

## ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

بوقرن توفيق

باحث دكتوراه

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1.

ملخص :

تطور وسائل الإعلام وزيادة تأثيرها وتحولها إلى الفاصل في كثير من الاستحقاقات الانتخابية، والموجه الأقوى للهيئة الناخبة، لدرجة أصبح معها الوزن الانتخابي للأحزاب يقاس بحجم وثقل المؤسسات الإعلامية المنضوية في صفها، جعل المشرع الجزائري يحرص على ضمان التوازن والمساواة بين الأحزاب السياسية في حملتها الانتخابية، وعدم ترك الأمر لتأثير وسائل الإعلام، وعليه فقد نص على مجموعة ضوابط لتسيير الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية، محاولا من خلالها إبعاد التنافس الانتخابي عن اللوبي الإعلامي لكل حزب وإبقائه فقط تنافسا حول البرامج والأفكار.

الكلمات المفتاحية : الدعاية الإعلامية، الحملة الانتخابية، الأحزاب السياسية، العملية الانتخابية.

### Summary:

the development of the communication means and its increasing effect which becomes the result of so many election, and can change the orientation of the elections. As a result, the power of any party can be measured according to the communication enterprises which are supporting it. And therefore, the Algerian legislator has insisted about the quality between the political parties during elections campaign by controlling those means of communications and has created a set of rules for this campaign and the management of the communication propaganda of the parties during the elections campaign- by this, the legislator was trying to keep away the communication lobby from the election competition and as a result, the competition should be only about programs and ideas.

**Key world :**Communication propaganda, Elections complain, Political parties, Electoral operation.

## ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

مقدمة

نجاح العملية الانتخابية كإحدى أهم مظاهر التحول الديمقراطي لا يرتبط فقط بنزاهة وسلامة أصوات الناخبين من التلاعب والتزوير، بل يتطلب ضمانا كاملا وتجسيدا حقيقيا لحرية الرأي والتعبير، بشكل يُمكن الأطراف الفاعلة في العملية الانتخابية من إبداء آرائها وشرح برامجها وإيصال توجهاتها باستقلالية وحرية، بعيدا عن كافة صور القيد والرقابة المخلة بمبدأ العدالة والمساواة. ووسائل الإعلام أداة هامة لتفعيل هذا المبدأ الدستوري، والمساهمة في إنجاح العملية الانتخابية بكافة مراحلها، سواء بدورها التوعوي، الإعلامي أو الرقابي. فتطور وسائل الإعلام وقوة تأثيرها، جعلها حلقة الوصل الرئيسية بين أهم أطراف العملية الانتخابية - الأحزاب السياسية والناخبين - فتحوّلت إلى الفاصل في كثير من الاستحقاقات الانتخابية، ما جعل الوزن الانتخابي للأحزاب يقاس بحجم وثقل المؤسسات الإعلامية المنضوية في صفها. وحرصا من المشرع الجزائري على ضمان التوازن والمساواة بين الأحزاب السياسية في حملتها الانتخابية، وعدم ترك الأمر لتأثير وسائل الإعلام، فقد نص على مجموعة ضوابط لتسيير الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية، محاولا إبعاد التنافس الانتخابي عن اللوبي الإعلامي لكل حزب وإبقائه فقط حول البرامج والأفكار. وعليه فإن إشكالية دراستنا تتمحور حول:

ما مدى فعالية الضوابط التي سنّها المشرع الجزائري لتنظيم الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية ؟

وسنحاول الإجابة على هذه الإشكالية من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

- المحور الثاني: الضوابط القانونية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية.

- المحور الثالث: الضوابط المؤسساتية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية.

### المحور الأول

#### الإطار المفاهيمي للدراسة

نتطرق في هذا المحور إلى أهم المفاهيم المتعلقة بموضوعنا :

أولا: تعريف الدعاية الإعلامية : عرف الأستاذ سمير حسن وسائل الإعلام أنها " كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية <sup>1</sup> ".

<sup>1</sup> - سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص 22.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

كما عرفها الأستاذ فضيل وليو بأنها: " ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل<sup>1</sup> ".

فالدعاية الإعلامية هي " مجموعة النشاطات والبرامج التي تقوم بها جهة معينة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، بهدف إقناع أشخاص آخرين بأفكارها أو برامجها أو منتجاتها، قصد كسبهم والحصول على ثقتهم".

ثانيا: تعريف الأحزاب السياسية

يعرفها الأستاذ رمزي طه شاعر" جماعة من الناس لهم نظامهم الخاص وأهدافهم ومبادئهم التي يلتفون حولها ويتمسكون بها ويدافعون عنها، ويرمون إلى تحقيق مبادئهم وأهدافهم عن طريق الوصول إلى السلطة أو الاشتراك فيها<sup>2</sup>".

كما عرفها الأستاذ سليمان الطماوي " هي جماعة متحدة من الأفراد تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم بقصد تنفيذ برنامج سياسي معين<sup>3</sup>".

و يعرفها الأستاذ أسامة الغزالي حرب "هو اتحاد يجمع بين الأفراد، له بناء تنظيمي على المستويين القومي والمحلي، يعبر في جوهره عن مصالح قوى اجتماعية محددة تستهدف الوصول إلى السلطة السياسية والتأثير عليها، بواسطة أنشطة متعددة، خصوصا من خلال تولي ممثليه المناصب العامة، سواء عن طريق العملية الانتخابية أو بدونها<sup>4</sup>".

