

ضوابط التغطية الإعلامية لحملة الانتخابات في ظل أحكام القانون العضوي للانتخابات 01-21 في الجزائر.

Regulations for Media Coverage of the Electoral Campaign under the Provisions of Organic Election Law 21-01 in Algeria

كسال عبد الوهاب^{*1}

¹ كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد مين دباغين سطيف 2 (الجزائر)، a.kessal@univ-setif2.dz

تاريخ النشر: 2026 / 06 / 11

تاريخ القبول: 2025 / 12 / 30

تاريخ الاستلام: 2025 / 02 / 28

ملخص:

تفرض النظم القانونية على وسائل الإعلام التقيد بمجموعة من الالتزامات في تقديم الأخبار والبرامج المتصلة بالانتخابات تحقيقا للمساواة والإنصاف، وتجسيدا لمبدأ تكافؤ الفرص بين المتنافسين. وقد سعى المشرع الجزائري في القانون العضوي للانتخابات 01-21 إلى تنظيم مسألة التغطية الإعلامية في الحملات الانتخابية بفرض مجموعة من الالتزامات على وسائل الإعلام سواء الحكومية أو الخاصة، تتوافق مع التزاماتها العامة الواردة في القانون العضوي للإعلام وقانون السمعي البصري. وهو ما يطرح مدى استجابة تلك النصوص لهذه الأهداف، وضمان الوصول لوسائل الاعلام، وتعاملها بحيادية في تغطيتها للحملات الانتخابية؟ وهذا الأمر يبدو الآن مكرسا على المستوى القانوني، لكن يبقى التطبيق ميدانيا مرتبطا بفعالية جهات الرقابة خاصة سلطة ضبط السمعي البصري والسلطة المكلفة بالانتخابات. الكلمات المفتاحية: الحملة الانتخابية؛ المساواة والإنصاف؛ قانون الانتخابات؛ وسائل الإعلام.

Abstract:

Legal systems require the media to ensure equality and fairness in election coverage, upholding the principle of equal opportunities among candidates. In Algeria, Organic Law 21-01 regulates media coverage during election campaigns, imposing obligations on both public and private media in line with the Information and Audiovisual Laws. However, the effectiveness of these regulations in ensuring media accessibility and impartiality remains in question. While these principles are legally established, their practical implementation depends on the efficiency of regulatory bodies, particularly the Audiovisual Regulatory Authority and the election oversight authority.

Keywords: Election campaign; Equality and equity; Election law; The media.

1. مقدمة

يعد الإعلام بمختلف أنواعه ووسائله أحد أوجه وصور ممارسة حرية الرأي والتعبير في المجتمع الديمقراطي، وهو ركن أساسي في نشأته ووجوده. ذلك أن الحيوية الديمقراطية للمجتمع تقاس وفقا لحرية الصحافة وإمكانية الوصول لوسائل الإعلام وتنوع المعلومات. وإلى جانب الأدوار التي يقوم بها الإعلام في شتى مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ فهو عنصرا أساسيا في إدارة الحملات الانتخابية من خلال التغطية التي يقوم بها في هذا المجال، سواء تعلق الأمر بالمرشحين أو الأحزاب وشرح أفكارهم والترويج لبرامجهم.

وهذا الدور هو مما تنص عليه مختلف التشريعات الانتخابية في معظم الدول، رغم أن الأساس الذي يحكم هذه التغطية من جانب وسائل الإعلام قائمة على الحرية؛ إلا أنها إذا تعلقت بالانتخابات نجد النصوص القانونية -خاصة قانون الانتخابات وليس قانون الاعلام - تنظم تدخل هذه الوسائل في هذا الشأن، بتنظيم قواعد ممارستها والتزاماتها والمخالفات التي لا يجب أن تقع فيها.

والأساس الذي تقوم عليه عملية التنظيم هذه تجد مصدرها في ضرورة تحقيق المساواة والإنصاف تحقيقا لمبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين أفرادا وأحزابا، ذلك أن لهذه الوسائل دورا أساسيا في تكوين وتوجيه الرأي العام والتأثير عليه، من خلال ما توفره من مساحة للمناظرة العامة وإطلاع المواطنين على سياسات المترشحين وبرامج عملهم، وهو ما يسمح للناخبين باتخاذ القرارات السليمة عند الإدلاء بأصواتهم.

وعليه فترك هذا الإعلام حر دون إخضاعه لضوابط والتزامات معينة، قد يؤدي إلى المساس بمبدأ تكافؤ الفرص، لأنه قد يصبح وسيلة في يد فئة قليلة من المترشحين أصحاب النفوذ والمال للترويج لأفكارهم ومرشحتهم، مما يؤثر في الأخير على مؤسسات الدولة ويهدد الدولة حتى في وجودها.

لذلك تفرض معظم النظم القانونية التزامات على وسائل الإعلام أثناء تغطيتها للحملات الانتخابية تقوم على التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسؤوليتها اتجاه المجتمع، فهي ملزمة بتحري الدقة والتوازن والموضوعية كالتزامات أساسية قاعدية في العمل الإعلامي، وفي مجال تغطيتها للحملة الانتخابية يجب أن تسعى لتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص من خلال التغطية المتساوية والمتوازنة والحيادية، وهذا الأمر يشمل الإعلام بنوعيه الحكومي والخاص، وإن كان يلزم الإعلام الحكومي بشكل أكبر باعتباره يمثل وجهات نظر جميع المواطنين.

وانطلاقا من كل ذلك فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على الإشكالية التالية، دور الإعلام في تغطية الحملة الانتخابية، ومدى تكريس المشرع الجزائري في أحكام القانون العضوي 01-21 المتعلق بالانتخابات لقواعد التغطية الإعلامية المتساوية والمنصفة للحملة الانتخابية؟

وفي اجابتنا على هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والالتزامات التي تقع عليها في إطار هذه التغطية للحملة الانتخابية، وتحليل النصوص القانونية الواردة في القانون العضوي للانتخابات والنصوص الأخرى المرتبطة بهذا الأمر. مقسمين هذه المعالجة للموضوع إلى العناصر التالية:

ـ مساهمة وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية

ـ تكريس ضوابط التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في أحكام قانون الانتخابات 01-21

أولاً: مساهمة وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية

تمثل الانتخابات أحد أبرز مظاهر الممارسة الديمقراطية في المجتمع، بكونها المعبر الرئيسي عن إرادة الناخبين في اختيار ممثليهم في الهيئات والمجالس المنتخبة والتي من خلالها يشارك الأفراد في تسيير الشؤون العمومية ورسم السياسات العامة. ويلعب الإعلام دوراً بارزاً في هذه العملية، من خلال عملية الدعاية التي يقوم بها المترشحون والأحزاب ومؤيديهم في نشر أفكارهم وبرامجهم لكسب ثقة الناخبين، وهذا الأمر يفرض احترام هذه الوسائل مجموعة من الالتزامات في تغطية تلك الحملات، حفاظاً على جو المنافسة وتحقيقاً لتغطية عادلة ومنصفة خاصة من جانب الإعلام الحكومي، وهذا كله تحقيقاً للنزاهة الانتخابية.

مع العلم أنه يجب التفرقة بين التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية والدعاية السياسية، فالأولى تتعلق بالمساحة التحريرية التي يشغلها حزب في وسائل الإعلام، سياسة أو مرشح أو موضوع حملة معين، في حين تشير الدعاية إلى الأفكار التي يروج لها حزب أو مرشح، والتي تهدف إلى التأثير على موقف أفراد المجتمع. أي أن الدعاية بمعناها الأساسي تهدف إلى تقديم معلومات بطريقة متحيزة أو جزئية للتأثير على الأشخاص الذين تستهدفهم للحصول على أصواتهم يوم الانتخاب (Guerreo, Francisco, 2015, p. 04)

1. دور وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية

تعد التغطية الإعلامية جزءاً جوهرياً من منهجية مراقبة الانتخابات، من خلال مهمة رقابية تضطلع من خلالها بكشف الانتهاكات التي تشوب العملية الانتخابية، ومن جهة أخرى أداء مهمة توعوية تثقيفية تساهم بها في تكريس الوعي السياسي لدى الناخبين، وإعطائهم الفرصة للاطلاع على البرامج والأفكار المطروحة ضماناً لحسن اختيارهم لممثليهم.

1.1 الدور الرقابي لوسائل الإعلام في تغطية الحملة الانتخابية

يقوم الإعلام بالعديد من الأدوار المهمة أثناء تغطية الحملة الانتخابية، وبخاصة مراقبة ما يشوبها من انتهاكات قد تؤثر على سلامتها. ذلك أن القوانين الانتخابية تفرض مجموعة من القيود والضوابط التي يجب مراعاتها في إدارة هذه العملية تحقيقاً لشفافيتها ونزاهتها. وهذه القيود منها ما يتعلق بالإدارة الانتخابية، ومنها ما يتعلق بالمترشحين وبرامجهم ومؤيديهم، بحيث يجب على الجميع العمل على التقيد بها وعدم الخروج عنها. وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في كشف تلك الانتهاكات إن حدثت، كمراقبة مدى تمتع الناخبين بحقوقهم، ومدى إمكانية اختيار مرشحهم بحرية، وحضور فاعليات انتخابية مختلفة، ومعرفة مدى إدراك الناخبين لدورهم في العملية الانتخابية، مراقبة حقوق المرشحين والأحزاب، ومدى تكافؤ الفرص بينها وبين الحزب الحاكم في إمكانية تنظيم الفاعليات الانتخابية المتعلقة بالحملات الانتخابية، وخلافه مراقبة العملية الانتخابية نفسها وما يشوبها من انتهاكات قد تؤثر على سلامتها، مراقبة مدى حصول كل المتنافسين في العملية الانتخابية على الحق في التغطية الإعلامية حتى يكون لدى الناخبين قدر كاف من المعلومات عن الأحزاب والمرشحين وبرامجهم السياسية، وعن العملية الانتخابية نفسها (رامي عطى صديق، فاطمة شعبان محمد حسن، 2015، صفحة 314). وتمثل هذه المراقبة في حد ذاتها حماية حيوية ضد التدخل أو الفساد في إدارة العملية الانتخابية أو تنفيذها (شبكة المعرفة الانتخابية، 2005).

وهذا الدور الرقابي لا يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام إلا إذا كانت تتمتع بهامش من الحرية، يتيح لها التحرك والعمل بعيداً عن القيود والضغطات والتهديدات. مع وجود إعلام تعددي، وحق النفاذ للمعلومة، واعتراف تشريعات الدولة بحق إنشاء الصحف والنشريات والقنوات والمواقع الإلكترونية. وهو الأمر الذي أكد

عليه المؤسس الدستوري في التعديل الأخير لسنة 2020 من خلال التأكيد على حرية الصحافة في المادة 54 منه، ذلك أن حرية الانتخابات الديمقراطية دون حرية إعلام أو كبت هذه الحرية ينطوي على تناقض في المصطلحات.

1.2 الدور التثقيفي والتوعوي لوسائل الإعلام في تغطية الحملة الانتخابية

تنصرف التغطية الإعلامية إلى نشر، أو بث مرئي، أو مسموع، أو مكتوب بإحدى الوسائل الإعلامية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة بغرض نقل وقائع الحملة الانتخابية وبرامج المترشحين ونشاطاتهم لهيئة الناخبين (ونوغي نبيل، عباسي سهام، 2020، صفحة 135، 136). حيث يمثل الإعلام وسيلة مهمة للمعلومات بين المتنافسين والجمهور، من خلال توفير مساحة للمناظرة العامة وإطلاع المواطنين على سياسات المترشحين والأحزاب وأرضيات عملهم، إذ يسمح الإعلام للناخبين باتخاذ قرارات مستنيرة عند الإدلاء بأصواتهم، ولا يمكن المغالاة بأهمية النقطة الأخيرة هذه، حيث تعتبر قدرة الناخبين على اتخاذ خيارات مستنيرة أحد الجوانب الرئيسية للانتخابات الديمقراطية، ففي قمة منظمة الأمن والتعاون في بودابست عام 1994، أقرت الدول المشاركة أهمية الإعلام بوضوح. وفوضت مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان "الاضطلاع بدور معزز في رصد الانتخابات قبل العملية الانتخابية وخلالها وبعدها. وفي هذا السياق يتعين على مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان تقييم الظروف التي تضمن عمل وسائل الإعلام بشكل حر ومستقل (دليل رصد الاعلام لبعثات مراقبة الانتخابات، 2012، صفحة 09).

وعليه فوسائل الإعلام مكانة مهمة ودورا بارزا في تثقيف الناخبين من زاوية المساهمة في تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم الانتخابية التي تقرها لهم القوانين في هذا الإطار، ونقل المعلومات إليهم، وتزويدهم بمجموعة من الآراء المختلفة، من ناقلين، ومحللين، وسياسيين، وصحافيين. ومن جهة أخرى تركز لديهم الوعي السياسي من خلال التعريف بالمترشحين وبرامجهم وأفكارهم ودرجة التفاوت بين المترشحين، وتمكينهم من الاطلاع عليها واختيار ما يتناسب وقناعاتهم (ونوغي نبيل، عباسي سهام، 2020، صفحة 136، 135). تحقيقا لحق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.

ولعل من أهم الأمور التي يجب أن تسعى أنشطة الإعلام لتحقيقه هو ما يتماشى مع ما كانت تتضمنه المادة 05 من قانون الإعلام في الجزائر رقم 12-05 الملغى بموجب القانون العضوي 23-14، وهي الاستجابة لحاجات الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية؛ وترقية قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية؛ ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار؛ والعمل على ترقية الثقافة الوطنية وإشعاعها، في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري؛ مع المساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلام. وهو ماورد في عموم أحكام المرسوم التنفيذي رقم 24-250 الخاص بخدمات الاتصال السمعي البصري.

أما بخصوص ما يرتبط بحقوق الناخبين فإن الواجب على وسائل الإعلام تزويد الناخبين بجميع المعلومات التي يحتاجونها لممارسة حقهم في التصويت وبخاصة كيفية ممارسة حق الانتخاب، وإطلاعهم على أرضيات عمل وآراء مختلف المترشحين والأحزاب، كما تساعد وسائل الاعلام الناخبين على فهم كيفية ممارسة حقهم في المشاركة السياسية، لا سيما إجراءات التصويت، والمثال على ما يمكن أن تقدمه وسائل الإعلام للناخبين في هذه النقطة الأخيرة العمل على توضيح كيفية قيام الناخبين بترتيب المترشحين في إطار القائمة الواحدة، خاصة وأن المشرع في قانون الانتخابات 21-01 اعتمد على القائمة المفتوحة عكس ما كان معروفا لدى الناخبين سابقا.

وفيما يتعلق بحقوق المترشحين والأحزاب فتوفر وسائل الإعلام مساحة يمكن من خلالها للمترشحين مناقشة برامجهم والمسائل المتعلقة بالمصلحة العامة والمواضيع الانتخابية، وتمكينهم من الرد على البيانات أو

التقارير غير الدقيقة أو المسيئة لهم والصادرة في وسائل الإعلام، والقيام بذلك في الوقت المناسب على امتداد العملية الانتخابية (دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات، 2012، صفحة 14).

وفي هذا الشأن حدد مقرر الأمم المتحدة الخاص بحرية التعبير في تقريره السنوي لسنة 1999 المبادئ التي يجب احترامها لضمان الشفافية والحرية والتعددية في تغطية الحملة الانتخابية من قبل وسائل الاعلام ومن بين التوصيات التي قدمها في هذا الشأن (حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات، مجموعة وثائق حول المعايير الدولية والإقليمية، 2011، صفحة 18)

- يجب توفير أكبر قدر ممكن من المعلومات للناخبين قبل انطلاق الحملة الانتخابية، كما يجب أن توفر الدولة الحرية المطلقة لوسائل الإعلام.

- يجب أن توفر وسائل الإعلام معلومات حول مختلف الأحزاب السياسية، والمرشحين والقضايا المطروحة في الحملة الانتخابية، وكذلك مختلف إجراءات عملية الاقتراع، كما يجب أن يتسم الإعلام الحكومي بالتوازن؛ وعدم الانحياز عند تغطية الحملة، وألا يفرق بين الأحزاب أو المرشحين في توزيع حصص البث وألا ينحاز لحزب أو مرشح بعينه في نقل الأخبار.

- يجب أن تقوم وسائل الإعلام الحكومية خاصة؛ بتوعية الناخبين، وذلك بتوفير معلومات حول إجراءات عملية الاقتراع، مثل متى وأين يجب القيام بالعملية، وكيف يقوم المواطن بتسجيل اسمه للاقتراع، والتأكد من أن عملية التسجيل سليمة، وكذلك التأكد من سرعة عملية الاقتراع، وأهمية الانتخاب، وكذلك معلومات حول وظائف الأطراف المعنية بالانتخابات... الخ.

2. التزامات وسائل الإعلام في تغطية الحملة الانتخابية

تمثل وسائل الإعلام العمومية بحكم مصادر تمويلها مصدرا للناخبين جميعهم. ومن المسلم به عموما كما جاء في أحكام القانون 14-23 المتعلق بالنشاط السمعي البصري في الجزائر ألا تكون سياسة وسائل الإعلام العمومية خاصة، والمؤسسات الخاصة المرخص لها؛ في تغطيتها الإخبارية قائمة على خدمة مأرب وأغراض مجموعات مصلحة، سواء كانت سياسية، أو عرقية، أو اقتصادية، أو مالية، أو دينية أو إيديولوجية، وضرورة احترام التعددية الحزبية وتعددية التيارات الفكرية والآراء والبرامج السمعية البصرية، والتقييد بالقواعد التشريعية والتنظيمية السارية فيما يتعلق بإنتاج وبث البرامج المتعلقة بالحملة الانتخابية. وهو الأمر الذي أكدت عليه أحكام المرسوم التنفيذي 24-، 250 المتضمن دفتر الشروط العامة المفروضة على خدمات الاتصال السمعي البصري، وبخاصة المواد من 08 إلى المادة 11، وتسهر السلطة الوطنية المستقلة لضبط السمعي البصري على احترام هذه الأحكام وتجسيدها على أرض الواقع. ولعل هذا ما يتفق مع الرأي الوارد من المقرر الخاص للأمم المتحدة حول حرية التعبير في تقريره لعام 1999، عندما تحدث عن واجب وسائل الإعلام المملوكة للدولة في التعبير عن مجموعة متنوعة من الآراء، وألا تكون جهازا للدعاية لحزب سياسي معين. كما أن لديها التزامات خاصة بتوفير التربية المدنية، إضافة إلى توفير منبر لمختلف الأحزاب السياسية (شبكة المعرفة الانتخابية، 2011).

وهذا الواجب لا يقع على الإعلام الحكومي فقط، بل كذلك يقع على الإعلام الخاص، حيث يجب أن يتبنى الصحفيون ووسائل الإعلام بصفة عامة مواثيق للعمل الصحفي ومعايير مهنية وأخلاقية كما جاء في نص المادة 35 من قانون الاعلام 14-23 في الجزائر، وهو ما يتوافق مع ما جاء في توصية لجنة وزراء أوروبا في 06 أفريل 2022 حول الانتخابات والتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية، التي حثت على عدم تدخل السلطات العامة في أنشطة الصحفيين ووسائل الاعلام، وضرورة تطبيق قواعد المساواة والانصاف في ولوج المرشحين لوسائل ووسائل الاعلام، والتزام الاعلام بالمعايير المهنية والأخلاقية وشفافية استطلاعات الرأي (LA COMMUNICATION)

(ÉLECTORALE ET LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES CAMPAGNES ÉLECTORALES, 2022, p. 22). ومنه يمكن اجمال هذه الالتزامات الواقعة على عاتق وسائل الإعلام في تغطية الحملة الانتخابية في الالتزام بما يلي:

1.2 الالتزام بالأخلاقيات الصحفية والمعايير المهنية (الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامية)

نظرا للدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في صناعة الرأي العام وفي الرقابة والمساءلة فيجب عليه نشر الحقيقة للجمهور دون تمييز، والالتزام بالمهنية والموضوعية في تحريرها والسعي وراءها، ونقل الوقائع بصدق وأمانة، واحترام الخصوصية والابتعاد عن السب، والشتم، والتحقيق، وغيرها. ورغم أن هذا الأمر من بديهيات عمل المؤسسات الإعلامية إلا أننا لا نجد نص خاص في قانون الانتخابات في الجزائر يشير إلى هذا الأمر فيما يتعلق بهذه التغطية للحملة الانتخابية، لكن بصفة عامة تضمنته أحكام قانون الإعلام 14-23 فيما يتعلق بأداب وأخلاقيات مهنة الصحفي، وبخاصة المادتين 03 و35 منه، وأحكام قانون السمع البصري 20-23 المتعلقة بدفتر الشروط الخاصة بخدمة الاتصال السمع البصري، خاصة أحكام المادة 32 منه والمرتبطة بهذه الالتزامات، والمرسوم التنفيذي 24-250 الخاص بخدمة الاتصال السمع البصري، حيث أن مجمل ما جاء في هذه النصوص من التزامات في هذا الشأن:

- الالتزام الحياد والموضوعية والامتناع عن خدمة مأرب وأغراض مجموعات مصلحة سواء كانت سياسية، أو عرقية، أو اقتصادية، أو مالية، أو دينية، أو إيديولوجية.
- الامتناع عن الإشادة بالعنف والتخريض على التمييز العنصري والإرهاب، أو العنف ضد كل شخص بسبب أصله، أو جنسه، أو انتمائه لعرق، أو جنس، أو ديانة معينة.
- المساس بالحياة الخاصة بالأشخاص وقرينة البراءة.
- نشر أو بث أخبار كاذبة أو مغرضة.

2.2 الامتنثال لأحكام التغطية الانتخابية كما هو منصوص عليه في القوانين

وهذا الأمر يتمثل في تمكين كل المترشحين والأحزاب من الوصول المتساوي والمنصف لوسائل الإعلام، وبث خطبهم وبرامجهم الانتخابية. مع اشتراط التزام هؤلاء المترشحين بما ينص عليه قانون الانتخابات، بالامتناع عن السب والشتم، والترويج للعنف والكراهية والتمييز، واحترام قواعد السلوك والأداب الخاصة بالمجتمع خاصة المادة 85 منه، وهو الأمر الذي أكد عليه المشرع كذلك في أحكام المرسوم التنفيذي 24-250 بضمان التعبير التعددي لتيارات الفكر والرأي في مضمون البرامج التي تبثها، وكل ما يخالف ذلك لا يجب أن يحظى بالتغطية الإعلامية. حيث أوجبت المادة 10 و11 من المرسوم أعلاه مجموعة من الالتزامات تلتزم وسائل الاعلام بها إذا تعلق الأمر بالبرامج الإخبارية والسياسة خلال العمليات الانتخابية.

3.2 تقديم تقارير تعددية

ويعني هذا الأمر ألا يكون الإعلام سواء العام أو الخاص منبر للترويج فقط لأراء الحزب الحاكم، حيث يجب الموازنة بين آراء الحكومة أو حزب الغالبية بآراء معارضة ومستقلة وبديلة؛ وينبغي أيضا مقابلة تغطية الأحداث أو البيانات العامة الصادرة عن الأحزاب الحاكمة حول قضايا المصلحة العامة بتغطية آراء المعارضة والخبراء المستقلين ووجهات أخرى. ويجب أن تكون التعليقات - الصادرة عن مقدمي البرامج أو الخبراء - الخارجيين — متميزة بوضوح عن الوقائع، وأن تعكس بالتالي مجموعة متنوعة من الآراء (دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات، 2012، صفحة 30). وهو ما أكدت عليه المادة 03 من قانون الاعلام في بندها الأخير، والمادة 32 من قانون السمع البصري في بندها الحادي عشر. وهذا الأمر كله له ارتباط وثيق بمواثيق الشرف الإعلامية بصفة

خاصة. مع ضرورة أن تلتزم وسائل الاعلام في تقديم ذوي الخبرة والكفاءة من الخبراء والمستشارين عند تقديم البرامج تحقيقا للجودة والارتقاء ببرامج البث المقدمة.

وعليه إذا كانت حرية التعبير شرط أساسي للممارسة الفعالة للحق في التصويت فإنه من المهم ألا نضع في اعتبارنا مسألة وصول الناخبين إلى المعلومات فحسب، بل أيضا أهمية ضمان وصول المترشحين الذين يمثلون خلفيات سياسية مختلفة إلى هذه الوسائل الإعلامية لتمكينهم من نشر رسائلهم (Guerreo, Francisco, 2015, p. 04).

ثانيا: تكريس ضوابط التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في أحكام الأمر 01-21

التأثير على مجريات العملية الانتخابية يكون بحجم الوصول والنفوذ والتواصل مع وسائل الإعلام وانطلاقا من هذا الدور المؤثر لهذه الوسائل وتأثيرها على نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، والمساس بمبدأ تكافؤ الفرص، حاول المشرع في قانون الانتخابات ضبط أنشطة وسائل الإعلام في هذا المجال، من خلال تنظيم عملية الاستفادة من الإعلام الحكومي والخاص. ورغم الفارق بين هذه الوسائل العامة والخاصة إلا أنه يجب أن تكون عادلة ومتوازنة ومحايدة.

1. الوصول المتساوي والمنصف لوسائل الإعلام

سعى المشرع الجزائري من خلال القانون العضوي للانتخابات إلى وضع مجموعة من القواعد والضوابط الناظمة للحملة الانتخابية، عندما تطرق إلى التغطية الإعلامية، باعتبار أن الإعلام عنصرا أساسيا وجوهريا في أية انتخابات تعددية شفافة وديمقراطية. وفي هذا الشأن عمد المشرع إلى ضبطها من خلال تنظيم كيفية ممارسة هذه الحرية في مجال الحملات الانتخابية، حاثا على مراعاة قواعد المساواة والإنصاف والحياد في هذه التغطية، انطلاقا من دور وأهمية هذه الوسائل في صناعة الرأي العام وتوجيهه والتأثير عليه.

1.1 الوصول المتساوي لوسائل الإعلام الحكومية

نصت المادة 77 من قانون الانتخابات على حق كل مترشح للانتخابات مهما كان نوعها محلية أو تشريعية أو رئاسية من الاستفادة وبشكل منصف من الوصول إلى وسائل الاعلام، سواء السمعية أو البصرية، وأكدت الفقرة الثانية من هذه المادة على أن تكون الحصص الممنوحة للمترشحين متساوية إذا تعلق الأمر بالانتخابات الرئاسية، أما إذا تعلق الأمر بالانتخابات المحلية والتشريعية فهذه الحصص تختلف تبعا لأهمية وعدد القوائم التي يقدمها الحزب السياسي، كما لم تغفل المادة قوائم المترشحين الأحرار حيث تستفيد هذه القوائم من حصص بقدر عددها وأهميتها. والوصول المنصف لهذه الوسائل وضمان التوزيع الزمني العادل بين المترشحين يكون تحت رقابة السلطة المستقلة لضبط السمع البصري والهيئة المكلفة بمراقبة الانتخابات.

والفكرة الأساسية لفتح مجال الاستفادة من هذا الإعلام الحكومي بنوعيه السمعي والبصري، هو محاولة تحقيق المساواة ومبدأ تكافؤ الفرص بين كل الفاعلين السياسيين، ومن جهة أخرى عجز القطاع الخاص عن ضمان التعددية في مجال البث، وعادة تميل محطات البث العمومية إلى الالتزام بمعايير أعلى للمسؤولية من حيث احترام مبادئ الشمولية والتنوع والاستقلالية والمحاسبة، والتمايز عن المحطات الخاصة، بالإضافة إلى مجانية استخدام هذه الوسائل.

غير أن التنظيم الصارم المفروض على هذه المحطات يفرض ضرورة حمايتها من تدخل الحكومة، أو رقابتها غير المتناسبين، لأنه عادة ما يكون الصحفيين منقوصي الحرية في هذا الأمر، وبحاجة للعمل بحرية وفق التزامهم أمام الجمهور. وبالتالي مادام أن وسائل الإعلام الحكومية تابعة لجميع المواطنين فإن استخدام هذه الوسائل للترويج لمرشح معين أو حزب سياسي بذاته هو تلاعب غير مشروع بالرأي العام. وطالما كان هذا الحق مثار جدل في

الجزائر، نتيجة المعاملة التفضيلية التي يقدمها الإعلام الحكومي حسب بعض المترشحين للبعض ممن يوصفون بأنهم مرشحي السلطة، سواء من حيث كفاءات التغطية الإعلامية، أو الانتقاء لخطابات وإعلانات المترشحين، أو تجاوز الوقت المقرر في هذه التغطية. وإن كان ضبط مسألة احترام الوقت تبدو بسيطة إلا أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال القضاء على الانتقائية التي قد تمارسها وسائل الإعلام المنحازة في هذا الشأن، ويبقى الفاصل في احترام ذلك هو احترام مواثيق الشرف التي تقع على المشرفين على هذه الوسائل الإعلامية، وضمير كل إعلامي. وعادة ما يتم تفصيل هذه الأحكام بموجب التنظيم، الذي يحد شروط إنتاج الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية، وبرمجتها وبثها، والقسط الزمني لكل قائمة أو مترشح وغيرها (المرسوم التنفيذي 138-97، 1997).

وقيام المشرع في قانون الانتخابات بوضع هذا الضابط لوسائل الإعلام الحكومي هو ما يتوافق مع المعايير الدولية للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية، من ذلك ما أكدته مقرر الأمم المتحدة في تقريره لسنة 1999. بالقول "يجب على الصحافة الحكومية أن تغطي جميع مظاهر الحياة الوطنية، وأن تضمن توفير آراء مختلفة، كما يجب ألا تتحول الصحافة الحكومية إلى بوق دعاية يخدم مصالح حزب سياسي واحد، أو أن تتحول إلى وسيلة تستعملها الحكومة لإقصاء الأحزاب، والمجموعات السياسية الأخرى". وأكد في توصية أخرى منه "يجب توزيع حصص البث المباشر بصفة عادلة وغير منحازة، كما يجب توفير مدة كافية من الوقت للأحزاب، والمترشحين لعرض برامجهم، وتمكين الناخبين من معرفة القضايا المطروحة، ومواقف الأحزاب منها، وقدرات المترشحين على حلها" (حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات، 2011، صفحة 18).

وحسب مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان في تحديدها للخطوط التوجيهية لمساعدة ورصد ومراقبة الانتخابات بالنسبة لموظفي حقوق الإنسان الأميين المكلفين بهذه الرقابة، أن "الوصول المنصف لوسائل الإعلام لا يتضمن فقط المساواة في الوقت والمكان المخصصين، بل أيضا الانتباه إلى ساعة البث الإذاعي والموضع الذي تنشر فيه الإعلانات المطبوعة وضرورة وجود اتفاق واسع ... بشأن النظام التنظيمي لوسائل الإعلام" (مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، 1993).

وهذه الحقوق الممنوحة للناخبين والمترشحين والإعلام ذاته تجد مصدرها في النصوص القانونية الدولية التي تحمي حرية التعبير في جميع الأوقات، كالمادة 19 والمادة 25 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، وهذين النصين يفرضان التزامات عامة على الحكومات بضمان التعددية الإعلامية أثناء فترات الانتخابات. مع العلم أن هذه الحرية الإعلامية مقيدة بعدم المساس بالمصلحة العامة والنظام العام.

2.1 ضرورة تحقيق الوصول المنصف لوسائل الإعلام الخاصة

الإعلام الخاص هو الآخر مطالب بالالتزام بالمهنية والموضوعية واحترام حق الجمهور في المعرفة، وذلك من واقع مسؤوليته الاجتماعية والأخلاقية. وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الخاصة هي شركات تجارية إلا أنها تساهم غالبا في بعض الالتزامات المتعلقة بتغطية مجريات الحملة الانتخابية، وهذه الوسائل مطلوب منها كذلك الالتزام بالمعايير الصحفية والمهنية، وضرورة احترام مبدأ الحياد في برامجها الإخبارية. أي بعبارة أخرى يجب أن تراعي الالتزامات نفسها التي تلتزم بها الوسائل العامة، من حيث التوازن والمساواة، والحياد والابتعاد عن كل ما من شأنه أن يخل بذلك.

وهذا الذي أكد عليه المشرع في المادة 78 من قانون الانتخابات، التي نصت على أنه "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...". وحسنا فعل المشرع عندما ألزمها بهذه التغطية وحثها على ضرورة التزام المهنية والموضوعية والحياد في تغطيتها، خاصة أن وسائل الإعلام الخاصة تحظى عادة بدرجة أعلى من المشاهدة مقارنة مع الصحافة ووسائل الإعلام الحكومية،

لذلك فإن لها دور كبير في توجيه الرأي العام والتأثير عليه. وأكدت المادة أعلاه في الفقرة 02 على أن "تضمن السلطة المستقلة بالتنسيق مع سلطة ضبط السمعي البصري احترام أحكام هذه المادة".

غير أن ما يطرح حول هذه الأمر هو صعوبة إلزام وسائل الإعلام الخاصة بهذه الضوابط، من جهة لكونها مستقلة في تمويلها، وهي شركات ذات طابع ربحي، وهذا الطابع الأخير قد يؤدي إلى تقديم منافع غير عادلة للأحزاب أو المرشحين القادرين على شراء مزيد من الأوقات على الهواء أو المساحات الإعلانية، مع العلم أن قانون الانتخابات في المادة 80 منه "يمنع طيلة الحملة الانتخابية استعمال أي طريقة إشهارية لغرض الدعاية الانتخابية". ولعل هذا الأمر ينطبق فقط على الوسائل السمعية البصرية دون الوسائل الأخرى، خاصة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، والوسائط الإلكترونية الحديثة. وهذا الأمر قد يؤدي إلى استغلال المترشحين والأحزاب الكبرى صاحبة الموارد المالية الكبيرة لهذه الوسائط مما يخل بمبدأ المساواة والإنصاف مع المترشحين والأحزاب الأقل موارد، مما يؤثر على العملية الانتخابية، وتوجيه الرأي العام بالإعلانات حتى ممكن المضللة.

وعليه قد يكون من المهم تدخل المشرع في الجزائر تعزيزاً للعدالة بفرض حدود للإنفاق، لا يجوز تخطيه فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية لأي مرشح أو حزب، كما قد يساهم تدخل الدولة بتوفير منصات بأسعار إعلانية عادلة أو توفير مساحات مجانية بشكل عادل للمترشحين والأحزاب المشاركة في العملية الانتخابية. ورغم أن المشرع في القانون الانتخابات نظم مسألة تمويل الحملة الانتخابية ومراقبتها، إلا أنه تطرق فقط للأسس الضابطة للتمويل الانتخابي ومصادره وكيفية مراقبته تحقيقاً لمبدأ تكافؤ الفرص، ولم يتطرق إلى هذه المسألة في تسيير الحملة الانتخابية ودرجة الإنفاق فيما بالتغطية الإعلامية، رغم أن إغفال هذا الأمر قد يمس بمبدأ المساواة والإنصاف (كسال عبد الوهاب، 2022، صفحة 559 وما بعدها).

وهناك تجارب دولية في هذا الأمر، حيث تضع رومانيا على سبيل المثال حداً أقصى للإنفاق على الإعلانات في وسائل التواصل الاجتماعي المدفوعة بنسبة لا تتجاوز 30٪ من إجمالي الإنفاق المسموح به، وفي المملكة المتحدة يتم احتساب الإنفاق على وسائل التواصل الاجتماعي ضمن حدود الإنفاق المطبق للمترشحين والأحزاب، ويجب الإبلاغ عنه، وأي مادة منشورة على وسائل التواصل الاجتماعي هي مادة انتخابية تدخل في الحد الأقصى (تدابير لتعزيز المساواة خلال الحملات الانتخابية، 2020). وفي تجربة فريدة لتكريس المساواة والإنصاف فيما يتعلق بهذه التغطية الإعلامية من القطاع الخاص نص قانون الانتخابات البلغاري على إمكانية قيام منصات التواصل الاجتماعي تخصيص مساحة إعلانية مجانية بشكل منصف للمتنافسين الانتخابيين، مع إلزام هذه المنصات الكشف عن كيفية تخصيصها بين المترشحين والأحزاب (تدابير لتعزيز المساواة خلال الحملات الانتخابية، 2020).

إن فتح هذا الإعلان المدفوع خاصة في الوسائل الإعلامية الأخرى من غير الوسائل السمعية البصرية يقتضي فرض المعايير الضرورية لتحقيق المساواة والإنصاف بين المترشحين والأحزاب في هذه الحالة، ومن بين المعايير التي يمكن وضعها (دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات، 2012، صفحة 32، 33):

- تحديد سقف معين للأسعار المدفوعة على الهواء مباشرة. - تحديد الوقت المدفوع. - إمكانية تدخل الدولة لتمويل الدعاية بشكل جزئي تحقيقاً لمبدأ تكافؤ الفرص.

