

التنظيم القانوني لدور الأعلام الالكتروني في الدعاية الانتخابية (دراسة قانونية مقارنة في ضوء وسائل التواصل الاجتماعي)

الاستاذ المساعد / سهى زكي نوري عياش

جامعة البصرة / كلية القانون

الملخص:

تعد الدعاية الانتخابية من اهم مرحلة من مراحل الانتخابية ، لذا دوما ما تتطلب هذه المرحلة مزيدا من الحرص والاهتمام من قبل المشرع لاسيما مع حالة التطور الالكتروني المتلاحقة على صعيد الاتصالات ونقل المعلومات . لذا نهدف من خلال هذه الدراسة أبراز دور تكنولوجيا الإعلام في الجانب السياسي لاسيما في الحملات الخاصة بالدعاية الانتخابية للمرشحين ، إذ عرفت فيها الدعاية الانتخابية تغيرا في الممارسة فانقلبت بذلك الدعاية الانتخابية من الممارسة القائمة على الوسائل والأساليب التقليدية إلى الوسائل والأساليب الحديثة أو مايسمى بالدعاية الانتخابية الالكترونية المعتمدة على شبكات التواصل الاجتماعي ، بغية التعريف بالمرشح والترشيح لبرنامج وتوثيق الصلة بينه وبين الناخبين ، فالعديد من الدول عرفت هذا النوع من الحملات في الترويج لمرشح او حزب سياسي معين . وتركزت الدراسة على كيفية معالجة المشرع العراقي في قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ لهذه المرحلة ومدى إمكانية تطبيق تلك النصوص على وسائل الدعاية الانتخابية عبر الفيس بوك وتويتر عبر الشبكة الدولية للاتصالات "الانترنت" وبيان أهم الثغرات في نصوص هذا القانون ومقارنة ذلك مع بعض قوانين الدول مثل فلسطين وتونس . من خلال التطرق إلى التنظيم القانوني الإجرائي لمرحلة الدعاية الانتخابية لتسليط الضوء على تنظيم الحق في الدعاية الانتخابية ووسائلها المشروعة ، الى جانب بيان ضوابط الدعاية الانتخابية ومن ثم بيان اهم الضمانات لمرحلة الدعاية الانتخابية .

الكلمات المفتاحية : (انتخابات، إلكتروني ، قانون، إعلام).

The Legal Regulation of the Role of Electronic Media in Electoral advertising

(a comparative legal study in light of social media)

Assistant Professor/Suha Zeki Noori Ayash

University of Basra / College of Law

Abstract:

The electoral campaign stage is one of the most prominent stages of the electoral process, so this stage always requires more care and attention on the part of the legislator, especially with the successive state of electronic development at the level of Communication and information transfer. Therefore, we seek through this study to highlight the role of media technology in the political aspect, especially the campaigns for electoral campaigning for candidates. With electronic electoral campaigning based on social networks, in order to introduce the candidate, promote his program, and document the link between him and his audience, and many countries have known this type of campaign in promoting the candidate or a specific political party, and the study focused on how the Iraqi legislator deals with the Iraqi Parliament Elections Law No. 9 of the year 2020 for this stage and the extent of the applicability of that The texts on the means of electoral campaigning via Facebook and Twitter via the International Network for Internet Communications and the most important gaps in the texts of this law and comparing that with some laws of countries such as Palestine and Tunisia by addressing the procedural legal organization of the electoral campaigning stage to highlight the regulation of the right to electoral advertising and its legitimate means In addition to a statement of the election campaign controls and then a statement of the most important safeguards for the electoral campaign phase .

Keywords: (elections, electronic, law, media).

المقدمة:

تعتبر الانتخابات في العصر الحديث من أهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الأفراد والأحزاب السياسية للوصول إلى السلطة ، وتمت العملية الانتخابية بمراحل عديدة مثل الترشيح والموافقة على الترشيح والدعاية للبرنامج الانتخابي ويوم الانتخابات ، ويوم الاعلان عن النتائج ، وتعتبر الدعاية الانتخابية من المراحل العملية الانتخابية الهامة ، و يستطيع كل مرشح من خلال الدعاية الانتخابية التعبير عن أفكاره وبرنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يضمن الحصول على تأييد الناخبين . ولا ينكر احد الدور المهم الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في دول العالم ، والذي أصبح دورا فاعلا ومؤثرا إلى حد كبير في سير الدعاية الانتخابية ، ولما كانت الدعاية الانتخابية تعتمد على الوسائل التقليدية ، إلا أن التطور التكنولوجي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي جعلت المرشح ينظر بعين الأهمية إلى هذه الوسائل ، إذ تعد من انجح الوسائل وأفضلها نظرا لتأثيرها الكبير على شريحة واسعة من أبناء المجتمع ، واختصارها للوقت والجهد والمال ، وقدرتها في الوصول إلى الناخب في إي وقت ، وأصبحت تعطي صورة أولية عن المرشح وبرنامجه وأهدافه بعيدا عن الصورة التقليدية التي تتمثل في الاجتماعات في القاعات خاصة في ظل ظروف جائحة فيروس كورونا المستجد . وتعليق صور المرشح على الأعمدة وفي الشوارع التي تعطي مظهر غير لائق ، كما أنها لم تعد تلائم الأنماط العصرية الحديثة .

أولا : أهمية البحث

أن الدراسة القانونية مهمة في إي مجال كانت ، لاسيما عندما ترتبط بمجال الإعلام ، الذي يعتبر عن الدول السلطة الرابعة ، وتكمن أهمية البحث في أنها تتناول شقين أساسيين ومتغيرين رئيسيين هما التشريعات الإعلامية المتعلقة بالإعلام الإلكتروني (الرقمي) ، والجانب الآخر يتمثل في مدى احتواء القوانين الانتخابية في الدول محل الدراسة على النصوص القانونية التي تضمن ضبط مرحلة الدعاية الانتخابية ووسائلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، فلا يختلف الاثنان على أهمية الإطار القانوني والتنظيمي للإعلام الإلكتروني في مرحلة الدعاية الانتخابية خاصة في العراق ، إذ اعتبر سكوت المشرع على هذا تنظيمه في نصوص قانونية خاصة حاله من الشغور والإهمال ، خاصة في ظل التطور المتواصل لتحقيق النزاهة والشفافية في العملية الانتخابية عبر الوسائل الإلكترونية .

ثانيا : مشكلة البحث

تبرز مشكلة البحث من خلال ملاحظة أن التشريعات الانتخابية في العراق وحتى قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ لم تتطرق إلى معالجة وسائل التواصل التكنولوجي واستخدامها في الدعاية الانتخابية ، على غرار قوانين انتخابات في معظم الدول ، إذ تم الإشارة إلى الوسائل التقليدية فقط ، وهذا يعتبر ثغره في التشريعات الانتخابية ، والتي كان من المتوقع على المشرع العراقي أن يلتفت إلى هذا الأمر ، خاصة مع تزايد إعداد الحالات المصابة بفيروس كورونا ، فان الفترة المقبلة لن يكون هناك دعاية انتخابية بشكلها التقليدي ، وسيعتمد المرشحون على وسائل

الدعاية الحديثة من على المنصات الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي ،دون اللجوء الى المؤتمرات الضخمة والتي قد يكون لها مردود سلبي على مكافحة انتشار فيروس كورونا .

ثالثا : هدف البحث

يهدف البحث إلى ما يأتي :

١. إبراز الأهمية القانونية والتشريعية للإعلام الالكتروني ، وبيان كيفية التعامل في حالة الفراغ التشريعي للإعلام الالكتروني .
٢. التطرق إلى عدد من الدول كفسطين وتونس والتي أشارت في تشريعاتها الانتخابية بالتنظيم الإجرائي والجزائي للدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
٣. بيان موقف التشريعات والأنظمة الانتخابية في العراق من الأعلام الالكتروني المتمثل بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بالدعاية الانتخابية .
٤. توضيح المبادئ القانونية والضمانات التي تساهم في تعزيز النزاهة والشفافية للعملية الانتخابية عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة .
٥. الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالأفعال التي تنتهك النصوص القانونية المنظمة للدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي هل تعتبر جرائم الكترونية ؟ وبيان الآثار التي تترتب على هذه الجرائم .

رابعا : منهجية البحث

سوف يتم الاعتماد على النهج التحليلي المقارن للنصوص القانونية الانتخابية والنافذة لعدد من الدول في القوانين المقارنة والتي ينسحب تطبيقها على وسائل الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

خامسا : هيكلية البحث

- المبحث التمهيدي : الإطار المفاهيمي للإعلام الالكتروني .
- المطلب الأول : المفهوم القانوني للإعلام الالكتروني .
- المطلب الثاني : وظائف الإعلام الالكتروني .
- المبحث الأول : التعريف بالدعاية الانتخابية .
- المطلب الأول : المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية .
- المطلب الثاني : وسائل الدعاية الانتخابية .
- المبحث الثاني : التنظيم الإجرائي لمرحلة الدعاية الانتخابية .
- المطلب الأول : المبادئ القانونية التي تحكم الدعاية الانتخابية .
- المطلب الثاني : قيود ومحظورات الدعاية الانتخابية .
- المبحث الثالث : ضمانات حماية الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

المطلب الأول : الرقابة على دعاية الانتخابية .

المطلب الثاني : التنظيم الجزائي لمرحلة الدعاية الانتخابية .

المبحث التمهيدي: الإطار المفاهيمي للإعلام الإلكتروني

يقال ان لكل عصر آليات للإعلام والتواصل، وبهذه المفهوم البسيط يمكن أن نعبر اليوم عن زيادة الاستخدام لوسائل الإعلام الإلكترونية والتي صورة أساسية تعتمد على شبكة المعلومات تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل، أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الو أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو إي اختصاص في البرمجة المعلوماتية . وهنا لابد من تسليط الضوء على المفهوم الإعلام الإلكتروني ومن ثم التطرق إلى أهم وظائف الإعلام الإلكتروني .

المطلب الأول : مفهوم الإعلام الإلكتروني

اختلفت المسميات التي أطلقت على الإعلام بشكله الحديث ، فأطلق عليه الإعلام الجديد ، الإعلام الرقمي ، الإعلام البديل ، الإعلام الافتراضي ، الإعلام التفاعلي ، والأعلام الإلكتروني ، وهذه التسميات بمجملها كانت نتاج التزاوج الحاصل بين وسائل الإعلام التقليدية والتطور التكنولوجي الذي ربطها بشبكة الانترنت . ومهما تكن التسمية فيمكن تعريف الأعلام لغتا بأنه ((مصدر اعلم إي نشر بواسطة الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة ، وعلم الشخص الخبر حصلت له حقيقة العلم ، عرفه وأدركه واعلمه بالأمر واخبره به وعرفه إياه وأطلعاه عليه)) . فالإعلام هو التبليغ و الإيصال ، يقال بلغت القوم بلاغا إي وصلتهم الشيء المطلوب ^(١) . أما الأعلام اصطلاحا فذهب أوتوجروت الألماني إلى تعريف الأعلام بأنه ((البيان الموضوعي لعقلية وميول الجماهير وروحها واتجاهاتها في ذات الوقت)) ، وهذا التعريف يركز على نشر الأخبار والتثقيف والتنوير ومصادقية المعلومات التي تنساب إلى اذهان الناس ^(٢) . في حين ذهب البعض إلى تعريف الأعلام الإلكتروني بأنه ((عملية اجتماعية تتم فيها الاتصال عن بعد بين أشخاص يتبادلون الأدوار في بث الرسائل المتنوعة الاتصالية واستقبال النظم الرقمية ووسائل لتحقيق أهداف محددة)) ^(٣) . وكذلك عرف ((مجموعة أنشطة واليات الرقمية الجديدة التي تمكن نشر وإنتاج واستهلاك بمختلف أشكاله المحتوى الإعلامي من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة و غير متصلة بالانترنت)) ^(٤) .

المطلب الثاني : خصائص الأعلام الإلكتروني

فرض الأعلام الإلكتروني بتنوع أشكاله وبخصائصه المميزة واقعا إعلاميا جديدا من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية ، وإمكانية الوصول الى جميع أنحاء الأرض دون اعتبار للحدود والحوجز المكانية والزمانية ، إذ يتميز الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن بقية أنواع الأعلام الأخرى ، وتتمثل هذه الخصائص بما يلي :

أولاً : اللامكان

يتخطى الأعلام الإلكتروني كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي حالت منذ فجر التاريخ دون انتشار الافكار وامتزاج الناس وتبادل المعارف ، اما اليوم فنمر مقادير هائلة من المعلومات عبر الحدود على شكل اشارات الكترونية وفي هذا ايجابيات وسلبيات (٦) .

ثانياً : التفاعلية

هذه السمة لم تكن تميز سوى اشكال الاتصال المواجهي ، بينما كان الاتصال الجماهيري يفقدها تماما ، وتعني التفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي والاتصال في اتجاه واحد من المرسل الى المتلقي ، وهو ماكان يتسم به الاتصال الجماهيري اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية . وتعد التفاعلية من اهم خصائص الاعلام الإلكتروني ، من خلال العديد من الانماط الاتصالية ، وهي تظهر في التفاعل بين الفرد والوسيلة وبين الاشخاص والمستخدمين لها ، وايضا تفاعل المستخدم مع المحتوى ، وهي خاصة اتحت لمتلقي المادة الاعلامية خبرا او اعلانا او معلومات ان يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برايه فيها ويعلق عليها مصححا او مضيفا او موضحا (٧) .

ثالثاً : اللزمان

ان السرعة الكبيرة التي يتم بها نقل المعلومات عبر شبكة تسقط عامل الزمن في الحسابات ، وتجعل المعلومه تسري بين كل انحاء العالم في نفس الوقت وهذا مايسمى بعصر المساواة المعلوماتية (٨) .

رابعا : التوفر والتحديث المستمر

بامكان اي مواطن ان يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع انحاء العالم ، اذ وفر الاعلام الجديد بقدرته على البث المستمر وتحديث ما ينشر من اخبار ومعلومات اولا باول وفور حدوثها ، اي امكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الانبي ولم يعد المتابع مضطرا الى انتظار مواعيد نشرات الاخبار لمعرفة مايدور في العالم ، ولم مضطرا لانتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة اخبار اليوم السابق ، كما وسائل الاعلام الإلكتروني وفرت ارشيفا يستطيع عن طريقه من يريد ان يرفع الى اي معلومة او خير مهما ابتعد عنها زمنيا او مكانيا (٩) .

المطلب الثالث : وظائف الاعلام الإلكتروني

اظهرت نتائج الدراسات والبحوث التي اجريت حول الوظائف الاساسية للاعلام الإلكتروني وهي : -

اولا : الوظيفة الاخبارية

ان مواقع التواصل الاجتماعي التي تقوم بتقديم معلومات كثيرة عن الأحداث والوقائع على مستوى الدول وهي بذلك تقوم بمهمة أساسية اخبارية تساعدها في ذلك تسهيل الاتصال بها ، وسرعة الاعلام كما تقوم الالاف من مواقع التواصل بتوفير معلومات عن الأحداث العالمية ، في اطار تقديم خدمة الاعلامية متكاملة التي تراه المواقع ، وهذا ماانتمسه بالمواقع التواصل الاجتماعية (١٠) .

ثانيا : الوظيفة الدعائية

يقوم الاعلام الرقمي بتدعيم الاعلام الدعايات التي تتضمن في جانبيها السلبي لتحقيق الهيمنة الثقافية والاجتماعية ، اذ تساهم وسائل الاعلام في ترسيخ تقاليد المسار الديمقراطي ، وذلك لعدة اعتبارات وامكانيات تؤهل وسائل الاعلام وتخرجها نحو فضاء التمكين وتجعلها سلطة رابعة وطرف فاعل في رصد اجواء العمل السياسي في مناخ ديمقراطي فاعل ، باعتبارها اداة لوجستية لنقل المعلومة السياسية التي تسمح برفع الوعي السياسي للمواطن وتعريفه بحقوقه وواجباته ويظهر دور الاعلام الالكتروني ايضا في الدعاية الانتخابية خصوصا بعد التطور الذي عرفته ادوات الاتصال وتكنولوجيا تأثيرا كبيرا على المجال السياسي خاصة فيما يخص الاحزاب السياسية وقوائم المرشحين للانتخابات (١١) .

ثالثا : تقديم المعلومات

بجانب الوظيفة الاخبارية تنصدر آليات الاعلام الالكتروني باقي الآليات الاخرى في تقديم البيانات والمعلومات في مختلف النواحي حتى اصبحت التقنيات المنبع الأساسي للمعلومات ، وتتصدر هذه الوظيفة على الوظائف تصل الى (٧٠-٩٠%) من اسباب استعمال الانترنت.

رابعا : المساعدة في العملية التعليمية

اذ بدا الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج كثيرة فانتشرت الكثير من المفاهيم في هذا المجال مثل التعليم الفردي او الذاتي التعليم القائم على الكمبيوتر ، وقد اهتمت الحكومات بهذا المجال وطورت الكثير من استخدام الحاسوب في التعليم نظرا لاهميته خصوصا في ظل الطرف الذي يعيشه العالم المتعلق بجائحه كورونا والتي اظهرت اهمية التعليم الالكتروني في جميع الدول اذ له دور في استمرار العملية التعليمية (١٢) .

المبحث الاول :التعريف بالدعاية الانتخابية

تعتبر الانتخابات في العصر الحديث من اهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الافراد والاحزاب السياسية للوصول الى سلطة ، لذا فانها تحتاج الى تنظيم قانوني يتمثل في التشريع الدستوري والتشريعات المتعلقة بالانتخابات والانظمة والتعليمات التي تنظم العملية الانتخابية ، وقبل الدخول في دور الاعلام الالكتروني في الدعاية الانتخابية لابد من معرفة مفهوم الدعاية الانتخابية من الناحية الاعلامية والقانونية .

المطلب الاول : مفهوم الدعاية الانتخابية

لمعرفة مفهوم الدعاية الانتخابية لابد من بيان ان هنالك مفهومان للدعاية الانتخابية وهو المفهوم الاعلامي والمفهوم القانوني .

الفرع الاول : المفهوم الاعلامي للدعاية الانتخابية

ان الدعاية الانتخابية فيها جانب اعلامي يتمثل في كيفية توصيل الافكار للمتلقين وهم مجموعة الناخبين ، فالمقصود بالدعاية الانتخابية من الناحية الاعلامية بانه ((آليات متعددة التي يتخذها الكيان السياسي لاستمالة الناخبين للاداء باصواتهم لصالحه)) (١٣) . وبما ان للدعاية الانتخابية قواعد وتقاليد واصول ، فان لكل كيان سياسي حقا في ممارسة

الوسائل والاساليب الشرعية جميعها لتحقيق مقاصده في الوصول للحصول على اصوات الناخبين باستمالتهم للاداء باصواتهم . اذ ان نجاح الانتخابات لايعتمد على ما يحدث في يوم التصويت فقط ، وانما يجب دراسة الانتخابات بتفاصيلها المختلفة والتي تشمل بطبيعة النظام الانتخابي ، وتسجيل الناخب ، وتنظيم الحزب ، واعلام الناخب كيفية الادلاء بالتصويت ، وتشجيعه في ممارسة حقه بالتصويت هذه الامور كلها تشير الى انتخابات حرة ونزيهه لها اهمية بنجاح العملية الانتخابية ، اذ يمكن تعريف الحملة الانتخابية من الناحية الاعلامية بانه ((الانشطة التي يمارسها الحزب و المرشح السياسي لامداد الجمهور والناخبين بالمعلومة الكافية عن سياسته وبرامجه واهدافه ، بهدف التأثير على الناخبين بكافة الآليات والاساليب خلال القنوات الاتصال بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي ، وذلك بهدف الحصول على اصوات الناخبين والفوز بها ^(١٤) . اما دنيس ماكويل فعرفها بانها ((جهود اتصالية تمتد الى مدة زمنية تستند الى سلوك مؤسسي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو اهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت)) . اما ببسيلي فيعرف الحملة الانتخابية بانها ((نشاطات مقصودة للتاثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الاخرين ، عن طريق استخدام اساليب استمالة اعلامية تؤثر في الجمهور ، وان مفهوم اعادة تشكيل يعد من اهم السمات التي تميزها بوصفها نشاطا اتصاليا سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي او على مستوى الحياة الفردية)) ^(١٥) .

الفرع الثاني : المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية

ان التعرف على المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتبين من خلال مجموعة من القوانين التي تنظم العملية الانتخابية وبعض قوانين الانتخابات التي تحرص بعضها على بيان تعريف للدعاية الانتخابية ، كما ويتضح هذا المفهوم من خلال بعض الكتاب فيما يضعونه في جميع المسائل المتعلقة بالانتخابات من تعريف الدعاية الانتخابية . فنلاحظ قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ عرف الدعاية الانتخابية فجاءت بانها ((هي الدعاية الانتخابية التي تتمثل في مختلف النشاطات الانتخابية القانونية التي تقوم بها الهيئات الحزبية المسجلة والمرشحون لتوضيح برامجهم الانتخابية للناخبين)) ^(١٦) . ويلاحظ ان نص المادة (١/٤٥) سالفة الذكر توضح فقط ماهية الدعاية الانتخابية دون النص صراحة على الحق في تلك الدعاية ، مقارنة بذلك ماورد في المادة (١/٢٥) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ ، وكذلك المادة (١ / ٦١) من قانون رقم ١ لسنة ٢٠٠٧ ، اذ تعطي كل من هاتين المادتين الحق للقوائم والمرشحين في الدعاية الانتخابية باي طريقة كانت او اسلوب لايعارض مع المشروعية ، اي ان للقوائم والمرشحين الحق في القيام بالاتصال بجمهورهم الانتخابي باي وسيلة كانت ، طالما لم يحدد النص وسيلة بعينها ، بشرط ان لاتخالف القوانين النافذه ، وبالتالي قد تكون الوسيلة كالوسائل التقليدية المألوفة كالمهرجانات الخطابية ووضع لافتات وملصقات القوائم او المرشحين ، وقد تكون وسائل اخرى تتلائم مع التطور والتقدم التكنولوجي من خلال استقلال عالم الانترنت ^(١٧) .

اما في تونس فعرفت الحملة الخاصة بالدعاية الانتخابية بانها ((مجموع الانشطة التي يقوم بها المرشحون او القائمت المرشحة او مساندوهم او الاحزاب خلال الفترة المحددة قانونا للتعريف بالبرنامج الانتخابي باعتماد مختلف وسائل الدعاية المتاحة قانونا قصد حث الناخبين على التصويت لفائدتهم يوم الاقتراع^(١٨) . وفي العراق عرفت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات عرفت الحملات الانتخابية بموجب نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ بانها ((مجموعة الوسائل والانشطة المشروعة المستخدمة من قبل الاحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين للتاثير على الناخبين وكسب ثقتهم لغرض التصويت لهم))^(١٩) ، فالملاحظ هنا ان نظام الحملات الانتخابية لم يتضمن من خلال تعريف الحملة الانتخابية تحديد وسائل معينة لغرض القيام بالحملات الانتخابية سواء كانت وسائل تقليدية ام وسائل حديثة بل جاء النص عام دون تحديد وسيلة معينة كما في القانون الفلسطيني ، كما ان التعريف اثار الى ماهية الحملات الانتخابية دون النص على الحق في الدعاية الانتخابية . اما في قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ فجاء على النص صراحة على الحق في الدعاية الانتخابية ، اذ نص على ((ان الدعاية الانتخابية الحرة حق مكفول للمرشح بموجب احكام هذا القانون تبدا من تاريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل ٢٤ ساعة من بدء الاقتراع))^(٢٠) . ويلاحظ من نص قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ والخاصة بالحملات الانتخابية لم ينص بصورة صريحة على الاخذ بالوسائل الحديثة الالكترونية في الحملات الانتخابية ، وانما اكتفى بذكر تفاصيل الوسائل التقليدية للحملات الانتخابية : ان تنظيم الحملة الانتخابية تختلف من دولة لاخرى ، ومن حزب لاخر ، ويعتبر التواصل المباشر مع الهيئة الناخبة من انجح وسائل في الحملة الانتخابية ، وتمكن المرشح من اقناع الناخبين بانه قريب منهم كلما ازداد احتمال انتخابه . وحتى لاسيما الانتخابات الى فوضى تعمل القوانين الانتخابية على تنظيمها ووضع الضوابط التي تحكم وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها للمرشحين^(٢١) . مما تقدم يتبين ان المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في ان الدعاية الانتخابية تعتبر حق مكفول لجميع المرشحين في الانتخابات، ويحق له عرض برنامجه الانتخابي على الناخبين من خلال الوسائل المحددة بموجب القانون ، ويمكن القانون المرشحين من عرض افكارهم وبرامجهم على الناخبين لكي يمارس حقه القانوني ، فهناك مجموعة من من المبادئ والشروط التي وضعتها قوانين الانتخابات والقرارات والتعليمات التي تصدر لتنظيم الدعاية الانتخابية ، فضلا ان هنالك قيود توضع على المرشحين عند قيامهم بالدعاية الانتخابية لايحوز لهم مخالفتها ، والا تعرضوا للعقوبة من قبل المشرفة على العملية الانتخابية .

