مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7633 / EISSN 2716-8883

السنة: 2023 المجلد: 06 العدد: 01 ص.ص: 312-334

ضمانات سلامة الدعاية الانتخابية في مجال الإعلام الالكتروني.

Guarantees of safety of electoral campaign in the field of electronic media.

زيبار الشاذلي [1*]، المركز الجامعي سي الحواس بريكة، الجزائر،

chadli.zibar@cu-barika.dz

قطاف محمد[2]، المركز الجامعي سي الحواس بريكة، الجزائر ،

Mohamed.gettaf@cu-barika.dz

تاريخ إرسال المقال: 01-01-2023 تاريخ قبول المقال: 25-05-2023

الملخص:

تعتبر الانتخابات من اهم وسائل الممارسة الديمقراطية السليمة لإسناد السلطة في المجتمعات الحديثة، وهي تؤثر مباشره في الحياة الخاصة للأفراد ،لذا احاطتها التشريعات بضوابطه قانونيه كثيره لضمان سلامتها عبر مختلف مراحلها ، تعتبر الدعاية الانتخابية من أهم المراحل في العملية الانتخابية لأنها تسمح للمرشحين بالاتصال سواء المباشر او عن بعد مع جمهور الناخبين من اجل الظفر بأصواتهم، ونظرا للتطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال ظهر ما يعرف بالإعلام الالكتروني و الذي يعتمد على إستغلال شبكات الإنترنت و كذا المواقع الإلكترونية بالإضافة إلى الوسائط الذكية ، هذا الأمر دفع برجال السياسة لإعتناق هذه الألية في مجال التسويق السياسي الخاص بهم، وفي هذا البحث سنتطرق الى مختلف مبادئ واليات الدعاية الانتخابية وكذا مبادئ ووسائل الاعلام الالكتروني المستعملة في الدعاية الانتخابية والجرائم والمخالفات التي يمكن ان تقع في خضم الدعاية الانتخابية الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: – الدعاية الانتخابية – الإعلام الإلكتروني – جرائم الإعلام الإلكتروني.

Abstract: Elections are one of the most important means of sound democratic practice to assign power in modern societies, because she affects directly the private lives of individuals, so legislation surrounds them with many legal controls to ensure their safety through its various stages. The electoral campaign is considered one of the most important stages in the electoral process because it allows candidates to communicate, either directly or remotely, with the electorate in order to win their votes., and due to technological developments in the field of media and communication, New terms such as electronic media have emerged , which relies on the exploitation of Internet networks and websites as well as smart media. This prompted politicians to embrace this mechanism in the field of political marketing. In this research, we will

[*] زيبار الشاذلي.

discuss the various principles and mechanisms of electoral propaganda, as well as the principles and means of electronic media used in electoral campaign., and the crimes and violations that may occur in the midst of electronic electoral campaign.

Key words : - Electoral campaign - electronic media - electronic media crimes.

مقدمة:

تعد الانتخابات ركيزة اساسيه لكل حكم ديمقراطي سليم كونها المرجعية الأساسية في تحديد شرعيه السلطة داخل المجتمع والتجسيد لمفهوم سيادة الشعب من خلال الانتخابات كوسيلة وحيده للوصول الى السلطة، والانتخاب و الترشح حقان يقعان في صدارة الحقوق السياسية الحديثة وارفعها منزلة، لذا نجد الدساتير والقوانين تعنى بالنص عليها صراحة في أصلابها، وتحرص على كفالتها للمواطنين ، لضمان حقهم في الانتخاب واختيار مرشحيهم وقاداتهم وكذا حق المرشحين في خوض الحملات الانتخابية بكل نزاهة وشفافية، حيث نجد ان القوانين باختلافها من تشريعات اساسيه وأخرى عضويه وأخرى عاديه تنص على الضوابط والضمانات القانونية لسير العملية الانتخابية في احسن الظروف وفي شفافية ونزاهة تامة.

كما ان المرشحين وفي سعيهم الى الوصول الى مقاليد السلطة من خلال العملية الانتخابية بكافه مراحلها يولون اهميه كبيره الى مرحله الدعاية الانتخابية ، هذه المرحلة التي تهدف الى تعريف المواطنين بشخص المرشح وكذا برنامجه السياسي عبر عده وسائل حددها القانون العضوي للانتخابات ، إلا ان المجال السياسي وكغيره من مجالات الحياة اليومية للأفراد تأثر بالتطورات العلمية والاجتماعية والتكنولوجية منها ، خاصة بعد ظهور شبكه الانترنت وكذا الوسائط السمعية البصرية الإلكترونية التي القت بظلالها على عمليه الدعاية الانتخابية وذلك من خلال ظهور مصطلح الاعلام الالكتروني وكذا الدعاية الانتخابية الإلكترونية.

إن الدعاية الانتخابية الالكترونية والتي ترتكز على الاعلام الالكتروني تعتبر واحدة من الوسائل المعول عليها كثيرا من قبل المرشحين لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الناخبين أو استماله آرائهم و التأثير عليهم من أجل الضفر بالانتخابات ، هذا الأمر الذي جعل كل الأحزاب ومن يدخل معترك العمل السياسي يركز على الاستفادة من الاعلام الالكتروني في العمل السياسي والى ابعد الحدود، في خضم هذه العملية قد تقع بعض المخالفات والجرائم التي تمس بسلامته ونزاهة عملية الدعاية الانتخابية خاصة وان الاعلام الالكتروني يعتمد في مجمله على شبكة الانترنت والوسائط الإلكترونية الحديثة مما يجعل إمكانية وفرص الوقوع في الأمور غير القانونية وغير المشروعة كبيرة جدا ضف الى ذلك عدم التمكن من الجانب التقني

لهذه العمليات وكذا القصور القانوني في ما يخص النصوص القانونية التي تنظم وتؤطر كل من الدعاية الانتخابية والإعلام الالكتروني.

ونظرا للتأثير الواسع لوسائل الإعلام الالكترونية على الاشخاص والأفراد عامة وجمهور الناخبين خاصة ، و خطورة الجرائم و المخالفات التي قد تشكل مساسا كبيرا لسلامه وصحة العملية الانتخابية ، وجب التطرق الى هذا الموضوع من خلال إبراز الضوابط والضمانات القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لضمان شفافية ونزاهة وسلامة العملية الانتخابية فيما يخص الدعاية الانتخابية الالكترونية عبر العديد من النصوص القانونية المستحدثة، ستقتصر دراستنا على التطرق لكل من الدعاية الانتخابية وكذا الاعلام الالكتروني المستعمل في هذه الأخيرة و كذا التشريع الجزائري في ما يتعلق كل من دستور 2020 و القوانين العضوية التي نظمت الانتخابات (القانون العضوي 21-01) و الاعلام القانون العضوي (12-05 و المرسوم التنفيذي 20-332) بما في ذلك الإعلام الالكتروني وكذا قانون العقوبات و القانون 20-05 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق 28 ابريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية".

اشكالية دراستنا هي " كيف أطر المشرع الجزائري عملية الدعاية الانتخابية الالكترونية لضمان سلامتها في مجال الإعلام الإلكتروني ؟"

المنهج المستعمل هو المنهج الوصفي للمواد القانونية التي نصت على الأطر القانونية لكل من الدعاية الانتخابية والإعلام الإلكتروني ، كما نستأنس بالمنهج التحليلي لبعض المصطلحات والأفكار القانونية والتقنية في هذا البحث.

