4/73)، (74) من "قانون انتخاب أعضاء مجلس النواب [اللبناني] رقم 44 تاريخ 2017/6/17"، الجريدة الرسمية اللبنانية، عدد 27 (17 حزيران/يونيو 2017)، نقلاً عن موقع الانتخابات اللبنانية، عبر الرابط: <https://bit.ly/2SADaAh>

¹⁷ مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، دليل مراقبي الانتخابات لأمد طويل، 28.

¹⁸ المرجع نفسه، 28.

¹⁹ انظر: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، دليل رصد الإعلام، 15-16. وفي سياق متصل: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، دليل مراقبة الانتخابات، ط 6 (وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، 2012)، 63.

²⁰ انظر حول تجارب بعض الدول (كندا، كوستاريكا، فيجي، وكينيا): وول وآخرون، أشكال الإدارة الانتخابية، 82-84؛ 108-109؛ 276-277؛ 364-365.

²¹ بموجب الفصل (57) من "قانون أساسي عدد (16) لسنة 2014". انظر حول الاستثناءات والضوابط: الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، دليل قواعد تنظيم الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2014، (تونس: الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، 2014)، 19-20، متوفر عبر الرابط: <https://bit.ly/31Lfm0Z>.

²² المادة (67/ب) من "قانون انتخابات مجالس الهيئات المحلية رقم (10) لسنة 2005م".

بالمرشحين الآخرين على أساس الجنس أو الدين أو الطائفة أو المهنة أو الإعاقة، أو أي إثارة للنعرات التي تمس بوحدة الشعب الفلسطيني".²³ كما أن وسائل الإعلام الخاصة وغيرها تبقى مساءلة وفقاً لأحكام قانون العقوبات العام فيما يتعلق بجرائم الدم والقدح والتحريض والجرائم التي تشكل العلانية عنصراً في ركنها المادي.

ب. تعريفات أساسية²⁴

- التغطية الإعلامية للانتخابات: نشاط وسائل الإعلام (المقروء والمرئي والمسموع والرقمي) خلال الانتخابات، بما يشمل، إضافة إلى رقابة الإعلام على الانتخابات ونقله للأخبار ذات العلاقة وإرشاد الجمهور موضوعياً حولها: الإعلام الانتخابي، الدعاية الانتخابية،²⁵ الإعلان الانتخابي.
- الإعلام الانتخابي: "كل مادة إعلامية كالأخبار والتحليل والتصاريح والمقابلات والمناظرات والحوارات والتحقيقات والمؤتمرات الصحافية واللقاءات، تتعلق بالانتخابات بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ويجري بثها دون مقابل ضمن البرامج العادية أو الاستثنائية لمؤسسة إعلامية".
- الدعاية الانتخابية: "كل مادة تتعلق ببرامج الجهات المرشحة وحملاتها الانتخابية ومواقفها الانتخابية والسياسية، وتكون مسجلة في استوديوهات مؤسسة الإعلام أو خارجها، وترغب الجهة المرشحة أن تتوجه بها إلى الناخبين عبر بثها لحسابها الخاص ضمن برامج مؤسسات الإعلام المخصصة لتلك الغاية ومقابل بدل مادي".
- الإعلان الانتخابي: "كل مادة [أو] نشرة ترويجية لجهة مرشحة يتم بثها أو نشرها مقابل بدل مالي ضمن الوقفات والمساحات المخصصة للإعلانات التجارية لدى مؤسسات الإعلام والإعلان".

ت. أسئلة يطرحها المراقب على نفسه²⁶

- هل تمّ احترام الأحكام الواردة في الإطار القانوني الوطني؟
- هل قامت وسائل الإعلام بأداء دور التغطية بشكل مسؤول ومنصف وموضوعي بالنسبة لجميع المرشحين والأحزاب السياسية، أم برز نهج انتقائي في توفير المعلومات؟ هل تمّ اختيار المواضيع تبعاً لقيمتها الإخبارية أو لتصوير حزب أو مرشح معين بشكل إيجابي أو سلبي؟ هل برزت أيّ معاملة خاصة -إيجابية أم سلبية- لأيّ مرشح أو حزب معين؟
- هل كان نفاذ المتنافسين الانتخابيين إلى وسائل الإعلام خال من المعوقات؟ هل برزت أيّ عقبات قانونية أو إدارية؟
- هل خضع المتنافسون الانتخابيون والأحزاب السياسية للشروط نفسها (الأسعار، الوقت، ... إلخ) للدعاية المدفوعة؟