وهذا الأمر هو ما أوصت به اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا فيما يتعلق بالدعاية المدفوعة الأجر مهما كانت الوسيلة الإعلامية، حيث وجب عليها مراعاة مجموعة من الضوابط تحقيقاً لمبدأ المساواة وتكافؤ الفرص، ومما جاء في هذه التوصية: "في الدول الأعضاء التي يُسمح فيها للمرشحين، والأحزاب السياسية بشراء مساحات إعلانية

لأغراض انتخابية، ينبغي للأطر التنظيمية أن تكفل ما يلي (حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات، مجموعة وثائق حول المعايير الدولية والإقليمية، 2011، صفحة 27):

- ينبغي أن تكون إمكانية شراء مساحات إعلانية متاحة لجميع الأطراف المتنافسة، وبشروط وأجور متساوية. - أن يكون الجمهور على علم بأن الرسالة هي إعلان سياسي مدفوع الأجر. - يجوز للدول الأعضاء أن تنظر في استحداث بند في أطرها التنظيمية يحد من قدر مساحة الإعلان السياسي التي يُخول لحزب، أو مترشح ما شأؤها".

2. حيادية وسائل الإعلام في التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية

هذا الضابط يتكامل مع الضابط الأول المتعلق بالمساواة والإنصاف الذي ورد في المادتين 77 و78 من القانون العضوي للانتخابات، حول التغطية الإعلامية، إذ أن إقرار قاعدة المساواة والإنصاف بين المترشحين سواء أفراداً أو قوائم حزبية يفرض أن تلتزم وسائل الإعلام سواء الحكومية أو الخاصة مبدأ الحياد. أي أن تقوم بهذا الفعل بطريقة عادلة ومتوازنة ومحيدة، دون تأييد أو تمييز ضد حزب أو مترشح بعينه. وهذه القاعدة مفترضة حتى ولو لم ينص عليها قانون الانتخابات، ذلك أننا نتحدث عن عملية مبنية على الشفافية والحرية، وأحد أسس الديمقراطية.

وبناء عليه لا يجوز لوسائل الإعلام خاصة الحكومية أن تفرض أي معاملة تفضيلية لصالح أو ضد حزب أو مرشح بعينه. وتحقيق هذا الأمر يفرض مجموعة من الالتزامات سواء على الصحفي كفرد أو على المؤسسات الإعلامية، كما جاء في ميثاق الشرف حول الإعلام والانتخابات الذي وضعته المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات (أيديا) (حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات، مجموعة وثائق حول المعايير الدولية والإقليمية، 2011، الصفحات 63-67):

ففيما يتعلق بالصحافيين، يجب عليهم:

تقديم معالجة دقيقة غير متحيزة؛ لا يقوم الصحفي بالإعلام إلا وفق حقائق يعرفها؛ ضرورة مساواة المترشحين في الرد وحقوق الرد؛ تجنب استخدام لغة تثير التمييز أو العنف على أي أساس ديني، عرقي، جنسي، اقتصادي...الخ؛ عدم قبول الصحفي لأي اغراء سياسي.

أما فيما يتعلق بالمؤسسات الإعلامية فيجب:

أن تعكس تغطية الأخبار الحقيقة بأمانة كما يدركها الصحفي؛ والابتعاد عن أي تمييز ضد حزب أو مرشح بعينه؛ وإذا قبلت تقديم إعلانات سياسية مدفوعة فيجب أن تفعل ذلك على أساس غير تمييزي، وبمعدل متساوي لكل الأحزاب والمترشحين.

وبعض هذه الالتزامات وإن لم تكن واردة في قانون الانتخابات في التشريع الجزائري فيما يتعلق بالعملية الانتخابية، إلا أنها منصوص عليه بطريقة غير مباشرة في المادة 54 من التعديل الدستوري لسنة 2020 المتعلقة بحرية الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية والإلكترونية، وفي قانون الإعلام فيما يتعلق بأداب وأخلاقيات مهنة الصحفي، والمادة 03 منه، والمادة 32 من قانون السمعي البصري فيما يتعلق بالالتزامات الواجبة على وسائل الإعلام الالتزام بها، وجاء ببعض التفاصيل الخاصة بهذه التغطية في أحكام المرسوم 24-250 المحددة لأحكام دفتر الشروط العامة المفروضة على خدمات الاتصال السمعي البصري. وقد يكون من الأفضل أن يتدخل المشرع بجمع هذه النصوص المتناثرة، وتحديد هذه الالتزامات بطريقة واضحة ومباشرة، إما في قانون الانتخابات، أو من خلال نص تنظيمي يضم ويشرح هذه الالتزامات والضوابط التي تقع على وسائل الإعلام في إطار إدارة التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، انطلاقاً من كون الالتزامات الواردة في النصوص المذكورة أعلاه وحتى في قانون الانتخابات عامة وفضفاضة، وهذه التغطية الخاصة بالعملية الانتخابية تحتاج لنص خاص محدد ودقيق.

١١. خاتمة:

تحوز الحملة الانتخابية أهمية خاصة في المجتمع الديمقراطي القائم على التعددية السياسية، وتلعب وسائل الإعلام دورا بارزا في تنشيطها من خلال منح الفرصة للمرشحين والأحزاب لنشر أفكارهم وبرامجهم السياسية بالشكل الذي ينص عليه القانون، تحقيقا لمبدأ تكافؤ الفرص بين الجميع، ويلعب الإعلام الحكومي الدور الأبرز في هذا الشأن باعتباره المعبر عن وجهات نظر جميع المواطنين في الدولة. ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج لعل أهمها هي:

- _ تبدو مساهمة الإعلام في تنشيط الحملة الانتخابية وتغطيتها مرتبطة بممارسة عدة أدوار أهمها:
- الدور الرقابي من خلال كشف مظاهر الانتهاكات التي قد تؤثر على سلامة العملية الانتخابية، وممارسة هذا الدور يرتبط بضرورة تمتع وسائل الإعلام بهامش من الحرية، بعيدا عن التضيق والرقابة المشددة.
- دور تثقيفي توعوي تربوي من خلال تعريف المواطنين بصفة عامة والناخبين بصفة خاصة بحقوقهم وواجباتهم الانتخابية، وهو ما يترتب عليه في الأخير تكريس الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، والتأثير في خياراتهم الانتخابية من خلال دفعهم إلى الاختيارات السليمة والمستنيرة.
- _ يقع على عاتق وسائل الإعلام العامة والخاصة مراعاة مجموعة من الالتزامات المرتبطة بمواثيق الشرف الإعلامية، وضرورة التقيد بالنصوص القانونية الضابطة لمجال عملهم في إطار هذه الحملات الانتخابية.
- _ التزام الدولة بضمان الوصول إلى تغطية إعلامية عادلة ومنصفة، وضمان التعددية الإعلامية خلال فترات الانتخابات هو تطبيق لالتزاماتها الدولية التي صادقت عليها في مجال حماية حرية الرأي والتعبير.
- _ فرض المشرع الجزائري على وسائل الإعلام مجموعة من الضوابط التي يجب على الإعلام الحكومي والخاص الالتزام بها، وهي المعاملة المتساوية والمنصفة بين جميع المرشحين والأحزاب، ومكن هؤلاء من حق الوصول لهذه الوسائل، لكن مع مراعاة عدد القوائم التي يقدمها كل حزب، في مدة الحصص وعددها.
- _ ألزم المشرع وسائل الإعلام بمبدأ الحياد عند تغطيتها للفعاليات الانتخابية، تحت رقابة السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، وبالتنسيق مع السلطة الوطنية المستقلة لضبط السمع البصري.

