

## التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية

(بين الحرية والتقييد - دراسة وفق التشريع الجزائري -)

د. ونوغي نبيل، أستاذ محاضر قسم -أ- / عباسي سهام أستاذ محاضر -ب-  
معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية المركز الجامعي سي الحواس بريكته الجزائر

## التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية (بين الحرية والتقييد - دراسة وفق التشريع الجزائري-)

د. ونوغي نبيل، أستاذ محاضر قسم أ. / عباسي سهام أستاذ محاضر ب.د  
معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية المركز الجامعي سي الحواس بيريكتة الجزائر

### Abstract:

Media coverage of electoral campaign is considered as a mean that media uses to publish and broadcast the candidate's programs and activities which constitute the electoral campaign reality, in order to communicate them to the electorate.

It is noted that this freedom is restricted in accordance with the electoral legislation, as required by the principle of equality among candidates and the integrity of the electoral process that the democratic practices enable in the modern nations.

Accordingly, the Algerian legislator, after guaranteeing the freedom of the media practice, intentionally restricted it, by organizing how this freedom is exercised in the field of election campaigns, by setting specific legal frameworks for the ways of broadcasting and

### ملخص:

تعتبر التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية إحدى وسائل الرأي والإعلام، التي من خلالها تقوم وسائل الإعلام بنشر و بث برامج المترشحين ونشاطاتهم، بغرض نقل هذه البرامج والنشاطات التي تشكل واقع الحملة الانتخابية، إلى هيئة (فئة) الناخبين.

لكن الملاحظ أن هذه الحرية مقيدة بموجب التشريعات الانتخابية، وفقا لما يقتضيه مبدأ المساواة بين المترشحين، ونزاهة العملية الانتخابية، التي تفرزها الممارسات الديمقراطية في الدول الحديثة.

لذا فإن المشرع الجزائري، وبعد أن ضمن حرية الممارسة الإعلامية عمد إلى تقييدها، من خلال تنظيم كيفية ممارسة هذه الحرية في مجال الحملات الانتخابية، وذلك بوضعه الأطر القانونية المحددة لكيفيات بث ونشر حصص التعبير المباشر، وكذلك كيفيات تغطية وسائل الإعلام المختلفة لنشاطات المرشحين.

publishing direct expression quotas, as well, as how the various media cover the activities of the candidates.

### The key words:

media coverage, electoral campaign, media

### الكلمات المفتاحية:

التغطية الإعلامية - الحملة لانتخابية - وسائل الإعلام.

### مقدمة

تعتبر التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية أحد أبرز أوجه الإعلام المعاصر، وأحد أهم صور ممارسة الرأي والتعبير كحرية مضمونة بموجب المواثيق الدولية والتشريعات الوطنية، وهي التغطية التي تتم على مستوى وسائل الإعلام المختلفة التقليدية منها والحديثة المرئية والمسموعة والمكتوبة.

ورغم أن التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية سواء كانت الانتخابات ذات طابع وطني «الانتخابات التشريعية والرئاسية»، أو كانت ذات طابع محلي «انتخاب أعضاء المجالس الشعبية الولائية وأعضاء المجالس الشعبية البلدية»، تحكمها في الأساس حرية الرأي والتعبير، إلا أنها في الواقع تخضع لنصوص التشريعات الانتخابية، التي تنظم كيفية ممارستها وتقنيات ومواعيد تقديمها والمخالفات التي يجب أن تجتنبها.

وهذا من منطلق أهمية الحملة الانتخابية، التي تعتبر المنبر الأخير لتقديم كل مترشح صورة أنسب عن نفسه وعن برنامجه الانتخابي في محاولة منه لضمان فوزه الانتخابي باستمالة أكبر عدد من الناخبين من جهة، وباعتبار الإعلام قد يعمل في الكثير من الأحيان على نشر وبث الخبر دون الاهتمام بضمان المساواة بين المترشحين، ولا بحق الناخبين في الحصول على القدر الكافي من الأخبار عن كل مترشح بالتساوي مع غيره من المترشحين.

وعلى هذا الأساس يمكننا القول بأن التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية، وإن كانت صورة من صور الممارسة الإعلامية، إلا أنها تخضع في الواقع لتنظيم قانوني خاص بها، وهو التنظيم الذي يُستمد من نصوص القوانين الانتخابية وليس قانون الإعلام، وهكذا كانت هذه الصورة من صور الممارسة الإعلامية تتدرج بين الحرية والتقييد بما يتماشى وطبيعة الحملة الانتخابية دون أن يتنافى والحماية الدستورية لحق في حرية

الرأي والتعبير والإعلام، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة منهجية علمية تقوم على منهج التحليل لمجمل النصوص القانونية النازمة لهذ المسألة، وتوصلنا إلى نتائج كانت تستند إلى تحليل النصوص القانونية وهذا ما يتماشى مع ميدان العلوم القانونية.