²³ الفقرات (1، 6، 8) من المادة (66) من "قرار بقانون رقم (1) لسنة 2007م بشأن الانتخابات العامة".
²⁴ مفاهيم "الإعلام الانتخابي"، "الدعاية الانتخابية"، "الإعلان الانتخابي"، مقتبسة من القانون اللبناني: "قانون انتخاب أعضاء مجلس النواب رقم 44 تاريخ 2017/6/17" في المادة (68) منه؛ علماً بأن القانون الفلسطيني لم يُعرف هذه المفاهيم، ولا يقصد بإيرادها هنا المعنى القانوني بالضرورة، بل المعنى العام.
²⁵ يلاحظ أن المقصود بالدعاية الانتخابية في هذا الموضوع، وبالتالي في تعريفها أدناه، ليس باعتبارها إحدى مراحل الانتخابات، بل أحد أشكال المواد الانتخابية التي تبث خلالها.
²⁶ جرت صياغة عدد من الأسئلة التالية و/أو اقتباسها نقلاً عن: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، دليل رصد الإعلام، 22-23؛ 42-43.

- هل كانت الأنواع المختلفة للبرامج التلفزيونية ذات الصلة محايدة؟
- هل يميل الصحفيون إلى المزج بين الآراء والوقائع عند إعداد التقارير وتغطية الأخبار؟
- هل واجهت وسائل الإعلام أي نوع من التدخل في السياسات التحريرية من جانب السلطات أو الأحزاب السياسية أو مالكي وسائل الإعلام؟
- هل تحترم وسائل الإعلام أحكام فترة الصمت؟ في حال الإجابة بـ "لا"، ما هي الانتهاكات الرئيسية؟ من الذي يجب اعتباره مسؤولاً عن انتهاكات القانون؟
- هل اعتمد الصحفيون وجهة نظر معينة لقاء منافع مالية أو غيرها؟
- هل تقوم أي وسيلة إعلامية بنشر خطابات كراهية؟ من هم المستهدفون؟

3. نشاطات تعليمية

أ. طرح الأسئلة

أسئلة تساعد على الفهم والاستيعاب:

- ما مدى انسجام الإطار القانوني في فلسطين مع المعايير الدولية، أو المعايير المتبعة في النماذج العربية المشار لها في هذه المحفظة؟
 - هل جميع وسائل الإعلام (الرسمية والخاصة والحزبية والأهلية)، مطالبة بالالتزامات ذاتها؟
 - ما دور لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية في الرقابة على التغطية الإعلامية للانتخابات؟
 - هل ترى من المناسب تمكين لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية من صلاحيات أكبر في الرقابة على التغطية الإعلامية للانتخابات، أسوة بنماذج أخرى من الإدارات الانتخابية في العالم؟ ولماذا؟
 - ما حدود تعاطيك كمراقب في التصريح لوسائل الإعلام؟
- أسئلة تربط موضوع الجزء بالأجزاء الأخرى في المحفظة:

- ما علاقة مصادر التمويل الانتخابي وإنفاقه بالتغطية الإعلامية للانتخابات؟
- ما مدى إمكانية تطبيق المعايير الدولية، أو المعايير المتبعة في نماذج الدول العربية المشار لها في هذه المحفظة، الخاصة بالتغطية الإعلامية للانتخابات، على نشاط شبكات التواصل الرقمي خلال الانتخابات؟
- في حال وجود وسائل إعلام تابعة لأي من المؤسسات الملزمة بالحياد، فهل تأخذ حكم الإعلام الرسمي أم الإعلام الخاص؟ ولماذا؟

ب. التفكير في أمثلة

يطلب من المتدربين تقديم أمثلة واقعية على انحياز أو حياد وسائل الإعلام في التغطية الانتخابية، من خلال تجارب سابقة في فلسطين أو سواها، ونقاش هذه الأمثلة.²⁷

²⁷ مثال للمساعدة: خلال المناظرة الانتخابية بين المرشحين للدور الثاني من الانتخابات الرئاسية التونسية عام 2019، التي نظمها الإعلام الرسمي بالشراكة مع الإعلام الخاص، تحت إشراف الهيئة العليا المستقلة للانتخابات

ت. طرح قضايا جدلية

مثال: الفقرات التالية مصورة من فصل في كتاب تدريسي موجه لطلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية.²⁸ وهو يقدم مجموعة من المعايير الخاصة بدور الإعلام في نقل المعلومات أثناء الانتخابات، ناصحاً الطلبة بالعمل وفقاً لها عندما يباشرون حياتهم المهنية؛ فما رأيك بها؟

وسائل الإعلام هي وسائل لنقل المعلومات، ويتم نقل هذه المعلومات بناء على ميزان دقيق من المعايير والأسس.