ثالثا: تعريف الحملة الانتخابية

عرفها الأستاذ بنيني احمد أنها " مجموعة وسائل وأساليب الاتصال التي يستعملها الحزب أو المرشح المستقل في فترة زمنية وبمناسبة انتخاب معين، بقصد استمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين للحصول على أصواتهم<sup>5</sup>".

كما عرفها الأستاذ الوردي براهيمي أنها " مجموعة من الأنشطة والتفاعلات التي يقوم بها المرشح أو الحزب من اجل تعريف الناخبين بما يريد أن يقدم كخدمة لهم من اجل فرض برنامجه الانتخابي، ومحاولة التأثير فيهم بالعديد من الوسائل والسبل عبر وسائل الاتصال المختلفة بهدف الحصول على أصواتهم من اجل الفوز بالانتخابات<sup>6</sup>".

<sup>1</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، مطبعة قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 23.

<sup>2</sup> رمزي طه الشاعر، الإيديولوجية وأثرها في الأنظمة السياسية، دار النهضة، القاهرة، 1979، ص 104.

<sup>3</sup> سليمان الطماوي، السلطات الثلاث في الدساتير العربية وفي الفكر السياسي الإسلامي، بيروت، دار الفكر العربي، 1979، ص 544.

<sup>4</sup> أسامة الغزالي حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، سبتمبر 1998، ص 21.

<sup>5</sup> بنيني احمد، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2005-2006، ص 238.

<sup>6</sup> الوردي براهيمي، النظام القانوني للجرائم الانتخابية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 111.

## ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

كما يعرفها الأستاذ صفوت العالم أنها "كافة أنشطة الاتصال، التي تهدف إلى تدعيم الثقة في الحزب أو المرشحين السياسيين بشأن حالة انتخابية معينة، وإمداد جمهور الناخبين بالمعلومات، ومحاولة التأثير فهمم بكل الوسائل والإمكانات والأساليب المتوافرة من خلال جميع قنوات الاتصال والإقناع بهدف الفوز في الانتخابات، أو زيادة مؤيدي الحزب ومرشحيه وإبراز صورته المرغوبة أمام الناخبين"<sup>1</sup>.

### المحور الثاني

#### الضوابط القانونية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية

أولاً : الإطار القانوني للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية العملية الانتخابية عامة تتم طبقاً لمجموعة نصوص قانونية، تنظم وتضبط جميع مراحلها وإجراءاتها، بما فيها مرحلة الحملة الانتخابية والوسائل الإعلامية المستعملة خلالها، واهم هذه النصوص هي الدستور، قانون الانتخابات، قانون الأحزاب السياسية، قانون الإعلام.

#### أ - الدستور

نصت المادة 42 من دستور 1996<sup>2</sup> المعدل بموجب القانون 01-16 على أساس الحق في الإعلام وهو "حرية الرأي والتعبير"، وأكدت انه يمنع المساس بحق الجميع في إبداء آرائهم في إطار احترام القانون، وينطبق هذا على العملية الانتخابية والحق في إبداء الآراء السياسية والتعبير عن التوجهات والأفكار والقناعات .

كما نصت المادة 50 منه أن حرية الصحافة والإعلام بكافة أنواعها مكفولة وغير مقيدة بأي شكل من أشكال الرقابة القبلية، غير أن ممارسة هذا الحق لا يجوز أن يمس بحقوق الآخرين وكرامتهم وإلا اعتبر تجاوزاً وتعسفاً في استعمال الحق.

كما نص دستور 1996 في مادته 52 الفقرة 4 انه لا يجوز لأي دعاية حزبية بما فيها الدعاية الإعلامية أن تقوم على أساس ديني أو لغوي أو عرقي أو مهني أو جهوي، وهذا حفاظاً على وحدة الوطن والشعب من الصراعات والطائفية الممكن نشوءها نتيجة سوء تسويق الأفكار والقناعات السياسية ونشرها في المجتمع في إحدى الصور المذكورة سابقاً، ما يعتبر مدخلاً لتفكك روابط الأخوة والتعايش السلمي بين أبناء الأرض الواحدة.

2- صفوت العالم، الحملات الانتخابية وأسس الدعاية الإعلامية، مجلة الديمقراطية (وكالة الأهرام)، السنة 14، العدد 54، افريل 2014، مصر، ص 128 .

<sup>2</sup> - القانون رقم 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى 1437 الموافق 6 مارس 2016 المتضمن تعديل دستور 28 نوفمبر 1996.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

ونصت المادة 53 من دستور 1996 أيضا على مبدأ أساسي للدعاية الإعلامية الحزبية وهو الحرية في إبداء الرأي والتعبير، وذلك في إطار الاستفادة من حيز زمني في وسائل الإعلام العمومية، بالشكل الذي يتناسب مع التمثيل الوطني لهاته الأحزاب.

ب- قانون الانتخابات

نظم قانون الانتخابات 16-10<sup>1</sup> طريقة استفادة الأحزاب السياسية من استعمال وسائل الإعلام العمومية لأجل الدعاية الانتخابية لبرامجها وأفكارها، ويتضح ذلك بنص المادة 177 منه " يكون لكل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية قصد تقديم برنامج له للناخب، مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. تكون مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل مترشح وآخر للانتخابات الرئاسية، وتختلف بالنسبة للانتخابات المحلية والتشريعية تبعا لأهمية عدد المترشحين الذين يرشحهم حزب سياسي أو مجموعة أحزاب سياسية.

يستفيد المترشحون الأحرار المتكثلون بمبادرة منهم من نفس الترتيبات الواردة في هذه المادة وحسب الشروط نفسها.

