



ماعت للسلام والتنمية وحقوق الإنسان  
Maat For Peace, Development and Human Rights

# الإعلام الإلكتروني والدور المتوقع في دعم الرقابة الشعبية علي الانتخابات

ورقة عمل مقدمة من

أيمن فاروق

الصحفي بجريدة الأهرام

ورئيس مجلس أمناء مؤسسة صاحبة الجلالة

أرضي : +202 29719612  
+202 29719616  
فاكس : +202 25266792  
موبايل : +20105327633  
+20126521170

العنوان البريدي : 148 شارع مصر حلوان الزراعي - المطبعة - ح المعادي - الدور الرابع  
شقة 41 - القاهرة - ج . م . ع ص.ب : 490 المعادي  
الموقع الإلكتروني : [www.maat-law.org](http://www.maat-law.org) & [www.maatpeace.org](http://www.maatpeace.org)  
[www.radiomaat.org](http://www.radiomaat.org)  
البريد الإلكتروني : [maat\\_law@yahoo.com](mailto:maat_law@yahoo.com) & [info@maat-law.org](mailto:info@maat-law.org)

## تعريف الإعلام الإلكتروني:

(بالإنجليزية: Electronic media)

هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، كما تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث.

ظهرت الصحف كأول أنواع الاعلام على الاطلاق، ويرجع ظهورها الى عصور ما قبل التاريخ ومنها حجر رشيد ومخطوطات الفراعنه التي كانت تظهر على مقابر الملوك وعلى جدرانها لترصد تواريخ الملوك وانجازاتهم من حروب ومعارك، وهى طريقه بين الراسل من تابعى الملك الى مختلف الشعوب والأمم، وفى تطور سريع ظهرت فنون جديدة من الصحافة وبعدها الراديو الذى ظهر كأنجاز واختراع تاريخى لا يمكن اغفاله او التنحى عن ذكره، ومن الواضح أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغى ما سبقها من وسائل، فالراديو لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ الراديو، ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخصم الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة.

ولكن تعتبر الإنترنت وسيلة الاتصال الأسرع نموًا في تاريخ البشرية، ففي حين احتاج الراديو إلى 38 عاما للحصول على 50 مليون مستخدم لاستقبال برامجه، احتاج التلفزيون إلى 13 عاما للوصول إلى العدد نفسه، فيما احتاج تلفزيون الكابلات (الدش) إلى 10 أعوام. اما شبكة الإنترنت فلم تحتج سوى إلى 5 أعوام للوصول إلى ذلك العدد، وأقل من 10 أعوام للوصول إلى 500 مليون مستخدم!

ومع بداية ظهور الإنترنت ومن بعد الإعلام الإلكتروني وسيفرض واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنه لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته.

### تاريخ شبكة الإنترنت وتطورها :

كانت الإنترنت نتيجة لمشروع أربانت الذي أطلق عام 1969، وهو مشروع من وزارة دفاع الولايات المتحدة. أنشئ هذا المشروع من أجل مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسب الآلي وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحسابية للحواسيب المتوفرة.

وفي الأول من يناير 1983 استبدلت وزارة دفاع الولايات المتحدة البروتوكول) NCP المعمول به في الشبكة واستعاضت عنه بميفاق بمجموعة من (بروتوكولات) الإنترنت، فمن الأمور التي أسهمت في نمو الشبكة هو

ربط "المؤسسة الوطنية للعلوم" جامعات الولايات المتحدة الأمريكية بعضها ببعض مما سهّل عملية الاتّصال بين طلبة الجامعات وتبادل الرسائل الإلكترونيّة والمعلومات، بدخول الجامعات إلى الشبكة، أخذت الشبكة في التوسع والتّقدم وأخذ طلبة الجامعات يسهمون بمعلوماتهم ورأى النور المتصفح "موزاييك"، والباحث "جوفر" و"آرشي" بل إن الشركة العملاقة "نتسكيب" هي في الأصل من جهود طلبة الجامعة قبل أن يتبنّاها العقل التجاري ويوصلها إلى ما آلت إليه فيما بعد.

لم يكن لدى المهندسين الذين خططوا للشبكة في بداية عهدها أدنى تصور لما آلت إليه الشبكة اليوم، ويرجع نجاحها العملاق اليوم لـ (مركزية) الشبكة أو بمعنى آخر لا يوجد جهة واحدة تسيطر على مجريات الأمور بشأن الشبكة. يحكم الشبكة ميثاق يعرف بأسم (بروتوكول) للاتّصال والذي يقرر عمل هذا الميثاق هم "مهندسو شبكة الإنترنت" وهي جهة مستقلة تتدارس وتقرر أنواع الموثائق المعمول به لشتى خدمات الشبكة (HTTP, IRC, FTP) الخ..

لم يجري استخدام الشبكة بشكل واسع حتى أوائل التسعينات من القرن العشرين وبالرغم من توفر التطبيقات الأساسية والمبادئ التوجيهية التي تجعل من استخدام الإنترنت ممكن وموجود منذ ما يقرب من عقد. وفي 6 أغسطس، 1991، وفي المختبر الأوروبي للفيزياء والجزيئات CERN، والذي يقع على الحدود بين فرنسا وسويسرا، نشر مشروع الشبكة العالمية الويب والتي تم اختراعها من قبل العالم الإنجليزي تيم بيرنرز لي في عام 1989 الذي عمل على تطوير متصفحات الويب، وفي عام 1993، وفي المركز الوطني لتطبيقات supercomputing في جامعة الينوي تم إصدار نسخة 1.0 من MOSAIC "موزاييك"، وبحلول أواخر عام 1994 كان هناك تزايد ملحوظ في اهتمام الجمهور بما كان سابقا اهتمام للاكاديمين فقط. وبحلول عام 1996 صار استخدام كلمة الشبكة قد أصبح شائعا، وبالتالي، كان ذلك سببا للخلط في استعمال كلمة إنترنت على أنها إشارة إلى الشبكة العالمية الويب.

وفي غضون ذلك، وعلى مدار العقد، زاد استخدام الشبكة (الإنترنت) بشكل مطرد. وخلال التسعينات، كانت التقديرات تشير إلى أن الشبكة قد زاد بنسبة 100 ٪ سنويا، ومع فترة وجيزة من النمو الانفجاري في عامي 1996 و 1997. وهذا النمو هو في كثير من الأحيان يرجع إلى عدم وجود الإدارة المركزية، مما يتيح النمو العضوي للشبكة، وكذلك بسبب المكيه المفتوحة لموافق (بروتوكولات) الإنترنت، التي تشجع الأشخاص والشركات على تطوير أنظمة وبيعها وهي أيضا تمنع شركة واحدة من ممارسة الكثير من السيطرة على الشبكة.

وَحاليًا، أصبح عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها قد بلغ 45,861,346 مستخدمًا يمثلون 13% من تعداد السكان، ونسبة 8.8% من المستخدمين في العالم، وبنسبة تضاعف بلغت 1,296.2% خلال السنوات الثماني الماضية (2000-2008) و 4.914% في العام الأخير فقط.

### ثورة الإنفوميديا:

يشهد العالم الآن نوع جديد من الثورات التكنولوجية والتي تسمى ثورة الإنفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال وظهرت من خلال بث القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول مثل شركة الاتصالات الإماراتية التي بثت عشر قنوات ترفيهية وإخبارية، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت والتي استخدمت تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحاسبات الإلكترونية، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم.

لم يتوقف التغيير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني الغربي.

كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم يجب الاهتمام به وآدائه بالشكل الأمثل، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديداً إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي 2008 و2009 والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي تعمل على أنها مؤسسة ربحية تصرف من مداخيلها. أثبت الإعلام الإلكتروني في سنوات عمره القليلة (تم التعارف على أن عام 1992 هو عام ظهور أو صحيفة الكترونية في العالم)، أثبت أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيرا ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلاً لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص.

### حجم المتعاملين مع شبكة (الإنترنت) في العالم العربي

يضم الجدول عدد المستخدمين حسب الدولة (إحصاءات مارس 2009

الدولة	العدد التقريبي	نسبة عدد المستخدمين للسكان
الجزائر	2.30 مليون	6.2%
السودان	4.01 مليون	7.6%
السعودية	9.27 مليون	34.7%
العراق	3.22 مليون	12%
الإمارات	1.77 مليون	35.3%
سورية	1.9 مليون	5.94%
تونس	1.87 مليون	13.7%
الكويت	724 ألف	26.2%
الأردن	694 ألف	12.9%
لبنان	617 ألف	15.8%
اليمن	337 ألف	1.3%
عمان	288 ألف	10.2%
فلسطين	246 ألف	7.9%
قطر	222 ألف	28.3%
ليبيا	851 ألف	13.84%

الدولة	العدد التقريبي	نسبة عدد المستخدمين للسكان
البحرين	157 ألف	21.2%
الصومال	90 ألف	0.7%
موريتانيا	21.7 ألف	0.9%
جيبوتي	10 آلاف	1.1%
مصر <sup>[5]</sup>	11.48 ملايين	15.6%
المغرب <sup>[6]</sup>	14.27 مليون	42.8%

ولقد بلغ عدد المستخدمين لشبكة الانترنت في مصر نحو 11 مليون ونصف المليون تقريباً وفق اخر الاحصائيات لعام 2009 بعد ان بلغ في عام 2007 وتحديداً في شهر مارس نحو 5 مليون ونصف المليون تقريباً، اي تضاعف العدد خلال عامين فقط، وتعتبر القوة الاعلامية للتيار الاصلاحى او الحقوى تكمن في الاعلام الالكترونى، خاصة بعد ان جندت قوى الاصلاح جهودها فى التواصل مع المواطنين من خلال ما يعرف بالاعلام الاجتماعى social media مثل الفيس بوك وتويتر وتاجت وماى سبيس وغيرها من المدونات الاجتماعية والسياسية واسعة الانتشار، ومثلت هذه المواقع الالكترونية أفضل الادوات المستحدثه فى خدمة الحملات الانتخابية، خاصة بعد ان حجت وسائل الاعلام التقليدية آراء بعض قوى التيار الاصلاحى واتباعهم ووجهات نظرهم .

الجدير بالذكر هو التفرقة بين الاعلام الالكترونى والاعلام التفاعلى ، فالأول كما نكرت هو مجموعة من مجلات وصحف على شبكة الإنترنت تقدم محتوى خاصاً يفترض أن يكون له هيئة تحرير تعرف بنفسها، ويتحمل من يرأسها مسؤولية ماينشر ويلتزم بأداب وتشريعات ومهنية المحتوى الصحفى... بذلك يفترض أن تلتزم الصحافة الإلكترونية، وفي مقابله تستحق أن نمناها أدنى حقوقها المتمثلة في حمايتها والاعتراف بها.

-أما الإعلام التفاعلي، فهو عبارة عن خصائص أو وسائط أو خدمة ملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو الكترونية تتيح للجمهور ان يشارك برأيه من خلالها.

ونجد من أمثلة الإعلام التفاعلي الموجود بمصر، هو صفحة القراء في كل مطبوعة وهو تعقيهم على موادها في مواقعها الإلكترونية... وهو مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية، ومدخلاته في قاعات المحاضرات والندوات... وهو أخيراً منتديات إلكترونية ملحقه بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها.

ويتميز الاعلام الإلكتروني بأنه مرتبط بوعي المجتمع وثقافته ومهارة الأفراد في صياغة آرائهم والتعبير عنها، كما يتميز أيضاً بأهميته في تثقيف مستخدميه زتنمية مهاراتهم على تعلم استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات في اضافة الصور ومقاطع الفيديو مثلاً لتوصيل الرسالة التي يرغبون في اذاعتها، ويسترشد أيضاً مستخدم شبكة الاعلام الإلكتروني بالفنون الإلكترونية المختلفة التي يقدمها الراسل ويتعلم بطريقه فطريه كيفية التواصل معها واستحدثائها واطافة الموضوعات والتعليقات التي يرغب في نشرها، ويعد موقع الفيس بوك هو الاوسع انتشاراً في مصر خلال الفترة الراهنة حيث احتل المستخدمين المصريين المرتبة الاولى في استخدام شبكة الفيس بوك بعدد نحو 4 مليون مستخدم، وظهرت فنون الاضافة والتعليق ونشر الاراء بالمواقع المصرية على النحو الذي يتيح الموقع من امكانيات، كما تجلت معه ايضاً الشبكات الاجتماعية والتي تعرف فيما يسمى بالشبكات الاجتماعية المختلفة سواء السياسية او الاجتماعية او الدينية او الحقوقية .

#### الإعلام الإلكتروني ونشر الوعي بالمشاركة في الانتخابات

ومن النماذج التي يمكننا رصدها ما قامت به بعض الجهات السياسية الاجتماعية مثل نقابتي المحامين والصحفيين من استخدام شبكة الفيس بوك في نشر الدعاية الانتخابية، وشتت العديد من الحملات الانتخابية، التي تعتبر وسيلة لتدعيم الثقة بين المرشحين السياسيين وامداد جمهور الناخبين بالمعلومات ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل من خلال قنوات الاتصال والاقناع بهدف حض جمهور الناخبين الذين لاينشطون في العمل السياسي للاهتمام بالانتخابات والمشاركة فيها ، كما هدفت الدعاية الانتخابية الي ارشاد المواطنين الي طريقة التصويت أكثر مما هي دعاية للمرشحين .

كما يمثل الاعلام الإلكتروني اهميته في الفئة المستهدفه له، فأستخدم هذا النوع من وسائل الأعلام يستهدف في المقام الاول جيل الشباب والذي يمثل نحو 84% من عدد مستخدمى شبكة المعلومات الدولية، ومما لا شك فيه ان هذه القوى تمثل الغائب الحاضر لجمهور الناخبين حيث يمثلون الشريحة الكبرى في الجداول الانتخابية دون تمثيل حقيقي لهم، فلا بد من استخدام وسائل دعاية قوية ومستحدثه تتلامس في المقام الاول مع رغباتهم الشخصية في التعبير عن اتجاهاتهم ومشكلاتهم .

ولابد ان تعتمد سياسة نشر الوعي بالمشاركة في الانتخابات على عدة محاور : اهمها صياغة الحديث بطريقه مبسطه وجمل قصيرة، وينوه فيها على مشكلات شبابية عامه، كمقياس واطارة الي حثهم على المشاركة للقضاء عليها او العمل على حلها، والمحور الثاني هو اختيار القالب ذو الادوات التكنولوجيه المستحدثه ومنها الاغانى وافلام الفيديو، لجذب الشباب نحو الاطلاع على الرسالة الاعلامية المرفقة، والمحور الثالث والذي لا يقل

اهمية عن سابقه هو اتاحة الفرصة للمشاركة فى الرد على تلك الرسالة، ونشر تلك التعليقات والسرعة فى نشرها واتاحة الفرصة لعرض تلك التعليقات والردود فى نفس مساحة العرض وليس بعيداً عنها.

وعلىنا ان ننتبه، ان الاعلام الالكترونى قد نجح فى تحويل القضايا الاجتماعية الى عمليات سياسية مستحدته، واصبح التفاعل بين المرشحين وانصارهم مع الناخبين فعلاً ومستمراً لعدد ساعات اكثر من التى كانت عليها، وحول الاجتماعى الى سياسى والعكس صحيح، اذ اصبحت المدونات الالكترونية وغرف الدردشة تتناول الموضوعات الرياضية على سبيل المثال من منظور سياسى ووطنى فى بعض الاحيان، كما تمثلت خطورة تلك التطويرات فى احتقان حالات العنف الطائفى والدينى، وحولتها الى حروب على بعض المواقف التى لا تتناسب مع حالة الاحتقان فى تناول القضية او الحادثة .

لذا فأن استخدام وسائل الاعلام الالكترونية فى نشر ثقافة المشاركة فى الانتخابات، اصبح أكرأ هاماً يضعه المرشحون لأى منصب انتخابى الى استخدامه فى الدعاية لترشيحهم، كما تأتى بعض الوسائل الأخرى ولكنها ليست بنفس قدر الأهمية لوسائل الاعلام الالكترونى.

**"الإعلام الإلكتروني ودوره في رصد وتوثيق ونشر انتهاكات العملية الانتخابية بشكل منهجي وعلمي":**

علينا اولاً ان نوضح تفسير مصطلحات الرصد والتوثيق وبعض العبارات المرتبطة بالعملية الانتخابية، ومنها :

**الرصد :**

عملية استعلام منظمة للحصول على معلومات صحيحة ومدققة وموثقة

عملية الحصول على الأدلة والبراهين

مصطلح واسع يصف العمل النشط في تجميع المعلومات والتحقق منها واستعمالها فوراً من اجل معالجة مشاكل حقوق الإنسان.

ويشمل رصد حقوق الإنسان جمع المعلومات عن الحوادث واحداث المراقبة " في الإنتخابات والمحاکمات والمظاهرات.. الخ " وزيارة مواقع محددة مثل اماكن الإعتقال والسجون ومخيمات اللاجئين والمناقشات مع السلطات الحكومية للحصول على المعلومات ومتابعة وسائل العلاج وغير ذلك من اجراءات المتابعة الفورية.

**التوثيق:**

فهي عملية التسجيل المنظمة لنتائج عملية تفصي الحقائق او التحقيق فيها بهدف تنظيم هذه المعلومات بطريقة تجعل من السهل استعادتها عند الحاجة إليها من خلال استمارة مجهزة مسبقا على سبيل المثال .

### المراقبة :

تشير عادة إلى عملية تميل بقدر اكبر من السلبية في ملاحظة الأحداث مثل التجمعات والمحاكمات والانتخابات والمظاهرات ، وهي احد جوانب رصد حقوق الإنسان التي تتطلب حضورا في الموقع الذي يتوقع فيه حدوث انتهاك لحقوق الإنسان.

### انتهاكات حقوق الإنسان :

تشمل التعديات الحكومية على الحقوق التي تضمنها القوانين الوطنية والأقليمية والدولية لحقوق الإنسان ، كما تشمل الفعل او اغفال الفعل الذي ينسب مباشرة إلى الدولة او احد سلطاتها ، وينطوي على اخفاق منها في تنفيذ الإلتزامات القانونية المستمدة من معايير حقوق الإنسان.

### جمع المعلومات :

الهدف الرئيس للرصد هو تعزيز مسئولية الدولة عن حماية حقوق الإنسان ، وتقوم منظمات حقوق الإنسان بجمع معلومات ظاهرة عن مشاكل حقوق الإنسان وانماط خاصة بالانتهاكات. وتتطلب عملية جمع المعلومات جهدا بالغا ، ويتطلب الرصد اساليب دقيقة لجمع معلومات صحيحة ودقيقة . ويتطلب جمع المعلومات بحثا ومتابعة وتحليلا شاملا ، والمعلومات السليمة تعتبر اساسية لإعداد تقارير موثقة توثيقا جيدا يمكن الإستعانة بها بعد ذلك لتشجيع السلطات على اتخاذ إجراءات .

إذن تتضمن عملية جمع المعلومات تتضمن عدة مراحل هي التحقق من المعلومات من خلال مقابلة الشهود مثلا وتقييم شهاداتهم ثم تحليل المعلومات ومدى اتساقها مع المادة التي يتم جمعها من المصادر المستقلة.

## أمثلة لوسائل جمع المعلومات :

. جمع الشهادات

. تلقي الشكاوي

. إجراء المقابلات مع افراد معينين ذوي علاقة بالانتهاك .

وفي اطار ذلك نجد ان دور الاعلام الالكتروني يأتي واضحاً في عمليات رصد وتوثيق الانتهاكات في العملية الانتخابية، وذلك لقدرته على التواصل مع جمهور كبير من المواطنين يصعب اللقاء بهم عبر المنافذ والوسائل التقليدية، كما ان اتاحة الفرصه للاحتكاك المباشر مع جمهور الناخبين يسمح بعرض النماذج الايجابية والسلبية والتفرقة بينها، وجمع البيانات حولها، ومحاكة الشكاوى والمشاكل التي تم رصدها بطريقة مفصله تعرضها بشكل منهجى وعلمى .

### **الإطار التشريعي والإجرائي لاستخدام الإعلام الإلكتروني في الرقابة على الانتخابات العامة:**

لا يوجد في مصر انون يحكم او ينظم العمل الاعلامى الالكتروني، وتنطبق النصوص التشريعية والاجرائية المرتبطة بتنظيم العمل الصحفى على الاعلام الالكتروني ، بالاضافة الى كارته حقيقية وهى اجراءات الحجب التى تقوم بها الدولة فى رفع بعض المواقع وغلقها بعد تناولها لقضية ما دون وجه حق . وبدون نص قانونى . تحت مسمى اساءة سمعة مصر او تهديد الامن القومى ...

وفيما يلى نستعرض اهم الاطر التشريعية والاجرائية للعمل الصحفى الذى ينطبق على الاعلام الالكتروني :

**الاطار التشريعى :** هو مجموعة القواعد الدستورية الخاصة بالصحافة، التي ترتب التزامات ألزمت بها السلطة نفسها، ووضعت الضمانات لحسن تنفيذها؛ وتتضمن مجموعة قواعد قانونية منظمة يمكن للمشرع أن يخالفها، أو يلغيها، أو يحورها، أو يبدلها، بقانون آخر.

كما يتضمن هذا الإطار القانوني بتنظيم عمل الصحافة، وفق الاحتياجات الاجتماعية، والإمكانيات الاقتصادية، ويضع الضوابط العامة على حريات الأفراد في ضوء الحفاظ على حريات الآخرين، وعلى المصلحة العامة.

إذاً، فالإطار القانوني للصحافة، يعني مجموعة القواعد التشريعية والقانونية، التي تحكم نظام الصحافة ووسائله، من خلال:

1. النصوص التي ترد، في الدساتير، وتتعلق بحرية الصحافة والإعلام

تستمد قوانين الصحافة أساسها من الدستور، وبناء على ذلك لا تستطيع هذه القوانين مصادرة الحريات العامة، من دون مخالفة الدستور.

والواقع إن مفاهيم مثل حرية الإعلام، والتدفق الحر والمتوازن للمعلومات، وحرية الانتفاع بوسائل الإعلام، جاءت ثماراً طبيعياً للمبدأ الأساسي الخاص بحرية الرأي، وحرية التعبير، بالقول والتصوير والصحافة. إذ أصبح هذا المبدأ بديهياً، لا ينازع فيها أحد، في إطار الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. ويندر أن يوجد دستور، من بين دساتير العالم، ينكر حرية الصحافة أو الإعلام صراحة، وإن كانت النصوص تختلف بين دستور وآخر. إلا أن هذه العمومية في النص الدستوري لا تدل على شيء؛ إذ جاء قانون المطبوعات والصحافة مليئاً بالقيود والتحفظات.

كذلك فإن معنى حرية التعبير يختلف اختلافاً كبيراً، عند التطبيق، من دولة لأخرى إذ تعد بعض النظم السياسية حرية الصحافة والإعلام، حجر الزاوية، في الديمقراطية. وتصور هذه الحرية بالقضاء، في حين أن هذه الحرية قد تُقيد في بعض النظم الأخرى، وفق ما تراه السلطة الحاكمة يلبي الاحتياجات الوطنية (من وجهة نظرها).

خلاصة القول، إن الدساتير تنص، فقط، على المبدأ الأساسي الخاص بحرية الصحافة، وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري، وتترك لقوانين الصحافة، والمطبوعات، وقوانين العقوبات، وغيرها من التشريعات، تنظيم عمل هذه الوسائل.

## 2. قوانين الصحافة والمطبوعات والإعلام

وتتضمن هذه القوانين الأمور التالية:

أ. الإجراءات الإدارية، التي تتمثل في إجراءات دائمة، أو مؤقتة، قد تتخذها بعض الحكومات لتنظيم أسلوب إصدار الصحف، مثل متطلبات الإصدار (إخطار أو ترخيص)، وفرض تأمين نقدي على إصدار الصحف، وتنظيم عملية تداول الصحف، وحالات منع التداول، وحظره، بالنسبة للصحف، والمطبوعات الدورية، التي تصدر في الداخل والخارج، إجازة أو عدم إجازة، إنذار الصحف، أو وقفها، أو تعطيلها، أو إلغائها، بالطريق الإداري، على الرغم من أن هذا المبدأ قد أصبح نصاً مهجوراً تماماً في كافة الدساتير المتقدمة، منذ ما يقرب من مائة عام.

ب. تنظيم النشاط الصحفي والمبادئ، التي تحكم النشر، مثل تجريم الأخبار الكاذبة، حماية الأخلاق العامة والأسرة والعلاقات الاجتماعية، وفرض قيود، في بعض البلاد، على المطبوعات، أو الصحف، التي تنتشر ما يشكل عدواناً على الأديان، وفرض بعض القيود، على النشر، الماس بأمن الدولة، أو إذاعة أسرارها، ومبدأ انتهاك حرمة المحكمة.. الخ.

ج. حق فرض الرقابة على الصحف، باستخدام مسميات، وتعبيرات، مثل وقاية النظام الاجتماعي، حماية النظام العام، الأمن القومي. وهذه كلها قد تمتد وتتسع لتصبح ستاراً تحمي به السلطة العامة نفسها، والأشخاص العامين، من النقد.

د. حق الحكومات، في ظروف الطوارئ، أن تفرض رقابة سياسية على وسائل الاتصال، ومن بينها الصحافة.

### 3. قوانين العقوبات (القانون الجنائي) فيما يتعلق بجرائم النشر

ويرد في قانون العقوبات . فيما يتصل بالصحافة . كافة القواعد القانونية لكيفية توجيه الاتهامات، في الجرائم الخاصة بالنشر، وأصول محاكمات تلك الجرائم، والمحاكم الخاصة بها، وتحديد المسؤولين عن جرائم النشر. وجرائم النشر هي ذلك النوع، من الجرائم، التي تتعلق بالأفكار، والعقائد والمذاهب والمبادئ على اختلاف أنواعها وأشكالها، سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وفلسفية، والتي ترتكب، عن طريق وسائل الإعلام، وتتجم عن إساءة استعمال حرية الإعلام، بحيث ينجم عن ذلك مسؤولية مدنية، أو جنائية، أو المسؤوليةان معاً.

وتحاول معظم التشريعات الجنائية حصر جرائم النشر، في قانون واحد، كقانون العقوبات، أو قانون المطبوعات، قطعاً للتناقض والتضارب.

ويمكن إدراج هذه الجرائم في ثلاث:

أ. جرائم العدوان على الاعتبار (القذف، السب، الإهانة، العيب).

ب. جرائم الإفشاء والتضليل، وبعضها يمس الأفراد، مثل انتهاك مبدأ أسرار الحياة الخاصة. وبعضها يتعلق بأمن الدولة الخارجي والداخلي، كإفشاء الأسرار العسكرية أو الاقتصادية، والإفشاء الضار بسير العدالة والهيئات النيابية. أما جرائم التضليل فتتمثل في نشر الأخبار الكاذبة، التي قد تكدر السلم العام، أو

تلحق الضرر الجسيم بالمصلحة العامة، خاصة إذا نشرت، في الظروف غير العادية، والطارئة، كالأزمات، والحروب والأوبئة والاضطرابات.. الخ.

ج. جرائم التحريض، كالتحريض على قلب نظام الحكم، أو عدم إطاعة القوانين، أو التحريض على الجريمة، أو تحريض الجند على عدم الطاعة.