أول هذه المعايير أن تكون المعلومات جديدة، صحيحة، ومهمة. وكلما زادت أهميتها، زادت أولويتها على غيرها من الأخبار. فالمعلومات التي تهم حياة الجمهور، ومصالحه السياسية والاقتصادية، ومستقبله، تنصدر الأخبار، وتحظى بالأفضلية على غيرها في موازين البث والنشر.

في الانتخابات، من المهم أن تعلم وسائل الاعلام الجمهور من يخوض الانتخابات ولماذا يخوضها. الأحزاب والأشخاص وخلفياتهم المهنية والسياسية والعائلية والدينية والمالية من المسائل المهمة للجمهور التي يقرر على ضوءها من يختار؛ فربما يظهر مرشح من خلفية جنائية. حينها يتوجب على وسائل الاعلام أن تتنافس في اعلام الجمهور عن خلفية هذا المرشح. وربما يظهر مرشح من خلفية اقتصادية تسعى الى تحقيق مصالح عائلية أو مصالح مجموعات او شركات، وهنا يتوقع أن تلعب وسائل الاعلام دورا مهما في تسليط الضوء على هذه الحقائق ليتنسى للجمهور التعرف عليها قبل أن يحدد خياراته.

وثاني هذه المعايير أن تكون مؤثرة. وفي الانتخابات من المهم لوسائل الاعلام أن تبحث عن الأكثر أهمية في العملية الانتخابية، عن تلك الأنباء التي ستؤثر على الاقتصاد، وعلى العلاقات الاجتماعية، والقوانين والشرائع. فعندما يظهر لدينا حزب سلفي، من المهم أن نعلم الجمهور بأهداف هذا الحزب، والقوانين التي يسعى لسنها. وعندما يظهر لدينا حزب ليبرالي، فمن المهم أيضا أن نعلم الجمهور بأهدافه والتغيير الذي ينشده.

وثالث هذه المعايير أن تكون مثيرة. وكلما زادت درجة الإثارة في الخبر، زاد اهتمام الجمهور بها. فمرشح، أو كتلة انتخابية تسعى الى تغيير منظومة قوانين الدولة، أو الى اقضاء طائفة معينة، أو مجموعة سياسية معينة، حتما تثير الكثير من اهتمامات الجمهور.

إرشادات للمدرب:

1. يقسم المتدربون إلى مجموعات مكونة من أربعة أفراد، بحيث يتم اتباع نظام المناظرات، ويطلب من اثنين منهم اتخاذ موقف يدافع عن تلك المعايير والنصائح،

والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري؛ وفي بداية المناظرة، فيما يتعلق بالفقرة الخاصة بتقديم كل مرشح، أشارت الإعلامية الميسرة للمناظرة إلى أنهم فضلوا إجراء هذه الفقرة من خلال منح المرشحين المساحة الزمنية ذاتها للتعريف بنفسيهما، بدلاً من إعداد وعرض "رپورتاج" حول كل منهما؛ خشية ألا تجري المساواة بينهما. شاهد المناظرة: قناة الوطنية الأولى التونسية، "المناظرة: الانتخابات الرئاسية للدور الثاني"، يوتيوب، قناة الوطنية الأولى التونسية (12 تشرين الأول/أكتوبر 2019)، عبر الرابط التالي: <https://bit.ly/2SHEjWI>.²⁸ دراغمة، "أخلاقيات تغطية الانتخابات"، 77-78.

ويطلب من المتدربين الآخرين أن يتخذا موقفاً مخالفاً (بداعي أن بالإمكان توظيفها لدعم مرشحين أو مناقفة مرشحين آخرين)، مستعينين بالمادة النظرية التي طرحت من قبل المدرب وأية مبررات أخرى ذات علاقة.

2. بعد عرض كل زوج لموقفه، يطلب من المجموعة محاولة الوصول إلى إجماع حول موقف موحد، دون ضرورة تحقق الإجماع.

3. تعرض كل مجموعة موقفها على جميع المتدربين، ويتبع ذلك نقاش جماعي.

بالإمكان استعانة المدرب في الأفكار والتساؤلات التالية:

- ما الفائدة من تضمين المناهج التعليمية الجامعية حول أهمية تعليم وسائل الإعلام عن الخلفية العائلية والدينية والمالية للمرشح؟
- مدى ارتباط هذه المعايير بالفنوية والتمييز على خلفيات متعددة، وارتباطها بجوهر ومفهوم المواطنة؟
- لماذا لا يتم التركيز على البرنامج الانتخابي بدلاً من المعايير المطروحة في النص؟

ث. طرح حالات أو وقائع قصيرة

مثال: قام صحفي بتغطية اليوم الأول من الحملة الانتخابية للانتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني، بصياغة خبر محايد، ولكنه أرفق بالخبر صورة تظهر حصراً مظاهر الدعاية الانتخابية لأحد الأحزاب دون غيرها.