تستفيد الأحزاب السياسية التي تقوم بالحملة الانتخابية في إطار الاستشارات الإستفتائية من مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما".

كما نصت المادة 178 من نفس القانون " يتعين على كل وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، المشاركة في تغطية الحملة الانتخابية، ضمان التوزيع العادل للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين".

أما المادة 173 من قانون الانتخابات 16-10 فقد منعت أي شكل من أشكال الإشهار التجاري لغرض الدعاية الانتخابية، كما منعت المادة 181 منه نشر وث سبر الآراء واستطلاع الرأي قبل 72 ساعة من تاريخ الاقتراع على المستوى الوطني وخمسة أيام بالنسبة للجالية المقيمة بالخارج.

من خلال هاته النصوص القانونية يتضح لنا مدى حرص المشرع على ضمان العدل بين الأحزاب السياسية في الاستفادة من وسائل الإعلام العمومية، حيث اعتمد مبدأ المساواة التامة بين المترشحين للانتخابات الرئاسية، ومبدأ التناسب بين حجم الاستفادة وعدد المرشحين الذين يقدمهم الحزب في مختلف الانتخابات المحلية والتشريعية، فليس من العدل أن نساوي في حجم التغطية الإعلامية بين

<sup>1</sup> - القانون العضوي رقم 16-10 المؤرخ في 22 ذي القعدة 1437 الموافق 25 أوت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

حزب شارك في 5 بالمائة من الدوائر الانتخابية على المستوى الوطني، وبين حزب شارك في كل الدوائر الانتخابية .

ج- قانون الأحزاب السياسية

نظم قانون الأحزاب السياسية 12-04<sup>1</sup> جوانب قانونية عديدة للأحزاب بما فيها علاقتها بوسائل الإعلام وكيفية استغلالها للدعاية الإعلامية عامة والانتخابية تحديدا.

حيث نصت المادة 15 من قانون الأحزاب 12-04 " تتساوى الأحزاب السياسية في حق استعمال وسائل الإعلام العمومية في إطار وضع برامجها حيز التنفيذ"، كما مكنت المادة 47 من نفس القانون الأحزاب السياسية من حق إصدار نشرات إعلامية أو مجلات لأجل الترويج لأفكارها وبرامجها وإقناع الناخبين بها.

ثانيا : مجال الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملة الانتخابية

أعطى القانون الأحزاب السياسية حق استعمال الوسائل الإعلامية التالية للترويج لبرامجها وأفكارها:

أ- وسائل الإعلام السمعية البصرية

ميز القانون بين نوعين من وسائل الإعلام السمعية البصرية:

1- وسائل الإعلام السمعية البصرية العمومية

من خلال القوانين السابقة الذكر يتضح أن المقصود بوسائل الإعلام السمعية البصرية الواجب عليها الالتزام بمبدأ الحياد والتوازن والمساواة بين الأحزاب السياسية في الدعاية الانتخابية هي وسائل الإعلام العمومية المملوكة للدولة والخاضعة لسلطتها، والتي هي ملك لكل المواطنين باختلاف توجهاتهم وآرائهم، ويؤكد ذلك المادة 53 من دستور 1996<sup>2</sup> والمادة 177 من قانون الانتخابات 16-10<sup>3</sup> .

2- وسائل الإعلام السمعية البصرية الخاصة

بعد تحرير الإعلام وفتحه للقطاع الخاص بناء على قانون الإعلام 12-05<sup>4</sup>، ظهرت عديد القنوات المملوكة لأشخاص ومؤسسات تختلف توجهاتهم وانتماءاتهم السياسية، بحيث تلعب هذه القنوات دورا هاما في التأثير على

قرار الهيئة الناخبة، بالشكل الذي يخدم توجه الحزب أو التيار السياسي الذي تنتهي إليه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - القانون العضوي رقم 12-04 مؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 جانفي 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية.

<sup>2</sup> - تنص المادة 53 ف3 من دستور 28 نوفمبر 1996 " تستفيد الأحزاب السياسية المعتمدة ودون أي تمييز، في ظل احترام أحكام المادة 52 أعلاه، من الحقوق التالية على الخصوص : .....حيز زمني في وسائل الإعلام العمومية يتناسب مع تمثيلها على المستوى الوطني....".

<sup>3</sup> - المادة 177 من قانون الانتخابات 16-10 " يكون لكل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية ، قصد تقديم برنامجه للناخبين. مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية....".

<sup>4</sup> - القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

غير أن قانون الانتخابات لم يشر إلى هذه القنوات الخاصة وضوابط مشاركتها في الحملة الانتخابية لتياري سياسي معين، ما يجعلنا نعتقد وبناء على عدم ذكرها صراحة، أنها غير ملزمة بالحياد والتوازن والمساواة بين التيارات والأحزاب السياسية، وأن لها حق دعم أي برنامج سياسي على آخر، غير أنها تبقى ملزمة بالقواعد والمبادئ العامة للإعلام المنصوص عليها بالمادة 52 من دستور 1996.

ب- وسائل الإعلام المكتوبة

مكن قانون الأحزاب السياسية 04-12 الأحزاب من وسيلة هامة لممارسة الدعاية الانتخابية لبرامجها وتوجهاتها، فنصت المادة 47 منه على إمكانية إصدار الأحزاب السياسية نشرات إعلامية أو مجلات لترويج أفكاره وبرامجه وإقناع الناخبين بها.

فالأحزاب السياسية لا يمكنها امتلاك أو المساهمة في مؤسسات إعلامية سمعية بصرية، والمشروع رخص لها فقط إمكانية إصدار نشرات ومجلات إعلامية، ولعل غرضه محاولة تكريس حقيقي للمساواة بين الأحزاب السياسية في الدعاية الإعلامية، عن طريق منع الأحزاب السياسية ذات المصادر المالية الكبيرة، والتي تملك بين مناضليها رجال مال وأعمال بإمكانهم دعم أحزابهم لإنشاء قنوات إعلامية قوية و ذات إمكانيات، تمنحها الأفضلية في التأثير على الرأي العام وتوجهه لخدمة برامجها والتصويت لها<sup>2</sup>، في حين أن الأحزاب الضعيفة ماديا حتى وان كانت ذات برامج طموحة وقوية، إلا أن عدم قدرتها على إنشاء وسائل إعلام خاصة بها يمس وزنها السياسي في المنافسة، كما أن احتكار الدولة لوسائل الإعلام المعتمدة في الدعاية الانتخابية يسمح بفرض الرقابة على المحتوى والمادة الإعلامية التي تبث في فترة الحملات الانتخابية، خاصة أن هاته الفترة تكون ساحة للتجاذبات و الاتهامات والتصريحات التي يمكن أن تخرج عن إطار المنافسة النزيهة، و تستغل لأغراض وأهداف تسيء للمصلحة العامة للوطن، وتمس بالآداب والنظام العام والثوابت الوطنية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> جمال عبد الجواد وآخرون، الإعلام والانتخابات البرلمانية في مصر، تقييم أداء وسائل الإعلام خلال الانتخابات البرلمانية 27 أكتوبر- 3 ديسمبر 2005، سلسلة قضايا حركية، العدد 20، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، 2005، ص15.

<sup>2</sup> Michel Guenaire en collaboration avec David Bizou et Brumo Quentin : Le cadre juridique des campagnes électorales, 2ème édition, 2000, p 11.

<sup>3</sup> دندن جمال الدين، القواعد المتعلقة بنزاهة الحملة الانتخابية في القانون الانتخابي الجزائري، مجلة الفقه والقانون، العدد الثالث، المغرب، جانفي 2013، ص226.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

ج- وسائل الإعلام الالكترونية

أضحى الإعلام الإلكتروني من أكثر وسائل الاتصال انتشارا وتأثيرا على الأفراد، وبشكل فاق وسائل الإعلام التقليدية، ما حدا بكثير الأحزاب لاستغلاله لكسب المؤيدين والترويج لبرامجها، ورغم نص المادة 3 من قانون الإعلام 05-12 أن من ضمن أنشطة الإعلام كل نشر أو بث لوقائع أو أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أي وسيلة الكترونية، إلا أن قانون الانتخابات والأحزاب السياسية لم يتطرق للإعلام الإلكتروني وضوابطه في الحملات الانتخابية، مما يخضعها للمبادئ والقواعد العامة رغم خصوصيتها.

وأكدت المادة 71 من قانون الإعلام 05-12 أن نشاط الصحافة الالكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الانترنت يمارس في ظل احترام أحكام المادة 02 منه، والتي تنص " يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما ، وفي ظل احترام :

الجمهورية، وقوانين الدستور -

الأديان، وباقي الإسلام الديني -

للمجتمع ، الثقافية والقيم الوطنية الهوية -

الوطنية، والوحدة الوطنية السيادة -

الوطني، والدفاع الدولة أمن متطلبات -

العام، النظام متطلبات -

للبلاد، الاقتصادية المصالح -

العمومية، الخدمة والتزامات مهام -

موضوعي، كامل إعلام في المواطن حق -

القضائي، التحقيق سرية -

والأفكار، للأراء التعددي الطابع -

-كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية "

وبالتالي فأي استغلال للصحافة الالكترونية للدعاية الانتخابية للأحزاب السياسية يجب أن يتقيد ويخضع للضوابط العامة المحددة في المادة السالفة الذكر.

ثالثا : حدود الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية

من خلال التشريعات المختلفة يتضح وجود حدود للدعاية الإعلامية الحزبية :

أ- الحدود الزمنية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية

ترتبط الدعاية الإعلامية الحزبية للانتخابات قانونا بالمدة الزمنية للحملة الانتخابية فقط ، وقد نصت المادة 173 من قانون الانتخابات 10-16 أن الحملة الانتخابية تفتح 25 يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي



ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

ثلاثة أيام قبل يوم الاقتراع، وفي حالة إجراء دورة ثانية للاقتراع فإن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المرشحون للدور الثاني تفتتح قبل اثني عشر يوماً (12) من الاقتراع وتنتهي قبل يومين من ذلك، باستثناء الحالات المنصوص عليها في الدستور بوفاء أحد المرشحين في الدور الثاني أو تعرضه لمانع شرعي، ففي هذه الحالة يمدد المجلس الدستوري الأجل لستين يوماً (60) كحد أقصى لإجراء انتخابات رئاسية جديدة ويعاد احتساب آجال الحملة الانتخابية من جديد.<sup>1</sup>

والملاحظ أن المشرع الجزائري قد وحد المدة الزمنية للحملة الانتخابية في جميع الاستحقاقات الانتخابية، وهو توجه حسن يعطي الانطباع أن المشرع يرمي إلى المساواة بين جميع المرشحين باختلاف نوع الانتخاب، إلا أنه يجب التأكيد على ضرورة احترام هاته الآجال والالتزام بها، وأن يطبق القانون على الجميع، بما يضمن حقوق الناخبين وحماية إرادتهم.<sup>2</sup>

و عليه فاستفادة الأحزاب السياسية من الدعاية في وسائل الإعلام العمومية خلال فترة الحملات الانتخابية لا يجب أن تستمر لأكثر من هذه الفترة.

كما أن المادة 181 من قانون الانتخابات 10-16 منعت أي نشر أو بث لسبر آراء أو استطلاع رأي قبل 72 ساعة من الاقتراع في داخل الوطن، وقبل خمسة أيام بالنسبة للجالية المقيمة بالخارج، لأن هذه الفترة تسمى "أيام التفكير" التي تترك للناخب لاتخاذ القرار.<sup>3</sup>

ب- الحدود التنظيمية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية

- الامتناع عن الدعاية الانتخابية التجارية، فـ قانون الانتخاب 10-16 في مادته 180 يمنع كل أشكال الإشهار التجاري بغرض كسب أصوات الناخبين، وهذا لغلق المجال أمام المال السياسي الذي يرجح كفة الأحزاب ذات المصادر التمويلية الكبيرة على حساب صاحبة البرامج والأفكار القوية، ويجعلها في تبعية لرجال الأعمال السياسيين.<sup>4</sup>

- وسائل الإعلام السمعية البصرية ملزمة بمنح الأحزاب السياسية "حق الرد" على أي أخبار زائفة أو وقائع وأراء غير صحيحة، ويمكن أن تؤثر بشكل سلبي على سمعة الحزب وحملته الانتخابية، وهذا حسب المادة 100 من قانون الإعلام 05-12 .

<sup>1</sup> - المادة 103 ف3 من القانون 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى 1437 الموافق 6 مارس 2016 المتضمن تعديل دستور 28 نوفمبر 1996.

<sup>2</sup> - رحموني محمد، دور الحملة (الدعاية) الانتخابية في تفعيل نزاهة الانتخابات في التشريع الجزائري، مجلة مصر المعاصرة، مصر، العدد 494، أبريل 2009، ص 657.

<sup>3</sup> - تامر عبد الوهاب وآخرون، القواعد التي تحكم التغطية الإعلامية، حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات سلسلة قضايا حركية، العدد 23، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، دون سنة، ص 46.

<sup>4</sup> - جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، 2008، ص 14.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

- ج- الحدود الأخلاقية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية
- الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية لا يجوز أن تقوم على أساس ديني أو لغوي أو جنسي أو مهني أو جهوي، كما لا يمكن أن تمس بكرامة الغير وحرّياتهم أو حقوقهم أو خصوصياتهم، أو أن تكون مناقضة للأمن العمومي والأخلاق الحسنة أو تتضمن عناصر من شأنها أن تشكل مخالقات جزائية<sup>1</sup>.
- يجب على وسائل الإعلام الالتزام بمبدأ الحياد والمساواة عند تقديم المترشحين وشرح برامجهم، وعدم توجيه الرأي العام إلى تبني تيار معين، بل توفير المعطيات والمعلومات وإعطائه حرية الاختيار حسب قناعاته وأفكاره.
- منع المشرع الجزائري بموجب المادة 175 من قانون الانتخابات 16-10 استعمال اللغات الأجنبية في الدعاية الانتخابية، وفرض على الأحزاب السياسية استعمال اللغتين العربية و الأمازيغية فقط بصفتها اللغتين الرسميتين للجمهورية الجزائرية<sup>2</sup>، وهذا تمسكا بالهوية والمبادئ الوطنية، واعترازا وحفاظا عليها.

المحور الثالث

الضوابط المؤسساتية للدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية

- لاشك أن الشفافية في الحياة السياسية عموما وتنظيم مرحلة الحملة الانتخابية والدعاية الإعلامية خلالها خصوصا، تتطلب مناخا من الحرية بكافة أنواعها، وكذلك وجود مؤسسات رقابية فعالة على الأحزاب فيما يتعلق بسير حملاتها الانتخابية، تجنبنا لما قد يقع من تجاوزات وخروقات للنظم التشريعية المعمول بها، وتحقيقا لمبدأ المساواة<sup>3</sup>.
- فبالإضافة إلى الضوابط القانونية السالفة الذكر، تم منح الدور الرقابي على الدعاية الإعلامية الحزبية إلى مؤسسات وهيآت نصت عليها التشريعات المختلفة.
- أولا: الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات: هيئة أنشئت بموجب المادة 194 من دستور 1996<sup>4</sup>، أسندت إليها مهام مراقبة والسهرة على شفافية العملية الانتخابية بكافة مراحلها وإجراءاتها، بما فيها مرحلة الحملة الانتخابية وما تتضمنه من دعاية إعلامية انتخابية للأحزاب السياسية .

<sup>1</sup> - دندن جمال الدين، المرجع السابق، ص 227.

<sup>2</sup> - المادتين 3 و 4 من القانون رقم 01-16 مؤرخ 6 مارس 2016 المتضمن تعديل دستور 28 نوفمبر 1996.

<sup>3</sup> - محمد بوفراطس، الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص 244.

<sup>4</sup> - المادة 194 ف 1 من القانون رقم 01-16 مؤرخ 6 مارس 2016 المتضمن تعديل دستور 28 نوفمبر 1996 تنص " تحدث هيئة عليا مستقلة لمراقبة الانتخابات...."

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

أ- تشكيلة الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات

نصت المادة 4 من قانون الانتخابات 16-10 أن الهيئة العليا تتشكل من رئيس و 410 أعضاء يعينهم رئيس الجمهورية بالتساوي ما بين قضاة يقترحهم المجلس الأعلى للقضاء وكفاءات مستقلة غير متحزبة يتم اختيارها من ضمن المجتمع المدني، ونصت المادة 5 منه أن رئاسة اللجنة تتولاها شخصية وطنية يعينها رئيس الجمهورية بعد استشارة الأحزاب السياسية<sup>1</sup>.

ب- صلاحيات الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات

أعطى القانون العضوي 16-11 الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات صلاحيات قوية خلال كل مراحل العملية الانتخابية، سواء قبل الاقتراع بإعطائه اختصاص مراقبة مدى مطابقة إجراءات مراجعة القوائم الانتخابية للقانون، والسهر على حياد أعوان الإدارة المكلفين بالعملية، بالإضافة إلى مطابقة الترتيبات الخاصة بإيداع ملفات الترشح للقانون.

كما مكّنها خلال فترة الاقتراع من صلاحيات لضمان توفير كل ما يلزم سير عملية الاقتراع في شفافية ونزاهة، وذلك من خلال حضور ممثلي المترشحين في مراكز التصويت واحترام ترتيب أوراق الانتخاب وتوفير العدد الكافي من أوراق التصويت والعتاد والوثائق الانتخابية، أما بعد الاقتراع فالهيئة تسهر على احترام إجراءات الفرز والإحصاء وحفظ الأوراق وتمكين ممثلي الأحزاب من نسخ محاضر الفرز وتسجيل احتجاجاتهم<sup>2</sup>.

ج- دور الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات في ضبط الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية: من خلال القانون العضوي 16-11 المنظم للهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات يتضح أن الهيئة تلعب دورا في ضبط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية من خلال:

1- توزيع الحيز الزمني لتعبير الأحزاب في وسائل الإعلام العمومية :

تلعب الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات دورا هاما في تجسيد مبدأ التوازن والعدالة بين الأحزاب السياسية بالاستفادة من وسائل الإعلام العمومية للدعاية الانتخابية، فقد نصت المادة 12 فقرة 11 من القانون العضوي 16-11 المنظم للهيئة أنها تضمن " التوزيع المنصف للحيز الزمني في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما بين المترشحين أو قوائم المترشحين".

فالهيئة العليا للانتخابات مخولة لتوزيع الحصص الزمنية للدعاية و أوقات بثها وترتيب تدخلات الأحزاب، وقد نصت المادة 177 من قانون الانتخابات 16-10 أن توزيع الحصص يكون بالتساوي بين

<sup>1</sup> - أنشئت الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بموجب التعديل الدستور 2016، كتعويض للهيئة القضائية للإشراف على الانتخابات والهيئة السياسية لمراقبة الانتخابات، اللتين كان منصوصا عليهما في قانون الانتخابات 12-01.

<sup>2</sup> - المواد 12-24 من القانون العضوي 16-11 المؤرخ في 26 أوت 2016 المتعلق بالهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

المرشحين بالنسبة للانتخابات الرئاسية وتبعاً لأهمية عدد المرشحين بالنسبة لكل حزب في الانتخابات التشريعية والمحلية.

كما أن المادة 6 من المرسوم التنفيذي 97-138 المؤرخ في 28-4-1997 الذي يحدد شروط إنتاج حصص التعبير المباشر المتعلقة بالعملية الانتخابية للانتخابات التشريعية نصت " تخضع كيفية برمجة تواريخ بث هذه الحصص وأوقاتها للقرعة في جلسة علنية تحت رعاية اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات التشريعية، ثمانية أيام على الأقل قبل افتتاح الحملة الانتخابية وبحضور ممثلي قوائم المرشحين المفوضين قانوناً".

ونصت المادة 7 من نفس المرسوم " يحدد القسط الزمني الإجمالي للبث المخصص لكل ممثل قائمة مترشحين تبعاً لعدد قوائم المرشحين المقدمة".

فالمعيار الأساسي المعتمد من طرف الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات هو تناسب عدد القوائم الانتخابية مع عدد الحصص الزمنية المستفاد منها، ومن ثم إجراء القرعة على أوقات وأيام بث هاته الحصص وترتيب الأحزاب السياسية فيها<sup>1</sup>.

2- إخطار هيئة ضبط السمع البصري:

في إطار ممارسة مهامها الرقابية على الدعاية الإعلامية الانتخابية، مُنحت الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات صلاحية إخطار هيئة السمع البصري بكل التجاوزات والمخالفات الممكن أن تقوم بها وسائل الإعلام الخاصة أو العمومية<sup>2</sup>، وهذا بغرض إجراء الأخيرة للتحقيقات اللازمة في الوقائع والانتهاكات المبلغ عنها، وبالمقابل اتخاذ الإجراءات العقابية الردعية، ويعود منح هذه الصلاحية لهيئة مراقبة الانتخابات نظراً لعلاقتها المباشرة بأطراف العملية الانتخابية، ما يجعل سهلاً إخطارها بأي تجاوز.

ثانياً: هيئة ضبط السمع البصري

بتحرير قطاع الإعلام في الجزائر وفتح مجال الاستثمار فيه للخواص بموجب القانون 05-12 المنظم للإعلام، ولأجل السيطرة على العدد الكبير للقنوات الإعلامية التي باشرت عملها في الجزائر، نصت المادة 64 منه " تؤسس سلطة ضبط السمع البصري وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي".

ليصدر بعدها القانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمع البصري الذي حدد تشكيلة ومهام هيئة السمع البصري ودورها في تنظيم هذا القطاع وتطويره.

<sup>1</sup> - الزاوي محمد الطيب، قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، أبريل 2001، ص 247.