المطلب الثاني : علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالدعاية الانتخابية

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي الدعامة الاساسية للتواصل مع الجمهور ، والقطارة التي ادت الى احداث التحولات في نواحي الحياة ، عرفت خلالها الحملات الانتخابية هي الاخرى تغيير في الممارسة والتوجه نحو الاعتماد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال المتمثلة بوسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل وتسيير ادارة الحملة الانتخابية للمرشح مما

خلق نوع من التفاعلية بينه وبين الناخبين ، ولمعرفة ذلك لابد من معرفة الاسباب التي أدت إلى اعتماد وسائل التواصل في الإعلام الانتخابي .

الفرع الاول : اسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية

لوسائل الاعلام الحديثة دورا لا يستهان به في العملية الانتخابية لما تقدمه للمرشحين من تسيير في عرض برامجهم وافكارهم في اوساط الهيئة الناخبة من جهة ومن جهة اخرى فانها تقدم لهذه الاخيرة التعرف الجيد على البرامج والآراء عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي ، ولما تتحيه من فكره شاملة عن مضمون البرامج . ولهذا فقد تعددت الاسباب التي ادت الى اعتماد تكنولوجيا الاعلام والاتصال بوسائلها المتنوعة في الدعاية الانتخابية بين دواعي ذات طبيعة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ، واخرى ذات طبيعة صحية ، وفيما يلي عرض لها :

اولا : الاسباب السياسية

يتعلق السبب في ذلك الى التراجع الواضح في المشاركة الناخبين للتصويت في الانتخابات الامر الذي دفع الى البحث عن الوسائل التي يمكن ان تدفعهم الى مشاركة المواطنين في التصويت ، وقد تركز البحث في هذا الصدد حول تخفيف الابعاء التي يتحملها المواطن للدلاء بصوته ، والجدير بالذكر ان هذه الفكرة ظهرت في بريطانيا والولايات المتحدة الامريكية وان كان تطبيقها محددًا (٢٢) .

ثانيا : الاسباب الصحية

مع تفاقم الوضع الوبائي بسبب جائحة كورونا الذي انعكس سلبا على الدعاية الانتخابية بالوسائل التقليدية المطبوعة لصالح الآليات الرقمية للدعاية الانتخابية ، بسبب الاجراءات الاحترازية المتخذة من قبل جميع الدول لمنع انتشار فيروس كورونا ، وحسب الآراء التي قيلت بهذا الشأن فان الحملات الانتخابية الالكترونية للحزب والمرشحين ستعرض نفسها بقوة بسبب هذه الظروف والقيود التي يفرضها الوضع الوبائي القائم . وهذا ما لوحظ في الانتخابات التي اجريت في امريكا والاردن ، الكويت ، فكانت تجارب هذه الدول اثبتت نجاح شبكات التواصل الاجتماعية كوسيلة الكترونية للحملات الانتخابية في ظل هذه الظروف . وفي دراسة ميدانية اجريت في جامعة اليرموك في الاردن حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الانتخابات النيابية ، كشفت ان الدعاية الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بدور بارز في نجاح المرشحين في الانتخابات البرلمانية الاخيرة (٢٣) . وكان من الاجدر بالمشروع العراقي عند اصداره لقانون الانتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ ، خاصتا وان صدره كان ظل جائحة كورونا ، ان ياخذ بعين الاعتبار الاشارة بنص صريح الى اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة الكترونية للدعاية الانتخابية ، وذلك للحد من انتشار هذا الفيروس ، خاصة انه سيؤدي الى ارتفاع نسبة الاصابات اذا ماتم الاعتماد فقط على الوسائل التقليدية في الدعاية الانتخابية .

ثالثا : الاسباب الاقتصادية

لاشك ان تكلفة المنخفضة لتوظيف المواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت في نطاق العمليات الانتخابية كانت من اهم الاسباب التي ادت الى هذا التوظيف واتساع نطاقه من ناحية اخرى كان للتطورات الاقتصادية التي شهدتها المجتمعات الانسانية خلال العقد الاخير من القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين اثر في هذا المجال (٢٤) .

رابعا : الاسباب الاجتماعية والثقافية

ادى اتساع نطاق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الى بروز تشكيلات اجتماعية جديدة في المجتمعات المعاصرة ، فالشريحة الاجتماعية التي تمتلك مهارات استخدام هذه التكنولوجيات الجديدة في عملها وفي حياتها الخاصة تتردد باستمرار ، ومن ثم فقد ازداد اهتمام الاحزاب السياسية بها من اجل اجتذابها للمشاركة السياسية ، ومن ثم كان الوصول اليها من خلال الوسائل الملائمة لها ولخصائصها النوعية لتحقيق هذا الهدف ، وعليه فان هذه الاسباب مجتمعة كانت الدافع البارز وراء لجوء الاحزاب السياسية والمرشحين الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حملاتهم الانتخابية (٢٥) .

الفرع الثاني : وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في الحملات الانتخابية

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من اكثر استخدامات تقنيات الاتصال الالكتروني انتشارا فهي وجدت للتواصل الشخصي بين الافراد ، فسهولة استخدام هذه الوسائل ، جعلها وسائل الاتصال المطلوبة من قبل المرشحين في الانتخابات ، كما ان تلك الوسائل لاتحتاج الى نفقات كبيرة مقارنة بوسائل الاتصال والتواصل التقليدية المستخدمة في الدعاية الانتخابية (٢٦) . اذ لوحظ في الفترة الاخيرة ، وخلال العديد من الفعاليات الدعاية والحملات الانتخابية للقوائم والمرشحين في عدد من البلدان ، تدشين الكثير من الصفحات الالكترونية لشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك ، تويتر ، انستكرام ، يوتيوب ، سناب شات ، لتلك القوائم وأولئك المرشحين ، كوسيلة لمحاولة اقناع جمهور الناخبين بالمرشح وشرح برنامجه الانتخابي من خلال ما ينشره على تلك الصفحات من منشورات وصور ، وانجازاتهم ورؤيتهم للقادم والرد على النقد ، الاحاطة الإعلامية لنشاطاتهم من المؤتمرات ، ويتم استخدام عدد المشاهدات والمشاركات والاعجاب للصفحات والتغريدات على التويتر كمؤشر على نجاح الحملات الانتخابية الالكترونية (٢٧) . وقد تبلور استخدام هذه الشبكات بوضوح في الحملات الانتخابية الامريكية لعام ٢٠٠٨ ، اذ قام كل مرشح في استثمار التأثير المتواصل لهذه الوسائل الاتصالية الالكترونية ، واضحت هذه الادوات جسر للتواصل بين الراي العام الامريكي والمرشح للانتخابات (٢٨) . لامكانية التأثير على جمهور ناخبين المستهدف ، بالاضافة الى اهمية تلك الوسيلة في خلق حلقة تواصل مابين المرشح والناخب .

و الكويت التي اجريت الانتخابات فيها في ديسمبر لسنة ٢٠٢٠ خلال جائحة كورونا ، فلم تعد المؤتمرات الشعبية او اللقائات التقليدية ابرز اليات الدعاية الانتخابية بالكويت ، بل باتت لوسائل التواصل الالكترونية ، وخشية الارتفاع الاصابات بفيروس كورونا ، فرضت السلطات الكويتية حزمة اجراءات احترازية بمنع التجمعات ، مما حال دون تنظيم

المؤتمرات الجماهيرية وساهم في اللجوء بكثافة الى منصات التواصل لاستخدامها في دعاية المرشحين ويأتي في ابرزها التويتر واستغرام وسناب شات واليوتيوب التي لعبت دورا بالغ الاهمية في الترويج الدعائي للمرشحين وعرض برامجهم على الناخبين . اذ تستطيع تلك المنصات نقل افكار وبرامج وخطط المرشحين الى فضاءات واسعة تتجاوز حدود المؤتمرات الجماهيرية او الدعايات التقليدية (٢٩) .

المبحث الثاني : التنظيم الاجرائي لمرحلة الدعاية الانتخابية

لم تغفل القوانين الانتخابية عن تنظيم حق المرشحين في الاتصال المباشر مع جمهور الناخبين ، ذلك لإتاحة الفرصه الكافيه لهم لعرض برامجهم الانتخابية بالاسلوب والطريقة المشروعة سواء اكان الاسلوب التقليدي ام الاسلوب الإلكتروني في الدعاية الانتخابية من خلال وضع الشروط والمبادئ التي تحكم الدعايه الانتخابيه ومن خلال الضوابط والقيود التي لايجوز للدعايه الانتخابية التجاوز عليها ، لذا سنلقي الضوء على اهم المبادئ القانونية والضوابط والقيود للدعايه الانتخابيه .

المطلب الاول : المبادئ القانونية للدعاية الانتخابية

هنالك مجموعة من شروط والمبادئ التي تحكم الدعاية الانتخابية حتى تكون هذه الدعايه حتى تكون هذه الدعايه وسيلة قانونية لتعريف الناخبين ببرامج المرشحين واهدافهم ، ومن اهم هذه المبادئ القانونية :

الفرع الاول : اتاحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض برامجهم الانتخابية

فيجب اتاحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكنهم من عرض تفاصيل برامجهم الانتخابية ومن خلال وسائل الدعايه الانتخابية المنصوص عليها بالقوانين والممنوحة لهم ، وعن طريقها يتمكن المرشح من تعريف المواطنين بانفسهم ومايحملونه من قدرات ومؤهلات ، وبرنامج سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي لتحقيق متطلبات الناخبين (٣٠) . وبموجب قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ والتي اشارت من اجل تنظيم القيام بالفعاليات الانتخابية من قبل الهيئات الحزبية المسجلة ومن قبل المرشحين ، يتوجب على كل لجنة من لجان الدوائر الانتخابية ، ان تعد قائمة بالمواقع والاماكن العامة في دائرتها والمخصصه لاقامة المهرجانات والاجتماعات والمسيرات الانتخابية ، كما يتوجب عليها ان تحدد في تلك القائمة الاماكن والمواقع العامة التي يجوز وضع الملصقات واللافتات الانتخابية (٣١) ، وان يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتراك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجا خاصا يحدد فيه الاوقات والمواعيد المخصصة للاعلام الحر والمجاني لجميع الهيئات الحزبية والمرشحين المشتركين في الانتخابات (((٣٢) .

اما في تونس فقد اشار قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات الى ان تتولى الادارة الفرعية تحت اشراف الهيئة الفرعية للتنسيق مع البلديات والمعتمديات تحديد الاماكن التي ستخصص لتعليق الملصقات الانتخابية او المتعلقة بالاستفتاء مع تقسيمها الى مساحات متساوية ومتطابقة مع عدد القوائم المرشحة او المرشحين ، وتضبط الادارة الفرعية بالخارج تحت اشراف الهيئة الفرعية بالتعاون مع القنصليات اماكن التعليق في حدود ماتسمح به الدول المضيفه ، وضمن امكانيات المتاحة للهيئة (٣٣) .

وفي العراق اشار قانون مجلس النواب العراق رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ . ان حق مكفول للمرشح في دعاياه الانتخابيه الحرة بموجب احكام القانون تبدأ من المصادقة على القوائم المرشحين من قبل المفوضيه ، وتنتهي قبل ٢٤ ساعة من بدء عملية الاقتراع^(٣٤) ، وتحدد امانة بغداد والبلديات المختصة في المحافظات بالتنسيق مع المفوضيه الاماكن التي يمنع فيها ممارسة الدعاية الانتخابية^(٣٥)، كما اشار نظام الحملات الانتخابية على انه يحق للأحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين المصادق عليهم من قبل المفوضية العليا ان يباشروا حملاتهم الانتخابية ، ابتداءا من تاريخ المصادقته على المرشحين على ان تتوقف قبل ٢٤ ساعة من بدء الاقتراع^(٣٦). وتكون الحملات الانتخابية لكافة الاحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين المصادق عليها حرة وضمن حدود القوانين النافذة وانظمة المفوضية .

الفرع الثاني : المساواة بين المرشحين في عرض دعايتهم الانتخابية

لضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن الراي العام ، يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الاعلام من جانب المرشحين او الاحزاب ، ومن جانب انصار الاستفتاء وخصومه ، وهذا يقتضي محاربة المحاباة او التمييز الذي يختص به البعض منهم دون البعض الاخر كان يكون بسبب ثقل المركز المالي^(٣٧). لذا يجب ان تجري الدعاية الانتخابية للمرشحين كإفاه تحت اطار من المساواة امام القانون ، في ضوء الضوابط تهدف الى مراعاة الاسس التي يقوم عليها نظام الحكم ، وان يستخدم وسائل الاعلام الرسمية المرئية والمسموعة والمقروءة للمرشحين كإفاه بالتساوي لعرض برامجهم الانتخابية بما يكفل تكافؤ الفرص في استخدام تلك الوسائل^(٣٨). والملاحظ ان هنالك الكثير من المواد القانونية التي تنص على مبدأ المساواة بين المرشحين وتمتعهم بالتسهيلات نفسها التي تقدمها لهم الدولة . هذا واكدت بعض القوانين على هذا المبدأ ، فإشار قانون الانتخابات الفلسطيني على ان يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتراك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجا خاصا يحدد فيه الاوقات والمواعيد المخصصة للاعلام الحر و المجاني لجميع الهيئات الحزبية والمرشحين المشتركين في الانتخابات ، وعلى مكتب الانتخابات المركزي ان يراعي في وضع البرنامج المذكور ضرورة اتاحة فرص متكافئة ومناسبة للهيئات الحزبية والمرشحين مع الاخذ بعين الاعتبار عدد المرشحين الذين قدمتهم كل هيئة حزبية في مختلف الدوائر الانتخابية بالنسبة للمرشحين^(٣٩) .

بينما نلاحظ ان قانون انتخابات مجلس النواب العراقي لسنة ٢٠٢٠ لم يشر إلى المساواة بين المرشحين في استخدام آليات الاعلام بكافة اشكالها لعرض برامج المرشحين الانتخابية ، بينما اشار نظام وسائل الاعلام رقم ٤ لسنة ٢٠٢٠ الصادر من المفوضية العليا على تمكين المرشحين والاحزاب والتحالفات السياسية من تقديم برامجهم الانتخابية بشكل عادل^(٤٠) ، فنلاحظ ان الإشارة الى هذا المبدأ ضروري كونه من المبادئ المهمة المتعلقة بالدعاية الانتخابية ، ففي الانتخابات السابقة لم تتم الإشارة الى مبدأ المساواة الدعائية بين القوائم الانتخابية التي حصلت المصادقة عليها من خلال تعليماتها بان كل كيان سياسي يتحمل نفقات دعايته الانتخابية ، اما الكيانات ذات موارد محدوده ، فانها لم تستطع ان تطبع ملصقا بالمواصفات المطلوبة ، وهذا أدى الى عدم تكافؤ الفرص بين الكيانات السياسية اثناء العملية الدعائية .

الفرع الثالث : تحديد موعد الدعاية الانتخابية

من المبادئ المهمة في الدعاية الانتخابية هو تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية وتحديد موعد نهايتها ، ويجب على جميع المرشحين الالتزام بهذه المواعيد فكل ممارسة للدعاية الانتخابية تتم قبل هذا الموعد او بعده تعتبر مخالفة وعمل غير مشروع ، لكنه لا يؤدي الى انتهاء الانتخابات الا اذا كان لها تأثير في نتيجة الانتخابات . واختلفت قوانين الانتخابات في تحديد موعد بداية الحملة الانتخابية وموعد نهايتها ، اشار قانون انتخابات الفلسطينيين على تبدا الدعاية الانتخابية قبل اثنين وعشرين يوما من اليوم المحدد للاقتراع وتنتهي باربعة وعشرين ساعة قبل الموعد المحدد للاقتراع^(٤١) .

وفي تونس تفتح الحملة الخاصة بالدعاية الانتخابية قبل يوم الاقتراع باثنين وعشرون يوما وتسبقها مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية وتمدد ثلاثة اشهر ، وتنتهي الحملة الانتخابية في كل الحالات باربعة وعشرون ساعة قبل يوم الاقتراع^(٤٢) . اما في العراق فاشار نظام الحملات الانتخابية الى حق للحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين المصادق عليهم من قبل المفوضية ان يباشروا حملاتهم الانتخابية ابتداء من تاريخ المصادقة على المرشحين على ان تتوقف قبل ٢٤ ساعة من بدء الاقتراع^(٤٣) .

هذه مجموعة المبادئ القانونية التي يجب ان تقوم عليها الانتخابات فيما يتعلق بالدعاية الانتخابية فيجب اتاحة الفرص لكل المرشحين ، لكي يستطيعوا ممارسة الدعاية الانتخابية وكذلك يجب المساواة فيما بينهم في هذه الممارسة في جميع الوسائل الاعلامية المتاحة ، فضلا عن تحديد موعد بداية القيام بالدعاية الانتخابية وموعد نهايتها .

المطلب الثاني : قيود ومحظورات الدعاية الانتخابية

ان الدعاية الانتخابية مرحلة مهمة من مراحل العملية الانتخابية وهي تحتاج الى قيود ومحظورات لتنظيم مجالها سواء كانت الدعاية الانتخابية تقليدية ام الكترونية ، اذ يجب على كل المرشحين ان يلتزموا بالقيود والالتزموا للعقوبات التي تفرضها القوانين المخصصة لمثل هذه التجاوزات .

الفرع الاول : قيود الدعاية الانتخابية

ورد قانون الانتخابات الفلسطيني مجموعة من القيود ، منها مايتعلق بمنع المرشحين والقوائم اثناء الدعاية الانتخابية من استخدام شعار السلطة الفلسطينية ، او الطعن والتشهير والتحريض ضد المرشحين او اثاره النعرات القبلية والعائلية ، ولطالما هدف المشرع من منع استخدام شعار الدولة او الهيئة العامه خلال الحملة الانتخابية الى تحقيق مبدأ الحياد السلطة العامة ومبدأ المساواة ما بين المرشحين في تلك المرحلة المهمة من مراحل العملية الانتخابية ، فان القيد على استخدام الشعار الحكومي من قبل القوائم والمرشحين لا يكون من خلال النشرات او الاعلانات الورقية المطبوعة فقط وانما يكون معه الامر سياتن بتقييد هذا الاستخدام لذلك الشعار ايضا على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم اثناء مرحلة الدعاية الانتخابية ، اذ توافرت ذات الغاية والهدف من التشريع ، الى جانب الاعتداد بها كاحدى وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها شرط عدم مخالفتها للأنظمة والقوانين النافذة ، وهذا ينطبق على بقية القيود الواردة اثناء

الدعاية الانتخابية . وجاء في قانون الهيئات المحلية الفلسطيني بانه على كل قائمة شاركت في الانتخابات ان تقدم خلال شهر من تاريخ اعلان النتائج النهائية كشفاً مالياً مفصلاً يبين فيه تكاليف الحملة الانتخابية للقائمة ، ومصادر تمويل الحملة ، ووجه الصرف (٤٤) .

يتبين ان المشرع الفلسطيني كان حريصاً في الرقابة على مصادر تمويل الدعاية الانتخابية وحدود الانفاق في النصوص القانونية سالفة الذكر ، بما يمنع معه سطوة المال السياسي من جهة والتدخل الاجنبي من جهة اخرى ، لاسيما حالة التطور الالكتروني وانسياب الاموال وسهولة التحكم فيها عبر الانترنت او بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي (٤٥) .

وفي تونس اورد قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات مجموعة من المبادئ التي يجب التقييد بها اثناء الدعاية الانتخابية وهي حياد الادارة واماكن العبادة ، حياد وسائل الاعلام الوطنية ، المساوات وتكافؤ الفرص بين المرشحين ، احترام الحرمه الجسدية للمرشحين واعراضهم وكرامتهم ، عدم الدعوة الى الكراهية والعنف والتعصب والتمييز ، عدم تضمين الدعاية الانتخابية لمعلومات خاطئة من شأنها تضليل الناخبين (٤٦) .

اما في العراق فقد اورد قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ في عدد من المواد قيوداً التي لايجوز للمرشحين تجاوزها اثناء قيامهم بالحملة الانتخابية والتي تتمثل بمنع استغلال اماكن الوزارات والمؤسسات الدولية المختلفة ودور العبادة لاي دعاية او أنشطة انتخابية للكيان السياسي والمرشح، وكذلك منع نشر اي اعلان او برامج او صور للمرشح في مراكز ، ومحطات الاقتراع ، كما لا يمكن لموظفي لدوائر الدولة والهيئات المحلية استخدام نفوذهم في الوظيفة او مورد من موارد الدولة ، او وسائلها او اجهزتها لصالح حق مكفول للمرشح او اي مرشح بما في ذلك اجهزتها الامنية والعسكرية بالدعاية الانتخابية او التأثير على الناخبين (٤٧) ، ولايجوز ان يقوم المرشح يوم التصويت ، بتوزيع ببرامج ، او عمل منشورات ، او بطاقات ، او غيرها من الوثائق بنفسه ، او بواسطة غيره ، او وضع اعلانات باسم مرشح غير مسجل في قوائم المرشحين المصادق عليها من قبل المفوضية م (٤٨) .

فالملاحظ هنا ان المشرع اورد القيود فيما يتعلق بوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية ، ولم تتم الاشارة الى قيد يتعلق بالدعاية الانتخابية الالكترونية ، وهذا تمثل ثغرة في هذا القانون خاصة في ظل ظروف جائحة كورونا . وكذلك اشار نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ الى مجموعة من القيود ، وتمثلت بمنع استغلال او استخدام اي وسيله من وسائل الدعايه الانتخابيه ، الخاصة بالمفوضية من قبل الاحزاب والتحالفات السياسية او المرشحين لاغراض الدعاية الانتخابية الخاصة بهم ، كما لايجوز للمرشحين ، والاحزاب ، والتحالفات السياسية يوم التصويت بنشر ووضع المنشورات ، او البطاقات او غيرها من الوثائق سواء أقم بذلك بنفسه ، او بواسطة غيره (٤٩) .

الفرع الثاني : محظورات الدعاية الانتخابية

تضمنت قوانين الانتخابات الفلسطينية بعض المحظورات ، اذ تحظر على القوائم والمرشحين تلقي او استخدام المال الاجنبي باي شكل كان اثناء الدعايه الانتخابيه ، فإشار قانون الانتخابات الفلسطيني " رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ " على ان يحظر كل حزب اشترك في الانتخابات وكل مرشح فاز فيها ، ان يقدم الى لجنة الانتخابات المركزية خلال مدة اقصاها

عشرون يوما ، من تاريخ اعلان نتائج الانتخاب النهائية ، بيانا مفصلا بجميع مصادر التمويل التي تحصل عليها والمبالغ التي انفقها اثناء الدعاية الانتخابية (٥٠) ، كما جاء في هذا القانون على انه يحظر على اي حزب او مرشح يشترك في الانتخابات الحصول على اموال حملته الانتخابية من اي مصدر اجنبي لو خارجي (٥١) .

وكذلك من محظورات التي جاء بها قرار الهيئة العليا المستقلة في تونس هو لايشترك العسكريون واعوان قوات الامن في الدعاية الانتخابية والاجتماعات الحزبية وفي كل نشاط له علاقة بالانتخابات . وكذلك حظر الدعاية الانتخابية باي وسيلة كانت في الادارة ومؤسسات والمنشات العمومية ودور العبادة والمؤسسات التربوية والجامعية والتكوينية والمؤسسات الاستشفائية ومؤسسات الرعاية الاجتماعية ، بما في ذلك عقد اجتماعات والتجمعات او توزيع الاعلانات او الوثائق او النشر الشعارات او اللقاء الخطب او المحاضرات او الخطابات الانتخابية (٥٢) . وكذلك يحظر تقديم التبرعات النقدية او العينية قصد التأثير المباشر على الناخب او حمله على الامساك عن التصويت ، ويشمل الحظر كل تبرع قامت به القائمة المترشحه او المرشح او الحزب بصورة مباشرة او غير مباشرة ، او تم القيام به لفائدتهم (٥٣) . وحظر استخدام وسائل او وسائط في اطار الدعاية الانتخابية او استخدام اساليب مخالفة للقوانين الجاري العمل بها . والملاحظ هنا في تونس انه تسري كافة المبادئ المنظمة للدعاية الانتخابية على المواقع والوسائط الالكترونية والمدونات وتطبيقات الهاتف الذكي .

اما في العراق فقد تضمن قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ مجموعة من المحظورات في عدد من موادها وتمثلت هذه المحظورات في حظر استخدام الشعار الرسمي الخاص بالدولة سواء بالاجتماعات ، والاعلانات ، والنشرات الانتخابية ، وفي الكتابات والرسوم التي تستخدم في الدعاية الانتخابية ، وكذلك يحظر ممارسة منح مكاسب مادية ، او معنوية ، او الوعد بها بقصد التأثير على نتيجة الانتخابات ، فضلا عن حظر الاتفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام او من موازنة الوزارات او اموال الوقف او من اموال الدعم الخارجي (٥٥) . و اشار نظام الحملات الانتخابية الى مجموعة من المحظورات منها يحظر على الاحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين من اصدر بيانات زائفة او استخدام اسلوب التشهير ضد مرشح او حزب سياسي مشارك في العملية الانتخابية او ضد المفوضية (٥٦) ، ونلاحظ في هذا النص انه جاء بصورة عامة بحيث يدخل في مضمونه الوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية وكذلك وسائل الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي . كما يحظر ممارسة اي شكل من اشكال الضغط والاكراه او منح مكاسب مادية او معنوية او الوعد بها بقصد التأثير على الناخبين ونتائج الانتخابات (٥٧) .

مما تقدم يتبين فيما يتعلق بالقيود والمحظورات في قوانين الانتخابات ان بعضها لا يقتصر على وسائل الدعاية التقليدية فقط وانما تشمل وسائل الدعاية عبر وسائل التواصل الاجتماعي كما لوحظ في فلسطين وتونس بخلاف العراق . وكان من الاجدر بالمشروع العراقي ان يورد نصوصا خاصة تتعلق بالقيود والمحظورات الخاصة بوسائل الدعاية الالكترونية او ان يورد نصوصا عامه لتشمل الوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية والالكترونية كما هو الحال في فلسطين وتونس ، خاصة وان الانتخابات ستجري خلال فتره جائحة كورونا وان الدعاية الانتخابية ستتركز على وسائل التواصل

الاجتماعي كما هو الحال في الاردن وكويت ومصر وذلك بسبب الاجراءات الوقائية المفروضة للوقاية من جائحة كورونا .

المبحث الثالث : ضمانات حماية الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

ان التغيير والتطور الواسع الذي حصل في العديد من الدول في مختلف المجالات ، وتحديدًا في العملية الانتخابية وجميع المراحل التي تمر بها كان لابد من تسليط الضوء على اهم ضمانات الدعاية الانتخابية التي تعتبر من المراحل الأساسية في العملية الانتخابية خاصة التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، وذلك لتحقيق مبدأ المساواة بين المرشحين والحفاظ على نزاهة وحياد هذه المرحلة المهمة ، وكذلك التطرق الى دور القضاء في مكافحة الجرائم المتعلقة بالدعاية الانتخابية .

المطلب الاول : الرقابة على الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

ان الرقابة على الدعاية الانتخابية تعد من اهم الضمانات التي تجعل الافراد يطمئنون على السير الحسن وضمان حقوقهم ، وتكون ممارسة الرقابة من قبل الجهات الادارية والتي يكون لها الدور الفعال في مراقبة مرحلة الدعاية الانتخابية ، كما يمكن ان تكون الرقابة من قبل القضاء وعن طريق تشكيل محاكم قضائية مختصة بالفصل في المنازعات الخاصة بالانتخابات .

وتعتبر مراقبة الدعاية الانتخابية التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي من اهم التحديات المطروحة امام الجهات المختصة بالمراقبة على هذه المرحلة لضمان انتخابات شفافة ونزيهة ، اذ على عكس وسائل الدعاية التقليدية ، فوسائل التواصل الاجتماعي تعد بيئة غير مستقرة من حيث الالتزام بالقواعد ، كما ان النفاذ الى البيانات وادوات المراقبة متوقف على حسن نية الشركات الخاصة الكبرى التي تمتلك هذه المواقع ، هذا بالإضافة انه لا يمكن تطبيق التشريعات الانتخابية الخاصة بوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية ، على وسائل الدعاية عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعمل على نطاق جغرافي عالمي ، الا اذا جاء النص عام من غير تحديد لوسيلة معينة . ففي فلسطين بين قوانين الانتخابات الفلسطينية على ان الجهة المختصة بالرقابة على مرحلة الدعاية الانتخابية هي لجنة الانتخابات المركزية فهي المسؤولة عن اعتماد وتسهيل عمل المراقبين ، وقامت اللجنة المركزية بوضع مجموعة من الاجراءات وقواعد السلوك التي تنظم المراقبين ، ودور اللجنة يتمثل في رصد الانتهاكات في مرحلة الدعاية الانتخابية على شكل تقارير ، من شأنها تاثير على سير العمليات الانتخابية ، او التاكيد على نزاهة وشفافية الاجراءات والممارسات اثناء مرحلة الدعاية الانتخابية ، وهذا يشمل الدعاية الانتخابية التقليدية والالكترونية^(٥٨) . وعلى اللجنة المركزية فرض مبلغ التأمين لا يقل عن عشرة الالف دولار او مايعادلها بالعملة المتداولة لضمان التزام القائمة والمرشحين باحكام الدعاية الانتخابية الواردة في هذا القانون والانظمة والتعليمات التي تصدرها اللجنة ، كما ان للجنة احالة من يخالف احكام الدعاية الانتخابية الواردة في هذا القانون الى النيابة العامة^(٥٩) .

اما في تونس ف جاء قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات لسنة ٢٠١٩ على احكام متكاملة فيما يخص بالرقابة على الدعاية الانتخابية سواء كانت خاصة بالوسائل التقليدية ام بالوسائل الالكترونية . فالجهة المختصة بالرقابة على مرحلة الدعاية الانتخابية هي الهيئة العليا المستقلة للانتخابات ، اذ تعمل الهيئة اثناء الدعاية الانتخابية على متابعة المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والتأكد من احترامها لمبادئ وقواعد الحملة ، ويقوم المرشحين والقوائم المرشحة والاحزاب بتزويد الهيئة بقائمة بالمواقع والوسائط الالكترونية وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها المستخدمة في الحملة الانتخابية قبل انطلاقتها^(٦٠) . كما وتتعهد الهيئة من تلقاء نفسها او بطلب من اي جهة كانت بمراقبة احترام القوائم المرشحة او المرشح لمبادئ الدعاية الانتخابية والقواعد والاجراءات المنظمة لها^(٦١) . كما تنتدب الهيئة معاونين لمراقبة الدعاية على اساس الحياد والاستقلالية والكفاءة ، ويتمتع المعاونين بالحماية القانونية المخولة للموظف العمومي اثناء ادائهم لمهامهم ، ولهم الحق في حضور كافة الانشطة الخاصة بالانتخابات ، التي تنظمها القوائم المشتركة في الانتخابات ((المرشحين)) ، طيلة فترة الدعاية الانتخابية^(٦٢) . وفيما يخص الدور الرقابي الذي يقوم به المعاونين اثناء فترة الدعاية ، اذ يتولى المعاونين تحرير محاضر لمتابعة الانشطة الانتخابية ، ومعاينة المخالفات لقواعد الدعاية والجرائم الانتخابية وتضمينها بمحضر يكون مرفقا بكافة الوثائق والتايدات ويرفع فورا الى الهيئة الفرعية المختصة^(٦٣) . وتتعهد الهيئة بمراقبة تغطية وسائل الاعلام المكتوبة والالكترونية للدعاية الانتخابية بصفة تلقائية او بناء على شكوى تقدم اليها^(٦٤) .

وتنقسم عمليات المراقبة للدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تونس الى قسمين^(٦٥):

١. رصد ومتابعة نشاط الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، ويهدف هذا النوع من المراقبة الى رصد المخالفات والجرائم الانتخابية في الفضاء الالكتروني وذلك على غرار مراقبة الدعاية الانتخابية في الفضاء العام .
 ٢. التعريف بالمشرفين (الاشخاص الطبيعيين) على هذه الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، حتى يتم تطبيق العقوبات المنصوص عليها بالقانون الانتخابي وردع المخالفين لاحكامه .
- ويمكن للوكالة الفنية للاتصالات في تونس بما لديها من امكانيات فنية وبشرية المساهم في عمليات الرصد والمتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي خلال السنة الانتخابية بدون اجراءات قانونية خصوصية (مجرد تنسيق وتعاون بين الوكالة والهيئة العليا المستقلة للانتخابات) وتتمثل مساهمة الوكالة في هذا المجال ، بالاضافة للمتابعة والرصد للمواقع ، تكوين فريق من المراقبين من خارج الوكالة على استغلال البرمجيات المستعملة في المتابعة والرصد . وعند توفير اذن قضائي يمكن للوكالة الفنية للاتصالات القيام بالابحاث الفنية الضرورية للتعريف بالمشرفين على الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي قامت حسب تقرير هيئة المفوضية والنيابة العمومية بارتكاب مخالفات وجرائم انتخابية على معنى القانون الانتخابي^(٦٦) .

اما في العراق فقد انيط مهمة الرقابة الى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات ، فالمفوضية هي الجهة الانتخابية الوحيدة ، فهي الجهة التي تقوم بالادارة والاشراف والرقابة على العملية الانتخابية ، واصدار انظمة للدعاية الانتخابية ، تضع فيها كافة ضوابط تمويل الحملات الانتخابية ^(٦٧) . وهذا مانص عليه قانون انتخابات مجلس النواب رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ على ان حق المرشح هو حق مكفول في الدعاية الانتخابية ، بموجب هذا القانون من تاريخ الخاص بالمصادقة على القوائم المرشحين من قبل المفوضية ، وتنتهي قبل ٢٤ ساعة من بدء الاقتراع ^(٦٨) . وكما اشار القانون الى ان امانة بغداد ، والبلديات المختصة في المحافظات بالتنسيق مع المفوضية الاماكن التي يمنع فيها ممارسة الدعاية الانتخابية ، ويمنع نشر اي اعلان او برامج او صور للمرشحين في مراكز ومحطات الاقتراع ^(٦٩) . و اشار نظام الحملات الانتخابية على ان تتولى لجان الرصد المشكلة في المكاتب الانتخابية في المحافظات والمكتب الوطني بالتنسيق مع امانة بغداد والمديريات ودوائر البلدية التابعة لها لرصد المخالفات بالحملات الانتخابية في اماكن ممارسة الدعاية الانتخابية والتنسيق مع هيئة الاتصالات والاعلام ، بشأن مخالفات آليات الاعلام المرئية والمسموعة ^(٧٠) . اي ان المشرع العراقي اناط مهمة الرقابة على الدعاية الانتخابية الى "المفوضية العليا المستقلة للانتخابات" ، فتتولى المفوضية مهام النظر في الشكوى والطعون الانتخابية ^(٧١) ، هذا فيما يتمثل بالرقابة الادارية اما فيما يتعلق بالرقابة القضائية يمكن القول ان القضاء يمارس الرقابة بطريقة غير مباشرة من خلال النظر في الطعون والدعاوى المتعلقة بالعملية الانتخابية من خلال النظر في الطعون بقرارات مجلس المفوضين ^(٧٢) . حيث ان الهيئة القضائية للانتخابات النظر في تلك الطعون المقدمة اليها سواء اكانت مقدمة من قبل المرشحين ام من وكلائهم وذلك بصورة مباشرة الى الهيئة القضائية للانتخابات ، ام عن طريق مجلس المفوضين الذي يقوم بدوره احالة تلك الطعون والشكاوى الى "الهيئة القضائية للانتخابات" ^(٧٣) .

مما تقدم يتبين ان المشرع العراقي بالرقابة الادارية عندما اشار الى ان المفوضية العليا المستقلة للانتخابات هي الجهة الوحيدة التي تكون لها مهمة الاشراف ومراقبة الانتخابات في جميع مراحلها ومنها مرحلة الدعاية الانتخابية بوسائلها التقليدية فقط دون الاشارة الى مراقبة آليات الدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بخلاف ما لوحظ في فلسطين وتونس وهذا يمثل ثغرة في هذا القانون ونظام الحملات الانتخابية .

المطلب الثاني : الضمانات الجزائية لمرحلة الدعاية الانتخابية

على الرغم من طبيعة القوانين الانتخابية الا ان تلك القوانين لاتخلو من تنظيم الجزاء على من يخالف نصوصها ، اذ تفقد القوانين اية قيمة قانونية مالم يبرز فيها التنظيم الجزائي ، بل قد سقطت الدولة اذا ماتعافت عن تنظيم او تطبيق الجزاء الفاعل لاسيما في قوانين الانتخابات ومباشرة الحقوق السياسية ، ويثار التساؤل في هذا المقام من دراستنا حول ما قد يعتبر من جرائم انتهاك النصوص القانونية المنظمة للدعاية الانتخابية ، عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية وما الاثار التي ترتب على ارتكابها ؟ ولكن قبل الخوض في تعداد جرائم الدعاية الانتخابية لابد من تعريف الجريمة الالكترونية ، ومن ثم التطرق الى جرائم الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

الفرع الاول : مفهوم الجريمة الالكترونية

لقد اورد الفقهاء عدة تعريفات للجريمة الالكترونية^(٧٤) فعرفت بانها (كل فعل اجرامي ايا كانت صلته بالمعلوماتية ينشا عنه خسارة تلحق بالمجني عليه ، او كسبا يحققه الفاعل) . كما عرفها البعض بانها (كل فعل او امتناع عمدي ، ينشا عن الاستخدام غير المشروع لتقنية المعلوماتية ويهدف الى الاعتداء على الاموال المادية او المعنوية) .

اما من اهم خصائص الجريمة الالكترونية^(٧٥) :

أ. استتار الجريمة : فالجرائم الواقعة عالحاسب الالي او بواسطته باستخدام شبكة الانترنت تتصف اكثرها بالاستتار والتقي ، بحيث لا يلاحظها المجني عليه غالبا .

ب. سرعة التطور في اساليب ارتكاب الجريمة : تتميز جرائم الانترنت بارتباطها بالتطور السريع الحاصل اليوم في تكنولوجيا الاتصالات ، مما يؤثر في مرتكب الجريمة واسلوب ارتكابها من خلال تبادل الافكار والخبرات الهدامة مع العديد من المجرمين حول العالم عبر الشبكة الالكترونية .

ج- صعوبة اثبات الجريمة : تتميز جرائم الانترنت عن سائر الجرائم التقليدية بصعوبة اثباتها ، ويرجع ذلك لانعدام الاثار التقليدية للجريمة ، فمعظم المجرمين يتركون اثارا تؤدي الى اكتشافهم حتى ولو بعد وقت طويل ، وايضا لغياب الدليل المرئي فاغلب البيانات والمعلومات التي يتم تداولها من حاسب الى اخر عبر شبكة الانترنت تكون في هيئة رموز مخزنة على وسائط التخزين الممغنطة .

د- سهولة اتلاف الدليل في زمن قياسي : غالبا مايسهل على الجاني في الجرائم الالكترونية ومنها جرائم الانترنت محو ادلة الادانة وفي ثوان معدودة .

الفرع الثاني : صور الجرائم الخاصة بمرحلة الدعاية الانتخابية

قبل الخوض في تعداد الجرائم الانتخابية لابد من تعريف الجريمة الانتخابية حسب ماورده بعض الفقهاء فعرفت بانها (جريمة وقتية ذات طبيعة خاصة ، ترتكب في احد مراحل العملية الانتخابية ، بدءا من القيد بالجدول الانتخابية مروراً بعمليات الدعاية الانتخابية ، والتصويت ثم الفرز وعلان النتائج)^(٧٦) . اما بالنسبة لصور الجرائم الخاصة بمرحلة الدعاية الانتخابية فتتمثل بـ^(٧٧) :

أ. جرائم تتصل بتنظيم مرحلة الدعاية الانتخابية

يقصد بها الافعال المجرمة التي تنتهك المبادئ التي تحكم تنظيم مرحلة الدعاية الانتخابية ، كالافعال التي تقع جراء تجاوز السلطة العامة لحيادها اثناء الدعاية الانتخابية ، او الافعال التي تنتهك المدد الزمنية لمرحلة الدعاية الانتخابية او ماقد ترتكبه بعض القوائم او المرشحين من افعال باستخدامهم او نشرهم للشعار الدولة اثناء الحملة الانتخابية .

ب. جرائم تتصل بمضمون الدعاية الانتخابية

المراد بها مجموعة جرائم ، التي تمس موضوع الدعاية الانتخابية ، كالجرائم المتعلقة "بالشرف والاعتبار" إذ ان انتهاك القيم واداب التنافس المشروع بين المرشحين باطلاق عبارات السب والقذف والمساس بالحياة الخاصة بهم ، الى

جانب الجرائم التي ترتكب من خلال بث اقوال او الاخبار الكاذبة حول الانتخاب والاستفتاء او ماقد يرتكب من افعال التحريض واثارة النعرات وبث الفرقة والخلافات القبلية والعائلية .

ففي قوانين الانتخابية في فلسطين رغم عدم وضوحها مقارنة بالقوانين الانتخابية في العديد من التشريعات الانتخابية المختلفة التي حددت الجرائم الانتخابية مقترنة بالعقوبات التي تتلائم ومخرجات اجراء العملية الانتخابية بكل نزاهة وحرية ومساواة^(٧٨) . فقد اوردت بعض النصوص الجزائية في مواضع اخرى من هذه القوانين لمواجهة حالات المساس بتلك القوانين ، وقد تمثل ما الشرعية الجنائية في هذه النصوص ، لذا توقعنا عند ابرز هذه النصوص القانونية والناظمة جزائيا لمرحلة الدعاية الانتخابية ووسائلها ، وبالتالي تنطبق على جميع وسائل الدعاية الانتخابية المشروعة ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي اذا ما ارتكب اي من تلك الجرائم خلال الوسائل الالكترونية عبر شبكة الانترنت^(٧٩) . اذ اشارت قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١ لسنة ٢٠٠٧ يعاقب بالحبس لمدة لا تزيد عن ستة اشهر او بغرامة لا تقل عن ستة الالف دولار امريكي او مايعادلها بالعملة المتداولة قانونا او بالعقوبتين معا كل من خالف احكام المادتين ٦٩-٦٨ ومصادرة تلك الاموال^(٨٠) . وان المادتين سالفتين الذكر تتعلقان بمصادر تمويل الدعاية الانتخابية ، وحدود الصرف . وان كل فعل او ترك او امتناع عن فعل او تقصير او اهمال عن القيام باي واجب يفرضه هذا القانون ، ولم تفرض له عقوبة خاصة يعتبر جرما معاقبا عليه بالحبس لمدة لا تزيد عن ثلاثة شهور او بغرامة لا تزيد على خمسمائة دولار امريكي او مايعادلها بالعملة المتداولة قانونا او بالعقوبتين معا^(٨١) . فهنا نلاحظ بان قوانين الانتخابات الفلسطينية حددت معظم جرائم تنظيم الدعاية الانتخابية دون ان تقرنها بالعقوبة ، ووردت في الجزء الخاص بالدعاية الانتخابية في تلك القوانين الانتخابية ، كالجريمة المتعلقة بعدم حياد السلطة العامة او الجرائم التي تتصل بتجاوز المدة الزمنية اثناء الحملات الانتخابية من قبل القوائم والمرشحين ، وجريمة استخدام شعار الدولة اثناء الحملات الانتخابية من قبل القوائم والمرشحين ، وجريمة استخدام شعار الدولة اثناء الحملات الانتخابية .

والتساؤل الذي يطرح هنا حول الآثار المترتبة على ارتكاب تلك الجرائم غير مواقع التواصل الاجتماعي اثناء الحملات الانتخابية على صحة عضوية المرشح او القائمة ؟ للاجابة على هذا التساؤل لأبد من التمييز ما بين الجرائم الانتخابية الواردة في قوانين الانتخابات والتي يعود الاختصاص بشأنها للقضاء العادي^(٨٢) . والمخالفات الانتخابية^(٨٣) ، التي تتيح اختياريا للقوائم والمرشحين والناخبين تقديم الطعون بشأنها امام لجان الانتخابات المختلفة او امام المحكمة المختصة بقضايا الانتخابات^(٨٤) . ولطالما اعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي بمسمياتها المختلفة وسائل مشروعة بذاتها وممكنه استخدامها متاحة اثناء الدعاية الانتخابية ، مع اشتراط بعدم تعارض هذه الوسائل مع القوانين والانظمة السارية ، فانه منطوقيا يطال مستخدمي تلك الوسائل دائرة التجريم في حال انتهاك النصوص القانونية الواردة في قوانين الانتخابات بشأن الدعاية الانتخابية ، وتعتبر بمثابة جرائم انتخابية بوسائل الكترونية^(٨٥) . سواء نتج عن هذا المساس بالنصوص القانونية جرائم انتخابية يختص بها القضاء العادي او جرائم وتجاوزات لضوابط العملية الانتخابية والتي تختص بالفصل بها محكمة قضايا الانتخابات . وان ما يترتب على قرارات المحكمة الانتخابية كان يتعلق الامر بالغاء العملية الانتخابية

كلية او جزئيا نظرا لمخالفات انتخابية تقليدية ، يكون معه الامر سيان بالنسبة لمخالفات بواسطة وسائل الكترونية والتي لصاحب الصفة والمصلحة من الطعن امام المحكمة المختصة بقضايا الانتخابات^(٨٦) .

بينما نلاحظ في تونس ان القرارات الترتيبية المتعلقة بالدعاية الانتخابية الصادرة من الهيئة العليا المستقلة للانتخابات انها قامت بتحديد المخالفات الخاصة بالدعاية الانتخابية والعقوبات المقررة لها ، وهذا يشمل جميع اشكال الدعاية الانتخابية سواء اكانت بالوسائل التقليدية ام الالكترونية ، اذ اشارت هذه القرارات الى انه يترتب على مخالفة حظر استعمال علم الجمهورية التونسية او شعارها في المعلقات الانتخابية ، فرض غرامة مالية من خمسمائة دينار الى الف دينار^(٨٧) . وكذلك اشارت الى انه يترتب على مخالفة حظر تعليق المعلقات الانتخابية والخاصة بالدعاية الانتخابية خارج الاماكن المخصصة لها او ازالة المعلقات او تميزها او تغطيتها او تشويها او جعل قرائها غير ممكنة باي طريقة كانت او بشكل يؤول الى تغيير محتواها فرض غرامة مالية من خمسمائة دينار الى الف دينار^(٨٨) . ويترتب على مخالفة حظر توزيع وثائق او نشر شعارات او خطابات متعلقة بالدعاية الانتخابية او المتعلقة بالاستفتاء بالادارة والمنشآت العمومية والمؤسسات الخاصة غير المفتوحة للعموم فرض غرامة مالية من الفين دينار الى خمسة الالف دينار^(٨٩) . وكذلك يترتب على حظر الدعاية الانتخابية بمختلف اشكالها والمؤسسات التربوية والجماعية والتكوينية وبدور العبادة فرض غرامة مالية من الفين الى خمسة الالف دينار^(٩٠) . ويترتب على مخالفة حظر بث ونشر نتائج سير الراء التي لها صلة مباشرة او غير مباشرة بالانتخابات والدراسات والتعليق الصحفية المتعلقة بها خلال الدعاية الانتخابية فرض غرامة مالية من ٢٠ الف الى ٥٠ الف^(٩١) . اذ تهدف الاحكام الموضوعية فيما يتعلق بجرائم الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي الى توسيع نطاق التجريم ليشمل افعالا جديدة غير معاقب عليها قصد التصدي للحالات المسجلة والتوقي من انتشارها ، فاضيفت الى الجرائم المتعلقة بالاعتداء على انظمة المعلومات والبيانات المعلوماتية ، كما اضيفت الى الجرائم المرتكبة بواسطة انظمة او بيانات معلوماتية جريمة الاحتيال المعلوماتي غير المشروع والاحبار الزائفة .

اما في العراق فنلاحظ ان قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ اشار الى انه من علق بيانات ، او صور ، او نشرات انتخابية الخاصة خارج الاماكن المخصصة لها ، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ، او بغرامة لا تزيد عن مليون دينار^(٩٢) . وكذلك يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن سنة او بالغرامة لا تقل عن مليون ولا تزيد عن خمسة ملايين او بكلتا العقوبتين كل من اعتدى على احدى آليات الخاصة بالدعاية الانتخابية المسموح بها قانونا لاي سبب كان سواء اكان ذلك بالشطب ، او التمزيق ، او غير ذلك^(٩٣) .

اما بالنسبة لنظام الخاص بالحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ ، فقد اوضحت في عدد موادها الى انه تتولى لجان الرصد المشكلة في المكتب الوطني والمكاتب الانتخابية في المحافظات التنسيق مع امانة بغداد والمديريات والدوائر البلدية التابعة لها لرصد المخالفات الخاصة بالحملات الانتخابية في اماكن ممارسة الدعاية الانتخابية والتنسيق مع هيئة الاعلام والاتصالات بشأن مخالفات وسائل الاعلام المرئية^(٩٤) . وكذلك اوضحت انه عند ثبوت المخالفات

التي تتعلق بالدعاية الانتخابية ، نفرض المفوضية على المخالف باحدى العقوبات المنصوص عليها في نظام الشكاوى والطعون مع مراعاة تحريك الدعوى الجزائية الخاصة بالمخالفات المنصوص عليها بقانون الانتخابات ، المخالف يبلغ بازالة المخالفة التي يمكن ازلتها خلال مدة ٣ ايام تبدأ بتاريخ تبليغه، وبخلافه قد تتضاعف الغرامة ويتم رفع المخالفة على نفقة المخالف^(٩٥). في حالة عدم القيام المرشحين والاحزاب السياسية والتحالفات بازالة مفردات الدعاية الانتخابية كافة خلال ٣٠ يوم ، تبدأ من اليوم الثاني للاقتراع وبعبكسه سيتم ازلتها وتحميلها كلفة ازالة المخالفات وتستقطع من مبلغ التأمينات المودع لدى المفوضية^(٩٦) .

ومن هنا يتبين ان المشرع العراقي لم يشر في قانون الانتخابات الى الجرائم الخاصه بالدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، لانه في الاصل لم يشر الى الدعاية الانتخابية عبر وسائل الاجتماعي ، وهذا ماخذ للمشرع العراقي ، في حين ان كل من فلسطين وتونس اوضحوا الى امكانية استخدام وسائل الدعاية الانتخابية في الحملات الانتخابية .