و للإجابة على الإشكالية الأساسية لبحثنا نلتزم بالخطة التالية:

المبحث الأول : مفهوم الدعاية الانتخابية

المطلب الأول : تعريف الدعاية الإنتخابية

المطلب الثاني مبادئ ووسائل الدعاية الانتخابية الالكترونية.

المبحث الثاني : مفهوم الإعلام الإلكتروني

المطلب الأول : تعريف الاعلام الالكتروني و إطاره التشريعي

المطلب الثاني :انعكاسات الاعلام الالكتروني على الدعاية الانتخابية والمخالفات المتعلقة به.

المبحث الأول : مفهوم الدعاية الانتخابية

تعد الدعاية الانتخابية أهم الإجراءات الممهدة للمشاركة في العملية الانتخابية باعتبارها وسيلة تعرف المواطنين على المرشحين وبرامجهم السياسية ، خلال هذه الفترة يعمل المرشح أو الحزب على أبرز مزاياه أو فضائله من أجل الحصول على أصوات الناخبين للفوز بالمنصب المرشح له وهو الهدف المنشود، لذلك استأثرت هذه المسألة حيزا كبيرا من الاهتمام الواسع في التشريعات الانتخابية بما يكفل تحقيق مبادئ المساواة في الدعاية بين جميع المرشحين، وحياد السلطة الإدارية ومشروعية الوسائل المستخدمة في الدعاية الانتخابية .

المطلب الأول : تعريف الدعاية الإنتخابية

إن كلمة الدعاية تعد من أكثر الكلمات والمصطلحات التي اختلف معناها بسبب كثرة الاستعمالات المختلفة لهذه الكلمة و في عدة مجالات ، مما حملها بعيدا عن سياقها اللغوي فمثلا في مجال الصحافة نجد أنها تعني النشر أما في ما يخص المجال السياسي فإنها تعني الإعلان والترويج على الجمهور من أجل استمالته والتأثير عليه.

أولا: تعريف الدعاية الانتخابية:

1. لغة : الدِّعايةُ : الدعوة إلى مذهب أو رأْى بالكتابة أو بالخطابة ونحوهما ، أَدْعُوكَ بِدِعَايَةِ الإِسْلاَمِ (مِن كِتَابِ الرَّسُولِ إلى هرقل)، والدِعاية منهج أو طريقة لخلق اتِّجاه مشايع أو معادٍ نحو سلعة أو فكرة أو مذهب بالكتابة أو الإعلان أو الخطابة .

2. اصطلاحا : كلمة دعاية مشتقه من (propacatus) معناه يبذر او ينشر ، وهو في اللغة الإنجليزية (propage) " بروباجندا " ومعناها التنشئة والتنمية ومفهومها النشر والأفكار والآراء ونقلها من شخص الى آخر او من جيل الى آخر. [1]

[1] د.ضياء عبد الله عبود جابر الاسدي، جرائم الانتخابات ، الطبعة الاولى، 2009 ، مكتبة زين الحقوقية والأدبية ، لبنان، ص 287.

و الدعاية الانتخابية هي وسيلة للتعبير وتقديم المرشح برنامجه وأفكاره خارج إطار العنف، وفي هذا المجال يقوم المرشحون بالتجول داخل تراب الدولة لملاقاة جمهور الناخبين لإقناعهم و إستمالتهم وفقا لما يحدده القانون ، حيث تفرض الجزاءات لمن يخالف أحكامه.[1]

كما تعرف بأنها: " محاولة التأثير في الجماهير عن طريق عواطفهم ومشاعرهم و السيطرة على سلوكهم لتحقيق أهداف معينة قد تكون سليمة او غير سليمة أو ذات قيمة مشكوك فيها مع التضحية بكل شيء في سبيل نجاحها" .[2]

وأيضا تعرف على أنها هي :" الإطار الدعائي الشامل المخطط والمركب والذي يتكون من سلسله متصلة ومتناسقة من وسائل وأساليب الاتصال الانتخابية التي من شأنها استمالة أكبر عدد من الناخبين ، ومقاومة الدعايات المنافسة للمرشحين الآخرين وذلك بهدف الحصول على أصواتهم الانتخابية ".[3]

ثانيا: أهمية و أهداف الدعاية الانتخابية :

ان الدعاية الانتخابية تعتبر جزء مهم من عمليه الحملة الانتحابية والتي يقوم بها المترشح بنفسه من خلال امداد جمهور الناخبين بالمعلومات عن شخصه وكذا برنامجه الانتحابي هذا الامر الذي يكتسي أهمية كبيرة نظرا لانعكاساته المباشرة على اراء وأفكار جمهور الناخبين ، مما يترتب عنه الحصول على المزيد من اصوات الناخبين في صناديق الاقتراع هذا ما سنشرحه في العنصر الاول ، اما في العنصر الثاني فسنتطرق الى اهداف الدعاية الانتخابية والتي هي محاولة التأثير في الناخبين لاستمالتهم والظفر بأصواتهم او على الاقل بث الشك والريبة في توجهاتهم السياسية المغايرة.

1-أهمية الدعاية الانتخابية :

إن العملية الانتخابية ترتكز على الممارسة الديمقراطية لحقوق وحريات الأفراد ومن بين أهم الممارسات فيها عملية الدعاية الانتحابية لأن هذه الأخيرة تلعب دورا مهما في التأثير و توجيه الرأي العام لجمهور الناخبين وتحديد موقفهم من القضايا السياسية في الحياة العامة .

[1] د.الورد ابراهيمي، النظام القانوني للجرائم الانتخابية دراسة مقارنة، 2008،دار الفكر الجامعي الاسكندرية، مصر ص 113.
[2] د.ضياء عبد الله عبود جابر الاسدي، جرائم الانتخابات ، المرجع السابق، ص 287.
[3] د.ضياء عبد الله عبود جابر الاسدي، المرجع نفسه، ص 289.

وعملية الدعاية الانتخابية يتم التحضير والتخطيط لها بطرق ومناهج خاصة لتحقيق الأهداف المرجوة منها كونها تختلف عن الدعاية التجارية والخدماتية .

وبما أن الهدف من العملية الانتخابية هو الفوز والظفر بمنصب او بمقعد في التمثيل النيابي فإننا نجد ان القوى السياسية على اختلاف توجهاتها تتقيد بخطط مدروسة ومحددة لتنفيذ الحملات الدعائية قبل الانتخابات ، من خلال توفير كل المستلزمات المادية والبشرية والمعنوية المسموح بها قانونا وفي الإطار الزمني المخصص لذلك للتمكن من استمالة أكبر عدد من جمهور الناخبين.

تعددت واختلفت الوسائل والطرق المستخدمة في كل نوع من الانتخابات حسب التطور الزمني للأفكار والتكنولوجيا بدءا بالخطابات والتجمعات ثم الحصص واللقاءات المتلفزة وصولا الى استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال الإلكتروني الحديثة .