وعلى هذا الأساس فإن الإشكالية التي يمكن طرحها تتمحور حول مدى تأثير القيود الواردة على التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية على الحق في حرية الرأي والتعبير؟ وهي الإشكالية التي يمكن الإجابة عنها من خلال التطرق للمحاور التالية:

**أولاً: مفهوم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية.**

**ثانياً: الإطار النظري للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية.**

**ثالثاً: الإطار التطبيقي للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية.**

**أولاً: مفهوم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية:**

يقنضي التطرق لمفهوم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية تناول مفهوم التغطية الإعلامية ومفهوم الحملات الانتخابية، للوصول بعد ذلك إلى مفهوم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية.

**01- مفهوم التغطية الإعلامية:** يرتبط مفهوم التغطية الإعلامية ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الدعاية، وتشير الدراسات التي تناولت تاريخ الدعاية إلى أن أول دعاية منظمة ومقصودة وواعية في التاريخ ترجع إلى أحد المؤتمرات الدينية التي عقدت في بداية عام 1622 عندما ظهرت لجنة لنشر الدعاية على يد البابا جريجوري السابع بابا الكنيسة الكاثوليكية التي كانت تقوم بنشر العقيدة الكاثوليكية.

وبعد إنشاء هيئة الدعاية لنشر العقيدة المسيحية في العالم الجديد وتقوية أوصارها وإحيائها في العالم القديم أصبحت الدعاية نشاط يقوم على سياسة موحدة وموجهة من السلطة المركزية.

وفي سنة 1627 أنشأ البابا الثامن أوربان هيئة تدريبية للدعاية تعمل كمدرسة أو كمعهد للتدريب المركزي للمبشرين، إذ كان إنشاؤها سابقة سار على دربها آخرون من المهتمين بالسيطرة على الآراء وعلى الجماهير.

ومع التطور الحديث وتداخل عناصر الثقافات والتقدم التكنولوجي للاتصال وزيادة تأثير القوى الاقتصادية في العالم المعاصر، توسعت الدعاية ودخل في إطارها جميع قطاعات الإعلام الأخرى.

كما يرتبط مفهوم التغطية الإعلامية بالنشاط الإعلامي الذي يهدف إلى تكوين الرأي العام وتهذيبه ورفع مستواه السياسي والثقافي، وذلك من خلال الوظائف التي تقوم بها الصحافة.

والنشاط الإعلامي هو كل نشر أو بث لوقائع وأحداث أو رسائل أو أفكار أو معارف

عبر أية وسيلة متلفزة أو مسموعة أو مكتوبة أو إلكترونية، وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه، وهو مفهوم مقارب جدا، ويكاد يتطابق مع مفهوم التغطية الإعلامية التي عرفت بمجموعة تعاريف أهمها أنها عملية نقل المعلومات من مُرسِل (بكسر السين) إلى مُرسَل إليه (بفتح السين) بواسطة الوسائل الإعلامية المختلفة، وقد درجت كلمة الإعلام بمعنى الإخبار والتعريف.

**02- مفهوم الحملات الانتخابية:** الحملات جمع حملة، والحملة الانتخابية هي الفترة التي تسبق موعد الانتخابات رسميا وقانونيا، والتي يقوم المترشحون خلالها بعرض برامجهم على الناخبين باعتبارها آخر فرصة للمترشحين لاستخدام التقنيات المتاحة لهم على سلوك الناخبين، وذلك بالاعتماد على ما يسمى بالدعاية أو الإقناع السياسي. وهي مجموعة من الجهود التي يبذلها المترشح بغية حفز الناخبين للتصويت عليه، وهي كذلك مجموعة من الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المترشح بهدف إعطاء صورة حسنة لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي، بقصد استمالة الناخب للحزب أو للمترشح بمنح الأول صوته للثاني قصد تمكينه من الوصول إلى السلطة. وهي أيضا مجموعة من الوسائل وأساليب الاتصال التي يستعملها الحزب أو المترشح في فترة زمنية معينة بقصد استمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين والحصول على أصواتهم الانتخابية.

فالحملة الانتخابية هي وسيلة تعريف الناخبين بالمترشحين وبرامجهم، من خلال ما يقوم به المترشحين والأحزاب السياسية من استخدام للوسائل المتاحة خلال فترة زمنية محددة تسبق يوم الاقتراع.

- وعليه يمكن القول أن مفهوم التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية ينصرف إلى كل نشر أو بث مرئي أو مسموع أو مكتوب بإحدى الوسائل الإعلامية المرئية (التلفزيون) أو المسموعة (الإذاعة) أو المكتوبة (الصحف) بغرض نقل وقائع الحملة الانتخابية وبرامج المترشحين ونشاطاتهم لهيئة (فئة) الناخبين.

### ثانيا: الإطار النظري للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية:

تختلف وسائل الحملة الانتخابية باختلاف نوع الانتخابات، وتعتمد بصفة أساسية على ما يقوم به المترشح من جولات في أنحاء البلاد أو الدائرة الانتخابية المترشح فيها للدعاية لنفسه، وعلى إظهار الترشيحات وما يقوم به المترشح من جهد لشرح برنامجه الانتخابي والتعريف بمبادئه الأساسية في مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة.

وفي هذا الإطار نشير إلى ما تلعبه هذه الوسائل الأخيرة من أهمية في العملية الانتخابية كونها الوسيلة التي من خلالها يتم تقديم المترشحين للناخبين ليس من خلال

دور المترشح في التعريف بنفسه وبرنامجه فحسب، وإنما كذلك من خلال دور الإعلام في إبراز هذا التعريف بطريقة تجعل صورة المترشح أقرب ما تكون في ذهن الناخب من جهة، وكونها الوسيلة التي تكشف عن برنامج المترشح ودرجات التفاوت بين المترشحين من جهة ثانية، إضافة إلى دورها في تكوين الرأي العام لارتباطها الدائم واليومي بالجماهير بشكل مرتب ومنظم، ولتأثيرها الشديد في أذهان المشاهدين أو المستمعين أو القارئ لها (الناخبين) من جهة ثالثة.

وعليه كان من الضروري بمكان تنظيم المشرع للحملة الانتخابية تنظيماً دقيقاً ومحكماً، سواء من خلال وسائل الإعلام البصري والسمعي، أو من خلال وسائل الإعلام المكتوبة، وفيما يلي سنتطرق لأساليب التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية، وكيفية تنظيمها من طرف المشرع الجزائري.

01- تسجيل وبث حصص التعبير المباشر في التلفزيون والإذاعة: تتم عملية تسجيل حصص التعبير المباشر في التلفزيون والإذاعة بإحدى الطرق الثلاثة التصريح والحوار والنقاش.

أ- التصريح: التصريح هو تقديم رسالة بصوت واحد، وتتم هذه العملية بتسجيل الحصص قبل عرضها أو بثها، سواء بشرح المترشح لبرنامج وتوجهه مباشرة وبصفته الشخصية، أو عن طريق من يمثله (ممثل المترشحين)، وقد جرى الواقع أن يتم تقديم التصريحات من قبل ممثلي المترشحين وليس من المترشحين أنفسهم إلا في حالات نادرة.

ب- الحوار: يتمثل الحوار في توضيح أسئلة يطرحها مخاطب على مشارك (مترشح) أو عدة مشاركين (مترشحين) في الحصة التلفزيونية والإذاعية، وقد جرى الواقع على أن تتم المشاركة في الحوارات من قبل المترشحين ذاتهم وليس من قبل ممثليهم إلا في حالات نادرة.

ج- النقاش: ويتمثل في تقديم عرض بين عدة أصوات (مترشحين)، وقد جرى الواقع على أن تتم النقاشات بين المترشحين ذاتهم أو بين ممثليهم.

- ويكون لكل مترشح حرية الاختيار بين إحدى الطرق الثلاثة (03) التي يريد الاعتماد عليها في دعايته (حملته الانتخابية) على أن تبلغ قائمة المشاركين والضيوف المحتملين إلى المديرية العامة للمؤسسة المعنية (التلفزيون أو الإذاعة) ليلة يوم التسجيل على الأكثر، وبعد كل تسجيل من قبل المترشح أو ممثله مباشرة يجب عليهم -أي المترشح أو ممثله- التوقيع على وصل الإذن بالبت بعد سماع البث أو مشاهدته من طرف المتدخل والمدير العام للتلفزيون أو الإذاعة وتحت إشراف اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات بالتنسيق مع

سلطة ضبط السمعى البصرى، وفى حالة امتناع المتدخل عن التوقيع يعتبر فى حكم المتخلى عن حصته ويسقط حقه فى بثها. وبهذا التحديد لطرق التسجيل، وترك الاختيار للمرشحين، يكون المشرع قد ضمن المساواة فى جانب ما يتم عرضه فى التلفزيون أو بثه عبر أمواج الإذاعة. وبما أنه وفقا للقانون الانتخابى لابد أن يكون لكل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية قصد تقديم برنامجه للناخبين، مجال عادل فى وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، فإن العمل قد جرى على أن تكون برمجة التواريخ ومواقيت العرض والبث المخصصة لحصص التعبير المباشر عن طريق القرعة بصفة علنية، وتحت إشراف السلطة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات بالتنسيق مع سلطة الضبط السمعى البصرى، فى فترة لا تقل عن ثمانية (08) أيام على الأقل قبل انطلاق الحملة الانتخابية.

ويتم تحديد المدة الزمنية لكل حزب سياسى أو مجموعة مترشحين أحرار حسب القوائم المعدة من طرفها، على أن يكون العرض أو البث قبل النشرات الأربعة (04) لقنوات التلفزيون والإذاعة على مدى أيام الحملة الانتخابية، إذ نجد مثلا المرسوم التنفيذى رقم: 95/304 الذى يحدد شروط إنتاج المؤسستين العموميتين للتلفزيون والبث الإذاعى السمعى لحصص التعبير المباشر المتعلقة بالحملة الانتخابية للرئاسيات وبرمجتها وبثها، والذى خصص فى المادة 03 منه القسط الزمنى الإجمالى لكل مترشح المخصص للتحدث المباشر للمرشحين فى التلفزة بثلاث (03) ساعات، والقناة الوطنية الأولى بثلاث (03) ساعات، والثانية بثلاث (03) ساعات، وحدد مواقيت بث هذه الحصص قبل النشرات الإخبارية الأساسية لمختلف القنوات على النحو التالى:

- 30 دقيقة قبل الجريدة المصورة فى الساعة الثامنة مساء.
- 30 دقيقة قبل الجريدة الرسمية المصورة فى الساعة الواحدة زوالا.
- 30 دقيقة قبل الجريدة الرسمية المصورة للساعة الحادية عشر مساء.
- أما فى الإذاعة المسموعة للقناة الأولى والثانية والثالثة فتبث على النحو التالى:
- 30 دقيقة قبل الجريدة الناطقة الصباحية.
- 30 دقيقة قبل الجريدة الناطقة لمنتصف النهار.
- 15 دقيقة قبل الجريدة الناطقة المسائية.
- 20 دقيقة قبل الجريدة الناطقة لنهاية السهرة.

وتستعمل الحصص المبينة للمرشحين إلى غاية نفاذ الرصيد الزمنى الإجمالى المتاح لكل واحد من المترشحين، وعندما لا يستعمل المترشح بمحض إرادته لكل الوقت المخصص له للتحدث أو بعضا من هذا الوقت فإنه يفقد ما بقى منه.

ولتحقيق المزيد من المساواة بين المترشحين في الحملة الانتخابية، فإنه إضافة إلى هذه المساواة الزمنية لبث حصص التعبير المباشر للمترشحين، هناك ضوابط أخرى على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون تتعلق بكيفية إنتاج الحصص المعنية إذ يوجب المشرع أن يتم إنتاج هذه الحصص في ظروف مقاييس تقنية مماثلة لكل ممثلي المترشحين، كما أوجب أن تبث الإعلانات المرافقة لحصص التعبير المباشر في التلفزة على نفس الخلفية وبنفس الحروف بالنسبة لجميع المتدخلين، هذا بالإضافة إلى منع تكرار أي بث كلي أو جزئي لأي تسجيل خلال مدة الحملة الانتخابية إلا بناء على طلب ممثل قائمة المترشحين كتابيا، وفي حدود الحجم والأقساط الزمنية التي له الحق فيها.

وبهذا التحديد يكون المشرع الجزائري قد طبق المساواة المطلقة بين المترشحين، متقدما بذلك على الكثير من التشريعات، ومنها المشرع الفرنسي الذي يطبق مبدأ المساواة النسبية بين الأحزاب، ذلك أنه قد خصص مدة ثلاث (03) ساعات لاستخدام التلفزيون والإذاعة من قبل الأحزاب والجماعات السياسية الممثلة في البرلمان، وخصص نصف هذه المدة للأحزاب والجماعات الحائزة على الأغلبية في البرلمان، والنصف المتبقي من الوقت قسمه بين مختلف الأحزاب والجماعات الأخرى الممثلة في البرلمان، في حين منح الأحزاب الأخرى المشاركة والانتخابات والتي ليس لها تمثيل في البرلمان مدة سبع (07) دقائق فقط في الدور الأول وخمس (05) دقائق في الدور الثاني، مع اشتراطه أن تكون مشاركته في الانتخابات بما لا يقل عن 45 مترشحا، أما المترشحون الأحرار فهم محرومين كلية من استعمال وسائل الإعلام في إطار الحملة الانتخابية، كون المشرع الجزائري إضافة إلى ضمانه المساواة بين المترشحين من الأحزاب السياسية، فإنه ضمنها أيضا وبنفس القدر بالنسبة للمترشحين الأحرار، وذلك ضمن نص المادة 177 من القانون العضوي رقم: 19/08 التي نصت على أن: «...يستفيد المترشحون الأحرار المنكثلون بمبادرة منهم من نفس الترتيبات الواردة في هذه المادة...»، وهي المادة التي نصت على حصول المترشحين على مجال عادل في وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة، كما نصت على المساواة في الحصص الممنوحة لكل المترشحين بالنسبة للانتخابات الرئاسية، مع اختلافها بالنسبة للانتخابات النيابية تبعا لعدد المترشحين الذين يرشحهم كل حزب سياسي أو مجموعة أحزاب سياسية.

وعلى هذا الأساس يكون كل من المشرع الفرنسي والجزائري قد نظما إنتاج حصص التعبير المباشر وذلك بوضع الضوابط الزمنية وحتى التقنية في إنتاج هذه الحصص، وهكذا تكون حرية الإعلام في هذا المجال مقيدة، غير أن الملاحظ أن المشرع الجزائري قد قيد حرية وسائل الإعلام في مقابل ضمان مبدأ المساواة بين المترشحين، في حين قيده المشرع الفرنسي دون ضمان المساواة بينهم.

وتعتبر المساواة في مجال استعمال وسائل الإعلام الثقيلة في الحملة الانتخابية من خلال حصص التعبير المباشر الطريق الواجب اتباعه لضمان التعرف الكافي من طرف الناخبين على شخصية المترشحين بما يؤهلهم للاختيار الصحيح، وهو المبدأ الذي أرسته محكمة القضاء الإداري في مصر في قرارها الصادر بتاريخ: 05/11/2000 في الدعوى رقم: 566.

**02- التغطية الإعلامية للنشاطات المترشحين في إطار حملاتهم الانتخابية:** يجب أن تتم التغطية الإعلامية لنشاطات المترشحين خلال حملاتهم الانتخابية بصفة متساوية بينهم في حدود الحجم الزمني الذي يساوي دقيقتين لكل مترشح حزبي أو حر أثناء النشرات الإخبارية الأساسية بناء على طلب المترشحين، على أن يتم طلب التغطية قبل 48 ساعة على الأقل من انعقاد النشاط أو المهرجان، على أن يتم بثه خلال 48 ساعة على الأكثر.

وفي هذا الإطار يجب الإشارة إلى أن الكثير من التشريعات العربية ومنها المشرع الجزائري قد منع الصحافة البصرية السمعية من الترويج التجاري للمترشحين أثناء الحملة الانتخابية، لكنه في الوقت ذاته لم يمنع الصحافة من مساندة مترشح معين، وهو ما أدى إلى لجوء الصحافة إلى عمليات صبر الآراء ونشر بعض الأرقام التي تؤدي إلى تضليل الهيئة الناخبة لصالح مترشح بعينه.

**03- تغطية الصحف العمومية للحملة الانتخابية:** بخصوص تغطية برامج المترشحين عن طريق الصحافة المكتوبة، فإن الصحف تخصص مساحات للتعريف بالمترشحين بشكل مفصل ودقيق لبرنامج كل مترشح على حدا. والملاحظ أن دور الصحافة المكتوبة يزداد أهمية خلال مرحلة الحملة الانتخابية في كل الدول، فغالبا ما تستخدم الصحافة المكتوبة كوسيلة للحوار والمعارضة المكتوبة، لذا فهي تلعب دورا لا يستهان به في مجال التحكم بوعي الجماهير، إضافة إلى أنها تعزز نشاط التلفزيون والإذاعة حين تضع النقطة المفسرة وتستخلص النتائج، بما يؤدي إلى التأثير الدعائي الكامل الذي يبدأ من الإذاعة والتلفزيون.

ولهذا يجب إخضاع هذه الصحف للرقابة خلال الحملة الانتخابية قدر الإمكان، قصد تحري صدق الأخبار التي تنشرها بمناسبة تغطيتها للحملات الانتخابية، إذ أدى رفع الرقابة في دولة الكويت على سبيل المثال إلى مسارعة كل تجمع سياسي إلى نشر صفحات كاملة مدفوعة الأجر يعبر فيها عن برنامجه وأفكاره، وهذا يجعل الصحف ومن خلالها الصحافة ووسائل تباع وتشتري وتستخدم لتضليل الرأي العام وليس لتنويره.

- بعد استعراضنا لأهم الطرق المستخدمة من الوسائل الإعلامية لتغطية نشاطات الحملات الانتخابية، يمكننا تبرير اتجاه التشريعات الانتخابية إلى ضبط الحرية

## الإعلامية لعدة اعتبارات:

- فإذا كان الإعلام وسيلة لنقل رسالة الصحافة بحرية مسؤولة في خدمة المجتمع، تعبيراً عن مختلف اتجاهات الرأي العام وإسهاماً في تكوينه وتوجيهه، من خلال حرية التعبير وممارسة النقد ونشر الأخبار بهدف تهيئة المناخ الحر لنمو المجتمع وارتقائه بالمعرفة المستنيرة وبالإسهام في الاهتمام إلى الحلول الأفضل في كل ما يتعلق بمصالح الوطن وصالح المواطنين، بما يجعلها -أي الصحافة- تؤدي دوراً حيويًا في تكوين الرأي العام والتأثير فيه، كما تؤدي دوراً اجتماعياً هاماً من خلال إعلام الجمهور بالأمر التي تهمة سواء أكانت داخلية أم خارجية، فصلاً عن توعيته وثقافته، فإن المساواة بين المترشحين من أهم ميزات الدولة القانونية والممارسات الديمقراطية والنزاهة الانتخابية، والمساواة بين المترشحين لا يمكن الكلام عنها في ظل غياب المساواة في استعمال وسائل الحملة الانتخابية، والمساواة في استعمال وسائل الإعلام بين المترشحين.

لذا فإن المساواة في استعمال وسائل الحملة الانتخابية تعني منح الحق للمترشحين في أن يستفيدوا وفقاً لشروط مماثلة من خدمات الإعلام العمومية للتعريف ببرامجهم السياسية، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال منح كافة المترشحين فرصاً متساوية للتعبير عن آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم، سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، بما يسهم في تهيئة فرص متكافئة أمام كل منهم لعرض برامجهم وأفكارهم على نحو يكفل اتصالهم بالرأي العام وبهئية الناخبين، وذلك وفقاً لقواعد العدالة بين المترشحين، المنصوص عليها في التشريع الانتخابي، لأن أعمال مبدأ العدالة يمكن من خلاله تحقيق مبدأ المساواة.

لكن الملاحظ أن الكثير من التشريعات العربية -ومنها التشريع الجزائري-، لم توفر أي ضمانات لتحقيق لتلك المساواة، باستثناء اللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات التي يمكنها التدخل لدى الهيئات المعنية عندما تلاحظ أي إخلال بهذا المبدأ، ثم التي أصبحت الهيئة الوطنية المستقلة للانتخابات، بالتنسيق مع سلطة ضبط السمعي البصري، وذلك بموجب الفقرة الأخيرة من المادة 178 من القانون العضوي رقم: 19/08 المتضمن تعديل القانون العضوي للانتخابات رقم: 16/10.

لذا يعد تنظيم حرية الإعلام في تغطية الحملات الانتخابية من خلال:

- حصر وسائل بث حصص التعبير المباشر في النقاش والتصريح والحوار.
- تحديد مواقيت بث حصص التعبير المباشر.
- تحديد مدة التدخلات المباشرة.
- تحديد الشروط التقنية لوسائل بث حصص التدخل المباشر.

- منع وسائل الإعلام من الترويج التجاري لأي مترشح.  
لا يدخل -أي التنظيم- في إطار تقييد حرية الممارسة الإعلامية وحرية الرأي، بقدر ما يدخل في إطار حماية حقوق المترشحين في ضمان المساواة بينهم، وفي حماية حقوق الناخبين في الحصول على المعلومة بالشكل الصحيح وبالقدر الكافي عن كل مترشح لرسم صورة صحيحة عن هذا الأخير -أي عن المترشح-  
لذا فإن هذا التنظيم وإن كان يقلل من حرية الممارسة الإعلامية المضمونة دستوريا، فإنه بالمقابل يحمي مصلحة أجدر بالحماية وهي مصلحة الناخبين والمترشحين، أي مصلحة المجتمع ككل، بمعنى أنه يحمي المصلحة العامة في مقابل إهدار بعض من حرية الإعلام والرأي.

لذا يعد تقييد حرية الصحافة أمرا ضروريا ومسألة ملحة خاصة في المجتمعات النامية والعربية، خاصة وأن قانون الإعلام ذاته الذي نص على حرية الإعلان قد قيد هذه الحرية بضرورة ممارستها في إطار القانون العضوي للإعلام والتشريع والتنظيم المعمول بهما -ومنها التشريع الانتخابي-.

### ثالثا: الإطار التطبيقي للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية:

إذا كانت الكثير من التشريعات توجب أن يكون لكل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية قصد تمكينه من تقديم برنامجه الانتخابي للناخبين مجال عادل في استعمال وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية الوطنية والمحلية.

وإذا كانت التشريعات الانتخابية لتحقيق هذا الغرض تضع العديد من القواعد حول كيفية نشر أو بث الأنشطة المتعلقة بالحملة الانتخابية لغرض ضمان المساواة بين المترشحين، وتماشيا مع نوع الدراسة التي هي دراسة نظرية قانونية؛

فإنه مع ذلك لم تخل حملة انتخابية في الوطن العربي -وفي الجزائر باعتبارها جزءا من هذا الوطن- من وجود تجاوزات لمبدأ المساواة في استعمال وسائل الحملة الانتخابية مثلما تعود المترشحون أن يشكوا منه بمناسبة كل استحقاق انتخابي، هذا إذا استثنينا الانتخابات الرئاسية الأخيرة لسنة 2019 التي فاز بها الرئيس عبد المجيد تبون، والتي لم تشهد طعن المترشحين في تحقيق مبدأ المساواة في استعمال وسائل الحملة الانتخابية كما تعودوا عليه في الانتخابات السابقة.