ومع أن المشرع في الجزائر أقر بهذه الضمانات تحقيقا لشفافية ونزاهة الانتخابات، إلا أنه مدعو للتدخل لجعل هذه التغطية أكثر دقة وفعالية من خلال ما يلي:

- _ ضرورة وضع قواعد أكثر تفصيلا ودقة في هذا الجانب، لأن قانون الانتخابات في تنظيمه لهذا الأمر يبدو قاصرا ونصوصه عامة وقليلة جدا، وقد تشكل التجارب الدولية في هذا الشأن، والملاحظات والاعتراضات الموضوعية التي عبرت عنها الطبقة السياسية في المواعيد الانتخابية السابقة إطارا هاما للاستفادة منها في وضع ضوابط هذه التغطية الإعلامية.

- _ فرض العقوبات الصارمة على كل وسيلة إعلامية مخالفة لمبدأ الحياد والمساواة والمعاملة المنصفة.
- _ تدخل المشرع إما في قانون الانتخابات مباشرة أو بوضع نص تنظيمي يحدد الالتزامات الواجبة على المؤسسات الإعلامية والصحافيين الالتزام بها بشكل ومحدد ودقيق بمناسبة إدارة العملية الانتخابية إعلاميا، بحيث يشكل هذا النص مدونة سلوك يجب الالتزام بها.
- _ قد يكون التفكير في السماح بحق الإعلام المدفوع في الترويج للنشاط الانتخابي، مع تحديد واضح ودقيق للرسوم المدفوعة سواء في الإعلام الحكومي أو الخاص، زيادة في تنشيط الساحة السياسية وتعريف أكثر بالبرامج والأفكار السياسية المطروحة.

الاحالات المراجع:

- __ كسال عبد الوهاب (2022)، التمويل الانتخابي في ظل أحكام الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 15، العدد 1، الصفحات 557-575.
- __ ونوغي نبيل، عباسي سهام (2020)، التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية بين الحرية والتقييد – دراسة وفق التشريع الجزائري، مجلة مصداقية، المجلد 02، العدد 01، الصفحات 131-144.
- __ رامي عطى صديق، فاطمة شعبان محمد حسن (2015)، الإعلام والانتخابات، دراسة ميدانية لأخلاقيات المعالجة الإعلامية للانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الرابع، الصفحات 299-358. القاهرة.
- __ تامر عبد الوهاب، عبد الغني محفوظ، محمد حرفوش (2011)، حرية الإعلام ونزاهة الانتخابات مجموعة وثائق حول المعايير الدولية والإقليمية، مراجعة وتقديم معتز الفجير، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، الرابط الإلكتروني: <https://drive.google.com> ، تاريخ الاطلاع: 10-05-2021.
- __ شبكة المعرفة الانتخابية، الإعلام والانتخابات، الرابط الإلكتروني <https://aceproject.org> / تاريخ الاطلاع 11-05-2021.
- __ دليل رصد الإعلام لبعثات مراقبة الانتخابات، منشورات مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الإنسان لمنظمة الأمن والتعاون في أوروبا، بولندا، 2012، الرابط الإلكتروني: www.osce.org/odihr . تاريخ الاطلاع 20-5-2021.
- __ مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان، الخطوط التوجيهية لمساعدة ورصد ومراقبة الانتخابات، (وثيقة داخلية لمفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان 1993)، الرابط الإلكتروني <http://hrlibrary.umn.edu/arab/HRM-CH-14.pdf> . تاريخ الاطلاع 08/04/2023.
- __ تدابير لتعزيز المساواة خلال الحملات الانتخابية، الرابط الإلكتروني، <https://www.printfriendly.com/p/g/gdm4uF> ، تاريخ الاطلاع: 07/04/2023.
- __ Francisco Guerrero, 2015, Le rôle des médias de communication dans les campagnes politiques. <https://www.copa.qc.ca/eng/committees/Democracy-Peace/documents/PRES-Medias-Campagnes-politiques-f.pdf>, consulté le 20/02/2023 .
- __ LA COMMUNICATION ÉLECTORALE ET LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES CAMPAGNES ÉLECTORALES, Recommandation CM/Rec (2022)12 adoptées par le Comité des Ministres le 6 avril 2022, lors de la 1431e réunion des Délégués des Ministres, Conseil de l'Europe, Imprimé aux ateliers . <https://rm.coe.int/> . Consulté le 26/12/2024 .
- **النصوص القانونية**
- __ القانون العضوي رقم 05-12 الموافق لـ 12 يناير 2012، يتعلق بقانون الإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02، صادرة بتاريخ 15 يناير 2012.
- __ القانون 04-14 الموافق لـ 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، عدد 16، صادرة بتاريخ 23 مارس 2014.
- __ الأمر 01-21، مؤرخ في 10 مارس 2021 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية، العدد 17.
- __ المرسوم التنفيذي 138-97 مؤرخ في 28 أبريل سنة 1997، يحدد شروط انتاج حصص التعبير المباشر للانتخابات التشريعية يوم 05 يونيو 1997 ويرمجتها وبثها من قبل المؤسسات العموميتين للتلفزيون والبيت الإذاعي المسموع، الجريدة الرسمية، عدد 26.
- __ المرسوم التنفيذي رقم 24-250 مؤرخ في 23 يوليو سنة 2024 يحدد أحكام دفتر الشروط العامة المفروضة على خدمات الاتصال الشعبي البصري، الجريدة الرسمية، عدد 53، صادرة بتاريخ 07 غشت 2024.