كل هذا التطور انتج لنا مصطلح جديد يعرف بالتسويق السياسي، و لقد تزايد الاهتمام ببحوث التسويق السياسي عقب اندلاع الثورات خلال السنوات الأخيرة فى عدة دول عربية بوجهٍ عام ، وهو ما أدى إلى ظهور اتجاه حديث نسبيًا في الدراسات العربية يسعى إلى الكشف عن تأثير استخدام الدعاية الانتخابية لوسائل الإعلام الجديدة على الإصلاح والمشاركة السياسية ، وقد اتفقت نتائج بعض البحوث على أهمية استخدام أساليب ووسائل واستراتيجيات الدعاية الانتخابية فى الانتخابات الرئاسية و البرلمانية؛ وذلك لما تشكله هذه الاستراتيجيات من أهمية خاصة و أنها تأثر مباشرة و بشكل كبير في الخطط السياسية وفي التنافس الانتخابي.1

2-أهداف الدعاية الانتخابية:

إن الدعاية الانتخابية عملية منظمة ومسطرة تهدف الى الوصول لنتائج وأهداف مشروعه ملموسة ومن بين أهم الأهداف نذكر:

1 أ.م.د. لبيبة عبد النبي إبراهيم عبد المعطي ، المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التسويق السياسي، دراسة تحليلية من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في الفترة من 2006 الى 2018، مجلة البحوث الإسلامية، العدد 55، جامعه الازهر، مصر، 2020، ص 33 56.

- **تقديم المرشح للناخبين** :[1] في الدعاية الانتخابية يكون الهدف الأول منها هو التقديم والتعريف بشخص المرشح أو قائمة المرشحين الى جمهور الناخبين، من خلال تقديم وإظهار كل المزايا والخصال سواء العلمية والأكاديمية أو الأدبية والأخلاقية للمترشحين.

- **نقل أفكار المرشح وبرنامجه للمواطنين:** [2] وبغض النظر عن المحتوى الأيديولوجي للرسالة السياسية ، والذي يتحدث وفقا للانتماء الحزبي للمرشح فإنه يجب على المرشح والقائمين على حملتهم الانتخابية صياغة رسالته السياسية بطريقة منسجمة مع المزاج العام السائد في المجتمع من أجل كسب عقول الناخبين.

- **تنشيط الجمهور**[3]: الذي لا يوجد لديه اهتمام بالانتخابات وذلك من خلال العمل على رفع درجة الوعي والاهتمام لدى في الناخبين عبر تعريفهم وإشباع فضولهم لمعرفة أسماء المرشحين وبرامجهم.

- **التدعيم** [4]: إن من أهداف الدعاية الانتخابية هو تدعيم وتأكيد المعالم الإيجابية في سورة المرشح السياسي لدى جماهير الناخبين، حيث أثبتت التجارب السابقة أن استعمال وسائل الاتصال الحديثة تزيد من ترسيخ وتثبيت الصورة النمطية للمرشح سواء ايجابا او سلبا.

- **التحويل** :[5]رغم ان هذا الامر قليل الحدوث إلا أنه لا يبقى منعدما، حيث أن الهدف من الدعاية الانتخابية هو العمل على تحويل وتغيير قناعات جمهور الناخبين من الى مرشح الى مرشح اخر.

المطلب الثاني : مبادئ ووسائل الدعاية الانتخابية الالكترونية.

مما لاشك فيه ان الانتخابات هي اهم اجراء في الحياة السياسية الديمقراطية السليمة، فالانتخابات هي عبارة عن سباق بين مجموعة من المرشحين يهدف كل واحد منهم الى الوصول الى مقعد النهاية ، وما

[1] د.علي الصاوي–د. جمال عبد الجواد، الطريق الى البرلمان، المجموعة المجموعة المتحدة، القاهره،ص50.
[2] د.علي الصاوي–د. جمال عبد الجواد، الطريق الى البرلمان، المجموعة المجموعة المتحدة، القاهره ،ص50.
[3] د. صفوت العالم، الدعاية الانتخابية، كليه الاعلام جامعه القاهرة ، نهضه مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2006، ص 12
[4] د. صفوت العالم، الدعاية الانتخابية، المرجع السابق، ص3.
[5] المرجع نفسه ، ص14.

اتفقت عليه كل القوانين والأعراف الدولية والوطنية في مثل هذه الحالات، وجود أطر وضوابط قانونية بدءا من المبادئ الضابطة لسير مرحلة الدعاية الانتخابية وهو ما سنتناوله في العنصر الأول ، وصولا الى الوسائل القانونية المرخص استعمالها في الدعاية الانتخابية في العنصر الثاني .

أولا: المبادئ الخاصة بالدعاية الانتخابية:

1. **المساواة :** إن المرشحين في ايه انتخابات كانت سواء رئاسية او تشريعيه وطنيه كانت او محلية ، توجد بينهم عده فوارق كبيرة ، منها ما يتعلق بالوزن والثقل السياسي في المجتمع، وكذا المستوى الثقافي والأكاديمي ، ضف الى ذلك فوارق في الاموال والوسائل المستعملة في الانتخابات ، هذه الفوارق تجعل من حظوظ الشباب والمبتدئين في العمل السياسي تكاد تكون معدومة امام المرشحين المخضرمين وهذا ما ينعكس سلبا على نزاهة الانتخابات ، من هنا كان لزاما على المشرع ان يضع ضوابط تضمن تساوي الفرص لكل المرشحين بالتساوي ، وهذا ما وجب كفالته من قبل القانون ، لذا نجد أن المادة 58 من الدستور لسنة 2020[1] نصت على " تستفيد الأحزاب السياسية المعتمدة ودون أي تمييز في ظل احترام أحكام المادة 57 أعلاه على الخصوص من الحقوق الأتية : – حرية الرأي والتعبير والاجتماع والتظاهر السلمي ، – حيز الزمن في وسائل الإعلام العمومية يتناسب مع تمثيلها على المستوى الوطني، تمويل عمومي عند الاقتضاء يحدده القانون ، بالإضافة إلى المادة 77 من القانون العضوي 21– 01 [2]التي تنص على " يستفيد كل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية والرئاسية بشكل منصف من الوصول الى وسائل الاعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع و التنظيم، تكون مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل المترشحين للانتخابات"، وكذا المادة 78 من نفس القانون " يتعين على كل وسائل الإعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع الساري المفعول المشاركة في

[1] أنظر المادة 58 من دستور 2020 ، ج ر ج ج ، عدد82،بتاريخ 15 جمادى الأول عام 1442هـ، الموافق لـ 30 ديسمبر سنة 2020 م .

[2] أنظر القانون العضوي 21–01، المؤرخ في10 مارس 2021 ، المتعلق بنظام الانتخابات، ج ر ج ج، عدد 14 بتاريخ 10 مارس 2021.

تغطية الحملة الانتخابية وضمان التوزيع المنصف للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين " .

2. **التزام الإدارة بالحياد :** تعتبر الإدارة من اهم الفاعلين في العملية الانتخابية فهي التي تسند اليها وظيفة تنظيم العملية الانتخابية وكذا توفير كل المستلزمات والإمكانيات اللازمة لحسن سير العملية الانتخابية سواء تعلق الامر بالمرشحين او الناخبين او العملية الانتخابية في حد ذاتها، من هذا المنطلق فأننا نجد ان تدخل الإدارة في الدعاية الانتخابية امر واجب ولا بد منه، لذا وجب وضع ضوابط لعمل الإدارة وعدم الوقوع في اي اجراء من جانبها يعد تفضيلا لمرشح على اخر ، بما يضمن تحقيق المساواة بين المرشحين المتنافسين[1] ،فحسب نص المادة 26 من الدستور " الإدارة في خدمة المواطن يضمن القانون عدم تحيز الإدارة، تتعامل الإدارة بكل حياد مع الجمهور في إطار احترام الشرعية وأداء الخدمة بدون تماطل ". و كذا المادة 202 من الدستور 2020 " تمارس السلطة الوطنية المستقلة مهامها في شفافية وحياد وعدم تحيز.

3. **صحة الوسائل المستخدمة في الدعاية الانتخابية:** ان الهدف من وراء الدعاية الانتخابية هو اجتذاب جماهير الناخبين الى التصويت ، حيث يلجأ المرشحون في حملاتهم الدعائية الانتخابية إلى استخدام العديد من الوسائل المادية والمعنوية لتحقيق أهدافهم في التعريف بأشخاصهم والمعلومات الشخصية والعامة المتعلقة بهم املا في الحصول على أصوات اكبر عدد من الناخبين وتأييدهم في معركتهم الانتخابية[2] ، كما نصت المادة 58 من دستور 2020 على استغلال وسائل الإعلام العمومية ، و أيضا نص المادة 83 من القانون العضوي 21-01 " يمنع استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي او مؤسسة أو هيئة عمومية لأغراض الدعاية الانتخابية إلا إذا نصت الأحكام التشريعية صراحة على خلاف ذلك" .

[1] د.ضياء عبد الله عبود جابر الاسدي، جرائم الانتخابات ، المرجع السابق، ص 319.

[2] د. مصطفى محمود عفيفي ، المسؤولية الجنائية عن الجرائم الانتخابية للناخبين والمرشحين ورجال الإدارة، دراسة مقارنه في النظامين الانتخابيين المصري و الفرنسي، دار النهضة، القاهرة مصر ،بدون سنه نشر، ص182.

ثانيا: وسائل الدعاية الانتخابية الإلكترونية:

1- **القنوات السمعية البصرية عبر الويب** : لطالما كان التلفزيون والراديو جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد ، كذلك الامر بالنسبة لشبكه الانترنت التي اصبحت متاحة على نطاق واسع ، ومن خلال دمج هذين الامرين اصبح لدينا ما يعرف بي القنوات التلفزيونية عبر الواب، والتي تمكن الافراد من الاطلاع على الاخبار ومشاهده برامجهم المفضلة في اي وقت وفي اي مكان يكفي فقط الاستعانة به جهاز الحاسوب او الهاتف النقال الذكي او ساعة اليد الذكية، هذا الانتشار الواسع لهذه التقنية جعل المرشحين في الانتخابات يتهافتون على إستغلالها في الحملات الدعائية الانتخابية خاصة وان المشرع الجزائري، لم يحصر الوسائل والطرق المستعملة في الدعاية السمعية البصرية بالرجوع الى نص المادة 77 من القانون العضوي 21 01 " يستفيد كل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية والرئاسية بشكل منصف من الوصول الى وسائل الاعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول، تكون مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل المترشحين للانتخابات" ، المادة 78 من نفس القانون " يتعين على كل وسائل الإعلام السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول المشاركة في تغطية الحملة الانتخابية وضمان التوزيع المنصف للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين ، كما نجد أن المرسوم التنفيذي 62-99 المتعلق بنشر المداولة الصادرة عن اللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات الرئاسية والذي تضمن المداخلات في وسائل الإعلام العمومية أثناء العملية الانتخابية قد نص في مادته 7 على المدة الزمنية لكل مترشح للتحدث مباشرة عبر التلفزة الوطنية من خلال جميع قنواتها إلى غاية نهاية الآجال الزمنية للحملة الانتخابية.

2- **سبر الآراء والتحقيقات الانتخابية** :[1]كما يعرف أيضا باستطلاع الرأي العام وهو بصفة عامة " تحقيق عن طريق أسئلة موجهه لشريحة محددة من المجتمع، تسمى بالنموذج الهدف من وراءه هو معرفة رأيها حول مشكلة قائمة..." ، أما فيما يخص المجال الانتخابي فهي ترمي إلى التكهن بالنتائج

[1] عبد المؤمن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية" مقاربة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام السياسي الجزائري"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق جامعة قسنطينة،2007. ص109.

الانتخابية عن طريق تسجيل نوايا التصويت لدى الناخبين ، وفحص مدى شعبية كل مترشح لمعرفة حظوظه في الفوز، وقد نظم المشرع الجزائري الإطار الزمني لهذه العملية من خلال المادة 81 من القانون العضوي 21-01 التي تمنع بث ونشر نتائج هذه العملية قبل 72 ساعة من إجراء الاقتراع و الانتخاب، وذلك لعدم التأثير على العملية الانتخابية.

3- **مواقع الانترنت** : الدعاية الانتخابية تعتبر سباقا محتدما بين المرشحين سواء كانوا احزابا ام افرادا، يعتمد الفوز فيها على القاعدة الشعبية التي يتمكن المرشح من التأثير عليها، لذا نجد ان القائمين على حملات الدعاية الانتخابية يقومون بدراسة الفئه المعنية من الناخبين و كل الجوانب التي تأثر فيها ، ومما لا يختلف عليه في العالم المعاصر حديث ان مواقع الانترنت تلعب دورا كبيرا في استقطاب الافراد باختلاف شرائحهم والتأثير عليهم من خلال محتواها البصري الذي يخضع لدراسة سوسيولوجيا ونفسيه تهدف التأثير الى اكبر حد ممكن على عقل ووعي مستعملي هذه المواقع وكذلك بالنسبة للمحتوى السمعي الذي يهدف كذلك هو الاخر الى التأثير المباشر والعميق على كل من يستعمل او يدخل الى مواقع الأنترنت، هذا الامر استقطب المرشحين في الانتخابات لإنشاء مواقع انترنت خاصة بهم ومتخصصة في الدعاية الإنتخابية ، من خلال النشر اليومي و الآني لكل ما يريد المترشح ان يوصله من آرائه السياسية ومداخلاته وكذا الزيارات الميدانية والجولات التي يقوم بها عبر الوطن.

4- **مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية الافتراضية** : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت ، ومن أي مكان تعمل على تسهيل مهمة التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز العلاقات بين مستخدميها ،وتعدد استخداماتها لتصبح وسيلة للتعبير عن الآراء بحرية وللترويج والتسويق السياسي ومن أبرز مواقع شبكة التواصل الاجتماعي : الفيس بوك، تويتر، يوتيوب ،هذه الأخيرة تمكن المرشح من شرح مواقفه السياسية وصنع الصورة السياسية التي يريدها من خلال مساحة افتراضية تشهد إقبالا واسعا من كافة الفئات المجتمعية على اختلاف أنواعها وخاصة فئة الشباب التي قد تعرف عزوفا كبيرا في أداء الوظيفة الانتخابية ، فبالرجوع إلى الواقع العملي نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت و بطريقة مباشرة في توجيه نتائج

الانتخابات في بعض الأحيان كما و أنها قد ساهمت في رفع أو خفض نسبة المشاركة في الإنتخاب عن طريق الأخبار و الدعايات التي يتم تداولها في هذه المواقع1.

5- . **خدمة التدوين** (Micro-blogging) :كما عرفته موسوعة ويكيبيديا هو فن مشتق من التدوين ولكنه لا يسمح بالعدد اللا محدود من المداخلات في التدوين الطبيعي إذ يقتصر التدوين في هذا النوع المصغر على إرسال رسائل أو تحديثات بحد أقصى 140 حرف فقط للرسالة الواحدة – وهناك مواقع تسمح بأكثر من 140 حرف ولكن لا تزيد عن 200 حرف – مع نشرها لتكون معروضة للجميع أو لفئة قليلة من اختيار المستخدم ، وبشكل أكثر تلخيصاً يمكن أن نقول أن التدوين المصغر عبارة عن تحديثات كتابية تصف الأحداث التي تعاصرها في يومك على مدار الساعة.[2]

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الإلكتروني

ان الاتصال السياسي يعتبر من أهم العوامل التي يتوقف عليها نجاح الحملة الانتخابية ، لان الاتصال يمكن كل رجال السياسة من شرح أفكارهم وبرامجهم لجمهور الناخبين المستهدفين ، هذا الذي يترتب عنه تقارب في وجهات النظر والآراء ، ونظرا لما يشهده العالم من تحولات وتطورات تكنولوجية سريعة، اعتنقت الدعاية الانتخابية وسائل جديدة وحديثة أكثر تطورا منها شبكة الإنترنت الوسائط الالكترونية السمعية والبصرية ، كل هذا انجر عنه ظهور مصطلح جديد ألا وهو الإعلام الإلكتروني وهو ما سنتطرق الى مفهومه اولا وبعد ذلك سنتناول انعكاسات هذا الاخير على الدعاية الانتخابية في عنصر ثاني.

المطلب الأول : تعريف الاعلام الالكتروني و إطاره التشريعي

لقد ساهمت الثورة التكنولوجية الحديثة في ظهور مصطلحات ومجالات جديدة وكثيرة ، وما يهمنا في دراستنا هذه هو مجال الاعلام الالكتروني الذي ساهم في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد او ما يعرف بالأعلام البديل هو الذي يشمل شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات الإلكترونية، من اهم

1 أ.م.د. بشرى داود السنجري،دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .،المجله المصريه لبحوث الاعلام، المجلد 2019،العدد66، الرقم المسلسل للعدد66، يناير201*،ص717، الموقع الالكتروني https://ejsc.journals.ekb.eg/article_86851.html،تاريخ الاطلاع2022/12/30، على الساعه17ساو07د.

2 حسين فاروق، التدوين المصغر ... مشهداً إعلاميا جديدا، الحوار المتمدن ، المحور: الصحافة و الاعلام ، https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=196396 ، تم زيارة الموقع بتاريخ 24/12/2022 على الساعة 17:44.

مميزاته حرية الرأي العام والحركية الدائمة للمعلومات من خلال تبادل الافكار بين المواطنين، يعود هذا للإمكانيات الفائقة التي توفرها شبكه الانترنت عوضا عن وسائل الاعلام التقليدية فستتطرق اولا الى الاعلام الالكتروني من خلال تعريفه وتحديد ضوابطه وفي عنصر ثاني سنتطرق الى انعكاسات هذا الاعلام الالكتروني على الدعاية الانتخابية .

أولا : تعريف الاعلام الالكتروني

يقصد به الصحافة التي تعتمد على نظام الملفات المتتابعة والمتسلسلة عن طريق الحاسوب ، فهي منشور الكتروني دوري أو غير دوري سواء تعلق بموضوع خاص او عام او سياسي او اجتماعي يتم قراءته من خلال جهاز الحاسب الآلي أو أي من الأجهزة التي ترتبط بالأنترنت بما فيها الهاتف النقال ، ويكون متاحا في شبكة الانترنت .[1]

كما تعرف أيضا بأنها عبارة عن مجموعات من الأخبار والأغراض التي يتم نشرها على شبكة الانترنت بواسطة صفحات أو مواقع الكترونية متخصصة إذا يقوم القارئ من خلالها يتفحصها والبحث داخلها وحفظها وطباعتها عن طريق الحاسوب او اي جهاز موصول بالأنترنت .[2]

و النشر الالكتروني هو اصدار عمل مكتوب بالوسائل الالكترونية خاصة الحاسب مباشرة ، أو من خلال شبكة اتصالات أو مجموعة من العمليات تتم بمساعدة الحاسب عن طريق ايجادي تجميعي وتشكيلي واختزال وتحديث المعلومات ، من أجل بثها لجمهور معين من المستفيدين .[3]

ثانيا : الإطار التشريعي للإعلام الالكتروني:

عرف المشرع الجزائري في القانون العضوي للإعلام رقم 20-332 [4]الاعلام الالكتروني بانه كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت بالمفهوم الذي قررته المادة 67 من القانون العضوي 12-05[5] وكل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت(ويب تلفزيون، ويب الإذاعة) المادة 69 من القانون العضوي 12-05 .

[1] –المحامي يعقوب بن محمد الحارثي ، المسؤولية المدنية عن النشر الالكتروني،الطبعة الأولى دار وائل للنشر الأردن ،2015 ، ص18.

[2] المرجع نفسه،ص19.

[3] المرجع نفسه، ص 26.

[4] مرسوم تنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 6 ربيع الثاني عام 1442 الموافق لـ22 نوفمبر سنة 2020، يحدد كيفيات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت و نشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني، ج ر ج ج ، العدد 77.

[5] القانون العضوي 12-05 المؤرخ في 21 صفر 1433 الموافق لـ 15 يناير 2012، المتعلق بالإعلام ، ج ر ج ج ، عدد 02.

ضوابط ممارسة الاعلام الالكتروني حسب التشريع الجزائري:

حسب المرسوم التنفيذي 20-332 في مادته 04 التي تنص يمارس نشاط الاعلام الالكتروني كل شخص معنوي يحمل الجنسية الجزائرية او مؤسسه او شركه تخضع لأحكام القانون الجزائري ويمتلك رأس ماله اشخاص طبيعيين او معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية.

المادة 5 من نفس المرسوم والتي تنص على انه يجب ان تتوفر في المدير المسؤول عن جهاز الاعلام الالكتروني جملة من الشروط وهي:

1. حامل شهادة جامعية أو شهادة معادلة ، ويتمتع بخبرة لا تقل عن ثلاث سنوات في ميدان الاعلام وان يكون حاملا للجنسية الجزائرية ويتمتع بحقوقه المدنية بتهم القذف او السب او الاهانة او التمييز أو الكراهية أو التحريض عليهما .
2. يتم توطين الإعلام الالكتروني عبر موقع الكتروني متوطن حصريا وماديا ومنطقيا ضمن نطاق (.DZ).
3. ترجم المرسوم التنفيذي للمؤسسة المالكة لجهاز الاعلام الالكتروني ان تصرح وتبرر مصدر رأسمالها والأموال الضرورية لتسييرها حسب المادة 07 من المرسوم التنفيذي 20-332[1] .
4. نص المادة 08 من نفس المرسوم يمنع على مالكها الخاضع للقانون الجزائري ملكيه او مراقبه او تسير أكثر من جهاز واحد للإعلام الالكتروني .
5. حزب نص المادة 09 لغة النشر أو البث في الاعلام الالكتروني هي اللغة العربية و الأمازيغية او بإحداهما ، أما استخدام اللغة الأجنبية فيكون بعد موافقة السلطة المكلف الصحافة الالكترونية او السلطة المكلفة لخدمه السمعي البصري عبر الانترنت).
6. تنص المادة 10 على أن يحتوي الموقع الالكتروني للإعلام الالكتروني اسم ولقب وعنوان المدير المسؤول عن جهاز الاعلام الإلكتروني ، وعنوان مقر الشركة او المؤسسة الملكة لجهاز الإعلام الإلكتروني، و رقم التسجيل ورقم الهاتف و والبريد الالكتروني الخاص بجهاز الإعلام الإلكتروني ومقدم خدمة الاستضافة .

[1] مرسوم تنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 6 ربيع الثاني عام 1442 الموافق ل22 نوفمبر سنة 2020، يحدد كيفيات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت و نشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني مرجع سابق .

المطلب الثاني : انعكاسات الاعلام الالكتروني على الدعاية الانتخابية والمخالفات المتعلقة به

ان الاعلام الالكتروني كغيره من التطورات التكنولوجية ساهم في تسهيل عملية الدعاية الانتخابية وذلك من خلال ما يوفره من إمكانيات في مجال النشر وتبادل المعلومات بين الأفراد والمرشحين، حيث ان الاعلام الالكتروني ساعد في كسر طوق الرقابة الحكومية على المجتمعات والأفراد، مما أضفى حرية أكثر في الحياة السياسية والذي يساعد بدوره في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الوعي السياسي والمشاركة السياسية[1].

أولا : انعكاسات الاعلام الالكتروني على الدعاية الانتخابية:

1- **إنشاء المواقع الإلكترونية الخاصة بالمترشحين** : ان وجود الاعلام الالكتروني ألقى بظلاله على الحياة السياسية والعمل السياسي بشكل كبير وملحوظ وذلك من خلال المزايا التي يوفرها من أهم تلك المزايا ة الخاصيات إنشاء المواقع الإلكترونية الخاصة بالمترشحين سواء أفرادا كانوا أم أحزاب، هذه المواقع تسمح للمترشحين بمخاطبة أكبر فئة ممكنة من جمهور الناخبين وخاصة الشباب منهم الذين يعرفون إقبالا كبيرا على استعمال الانترنت كما ان المواقع الالكترونية تسمح للمرشحين بعرض مختلف تحركاتهم اليومية والجولات الميدانية التي يقومون بها ، كما أن الموقع يسمح بالعرض الآني لما يقوم به المترشح او اي فكره أو موضوع أو نقاش يطرحه هذا الأخير.

2- **الأنية** : والتي تعتبر أهم ميزة من ميزات الإعلام الإلكتروني ، كونه يعتمد على نقل الاخبار باستعمال شبكة الانترنت والتي هي في اتصال دائما بين الأفراد سواء من خلال أجهزة الكمبيوتر الثابتة أو المحمولة وكذا أجهزة الهواتف النقالة واللوحات ذكيه التي يحملها الأشخاص معهم ويستعملونها على مدار اليوم مما يمكن المرشحين من الاتصال بهم وإيصال أفكارهم في وقت آني ولحظي بغض النظر عن زمان ومكان تواجد الناخبين .

[1] أ.م.د. بشرى داود السنجري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .مرجع سابق ،ص717، الموقع الالكتروني https://ejsc.journals.ekb.eg/article_86851.html،تاريخ الاطلاع2022/12/30، على الساعه17ساو07د.

3- **التفاعلية و التشاركية مع جمهور الناخبين** : ان من اهم سمات الاعلام الالكتروني وجود التفاعلية بين كل من صاحب الموقع الالكتروني وكذا مستخدمي هذا الموقع، بحيث نجد أن المرسوم التنفيذي 20-332 في المادة 16 منهم يلزم المدير المسؤول على جهاز الاعلام الالكتروني لتخصيص مساحات تفاعلية لمستخدمي هذا الاخير على ان تخضع للإشراف عبر إجراءات تقنية تسمح له بمراقبة المحتويات و فلترتها من كل الشوائب والأمور غير المشروعة التي قد ينجر عنها المساءلة الجنائية لمدير الموقع الإلكتروني.

ثانيا : مخالفات الدعاية الانتخابية من خلال الإعلام الإلكتروني

فرض الاعلام الالكتروني وجوده في الدعاية الانتخابية ، كأحد أهم المرتكزات والمنابر الإعلامية التي يستعملها المرشحين في الدعاية الانتخابية لعرض برامجهم وتطلعاتهم للمرحلة المقبلة ، وعبر هذا الاستعمال للإعلام الالكتروني قد يتجاوز البعض الأطر القانونية وتعليمات الدعاية ، وهو ما ينجر عنه مخالفات وجرائم قد تمس بسلامة ونزاهة العملية الانتخابية لذا فان المشرع الجزائري حدد بعض المخالفات والجرائم التي تدخل ضمن هذا النطاق وهو ما سنتطرق اليه في الآتي:

1. **الدعاية الانتخابية خارج النطاق الزمني** : يقصد بالجرائم المخلة بالمواعيد والتوقيتات الزمنية المحددة للدعاية الانتخابية كافة الأعمال والتصرفات الصادرة عن المرشحين او معاونيهم بصفة خاصة او من كافة المتصلين بالعملية الانتخابية بصفة عامة والتي تنطوي على مخالفات التحديدات الزمنية التي قررها المشرع[1]، لقد حددتها المادة 73 من المرسوم 21-01 بالإطار الزمني المحدد لعملية الدعاية الانتخابية مهما كانت الوسيلة المستعملة وهذا الذي ينطبق كذلك على الإعلام الإلكتروني حيث نصت أنه:" باستثناء الحالة المنصوص عليها في المادة 95 فقرة ثلاثة من الدستور، تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل 23 يوما من تاريخ الإقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة أيام من تاريخ الاقتراع ، وفي حال اجراء دور ثاني لاقتراع الحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون بالدور الثاني تفتح قبل 12 يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل 02 يومين من الاقتراع.

كما نصت المادة 74 على أنه " لا يمكن ايا كان ومهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان أن يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها في المادة أعلاه"، ولقد اهتمت التشريعات الانتخابية

[1] د. مصطفى محمود عفيفي ، المسؤولية الجنائية عن الجرائم الانتخابية للناخبين والمرشحين ورجال الإدارة، المرجع السابق بدون سنه نشر،ص176.

بتنظيم الدعاية الانتخابية وذلك لأهميتها وتأثيرها المباشر على النتائج النهائية ، حيث نجد أن للدعاية الانتخابية فترة زمنية محددة تجري من خلالها المنافسة الرسمية والمشروعة بين المرشحين ويتحقق الركن المادي لهذه الجريمة عند قيام الجاني بفعل يندرج تحت مفهوم الدعاية الانتخابية سواء شخصيا او عن طريق الغير ، كل فعل يتم من خلاله توزيع الملصقات او القصاصات وكذا الترويج و الدعاية لمرشح دون الاخرين لتأييد او اعتناق أفكاره الشخصية والسياسية ، وتعتبر من الجرائم العمدية التي يتحقق ركنها المعنوي بتوافر القصد الجنائي العام والمتمثل في علم الجاني بالمواعيد المحددة للدعاية الانتخابية التي لا يجوز له مخالفتها[1] و إلا ترتب عليه العقوبة حسب نص المادة 303 : يعاقب بغرامة من 200.000 دج الى 400.000 دج ، المترشح او الحزب الذي يخالف أحكام المادة 74 من هذا القانون العضوي " لا يمكن أيا كان مهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان ، أن يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها في المادة 73.

2. **استعمال لغة أجنبية :** بالرجوع الى نص كل من المادتين 3 و 4 من دستور 2020 التي تنصان على أن كل من اللغة العربية و الأمازيغية لغتين رسميتين للدولة الجزائرية مما يعني إمكانية استعمالهما حصرا في الدعاية الانتخابية الالكترونية و يمنع استعمال أي لغة أجنبية أخرى و هو ما نصت عليه المادة 76 من القانون العضوي 20-01 كما يلي " يمنع استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية " ، و بالرجوع الى نص كل من المادتين 3 و 4 من دستور 2020 والناصتان على أن كل من اللغة العربية الأمازيغية لغتين رسميتين للدولة الجزائرية مما يعني امكانية استعمالهما حصرا في الدعاية الانتخابية الالكترونية وفي حال مخالفة هذه المواد ، نجد أن المادة 304 من القانون العضوي 21-01 نصت على العقوبة المخصصة لذلك وهي كما يلي " يعاقب بغرامة من 400.000 دج الى 800.000 دج و بحرمانه من حق التصويت وحق الترشيح لمدة خمس سنوات على الأكثر ، كل من يخالف أحكام المادة 76 من هذا القانون العضو.

3. **إستعمال الإشهار التجاري في الدعاية الانتخابية :** يعد الإشهار شكلا من اشكال الاتصال يوجه الى التشجيع المباشر او غير المباشر لاقتناء السلع او الخدمات ، كما يهدف الى اعطاء صوره

[1] د.ضياء عبد الله عبود جابر الاسدي، جرائم الانتخابات ، المرجع السابق، ص 298.

معينه او شخص، قصد التعريف والترويج للخدمات المعروضة[1] ،يتميز الاشهار الالكتروني عبر شبكة الانترنت بسرعه فائقة وكذا يتم عن بعد دون حاجة الى الاتصال المادي وهو مستمر لا ينقطع على مدار الساعة ولقد عرف المشرع الجزائري الاشهار في المرسوم التنفيذي90-39[2] المؤرخ في 30-01-1990 المتعلق بالرقابة والجودة وقمع الغش في مادته 02 الفقرة 08 " جميع الاقتراحات او الدعايات او البيانات او العروض او الاعلانات او المنشورات او التعليمات لتسويق سلعه او خدمه بواسطة اسناد بصريه او سمعية" ، لم يتطرق الى الوسيلة المستعملة في الإشهار كما نصت عليه المادة 80 من القانون العضوي 21-01 " يمنع طيلة الحمل الانتخابية استعمال أي طريقة إشهارية تجارية لغرض الدعاية الانتخابية " ، اما فيما يخص العقوبة المقررة لهذه مخالفة فقد نصت عليها المادة 292" يعاقب بغرامة من 100.000 دج الى 500.000 دج كل من قام بإشهار تجاري لأغراض دعائية خلال فترة الحملة الانتخابية " .

4. **استعمال التمييز و خطاب الكراهية :** ان الدعاية الانتخابية ترتكز اصلا على حرية تعبير المرشح عن افكاره وآرائه السياسية من خلال لقاءات وخطب يلقيها على مسامع جمهور الناخبين او ينشرها في وسائل الاتصال السمعية البصرية ، وفي خضم هذا التواصل قد يحدث ان يحتوي الخطاب الذي يلقيه المرشح في طياته صراحة او ضمنيا بعض معاني التمييز العنصري وخطاب الكراهية ضد فئة ما او اشخاص معينين بحجه حرية التعبير وكذا التذرع بالدعاية الانتخابية، فجريمة التمييز وخطاب الكراهية ترتكز على احداث تفاوت بين الافراد ناشئ عن تفرقه وازدراء مبني على اسس عرقيه او دينيه او لغويه او جغرافية او إثنية او الحالة الصحية للضحية ، لذا نجد المادة 37 من دستور 2020 والتي تنص على " كل المواطنين سواسية أمام القانون ، ولهم الحق في حماية متساوية ولا يمكن أن يتذرع بأي تمييز يعود سببه إلى المولد او العرق او الجنس او الرأي او اي شرط او ظرف اخر شخصي او اجتماعي " و كذا المادة 293 من القانون العضوي 21-01 " يعاقب كل شخص يشارك في الحملة الانتخابية ويستعمل خطاب الكراهية أو كل شكل من أشكال

[1] د.يمينه حوحو، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري، الطبعه الاولى دار بلقيس، الجزائر، 2016،ص61.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق لـ 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، ج ر ج ج ، عدد 05.

التمييز وفقا لأحكام المواد من 30 إلى 42 من القانون رقم 20-05 [1] المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق 28 ابريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية" ، وبالرجوع الى إلى المادة 34 من هذا القانون والتي تنص على " يعاقب بالحبس من خمس سنوات الى عشر سنوات وبغرامة من 5.000.000 دج إلى 10.000.000 دج ، كل من ينشئ أو يدير او يشرف على موقع إلكتروني أو حساب إلكتروني مخصص لنشر معلومات للترويج لأي برنامج او افكار او اخبار او رسوم او صور من شانها اثارة التمييز والكراهية في المجتمع" .

5. **استعمال الحركات والإشارات المهينة :** ان من الثوابت الدستورية عدم المساس بحرمه الانسان من خلاله أي عنف بدني او معنوي وكذا المعاملات المهينة ، وهو ما نصت عليه المادة 39 من دستور 2020 " تضمن الدولة عدم انتهاك حرمة الإنسان ويحضر اي عنف بدني او معنويا او اي مساس بالكرامة ، يعاقب القانون على التعذيب وعلى المعاملات القاسية واللا إنسانية او المهينة...." كما نصت عليه المادة 85 من القانون العضوي 21-01 " يجب على كل مترشح أن يمتنع عن أي حركة أو موقف أو عمل أو سلوك عنيف، غير مشروع أو مهين او شائن او غير قانوني او لا اخلاقي وان يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية " ، كما نص المشرع على العقوبة المقررة لهذا الفعل حسب نص المادة 306 من القانون العضوي 21-01 والتي تنص على " يعاقب بالحبس من خمسة ايام الى ستة اشهر وبغرامة من 6.000 دج الى 60.000 دج او بإحدى هاتين العقوبتين كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها في المادة 85 من هذا القانون العضوي" .

6. **الاستعمال السيئ لرموز الدولة :** مما لا شك فيه ان لكل دوله رموزا تميزها في المجتمع الدولي وتختلف من دوله الى أخرى ، تعبر هذه الرموز عن انتماء او عن مدلول ديني او ثقافي او تاريخي ، تكون ذات قيمه معنوية عالية و تتمتع بحماية قانونية، وفيما يخص الدولة الجزائرية و بالرجوع إلى نص المادة 06 من دستور 2020 والتي تنص على " العلم الوطني والنشيد الوطني

[1]- القانون رقم 20-05 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق 28 ابريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية، ج رج ج ، العدد 25 لسنة 2020.

من مكاسب ثورة أول نوفمبر وهما غير قابلين للتغيير، هذان الرمزان من رموز الثورة، هما رمزان للجمهورية ...." ، ما يمكن استخلاصه من استقراء هذه المادة القانونية ان الدستور الجزائري لسنه 2020 قد حدد قانونا ما يمكن اعتباره رمزا من رموز الدولة، وهما العلم و والنشيد الوطني ، وبحكم ان الدعاية الانتخابية تهدف الى التأثير على مشاعل الناخبين وإستمالتاهم، يلجا المرشحون الى استعمال هذه الرموز ولكن ضمن اطار قانوني نصت عليه المادة 86 من القانون العضوي 21-01 من خلال " يحضر الاستعمال السيئ لرموز الدولة " ، كما نجد أن المادة 307 من هذا القانون العضوي تنص على العقوبات التي يجب توقيعها في حال مخالفة الضوابط القانونية وهي كالأتي:" يعاقب بالحبس من خمس سنوات الى 10 سنوات وبغرامة 100.000 دج الى 200.000 دج ، كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها في المادة 86 من هذا القانون العضوي .

خاتمة :

في نهاية دراستنا للدعاية الانتخابية باعتبارها حقا اساسي من الحقوق السياسية كفله القانون لكل مترشح، كفضاء ليقوم فيه بالتعبير عن آرائه ومعتقداته السياسية وكذا برنامجه السياسي وإيصالهم الى اكبر فئة ممكنه من جمهور الناخبين معتمدا على الضمانات القانونية التي اقرها المشرع وكذا الوسائل المادية التي سمح بها ووضعها تحت تصرفه القانون ، من بين هذه الوسائل وهو ما تطرقنا اليه في دراستنا هذه الاعلام الإلكتروني ، والذي يعتبر من اهم الوسائل الحديثة التي وفرتها شبكه الأنترنت، بما تحتويه وتوفره من مزايا مختلفة من سرعة الاداء والأنية والتفاعلية بين كل من المرشحين والناخبين، إلا انها تحمل في طياتها بعض العيوب والمساوئ كالمخالفات والجرائم التي يمكن اقترافها باستعمال الاعلام الالكتروني في مجال الدعاية الانتخابية، ان من اهم النتائج المتوصل اليها في دراستنا هذه هي:

- الدعاية الانتخابية حق اساسي لكل مترشح، يسمح له بالتعريف ببرنامجه السياسي بكل حريه ومساواة.
- اطر المشرع الجزائري عمليه الدعاية الانتخابية ضمن ضوابط قانونيه يمكن القول عنها انها صارمة بما يكفي لضمان سلامه العملية الانتخابية .

- نص المشرع الجزائري على مجموعه من المبادئ التي تحكم عمليه الدعاية الانتخابية بما يضمن تكافؤ الفرص بين المرشحين .
- تعتبر وسائل الاعلام المرئية من اهم وسائل الدعاية الانتخابية وأكثرها تأثيرا على جمهور الناخبين .
- مكن الاعلام الالكتروني وكذا مواقع التواصل الاجتماعي المرشحين من الوصول الى المواطنين والناخبين باستخدام برامج تسويقية وترويجية ضمن منهجيات عمليه واحترافية في هذا المجال.
- ساهمت الوسائط الإلكترونية وكان الاعلام الالكتروني في زيادة ونشر الوعي السياسي من خلال ضمان التفاعل بين الناخبين والمرشحين عبر الاتصال المباشر.
- محاولة المشرع الجزائري الإحاطة بمختلف انواع المخالفات والجرائم التي يمكن ان تمس عمليه الدعاية الانتخابية سواء فيما تعلق الأمر بالأعلام الالكتروني ، او استعمال الوسائط السمعية البصرية .
- صعوبة تحديد و حصر جرائم و مخالفات الإعلام الإلكتروني المتعلقة بالدعاية الانتخابية نظرا للجانب التقني البحت لعملية الإعلام الإلكتروني عبر الشبكة العنكبوتية .

التوصيات:

بالنظر الى اهميه عمليه الدعاية الانتخابية كمرحله من مراحل العملية الانتخابية وما يترتب عنها من تأثيرات على نتائج الانتخابات ، وكذلك النتائج المتواصلة اليها من خلال دراستنا لموضوع الدعاية الانتخابية باستعمال الاعلام الالكتروني نقدم بعض التوصيات التي نرى من وجهه نظرنا انه على المشرع تداركها وهي كالأتي:

- على المشرع الجزائري ان يتدارك القصور في المفاهيم والمسميات التقنية والقانونية في مجال الاعلام الالكتروني.
- وكذا العمل على تحديد بعض المعالم القانونية المبهمة في ما يخص تحديد رموز الدولة وكذا الحركات والإشارات المهينة و الإشهار التجاري المنصوص عليهم في القانون العضوي21-01 المتعلق بالانتخابات.

- استحداث آليات جديدة لضبط مجال الإعلام الإلكتروني ، بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية و السياسية و الاجتماعية ، و إدراجه كآلية أساسية في الدعاية الانتخابية ، خاصة بعد إنتهاج الحوكمة و الإدارة الإلكترونية في سير العملية الانتخابية .

قائمة المصادر والمراجع:

- النصوص القانونية:

- دستور 2020، المؤرخ في 15 جمادي الأول 1442 الموافق لـ 30 ديسمبر 2020،ج ر ج ج عدد 82 لسنة 2020.
- القانون العضوي 12-05 المؤرخ في 21 صفر 1433 الموافق لـ 15 يناير 2012، المتعلق بالإعلام ، ج ر ج ج ، عدد 02 لسنة 2012.
- القانون العضوي 21-01، المؤرخ في 10 مارس 2021، المتعلق بنظام الإنتخابات، ج ر ج ج، عدد 14 لسنة 2021.
- القانون رقم 20-05 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق 28 ابريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية، ج رج ج ، العدد 25 لسنة 2020.
- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق لـ 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، ج ر ج ج ، عدد 05 لسنة 1990.
- مرسوم تنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 6 ربيع الثاني عام 1442 الموافق ل22 نوفمبر سنة 2020، يحدد كيفيات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت و نشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني، ج ر ج ج ، العدد 77 لسنة 2020.

- الكتب:

- د. صفوت العالم، الدعاية الانتخابية، كليه الاعلام جامعه القاهرة ، نهضه مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2006.
- د. مصطفى محمود عفيفي ، المسؤولية الجنائية عن الجرائم الانتخابية للناخبين والمرشحين ورجال الإدارة، دراسة مقارنه في النظامين الانتخابيين المصري والفرنسي، دار النهضة، القاهرة مصر ،بدون سنه نشر.
- د.الورد ابراهيمي ، النظام القانوني للجرائم الانتخابية دراسة مقارنة،دار الفكر الجامعي الاسكندرية، مصر، 2008.
- د.ضياء عبد الله عبود جابر الأسدي، جرائم الانتخابات ، الطبعة الاولى ، مكتبة زين الحقوقية والأدبية ، لبنان، 2009.
- د.علي الصاوي-د. جمال عبد الجواد، الطريق الى البرلمان ، المجموعة المتحدة، القاهرة، بدون سنة نشر .

- د.يمينه حوحو، عقد البيع الالكتروني في القانون الجزائري، الطبعة الاولى دار بلقيس، الجزائر، 2016.
- يعقوب بن محمد الحارثي ، المسؤولية المدنية عن النشر الالكتروني،الطبعة الأولى، دار وائل للنشر الأردن،2015.

- الرسائل والمذكرات:

- عبد المؤمن عبد الوهاب ، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية" مقاربة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام السياسي الجزائري"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق جامعة قسنطينة،2007.

- المقالات:

- د. لبيبة عبد النبي إبراهيم عبد المعطي ، المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التسويق السياسي، دراسة تحليلية من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في الفترة من 2006 الى 2018، مجلة البحوث الإسلامية ، العدد 55، جامعه الأزهر ، مصر ، 2020 .

- المواقع الإلكترونية:

- د. حسين فاروق، التدوين المصغر ... مشهداً إعلاميا جديدا، الحوار المتمدن ،
- المحور: الصحافة و الاعلام ،
https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=196396 ، تم زيارة الموقع بتاريخ 24/12/2022 على الساعة 17:44.
- د. بشرى داود السنجري،دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .،المجله المصريه لبحوث الاعلام، المجلد 2019،العدد66، الرقم المسلسل للعدد66، يناير 201، الموقع الالكتروني https://ejsc.journals.ekb.eg/article_86851.html،تاريخ الاطلاع2022/12/30، على الساعه17ساو07د.