ولعل ذلك يرجع إلى كون العديد من القوانين الانتخابية السابقة قد أعطت للجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات -سابقا- مهمة السهر على ضمان السير الحسن للعملية الانتخابية بجميع مراحلها ومنها مرحلة الحملة الانتخابية، وقد أثبت الواقع العملي -حينها- أن مهام هذه اللجنة بخصوص الحملة الانتخابية قد شهدت تقلصا تدريجيا بمناسبة كل اقتراع انتخابي جديد، حتى لم يعد دورها يتعدى تزكية الأعمال التي تمت خلال الحملة

## الانتخابية.

هذا بالإضافة إلى الانتهاكات الأخرى للقوانين المعمول بها، التي كانت في وقت ماضي، وهو الوضع الذي نعتقد بأنه قد تغير مع صدور القانون العضوي رقم: 19/08 الذي جعل الإشراف على تحقيق مبدأ المساواة في الحملة الانتخابية ومنها المساواة في استعمال وسائل الحملة الانتخابية ومن ذلك المساواة في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية يتم تحت إشراف السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات التي تعمل في هذا المجال بالتنسيق مع سلطة ضبط السمعي البصري، وهو ما يمكن أن نستند إليه في الوقت الحاضر- لتبرير عدم تقديم شكاوى من المترشحين بخصوص عدم احترام المساواة بينهم في مجال التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية في الانتخابات الرئاسية الأخيرة، والواقع أن إثبات ذلك يحتاج إلى وقت وربما يحتاج إلى تجارب انتخابية جديدة وهو الأمر الذي يمكننا تأكيده أو نفيه من خلال تقييم دور هذه السلطة في مجال ضمان احترام وسائل الإعلام السمعية البصرية المعنية بالتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية لمبدأ المساواة بين المترشحين، وذلك ضمن تجارب انتخابية مقبلة لاسيما النيابية منها. كما نلاحظ التناقض الواضح بين القانون وما يحدث فعلا في الممارسة العملية للحملات الانتخابية، حيث أنه رغم النصوص القانونية التي أكدت على احترام مبدأ المساواة بين المترشحين في استعمال وسائل الحملة الانتخابية وتحديد فترة زمنية محددة لهذه الأخيرة، إلا أن واقع الحال في الكثير من البلدان العربية والجزائر يثبت بما لا يدع مجالاً للشك تغاضي المترشحين ووسائل الإعلام عن هذه النصوص.

## الخاتمة

من خلال تطرقنا للإطارين النظري والتطبيقي للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، أمكننا التوصل إلى مجموعة من النتائج التي يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

- التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية لا تعدو أن تكون إحدى صور الأنشطة الإعلامية المختلفة، غير أن تنظيمها من طرف المشرع الانتخابي جعلها تختص بطابع خاص يميزها عن أي نشاط إعلامي آخر.
- تغطية الحملات الانتخابية ليست حقا لوسائل الإعلام فحسب، ولا هي حق للمترشحين والأحزاب السياسية دون غيرهم، فهي قبل ذلك حق للمواطنين وخاصة الناخبين، لذا فإن تنظيم التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية وإن كان يقيد فعلا من حرية ممارسة الحق في الإعلام والتعبير، فإنه يحمي حقوق المترشحين وحقوق الناخبين معاً، إذ يعطي للمترشحين الحق في إيصال رسالتهم الانتخابية والتعريف بأنفسهم وبذل جهودهم للتأثير في الناخبين على قدم المساواة فيما بينهم، ويعطي للناخبين الحق في معرفة المترشحين وبرامجهم وأنشطتهم بصورة أكثر صدقا وواقعية.

- تحديد المشرع لطرق البث الإذاعي والتلفزي يساهم بصورة فعلية في ضمان تحقيق مبدأ المساواة بين المترشحين في استخدام وسائل الإعلام تطبيقاً للقوانين الانتخابية.

- تلعب وسائل الإعلام المكتوبة دوراً هاماً في مجال التحكم بوعي الجماهير وخاصة الناخبين، إذ تساهم في تغيير توجهاتهم وبناء أفكارهم، لذا فإن إخضاع هذا النوع من الإعلام إلى الرقابة الدقيقة من الجهات المختصة بغية ضمان صحة الأخبار التي ينقلها ليس ضرورياً فقط لضمان حق الناخبين في الحصول على صحة الخبر ولا حق المترشح في المساواة مع غيره من المترشحين، ولكن أيضاً بغرض ضمان نزاهة العمل الصحفي وعدم جعل الصحافة وسيلة تشتري وتباع فتفقد بذلك مصداقيتها لأن الأخبار التي تنقلها فقدت مصداقيتها.

- ويمكننا القول في ختام هذه الورقة البحثية بأن الإعلام في الدول العربية ومنها الجزائر لا بد من تقييده خاصة في نقل وبث وتغطية نشاطات الحملة الانتخابية، لأن الإعلام - خاصة العام وخاصة العمومي - وكذلك وضع كفاءات ووسائل وطرق التغطية الإعلامية لوسائل الحملة الانتخابية يحول دون استخدام الإعلام لطرق المحاباة وخرق مبدأ المساواة، وإن عجز عن تحقيق ذلك فإنه على الأقل يقلل من مظاهر عدم المساواة بين المترشحين في استعمال وسائل الإعلام في حملاتهم الانتخابية.
- إضافة إلى ضرورة تنظيم مسألة المناظرات التلفزيونية وسير الآراء تنظيمياً دقيقاً، لأن تنظيم هذه المسائل على الرغم من أهميتها لم يحظ بالاهتمام الكافي من طرف المشرع الانتخابي وحتى الإعلامي.