<sup>2</sup> - المادة 22 من القانون العضوي 16-11 المؤرخ في 26 أوت 2016 المتعلق بالهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

أ- تشكيل هيئة ضبط السمعى البصري

تشكل هيئة ضبط السمعى البصري من تسعة أعضاء، خمسة من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية، وعضوين غير برلمانيين يقترحهم رئيس مجلس الأمة، وعضوين غير برلمانيين يقترحهم رئيس المجلس الشعبى الوطنى، ويتم اختيار الأعضاء بناء على خبرتهم وكفاءتهم فى مجال السمعى البصري لعهدة 6 سنوات غير قابلة للتجديد<sup>1</sup>.

ب- مهام هيئة ضبط السمعى البصري

منح القانون 04-14 المتعلق بنشاط السمعى البصري صلاحيات كبيرة لهيئة ضبط السمعى البصري قصد تمكينها من أداء دورها بكل فعالية وصرامة، فالهيئة تعمل على ضمان حياد وسائل الإعلام العمومية وعدم انحيازها لطرف على آخر، وتفرض رقابة على نشاط وسائل الإعلام الخاصة وتؤكد من شرعيته، كما تعمل على ضمان الموضوعية والشفافية وتسهر على ترقية اللغتين العربية والأمازيغية، كما تسهر على احترام وسائل الإعلام لحقوق الإنسان وكرامته وعلى حماية البيئة ومواردها، وعلى ضمان إيصال المعلومة لكل المواطنين سواسية دون تمييز للعرق أو اللغة أو الجهة.

ج- دور هيئة ضبط السمعى البصري فى رقابة الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية تلعب الهيئة دورا هاما فى الرقابة على وسائل الإعلام خلال العملية الانتخابية من خلال<sup>2</sup>:

- السهر على احترام التعبير التعددى لتيارات الفكر والرأى بكل الوسائل الملائمة فى برامج خدمات البث الإذاعى والتلفزيونى، لا سيما خلال حصص الإعلام السياسى والعام، ويظهر هذا الدور أكثر أهمية خلال فترات الحملات الانتخابية.

- التحقيق فى الشكاوى الصادرة من الأحزاب السياسية والتنظيمات الانتخابية أو الجمعيات، وكل شخص طبيعى أو معنوي آخر يخطر بانتهاك القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة السمعى البصري، بمعنى أن الأحزاب السياسية بالإضافة إلى إمكانية إخطار الهيئة المستقلة لمراقبة الانتخابات يمكنها تقديم إخطار أيضا إلى هيئة ضبط السمعى البصري لاتخاذ الإجراءات اللازمة.

ثالثا: فعالية الضوابط المؤسسية على الدعاية الإعلامية الحزبية خلال الحملات الانتخابية نحاول تسليط الضوء على فعالية كل من الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات، وهيئة ضبط السمعى البصري فى رقابة وسائل الإعلام التى تقوم بالدعاية الانتخابية الحزبية.

<sup>1</sup> - المواد 57- 60 من القانون 04-14 المؤرخ 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعى البصري.

<sup>2</sup> - المادة 54، المرجع نفسه.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

أ- فعالية الرقابة على وسائل الإعلام العمومية

يظهر من خلال النصوص القانونية المختلفة والصلاحيات الممنوحة لكل من الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات وهيئة ضبط السمع البصري، أن رقابتهما على وسائل الإعلام العمومية يمكنها ضمان الحياد والتوازن والمساواة، سواء في توزيع الحصص الزمنية على تدخل الأحزاب السياسية أو تغطية تجمعاتها الجماهيرية، أو الالتزام بعدم توجيه الرأي العام في أي منحى من شأنه زيادة شعبية وعدد ناخبي تيار سياسي على آخر، والحرص على الالتزام بالحياد في النشاط الدعائي الانتخابي، وضمان المصلحة العامة وسلامة الإجراءات والوسائل المستخدمة<sup>1</sup>.

ب- فعالية الرقابة على وسائل الإعلام الخاصة

رغم التأثير الكبير لوسائل الإعلام الخاصة، لدرجة أصبحت هي الموجه الأقوى للرأي العام الانتخابي، فالملاحظ أن المشرع الجزائري في تنظيمه للدعاية الإعلامية الانتخابية لم يُضمّن وسائل الإعلام الخاصة في رقابة الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات وهيئة ضبط السمع البصري، في تجاوز يمكن أن يؤثر التأثير البالغ على سير العملية الانتخابية برمتها، ويقلب الموازين بشكل قد يعكس سلبا إرادة الناخبين، ويعطي صورة مغلوطة عن خياراتهم، وذلك نظرا للإمكانيات الكبيرة المادية والبشرية التي تملكها هاته المؤسسات، والتي تفوق أحيانا المؤسسات الإعلامية العمومية.

فوسائل الإعلام الخاصة غير معنية بالمساواة في توزيع الحصص الزمنية على الأحزاب السياسية خلال الحملة الانتخابية، كما أنها غير ملزمة بالحياد والوسطية، وبإمكانها مساندة أي تيار سياسي على آخر وإعطائه الأولوية في التغطية والاستضافة وإبداء الرأي، فهي فقط تبقى خاضعة للمبادئ والضوابط العامة للإعلام دون أن يكون لنشاطها خلال الحملة الانتخابية أي خصوصية<sup>2</sup>.

خاتمة

بتطور وسائل الإعلام والاتصال في العالم وزيادة سرعة وكثافة تبادل المعلومات والمعطيات وقوة تأثيرها على الأفراد والمجتمعات، زادت الأهمية المولدة من طرف المشرع لتنظيمها وضبطها بإطار قانوني محترم لحرية الرأي والتعبير من جهة، وضامن لعدم المساس بالمبادئ والأسس والتوازنات من جهة أخرى.