- س.1: ما رأيك بتصرف الصحفي؟ هل تخذ الصورة بحياد الخبر والصحافي؟
- س.2: هل يختلف رأيك حول ذلك التصرف فيما لو كان الصحفي:
 - أرفق صوراً عدة أخرى تغطي مظاهر الدعاية الانتخابية لأحزاب أخرى، ولكنه صدر في الواجهة الصورة المذكورة أعلاه؛ أو؛
 - ظهرت في الصورة ذاتها مظاهر الدعاية الانتخابية لجميع الأحزاب، ولكن الصورة التقطت من زاوية تظهر دعاية حزب ما بشكل أكبر من دعاية البقية؟

ج. عرض ونقاش مقاطع فيديو

مدة الفيديو (د)	رابط مختصر للفيديو	مقطع الفيديو
2:12	https://bit.ly/2OfKMqA	تقرير حول آليات مراقبة وسائل الإعلام لضمان حيادها في العملية الانتخابية، تونس (أيلول 2019)
2:59	https://bit.ly/37XJMPN	تقرير حول علاقة الإعلام بالمال والسياسة في الانتخابات الرئاسية، مصر (أيار 2014)

ح. إعادة نقاش الحالة (أ) مرة أخرى

تطرح الحالة (أ) مرة أخرى للنقاش، ويشجع المتدربون على التأمل بالتغيير الحادث في آرائهم (معرفتهم واعتقاداتهم)، إن حدث.

4. حالة (ب): حالة من السياق الفلسطيني

أ. عرض الحالة²⁹

ترشح للانتخابات الرئاسية الفلسطينية القادمة الرئيس الحالي. وخلال الفترة السابقة للدعاية الانتخابية وأثناءها، استمرت وسائل إعلام بتداول أخبار نشاطاته الرسمية، وكان أحدها تقديمه خطاباً في الجمعية العامة للأمم المتحدة حول استمرار اعتداءات الاحتلال الإسرائيلي على الأرض والشعب الفلسطيني، الذي رافقه حشد رسمي للشعب عموماً، والموظفين العموميين بشكل خاص، للتجمهر في الساحات العامة لدعم موقف الرئيس في الأمم المتحدة.

كان بين وسائل الإعلام تلك وسائل إعلام رسمية وأخرى خاصة وثالثة حزبية. وقد اعترض جميع المرشحين الآخرين للرئاسة على مسلك وسائل الإعلام؛ معتبرين أنها في تغطيتها تلك، استعملت أسلوب الخبر الصحفي الذي يفترض به أن يكون موضوعياً (وليس كما المواد الدعائية)، لتعمل على تقديم دعاية منحازة للرئيس الحالي، انصبت في دعم حملته الانتخابية وتقديمه للجمهور باعتباره الزعيم الملهم للشعب، وصمام الأمان الذي لا بديل له. وفي المقابل، قامت بعض وسائل الإعلام الأخرى بشن حملة تهكم على إنجازات الرئيس خلال فترة رئاسته، واتهمته بأنه سخر وظيفته الحالية في حملته الانتخابية، ولمحت لكونه اختار توقيت إجراء الانتخابات الرئاسية (كونه من حددها بموجب مرسوم) مع ما يتوافق ومواعيد جلسات الجمعية العامة، التي يتوقع أن يلقي خطاباً في إحداها.

ب. الأسئلة والنقاش

إرشادات للمدرب:

- يعرض المدرب القصة أعلاه على شاشة العرض.
- تعرض الحالة للنقاش، ويشجع المدرب المتدربين على تحليل الحالة باستخدام المعرفة المكتسبة في هذه الجلسة حول حرية التعبير.
- يطرح المدرب جملة من الأسئلة ذات العلاقة، مثل:
 - هل تعتبر أن ما قامت به وسائل الإعلام تلك لا يؤثر على حياديتها؛ كونها قامت بتغطية خبر لنشاطات رسمية للرئيس الحالي؟ ولماذا؟
 - هل تقع اللائمة على جميع وسائل الإعلام التي ساهمت في تلك التغطية بالدرجة ذاتها، بغض النظر عن طبيعة كل منها (رسمية، وخاصة، وحزبية)؟ ولماذا؟
 - هل يعتبر ما قام به الرئيس استخداماً لسلطته، وفساداً سياسياً؟
 - هل ما قامت به وسائل الإعلام الأخرى من حملة ضد الرئيس الحالي يعتبر استهدافاً لأحد المرشحين لصالح منافسيه؟ ولماذا؟
 - طالما أن وسائل الإعلام انقسمت -في الظاهر على الأقل- ما بين مؤيد للرئيس الحالي ومعارض؛ فهل معنى ذلك أن الحادثة جميعها لم تؤثر على جمهور الناخبين؟
- يشجع المدرب المتدربين على طرح الأسئلة ويرحب بها، ولا يكتفي بالأسئلة المذكورة أعلاه.

