

النظام القانوني للدعاية الانتخابية

عبر وسائل الإعلام

(دراسة في القانون العراقي)

*The Legal System of Electoral Propaganda
Via Mass Media
(Study in Iraqi law)*

الكلمة المفتاحية : النظام القانوني، الدعاية الانتخابية، وسائل الإعلام.

Keywords: Legal System, Electoral Propaganda, Mass- Media.

م. صفاء حسن نصيف

م. م. مصطفى تركي حومد

كلية القانون والعلوم السياسية - جامعة ديالى

Instructor. Safa'a Hassan Nesaif

E-mail: safaa.hassan.9000@gmail.com

Assistant Instructor. Mustafa Turkey Huomad

E-mail: mustafaturkey76@gmail.com

College of Law and Political Science - University of Diyala

ملخص البحث

تلعب وسائل الإعلام دوراً ريادياً في عمليات الدعاية الانتخابية، إذ تُعد وسيلة المرشح للتعبير عن نفسه وبرنامج الانتخابية؛ كي يستطيع الحصول على تأييد شعبي، والدعاية الانتخابية حق مكفول بمقتضى القانون، وجاء هذا الحق مطلقاً في اختيار المرشح للوسيلة التي يراها مناسبة لدعايته، وبالتالي يحق له استخدام وسائل الإعلام في الترويج عن نفسه وبرنامج الانتخابية، فضلاً عن حقه في استخدام الوسائل العلمية الحديثة، كمواقع التواصل الاجتماعي، ويقيد هذا الحق بوجوب انتهاء الدعاية قبل (٢٤) ساعة من بدء الاقتراع، فضلاً عن ضرورة التقيد بالأماكن المخصصة، وعدم استعمال الشعارات الممنوع قانوناً، وعدم الاساءة لأي مرشح، وعدم استعمال شعار الدولة الرسمي، ومنع استعمال أي شعار من شأنه زرع التفرقة بين أبناء المجتمع.

وبين كل ذلك، يُلزم القانون الاجهزة الإعلامية التابعة للدولة باتخاذ موقف الحياد وعدم التمييز بين المرشحين، فضلاً عن ضرورة إتاحة الفرصة لهم للتعبير عن برنامجهم الانتخابي، ويقاس مدى رصانة وحياد الإعلام في هذه المرحلة بالوقوف على مسافة واحدة بين جميع الاطراف السياسية، وعدم استخدام مقومات الدولة لحساب طرف على آخر، في حين ينبغي على الإعلام الخاص التزام جانب الموضوعية، فضلاً عن الالتزام بالقانون والمبادئ الإعلامية الرفيعة.

لذا سترتكز هذه الدراسة على التعريف بالدعاية الانتخابية، ودور وسائل الإعلام فيها، والأساس القانوني الذي يستند إليه المرشح لاستعمال وسائل الاتصال (المكتوبة، والمقروءة، والسمعية)، ومدى امكانية مساءلة المرشح في حال اخلاله بحق الدعاية الانتخابية، والتنظيم القانوني الزمني لهذه الدعاية، والإجراءات القانونية التي يمكن اتخاذها بحق وسائل الاعلام التي تخالف ثوابت وشروط الدعاية الانتخابية.

The Legal System of Electoral Propaganda

Via Mass Media

(Study in Iraqi law)

Instructor Safa'a Hassan Nesaif

E-mail: safaa.hassan.9000@gmail.com

Assistant Instructor Mustafa Turkey Huomad

E-mail: mustafaturkey76@gmail.com

College of Law and Political Science - University of Diyala

Abstract

Mass media plays a leading role in election propaganda campaigns, as it is the candidate's means of expressing himself and his electoral program so that he can obtain popular support. Electoral propaganda is a guaranteed right under the law. This right is always the candidate's choice of the means he deems suitable for his election campaign. Thus, the candidate has the right to use the mass media to promote himself and his electoral program. Additionally, the candidate has the right to use the most scientific modern of mass media, such as social media sites. This right restricts this candidate to necessarily cease campaigning before 24 hours of polling. This right, furthermore, obligates the candidate to adhere his campaigning in the allocated places, not to use any political slogans that are legally prohibited, not to offend any other candidates, not to use the official banner of the State, and to prevent the use of any slogan that would sow the distinction and strife among the members of society.

In addition, the law obligates the state media to take a neutral position and non-discriminatory stand among candidates. The extent to which the media is neutral and sober at this stage is measured by maintaining an equal space from all involved political parties. The mass media system should not endorse the state capabilities at one party at the expense of another; it should be objective and adhere to the law and the ideal principles of media.

This study will focus on the definition of electoral propaganda, the role of the mass media, and the legal basis on which the candidate relies upon in order to use mass media of communication (audio-visual and readable media). This paper approaches the extent to which the candidate can be held accountable in case of breaching the right of electoral propaganda, and the time-based legal organization of such propaganda.