الخاتمة :

النتائج

١. الاعلام الالكتروني يعتمد في انتاج وصناعة وايصال المعلومة على الوسائل التقنية الالكترونية الحديثة المرتبطة بالشبكة العنكبوتية دون التقيد بقيد الزمن او المكان ، ولانقتصار ادارتها على سلطة او جهة معينة ، وتضم اشكالا عديدة منها تطبيقات الانترنت ومواقفة الاجتماعية مثل الفيس بوك ، تويتر ، واتس اب ، وجوجل ، يوتيوب ، كما تضم كذلك الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والاداعة .
٢. ان تحديد المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في اعتبار الدعاية الانتخابية ، حق من الحقوق المكفولة لجميع المرشحين في الانتخابات ، إذ يحق له عرض برنامجه الانتخابي للناخبين من خلال الوسائل التي يحددها القانون ، والقانون هو الذي يمكن المرشحين من عرض افكارهم وبرامجهم على الناخبين لكي يمارس هذا الحق القانوني ، اذ ان هنالك مجموعة من الشروط والمبادئ التي وضعتها قوانين الانتخابات والقرارات والتعليمات التي تصدر لتنظيم الدعاية الانتخابية .
٣. ان نقشي جائحة كورونا ساهم في احداث نوع من التغييرات في معايير الخاصة بالحملات الانتخابية في ظل ظروف معينة ، وخلق نوع من التواصل الايجابي والفاعل بين المرشح و الناخبين بمختلف اعمارهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
٤. ان المشرع العراقي اورد القيود فيما يتعلق بوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية ، ولم تتم الاشارة الى قيد يتعلق بالدعاية الانتخابية الالكترونية وهذا بخلاف ما لوحظ في تونس وفلسطين ، وهذا تمثل ثغرة في هذا القانون خاصة في ظل ظروف جائحة كورونا . وكذلك اشار نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ الى

- مجموعة من القيود وتمثلت بمنع استغلال او استخدام اي آليه من آليات الدعاية الانتخابية والخاصة بالمفوضية من قبل الاحزاب والتحالفات السياسية ، او المرشحين لاغراض الدعاية الانتخابية الخاصة بهم .
٥. فان الحملات الانتخابية الالكترونية للاحزاب والمرشحين ستفرض نفسها بقوة بسبب هذه الظروف والقيود التي يفرضها الوضع الوبائي القائم . وهذا ما لوحظ في انتخابات التي اجريت في الولايات المتحدة الامريكية والاردن والكويت ، فكانت تجارب هذه الدول اثبتت نجاح وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة الكترونية للحملات الانتخابية في ظل هذه الظروف .
٦. ان المشرع العراقي بالرقابة الادارية عندما اشار الى ان المفوضية العليا المستقلة للانتخابات هي الجهة الوحيدة التي تكون لها مهمة الاشراف ومراقبة الانتخابات في جميع مراحلها ومنها مرحلة الدعاية الانتخابية بوسائلها التقليدية فقط دون الاشارة الى مراقبة وسائل الدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بخلاف ما لوحظ في فلسطين وتونس وهذا يمثل ثغرة في هذا القانون ونظام الحملات الانتخابية . فضلا عن انه لم يكن للرقابة القضائية دور اساسي في مراقبة الانتخابات ، ودور القضاء يقتصر في النظر في الطعون والداوى المتعلقة بالعملية الانتخابية .
٧. ان المشرع العراقي لم يشر في قانون الانتخابات الى الجرائم الخاصة بالدعاية الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، لانه في الاصل لم يشر الى الدعاية الانتخابية عبر وسائل الاجتماعي .
٨. جميع القواعد والشروط المنظمة للدعاية الانتخابية ، لا يمكن فرض تطبيقها من الناحية العملية على شركات مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لا يمكن التعويل إلا على التجاوب التطوعي والتلقائي من طرف هذه الشركات لتقديم المساعدة في مراقبة الدعاية الانتخابية لضمان نزاهة الدعاية الانتخابية .
- التوصيات
١. من الأجدر بالمشرع العراقي عند إصداره لقانون الانتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ ، خاصة وان صدره كان ظل جائحة كورونا ، أن يأخذ بعين الاعتبار الاشارة بنص صريح الى اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة الكترونية للدعاية الانتخابية ، وذلك للحد من انتشار هذا الفيروس ، خاصة انه سيؤدي إلى ارتفاع نسبة الإصابات إذا ماتم الاعتماد فقط على الوسائل التقليدية في الدعاية الانتخابية .
٢. لضمان انتخابات حرة ونزيهة وشفافة يجب على الجهات المعنية بتنظيم ومراقبة الانتخابات ، القيام بالعديد من الأعمال واتخاذ جملة من الإجراءات منها مراقبة الدعاية على مواقع التواصل الاجتماعي .
٣. ضرورة قيام المشرع بالنص على الجرائم الالكترونية الخاصة بالانتخابات ومنها الجرائم الالكترونية الخاصة بالدعاية الانتخابية ضمن القانون الخاص بالجرائم الالكترونية او الاشارة اليها في قانون الانتخابات ، لاضافة نوع من الضمان القانوني لحماية المرشح والناخب من هذا النوع من الجرائم .

٤. في حالة استخدام وسائل الدعاية عبر وسائل التواصل الاجتماعي نجد ضرورة ابرام مذكرات تفاهم مع شركات التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما وخصوصا شركة الفيس بوك وشركة الكوكل والانسكرام قصد حثهم على احترام القوانين الانتخابية وتمكين الهيئة المختصة من القيام بدورهم الرقابي ، والزام المرشحين والمشرفين على الصفحات الرسمية انتهاز الدعاية الانتخابية الايجابية في مواقع التواصل الاجتماعي واقرار العقاب لكل متجاوز .

٥. من الاجدر بالمشرع العراقي ان يورد نصوصا خاصه تتعلق بالقيود والمحظورات الخاصة بوسائل الدعاية الالكترونية او ان يورد نصوصا عامه لتشمل الوسائل الدعاية الانتخابية التقليدية والالكترونية كما هو الحال في فلسطين وتونس ، خاصة وان الانتخابات ستجري خلال فتره جائحة كورونا وان الدعاية الانتخابية ستتركز على وسائل التواصل الاجتماعي كما هو الحال في الاردن وكويت ومصر وذلك بسبب الاجراءات الوقائية المفروضة للوقاية من جائحة كورونا .

الهوامش:

(١) د. احمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط١ ، مجلد ٢ ، ب.م. ، ٢٠٠٨ ، ص١٥٤١ .

(٢) فينان عبد الله العامري ، التوافق والتناظر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني ، جامعة الامير نايف العربية ، ٢٠١٢ ، ص ٥ .

(٣) مفلح العلي - رضوان يوسف - مصطفى خلدون احمد ، مدخل الى دراسة الاعلام الالكتروني والقضائي ، دار حامد ، عمان ، ٢٠١٦ ، ص ٨٣ .

(٤) فينان عبد الله العامري ، مصدر سابق ، ص ٧ .

(5) Lister, m. dovey. s. & kelly. grant 2003 , newmedia: a critical

introduction,

routeledge. P54.

(٦) محمد عبد الله المنشاوي ، الوظيفة الاخبارية لشبكة الانترنت ، ٢٠٠٦ ، منشور على الموقع الالكتروني

www.minshawi.com

(٨) محمد عبد الله المنشاوي ، مصدر سابق ، ص ٥ .

(٩) عبيد الرحباني ، الاعلام الرقمي الالكتروني ، الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢ ، ص ٩٥ .

- (١٠) محمد صلاح سالم ، العصر الرقمي وثروة المعلومات - دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع ، عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٨ .
- (١١) رملي شهرزاد ، الاعلام الجديد ورقمنة الحملات الانتخابية ، مجلة افاق للعلوم ، الجزائر ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٨ .
- (١٢) د.نبيل علي ، العرب وعصر المعلومات ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون ، عالم المعرفة ، ١٩٩٤ ، ص ٩١ .
- (١٣) حاتم بديوي عبيد الشمري ، الدعاية الانتخابية عبر الملصقات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٨ ، ص ٣١ .
- (١٤) جي سي جودرين ، الانتخابات الحرة والنزيهة ، ترجمة : احمد منيب ، بغداد ، دائرة شؤون الثقافية ، ٢٠٠٣ ، ص ٦٦ .
- (١٥) زكريا بن صغير ، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها واساليبها ، الجزائر ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ ، ص ١١ .
- (١٦) ينظر الى في المادة (١/٤٥) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥
- (١٧) عامر وهب عارف الوادية ، التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية عبر الانترنت ، مجلة جامعة الازهر ، غزة ، المجلد ١٩ ، ص ٥٥ .
- (١٨) ينظر الى الفصل ٢ من الباب الثاني لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩
- (١٩) ينظر الى المادة (١/٦) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٢٠) ينظر الى المادة (٢٢) من قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٢١) النظم الانتخابية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، بيروت ، ٢٠٠٥ ، ص ١١٥ .
- (٢٢) د. نوال مغزلي ، دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الحملات الانتخابية ، مجلة المعيار ، الجامعة القسطنطينية ، ٢٠١٧ ، ص ٤٣٠ .
- (٢٣) الحملات الانتخابية الالكترونية بسبب كورونا ، منشور على الموقع الالكتروني : www.alrai.com .
- (٢٤) د. نوال مغزلي ، مصدر سابق ، ص ٤٣١ .
- (٢٥) مصدر سابق ، ص ٤٣١ .
- (٢٦) عامر وهب عارف الوادية ، مصدر سابق ، ص ٥٥١ .
- (٢٧) عادل عبد الصادق ، الحملات الالكترونية في سياق الانتخابات الرئاسية ، منشور على الموقع الالكتروني :

www.ahram.org.eg/news.

(٢٨) حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر ، عمان ، ٢٠١٤ ، ص ٩٨
(٢٩) محمد عبد الغفار ، تويتر وانستغرام وسناب شات ادوات الدعاية الانتخابية في الكويت ، منشور على الموقع الالكتروني :

www.anadoul.agency.com -

(٣٠) د. احمد فاضل حسين ، مصدر سابق ، ص ٦١ .

(٣١) ينظر الى المادة (٥٦) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ .

(٣٢) ينظر الى المادة (٥٧) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ .

(٣٣) ينظر الى الفصل ١٥ من الباب الثاني لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .

(٣٤) ينظر الى المادة (٢٢) من قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .

(٣٥) ينظر الى المادة (٢٤/اولا) من قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .

(٣٦) ينظر الى المادتين (٢-٣) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .

(٣٧) د.عاطف البنا ، الوسيط في النظم السياسية ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٢ ، ص ٢٣٤ .

(٣٨) د.صلاح الدين فوزي ، النظم والاجراءات الانتخابية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ب-ت ، ص ٣٦٣ .

(٣٩) ينظر الى المادة (٥٧) من قانون الانتخابات الفلسطيني ١٣ لسنة ١٩٩٥ .

(٤٠) ينظر الى المادة (٣) من نظام وسائل الاعلام رقم ٤ لسنة ٢٠٢٠ .

(٤١) ينظر الى المادة (٥٥) من قانون الانتخابات الفلسطيني ١٣ لسنة ١٩٩٥ .

(٤٢) ينظر الى الفصل ٥٠ من الباب الثاني لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .

(٤٣) ينظر الى المادة (٢) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .

(٤٤) ينظر الى المادة (٥٨- ف٣/ف٤) من قانون الانتخابات الفلسطيني ١٣ لسنة ١٩٩٥ .

(٤٥) ينظر الى المادة (٢٨/ج-د) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ .

(٤٦) ينظر الى الفصل ٤ من الباب الثاني لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .

(٤٧) ينظر الى المادة (٢٤/اولا) والمادة (٢٥) والمادة (٢٧) من قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .

(٤٨) ينظر الى المادة (٣٠) من قانون مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .

- (٤٩) ينظر الى المواد (٦-٧) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٥٠) ينظر الى المادة (٤/٩٣) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ .
- (٥١) ينظر الى المادة (١/٩٤) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ .
- (٥٢) ينظر الى الفصل ٧ من قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ .
- (٥٣) ينظر الى الفصل ١١ من قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ .
- (٥٤) ينظر الى الفصل ١٢ من قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ .
- (٥٥) ينظر الى المادة (٣٠) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٥٦) ينظر الى المادة (١٢) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٥٧) ينظر الى المادة (١٣) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٥٨) ينظر الى المادة (٣٠) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ .
- (٥٩) ينظر الى المادة (٣١) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ .
- (٦٠) ينظر الى الفصل ٢٣ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٦١) ينظر الى الفصل ٢٦ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٦٢) ينظر الى الفصل ٢٧ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٦٣) ينظر الى الفصل ٢٩ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٦٤) ينظر الى الفصل ١٣ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٦٥) جمال الزنكري ، مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي ، ٢٠٢٠ ، ص ٨ ،
- (٦٦) مصدر سابق ، ص ٩ .
- (٦٧) د. ليلى حنتوش - منير حمزة عبيد ، الرقابة الرسمية على الدعاية الانتخابية ، جامعة بابل ، مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية ، ٢٠١٩ ، ص ٩٧٣ .
- (٦٨) ينظر الى المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٦٩) ينظر الى المادة (٢٤) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٧٠) ينظر الى المادة (٢١) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .

- (٧١) صالح حسين عبد الله ، الحق في الانتخاب (دراسة مقارنة) ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، ٢٠١٣ ، ص ١٦٧ .
- (٧٢) وهو امر غير جائز ولايحقق الحيطة الاستقلالية ، ذلك ان المفوضية تجمع بين صفتي الرقابة والنظر في الطعون في ان واحد ، ولمزيد من المعلومات ينظر الى : د. ليلي حنتوش - منير حمزة عبيد ، مصدر سابق ، ص ٩٧٧ .
- (٧٣) ينظر الى المادة (١٣ / اولا) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم ١١ لسنة ٢٠٠٧ المعدل .
- (٧٤) علي جبار الحسيناوي ، جرائم الحاسوب والانترنت ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٩ ، ص ٤٦ .
- (٧٥) مصدر سابق ، ص ٤٧ .
- (٧٦) د. ضياء الاسدي ، جرائم الانتخابات ، مكتبة زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٠ .
- (٧٧) عامر وهب عارف ، مصدر سابق ، ص ٥٦٣ .
- (٧٨) د. ضياء الاسدي ، مصدر سابق ، ص ٢٩٥ .
- (٧٩) عامر وهب عارف ، مصدر سابق ، ص ٥٦٤ .
- (٨٠) ينظر الى المادة (١١١) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم السنة ٢٠٠٧ .
- (٨١) ينظر الى المادة (١١٣) من قانون الانتخابات الفلسطيني رقم السنة ٢٠٠٧ .
- (٨٢) نصت المادة (٢/٢٤) من قانون رقم السنة ٢٠٠٧ الفلسطيني بانه (لايشمل اختصاص محكمة الجرائم الانتخابية الواردة في هذا القانون والتي يعود الاختصاص بشأنها للقضاء العادي) وكما اوضحنا فانه ووفقا لقانون انتخابات رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ فان المحكمة المختصة بالجرائم الانتخابية والمخالفات الانتخابية التي تجيز تقديم الطعون امامها من قبل القوائم والمرشحين والناخبين هي محكمة البداية .
- (٨٣) ورد في الانتخابات رقم ١٣ لسنة ٢٠٠٥ بانه من مهام وصلاحيات لجنة الانتخابات المركزية من المادة (١٢/٢٤) "اعادة الانتخاب في اي مركز في مراكز الاقتراع اذا ثبت لها وقوع مخالفات من شأنها ان تؤثر في نتيجة الانتخاب في اي دائرة انتخابية " .
- (٨٤) نصت المادة (٣٥) من قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ " تختص المحكمة في النظر في الاستئنافات والطعون المقدمة لالغاء او تعديل القرارات الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية او التي نص هذا القانون على جواز استئنافها او الطعن فيها امام محكمة استئناف قضايا الانتخابات " .
- (٨٥) جلال محمد الزعبي - اسامة احمد المناعة ، جرائم تقنية نظم المعلومات الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٠ ، ص ٢٨٨ .
- (٨٦) عامر وهب عارف ، مصدر سابق ، ص ٥٦٧ .

- (٨٧) ينظر الى الفصل ٣٥ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٨٨) ينظر الى الفصل ٣٦ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٨٩) ينظر الى الفصل ٣٨ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٩٠) ينظر الى الفصل ٣٩ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٩١) ينظر الى الفصل ٤٢ من الباب الرابع لقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
- (٩٢) ينظر الى المادة (٣٤) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٩٣) ينظر الى المادة (٣٥/ ثالثا) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٩٤) ينظر الى المادة (٢١) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٩٥) ينظر الى المادة (٢٢) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .
- (٩٦) ينظر الى المادة (٢٣) من نظام الحملات الانتخابية رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .

المصادر :

اولا : الكتب

١. د. احمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط١ ، مجلد ٢ ، ب.م ، ٢٠٠٨ .
٢. جلال محمد الزعبي - اسامة احمد المناعة ، جرائم تقنية نظم المعلومات الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٠ .
٣. جي سي جودرين ، الانتخابات الحرة والنزيهة ، ترجمة : احمد منيب ، بغداد ، دائرة شؤون الثقافية ، ٢٠٠٣ .
٤. حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر ، عمان ، ٢٠١٤ .
٥. زكريا بن صغير ، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها واساليبها ، الجزائر ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ .
٦. د.عاطف البنا ، الوسيط في النظم السياسية ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٢ .
٧. عبير الرحباني ، الاعلام الرقمي الالكتروني ، الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢ .

٨. صالح حسين عبد الله ، الحق في الانتخاب (دراسة مقارنة) ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، ٢٠١٣ .
٩. د.صلاح الدين فوزي ، النظم والاجراءات الانتخابية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ب-ت.
١٠. د. ضياء الاسدي ، جرائم الانتخابات ، مكتبة زين الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٩ .
١١. علي جبار الحسيناوي ، جرائم الحاسوب والانترنت ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٩ .
١٢. فينان عبد الله العامري ، التوافق والتناظر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني ، جامعة الامير نايف العربية ، ٢٠١٢ .
١٣. محمد صلاح سالم ، العصر الرقمي وثروة المعلومات - دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع ، عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية ، ٢٠٠٢ .
١٤. مفلح العلي - رضوان يوسف - مصطفى خلدون احمد ، مدخل الى دراسة الاعلام الالكتروني والقضائي ، دار حامد ، عمان ، ٢٠١٦ .
١٥. د.نبيل علي ، العرب وعصر المعلومات ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون ، عالم المعرفة ، ١٩٩٤ .

ثانيا : المجلات والدوريات

١. رملي شهرزاد ، الاعلام الجديد ورقمنة الحملات الانتخابية ، مجلة افاق للعلوم ، الجزائر ، ٢٠٠٢ .
٢. عامر وهب عارف الوادية ، التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية عبر الانترنت ، مجلة جامعة الازهر ، غزة ، المجلد ١٩ ، ٢٠١٧ .
٣. د. ليلي حنتوش - منير حمزة عبيد ، الرقابة الرسمية على الدعاية الانتخابية ، جامعة بابل ، مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية ، ٢٠١٩ .
٤. د. نوال مغزلي ، دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الحملات الانتخابية ، مجلة المعيار ، الجامعة القسطنطينية ، ٢٠١٧ .

ثالثا : الرسائل والاطاريح

١. حاتم بديوي عبيد الشمري ، الدعاية الانتخابية عبر الملصقات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٨ .

رابعا : القوانين والانظمة والقرارات

١. قانون الانتخابات الفلسطيني رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ .
٢. قانون انتخابات الفلسطينيين رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٥ .
٣. قانون الانتخابات الفلسطيني رقم السنة ٢٠٠٧ .
٤. قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ .
٥. قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس عدد ٢٢ لسنة ٢٠١٩ .
٦. نظام الحملات الانتخابية في العراق رقم ٥ لسنة ٢٠٢٠ .

خامسا : مصادر الانترنت

- ١- الحملات الانتخابية الالكترونية بسبب كورونا ، منشور على الموقع الالكتروني :
www.alrai.com
 - ٢- عادل عبد الصادق ، الحملات الالكترونية في سياق الانتخابات الرئاسية ، منشور على الموقع الالكتروني
www.ahram.org.eg/news.
 - ٣- محمد عبد الله المنشاوي ، الوظيفة الاخبارية لشبكة الانترنت ، ٢٠٠٦ ، منشور على الموقع الالكتروني
www.minshawi.com
 - ٤- محمد عبد الغفار ، تويتر وانستغرام وسناب شات ادوات الدعاية الانتخابية في الكويت ، منشور على الموقع الالكتروني :
www.anadoul.agency.com
- سادسا : مصادر اجنبية

Lister, M. dovey.s. & Kelly. New media scholarship: a critical introduction
Routledge.2003.

Sources :

First: books

- 1-D. Ahmed Mukhtar Omar, Dictionary of Contemporary Arabic Language, 2008.
- 2- Jalal Muhammad Al-Zoubi – Osama Ahmed Al-Manna, Technical Crimes of Electronic Information Systems, Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution, Amman, 2010.
- 3- J.C. Goodrin, Free and Fair Elections, Translated by: Ahmed Munib, Baghdad, Department of Cultural Affairs, 2003.

- 4- Hussein Mahmoud, Public Relations and Social Media Networks, Osama Publishing House, Amman, 2014.
- 5- Zakaria Ben Saghir, Election Campaigns: Their Concept, Means and Methods, Algeria, Dar Al-Khaldounia for Publishing and Distribution, 2004.
- 6- Dr. Atef Al-Banna, The Mediator in Political Systems, Cairo, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 1982.
- 7- Abeer Rahbani, Electronic Digital Media, Jordan, Dar Osama for Publishing and Distribution, 2012.
- 8- Saleh Hussein Abdullah, The Right to Vote (Comparative Study), Modern University Office, Alexandria, 2013.
- 9- Dr. Salah El-Din Fawzi, Electoral Systems and Procedures, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Cairo, B-T.
- 10 - Dr. Daa Al-Assadi, Election Crimes, Zein Law Library, Beirut, 2009.
- 11- Ali Jabbar Al-Husseini, Computer and Internet Crimes, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, 2009.
- 12- Finan Abdullah Al-Amiri, Compatibility and Dissonance between Traditional Media and Electronic Media, Prince Nayef Arab University, 2012.
- 13- Muhammad Salah Salem, The Digital Age and the Wealth of Information – A Study in Information Systems and Modernization of Society, Ain for Human and Social Studies and Research, 2002.
- 14- Mufleh Al-Ali – Radwan Youssef – Mustafa Khaldoun Ahmed, Introduction to the Study of Electronic and Judicial Media, Dar Hamed, Amman, 2016.
- 15- Dr. Nabil Ali, Arabs and the Information Age, Kuwait, National Council for Culture and Arts, World of Knowledge, 1994.

Second: Magazines and periodicals

- 1- Ramli Shahrazad, New Media and Digitization of Election Campaigns, Afaq Science Magazine, Algeria, 2002.

- 2- Amer Wahab Arif Al-Wadiya, Legal Regulation of Electoral Publicity via the Internet, Al-Azhar University Journal, Gaza, Volume 19, 2017.
- 3- Dr. Laila Hantoush – Munir Hamza Obaid, Official Monitoring of Election Propaganda, University of Babylon, Journal of the College of Basic Education for Educational and Human Sciences, 2019.
- 4- Dr. Nawal Maghazili, The Role of Media and Communication Technology in Election Campaigns, Al-Ma'ir Magazine, Constantinople University, 2017

Third: Theses and dissertations

- 1- Hatem Badaiwi Obaid Al-Shammari, electoral propaganda through wall posters for the Iraqi Parliament elections, Master's thesis, College of Information, University of Baghdad, 2008.

Fourth: Laws, regulations and decisions

- 1- Palestinian Election Law No. 13 of 1995.
- 2- Palestinian Elections Law No. 10 of 2005.
- 3- Palestinian Election Law No. 1 of 2007.
- 4- Iraqi Parliament Elections Law No. 9 of 2020.
- 4- Resolution No. 22 of 2019 by the Independent High Authority for Elections in Tunisia.
- 5- Election Campaigns Regulations in Iraq No. 5 of 2020.

Fifth: Internet sources

- 1- Electronic election campaigns due to Corona, published on the website:
www.alrai.com
- 2- Adel Abdel-Sadiq, Electronic Campaigns in the Context of the Presidential Elections, published on the website:
www.ahram.org.eg/news.
- 3- Muhammad Abdullah Al-Minshawi, The News Job for the Internet, 2006, published on the website.

www.minshawi.com

4- Muhammad Abdel Ghaffar, Twitter, Instagram, and Snapchat, electoral propaganda tools in Kuwait, published on the website:

www.anadoul.agency.com

5- Dr. Farida Ben Amroush, Legal Regulation of Digital Media in Algeria, University of Algiers, 2019, p. 8, published on the website:

<http://arab.kmshare.net>.

Sixth: English sources

1- Lister, M. Duffy. & Kelly. New media scholarship: a critical introduction
Routledge.2003.