²⁹ قصة مفترضة.

5. قائمة المصادر

- الأمانة العامة للأمم المتحدة ومجموعة من المنظمات الحكومية وغير الحكومية الدولية. 27 تشرين الأول/أكتوبر 2005. "إعلان مبادئ المراقبة الدولية للانتخابات ومدونة قواعد السلوك لمراقبي الانتخابات الدوليين". المعهد الديمقراطي الوطني - لبنان. تاريخ الوصول 28 كانون الثاني/يناير 2021. <https://bit.ly/2OTWWhrh>
- بسبوني، محمد إبراهيم. د. ت. كيفية مراقبة الانتخابات: أدوات المراقب المحايد (حقوق وواجبات وأخطاء المراقبين: إدارة فريق المراقبة المحلية للانتخابات). جيزة - مصر: المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان.
- ترجمان، باسل. 11 أيلول/سبتمبر 2019. "وسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية التونسية ... بين الحياد والتبعية". اندبندنت عربية. تاريخ الوصول 2 شباط/فبراير 2020. <https://bit.ly/39euKFJ>
- الجمهورية التونسية. "قانون أساسي عدد (16) لسنة 2014 مؤرخ في 26 ماي 2014 يتعلق بالانتخابات والاستفتاء (1)". الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، السنة 157، عدد 42 (27 أيار/مايو 2014)، 1382-1398.
- الجمهورية اللبنانية. "قانون انتخاب أعضاء مجلس النواب رقم 44 تاريخ 2017/6/17". الجريدة الرسمية للبنانية، عدد 27 (17 حزيران/يونيو 2017). <https://bit.ly/2SADaAh>
- دراغمة، محمد. 2017. "أخلاقيات تغطية الانتخابات". في: مساق أخلاقيات الإعلام: نموذج مساق للتدريس الجامعي، بقلم صالح مشاركة وآخرون، تحرير صالح مشاركة، 74-87. بيرزيت: مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت.
- ستودارد، مايكل. 1997. كيف تقوم المنظمات المحلية بمراقبة الانتخابات. ترجمة شريف جيد. واشنطن: المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية.
- السلطة الوطنية الفلسطينية. "قانون انتخابات مجالس الهيئات المحلية رقم (10) لسنة 2005م". الوقائع الفلسطينية، عدد 57 (18 آب/أغسطس 2005)، 79-108.
- السلطة الوطنية الفلسطينية. "قرار بقانون رقم (1) لسنة 2007م بشأن الانتخابات العامة".
- الوقائع الفلسطينية، عدد 72 (9 أيلول/سبتمبر 2007)، 2-50.
- غانمي، منية. 28 آب/أغسطس 2019. "سياق الرئاسة في تونس ... سلاح الإعلام يشعل المعركة". العربية نت. تاريخ الوصول 3 شباط/فبراير 2020. <https://bit.ly/38UZyuS>
- قناة الوطنية الأولى التونسية. 12 تشرين الأول/أكتوبر 2019. "المناظرة: الانتخابات الرئاسية للدور الثاني". يوتيوب. قناة الوطنية الأولى التونسية. <https://bit.ly/2SHEjWI>
- مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا. 2012. دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات. وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا.
- مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا. 2012. دليل مراقبة الانتخابات. ط 6، وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا.
- مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا. 2012. دليل مراقبي الانتخابات لأمد طويل: المراقبة ما بعد يوم الانتخابات. وارسو: مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا.
- الهيئة العليا المستقلة للانتخابات. 2014. دليل قواعد تنظيم الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2014. تونس: الهيئة العليا المستقلة للانتخابات. <https://bit.ly/31Lfm0Z>
- وول، ألان، أندرو إليس، أيمن أيوب، كارل دنداس، جورام روكامبي، وسارا ستينو. 2007. أشكال الإدارة الانتخابية: دليل المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات. ترجمة أيمن أيوب وعلي الصاوي. ستوكهولم: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات.