

مسودة الخطة الإعلامية لقانون الحق في الوصول إلى المعلومات



كانون الأول ٢٠٢٠

مقدمة

يهدف الحق في الوصول إلى المعلومات المنصوص عنه في عدد من الصكوك الدولية، لا سيما الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، إلى تحقيق عدد من الأهداف، أبرزها:

- تأمين الحق في التعبير والإعلام.
- تعزيز الممارسة الصحيحة للديمقراطية.
- المساهمة في تطوير مؤسسات فعالة، شفافة وخاضعة للمساءلة على جميع المستويات.
- تطبيق أعلى معايير الشفافية التي هي ركن أساسي وشرط من شروط "شراكة الحكومة المفتوحة".
- المساهمة في مكافحة الفساد وتعزيز النزاهة.
- رفع مستوى ثقة المواطنين بالدولة.
- المساهمة في جذب الاستثمارات وزيادة مستوى التنافسية لدى أشخاص القانون العام والخاص.

صدر قانون الحق في الوصول إلى المعلومات في لبنان ("القانون") وبات نافذاً وواجب التطبيق منذ نشره في الجريدة الرسمية بتاريخ ٢٠١٧/٢/١٦ دون الحاجة لأي إجراء آخر، بما في ذلك صدور مراسيم تطبيقية أو تعيين موظفي المعلومات أو تأسيس الهيئة الوطنية لمكافحة الفساد ("الهيئة")، ومن شأن هذه التدابير الثلاثة أن تساعد دون أدنى شك على حسن تطبيق القانون.

وبتاريخ ٢٠٢٠/٧/١٣، أقرت اللجنة الوزارية لمكافحة الفساد الخطة الوطنية لتطبيق قانون الحق في الوصول إلى المعلومات، وقد أكدت في واحدة من أهدافها العشرة على أهمية الإعلام في نشر أحكام القانون بشكل واسع.

كما صدر أول مرسوم تطبيقي للقانون بتاريخ ٢٠٢٠/٩/٨ تحت الرقم ٦٩٤٠، في خطوة من شأنها أن تدفع أكثر باتجاه تعزيز التزام الإدارة بأحكامه.

القسم الأول - استراتيجية الوزارة في تطبيق قانون الحق في الوصول إلى المعلومات

أولاً: أهمية دور وزارة الإعلام والوسائل الإعلامية في تطبيق القانون

أصبح للإعلام دور محوري في العصر الحديث، وباتت وسائل الإعلام والتواصل، إضافة إلى دورها في بث ونشر المعلومات والأخبار، شريكاً أساسياً في رفع مستوى الشفافية، وتناول قضايا المجتمع والتنمية المستدامة والتوعية والتطوير وطرح الإشكاليات والحلول، فهي السلطة الرابعة التي تراقب وتحلل وتساءل وتحاسب، وتعتبر صلة الوصل بين المسؤولين والشعب. ومن أبرز أدوارها: تأمين بث ونشر المعلومات، ومشاركة المواطنين والجمهور في آليات اتخاذ القرار من خلال الرقابة والاقتراح والمحاسبة، وكذلك تعزيز الحوكمة ومكافحة الفساد.

من هنا تأتي أهمية تبني وزارة الإعلام لقانون الحق في الوصول إلى المعلومات، ويؤمل من خطتها الإعلامية نشر ثقافة جديدة تقوم على المساءلة وتعزيز الشفافية التي هي ركن أساسي من أركان الحكم الرشيد وفعل مجتمعي يبدأ من الفرد.

ثانياً: مراحل استراتيجية وزارة الإعلام في تطبيق القانون

تنقسم الاستراتيجية إلى ثلاثة أجزاء:

١- التزام وزارة الإعلام بتطبيق القانون:

- تكليف موظف معلومات أو أكثر، وإعلام الجمهور عنهم.
- نشر المعلومات التي يفرضها القانون، لا سيما التقارير السنوية والمصاريف المالية.

٢- تدريب الموظفين:

- تدريب مديري الوحدات وموظفي المعلومات في وزارة الإعلام على حسن تطبيق القانون.
- تدريب مديري الوحدات وموظفي المعلومات في شركة تلفزيون لبنان على حسن تطبيق القانون.

٣- إطلاق حملة إعلامية متكاملة لإعلام الإدارات والمواطنين عن القانون.

القسم الثاني - الحملة الإعلامية

أولاً: الأهداف

- ١- تعريف إدارات الدولة المُلزَمة بتطبيق قانون الحق في الوصول إلى المعلومات بواجباتها.
- ٢- تعريف الجمهور بحقوقه التي نصّ عليها القانون.

ثانياً: الجهات المتعاونة في تطبيق خطة الوزارة

- وزارة التنمية الإدارية *OMSAR* .
- وزارة التربية والتعليم العالي.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي *UNDP* .
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة *UNESCO* .
- تلفزيون لبنان.
- نقابة الصحافة.
- نقابة المحررين.
- الجامعة اللبنانية والجامعات الخاصة لا سيما كليات ووحدات الإعلام والتواصل.
- المؤسسات الإعلامية الخاصة.
- مؤسسات المجتمع المدني التي تُعنى بمكافحة الفساد وتعزيز الشفافية.

ثالثاً: أبرز المواضيع التي يمكن تضمينها في المواد الإعلامية

- ١- أهمية الحق في الوصول إلى المعلومات.
- ٢- الهيئات الملزمة بتطبيق القانون.
- ٣- أصحاب الحق في الحصول على المعلومات.
- ٤- المعلومات والمستندات الإدارية التي يمكن لأصحاب الحق أن يطلبوها وغيرها من الحقوق المنصوص عنها في القانون.
- ٥- المعلومات التي يجب على الهيئات والإدارات نشرها حكماً في الجريدة الرسمية وعلى موقعها الإلكتروني .
- ٦- كيفية تقديم طلب الحصول على المعلومات ومضمونه.
- ٧- التكلفة المالية للوصول إلى المعلومات.
- ٨- المهلة القانونية للردّ على طلب الحصول على المعلومات.
- ٩- طرق المراجعة في حال عدم استجابة الهيئات الملزمة بتطبيق القانون.

تترك الحرية لوسائل الإعلام، العامة والخاصة، في تطوير وإنتاج مختلف المواد الإعلامية، ويمكنها أن تلجأ إلى وزارة الإعلام للتأكد من تطابق المضمون القانوني مع الأحكام التي نصّ عليها القانون.

رابعاً: شكل الحملة الإعلامية

١. فيديوها:

- سيتم إنتاج فيديوها قصيرة تتراوح مدتها ما بين ٣٠ و ٤٥ ثانية.
- من حيث الشكل سيتم إنتاج الفيديوها بطريقة تسمح بعرضها على شاشات التلفزة، وبثها عبر الإذاعات، ونشرها على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- من حيث المضمون ستسلط الفيديوها الضوء على أبرز أحكام القانون .

٢. مواد أخرى:

- تقارير إخبارية ومقابلات.
- Town Hall Meetings حقوقيون - إعلاميون - طلاب جامعات - مجتمع مدني.
- Billboards
- مسابقات.

خامساً: مكان عرض وبتّ المواد المُنتجة

- وسائل الإعلام العامة والمنصات الإلكترونية التابعة لها.
- وسائل الإعلام الخاصة من مرئية ومسموعة وإلكترونية (إخبارية) والمنصات الإلكترونية التابعة لها.
- المواقع الإلكترونية الخاصة بمنظمات المجتمع المدني.

سادساً: خطة العمل

كانون الثاني				كانون الأول				الشهر
الأسبوع الرابع	الأسبوع الثالث	الأسبوع الثاني	الأسبوع الأول	الأسبوع الرابع	الأسبوع الثالث	الأسبوع الثاني	الأسبوع الأول	
								الهدف
								الأطراف المنفّذة
								الموارد المادية والبشرية
								المدة الزمنية

سابعاً: التعاون في تطوير الخطة الإعلامية وتطبيقها

تتعاون وزارة الإعلام مع المؤسسات الإعلامية الخاصة وهيئات المجتمع المدني الناشطة في مجال تعزيز الشفافية، من أجل تطوير الخطة الإعلامية وتنفيذ مختلف نشاطاتها.

ولبلورة مثل هذا التعاون، تنظّم وزارة الإعلام اجتماعات عمل، مع المؤسسات الإعلامية ومع هيئات المجتمع المدني قبل نهاية السنة، على أن تطلق الخطة الإعلامية وتبتّ موادها المختلفة المتفق عليها ابتداءً من أول عام ٢٠٢١.

ثامناً: تقييم الخطة الإعلامية وتطويرها

تخضع الخطة الإعلامية لتقييم دوري، للتأكد من أنها تؤدي بفعالية الأهداف التي حُدِّدت لها، وذلك على كل من المستويين الكمي والنوعي. يمكن أن تلجأ وزارة الإعلام وأي من المتعاونين معها إلى مؤسسات متخصصة في هذه المجالات، بما فيها الجامعات وكليات الإعلام.