## المراجع

- أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم - 01 القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2005-2006
- إدريس بوكرا، نظام انتخاب رئيس الجمهورية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، - 02 2007.
- أشرف رمضان عبد الحميد، حرية الصحافة «دراسة تحليلية في التشريع المصري والقانون المقارن»، - 03 أبو مجد للطباعة بالهرم، مصر، ط01، 2003
- بن الصغير زكرياء، الحملات الانتخابية «مفهومها وسائلها وأساليبها»، دار الخلدونية، الجزائر، 2004 - 04
- ضياء عبد الله عبود جابر الأسدي، جرائم الانتخابات، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط01، - 05 2009.
- محمد سعيد حسين أمين، دراسة وجيزة في حرية الصحافة وضمان ممارستها وضوابط نشاطها في ظل - 06 أحكام التشريع المصري (دون مكان طبع)، مصر، 2003
- محمد نعرورة، الضمانات الخاصة للانتخابات النيابية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، - 07

- كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009-2010  
عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام «دراسة في ترتيب الأولويات»، دار الفجر للنشر والتوزيع، - 08  
القاهرة، مصر، 2004
- يعيش تمام شوقي، آليات الرقابة على العملية الانتخابية في الجزائر، مذكرة ماجستير في الحقوق، - 09  
تخصص قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009-  
2010
- القانون العضوي رقم: 12/05، المؤرخ في: 12/01/2012 المتعلق بالإعلام - 10  
القانون العضوي رقم: 19/08 المؤرخ في: 14/09/2019، المتضمن تعديل وتتميم القانون العضوي - 11  
رقم: 16/10 المؤرخ في: 25/08/2016 المتعلق بنظام الانتخابات
- المرسوم التنفيذي رقم: 97/138 المؤرخ في: 28/04/1997 المحدد لشروط إنتاج حصص التعبير - 12  
المباشر المتعلقة بالحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية ليوم: 05/16/1997
- التعليمية الرئاسية المؤرخة في: 27/02/2009 المتعلقة بانتخابات رئاسة الجمهورية لـ 09/04/2009 - 13  
مشروع تقرير اللجنة المستقلة لمراقبة الانتخابات يتهم النتائج المعلنة من طرف المجلس الدستوري، - 14  
جريدة الخبر
- اليومي، السنة 22، العدد 6730، سوم: 30/05/2012  
قائمة الهوامش
- أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم القانونية،  
كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006-2005، ص 228
- محمد سعيد حسين أمين، دراسة وجيزة في حرية الصحافة وضمان ممارستها وضوابط نشاطها في ظل  
أحكام التشريع المصري (دون مكان طبع)، مصر، 2003، ص 05
- المادة 03 من القانون العضوي رقم: 12/05، المؤرخ في: 12/01/2012 المتعلق بالإعلام -  
عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام «دراسة في ترتيب الأولويات»، دار الفجر للنشر والتوزيع، -  
القاهرة، مصر، 2004، ص 47
- بن الصغير زكرياء، الحملات الانتخابية «مفهومها وسائلها وأساليبها»، دار الخلدونية، الجزائر، 2004، -  
ص 07-13
- أحمد بنيني، مرجع سابق، ص 235 -  
ضياء عبد الله عبود جابر الأسدي، جرائم الانتخابات، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 01، -  
2009، ص 209
- المادة 178 من القانون العضوي رقم: 19/08 المؤرخ في: 14/09/2019، المتضمن تعديل وتتميم -  
القانون العضوي رقم: 16/10 المؤرخ في: 25/08/2016 المتعلق بنظام الانتخابات
- أحمد بنيني، مرجع سابق، ص 262-263 -  
محمد نعرورة، مرجع سابق، ص 157 -  
المادة 177 من القانون العضوي رقم: 19/08 -  
المادة 178 المرجع نفسه -  
محمد نعرورة، مرجع سابق، ص 107-108 -  
أحمد بنيني، مرجع سابق، ص 164-266 -  
أشرف رمضان عبد الحميد، حرية الصحافة «دراسة تحليلية في التشريع المصري والقانون المقارن»، -  
أبو مجد للطباعة بالهرم، مصر، ط1، 01، 2003، ص 06
- التعليمية الرئاسية المؤرخة في: 27/02/2009 المتعلقة بانتخابات رئاسة الجمهورية لـ 09/04/2009 -  
يعيش تمام شوقي، مرجع سابق، ص 57-58 -