ونظرا لهذا الدور والتأثير الكبيرين، فالمشرع الجزائري خص نشاط وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية بمجموعة ضوابط قانونية ومؤسسية حاول من خلالها ضمان تأديتها لنشاطها الدعائي

<sup>1</sup> -Jean Claude Masclat: Droit électoral droit politique et théorique, presses universitaires de France, 1ier édition, février 1989, Paris, p 216.

<sup>2</sup> - التقرير الأولي لرصد الإعلام في الحملة الانتخابية الخاصة بالانتخابات التشريعية بالجزائر 10 ماي 2012، الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان، 2012، ص38.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

الانتخابي باستقلالية وحرية وحيادية، غير انه ومن خلال دراستنا يظهر أن هذه الضوابط ألزم بها المشرع وسائل الإعلام العمومية دون الخاصة، بالرغم من العدد والتأثير القوي لوسائل الإعلام الخاصة، كما يلاحظ أن المشرع ومع زيادة عدد المواقع والقنوات الإعلامية الالكترونية ونشاطها الكبير خلال الحملات الانتخابية فإنه لم يخصها بأي نصوص وضوابط قانونية.

وعلى هذا الأساس فقد خلصنا من خلال دراستنا لمجموعة نتائج واقتراحات أهمها:

- ضرورة زيادة صلاحيات كل من الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات وهيئة السمعى البصري في رقابتهما على نشاط وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية.
- إخضاع وسائل الإعلام الخاصة في دعايتها الانتخابية للضوابط والرقابة المنصوص عليها قانونا .
- تقنين نشاط وسائل الإعلام الالكترونية للدعاية الانتخابية لضمان عدم إضرارها بالمصلحة العامة.
- إلزام وسائل الإعلام الخاصة المساندة لتيار سياسي معين بإعلان ذلك صراحة، حتى يعلم الناخب أن ما يشاهده يدخل ضمن الحملة الانتخابية لحزب أو تيار معين.

قائمة المصادر:

الكتب :

- 1- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- 2- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، مطبعة قسنطينة، الجزائر، 2006.
- 3- رمزي طه الشاعر، الإيديولوجية و أثرها في الأنظمة السياسية، دار النهضة، القاهرة، 1979.
- 4- سليمان الطماوي، السلطات الثلاث في الدساتير العربية وفي الفكر السياسي الإسلامي، بيروت، دار الفكر العربي، 1979.
- 5- الوردي براهيم، النظام القانوني للجرائم الانتخابية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
- 6- جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، 2008.
- 7- أسامة الغزالي حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، سبتمبر 1998 .

المجلات :

- 1- صفوت العالم، الحملات الانتخابية وأسس الدعاية الإعلامية، مجلة الديمقراطية (وكالة الأهرام)، السنة 14، العدد 54، افريل 2014، مصر.
- 2- رحموني محمد، دور الحملة (الدعاية) الانتخابية في تفعيل نزاهة الانتخابات في التشريع الجزائري، مجلة مصر المعاصرة، مصر، العدد 494، افريل 2009.

ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

3- دندن جمال الدين، القواعد المتعلقة بنزاهة الحملة الانتخابية في القانون الانتخابي الجزائري، مجلة الفقه والقانون، العدد الثالث، المغرب، جانفي 2013.

4- الزاوي محمد الطيب، قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، أفريل 2001.

5- جمال عبد الجواد وآخرون، الإعلام والانتخابات البرلمانية في مصر، تقييم أداء وسائل الإعلام خلال الانتخابات البرلمانية 27 أكتوبر- 3 ديسمبر 2005، سلسلة قضايا حركية، العدد 20، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، 2005.

6- تامر عبد الوهاب وآخرون، القواعد التي تحكم التغطية الإعلامية، حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات، سلسلة قضايا حركية، العدد 23، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، دون سنة. أطروحات الدكتوراه :

1- بنياني احمد، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2005-2006.

2- محمد بوفراطس، الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص 244.

#### التقارير

1- التقرير الأولي لرصد الإعلام في الحملة الانتخابية الخاصة بالانتخابات التشريعية بالجزائر 10 ماي 2012، الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان، الجزائر، 2012.

#### القوانين والمراسيم :

1- القانون رقم 01-16 مؤرخ في 26 جمادى الأولى 1437 الموافق 6 مارس 2016 المتضمن تعديل دستور 28 نوفمبر 1996.

2- القانون العضوي رقم 16-10 المؤرخ في 22 ذي القعدة 1437 الموافق 25 أوت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات.

3- القانون العضوي رقم 12-04 مؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 جانفي 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية.

4- القانون العضوي رقم 16-11 المؤرخ في 26 أوت 2016 المتعلق بالهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات.

5- القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام.



ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر

---

- 6- القانون 04-14 المؤرخ 24 فيفري 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.  
7- المرسوم التنفيذي 97-138 المؤرخ في 28 افريل 1997 الذي يحدد شروط إنتاج حصص التعبير المباشر المتعلقة بالعملية الانتخابية للانتخابات التشريعية.  
المراجع باللغة الاجنبية

- 1- Michel Guenaire en collaboration avec David Bizou et Brumo Quentin : Le cadre juridique des campagnes électorales, 2ème édition, 2000.  
2- Jean Claude Masclat: Droit électoral droit politique et théorique, presses universitaires de France , 1ier édition, février 1989, Paris.