



2020



إعداد

جمال الزنكري، المدير العام للوكالة الفنية للاتصالات

تصميم

إيناس الجزيري، مصممة برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

برنامج الامم المتحدة الانمائي

مشروع المساعدة الانتخابية في تونس

يعقد برنامج الامم المتحدة شراكات مع مختلف الشعوب وعلى جميع مستويات المجتمع من اجل تعزيز قدرتها لمواجهة الازمات والتكيف معها، ويدفع ويحافظ على النمو بهدف تحسين نوعية الحياة للجميع.

نحن موجودون في اكثر من 170 بلدا وإقليما، ونعمل على توفير منظور عالمي ورؤية محلية تأقبة لتمكين الشعوب وبناء امم صامدة.

بدعم من:



UNION EUROPÉENNE



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Ambassade de Suisse en Tunisie
Division Coopération Internationale



مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

تم إعداد هذا التقرير في إطار المرحلة الثانية من أعمال فريق الخبراء لمشروع المساعدة الانتخابية في تونس التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ويتعلق بتقديم مقترحات قانونية وتقنية بهدف تطوير المنظومة الانتخابية في تونس. أكتوبر 2020.

2020



تنويه: الآراء الواردة بهذه الدراسة تعبر عن موقف المؤلف ولا تعكس موقف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي أو شركائه من القضايا المثارة.

المحتويات

6.....	I	الملخص التنفيذي.....
9.....	II	المقدمة.....
12.....	III	اشكاليات استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الانتخابي.....
12.....		1.3 مواقع التواصل الاجتماعي.....
14.....		2.3 أمثلة واقعية للتأثير في الانتخابات باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي.....
14.....		1.2.3 - مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات التونسية لسنة 2019.....
15.....		1.1.2.3 - مجموعة Archimedes تدير صفحات تستهدف الانتخابات التونسية.....
16.....		2.1.2.3 - «عملية قرطاج» وتأثيرها في الانتخابات الرئاسية التونسية.....
17.....		3.1.2.3 - الانتخابات الرئاسية والتشريعية التونسية لسنة 2019.....
20.....		2.2.3 - مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات الأمريكية لسنة 2016.....
21.....		1.2.2.3 - Facebook et Twitter : أخفقنا في منع التدخل في الانتخابات الأمريكية.....
23.....		3.3 أهم الاستنتاجات.....
	IV	مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي ومجال تدخل
25.....		الوكالة الفنية للاتصالات مع مختلف الأطراف المعنية.....
26.....		1.4 رصد ومتابعة نشاط الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.....
27.....		2.4 التعريف بالمشرفين على الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.....
27.....		3.4 القدرات الفنية للوكالة الفنية للاتصالات.....
28.....		4.4 الوكالة الفنية للاتصالات والهيئة العليا المستقلة للانتخابات.....
30.....		5.4 الوكالة الفنية للاتصالات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري.....
31.....		6.4 الوكالة الفنية للاتصالات والهيئات القضائية المعنية بالانتخابات.....
31.....		7.4 أهم الاستنتاجات.....
33.....	V	توصيات ومقترحات.....

المحتويات

- VI مُلحق 1: الإطار القانوني الحالي المنظم لعلاقة الفضاء الإلكتروني بالانتخابات 35**
- 1.5 النصوص القانونية التونسية الحالية ذات العلاقة بمجال الاتصالات.....35
- 2.5 مشروع القانون الأساسي المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية.....37
- 1.2.5 - أهم مراحل صياغة مشروع القانون المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية.....37
- 2.2.5 -لمحة على أهم فصول وأبواب مشروع القانون المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية.....38
- 1.2.2.5 - الأحكام العامة.....38
- 2.2.2.5 - الأحكام الإجرائية.....38
- 3.2.2.5 - الأحكام الموضوعية.....39
- 4.2.2.5 - الأحكام الخاصة بدعم التعاون الدولي.....40
- VII مُلحق 2: الوكالة الفنية للاتصالات 41**
- 1.6 الإحداث والمهام.....41
- 1.1.6 - لجنة المتابعة.....42
- 2.6 النصوص القانونية ذات العلاقة بمهام الوكالة الفنية للاتصالات.....43
- 1.2.6 - قانون الأساسي عدد 26 لسنة 2015 المؤرخ في 7 أوت 2015 والمتعلق بمكافحة الإرهاب ومنع غسل الأموال.....43
- 2.2.6 - قانون أساسي عدد 61 لسنة 2016 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بمنع الاتجار بالأشخاص ومكافحته.....44
- 3.6 طرق العمل المتبعة بالوكالة الفنية للاتصالات.....44



المخلص التنفيذي

I

تعتبر الانتخابات أهم وسيلة لتجسيم إرادة الشعوب والتداول على السلطة في الدول الديمقراطية وأحد مجالات السيادة الوطنية. ومن أهم الشروط لضمان انتخابات نزيهة هي الشفافية وتكافؤ الفرص بين كل المترشحين أمام الناخبين. ويعتبر التدخل الأجنبي من جهة وصناعة رأي العام عبر بث الأخبار الزائفة من جهة أخرى، أهم المخاطر التي تسعى كل الدول منع وقوعها خلال انتخاباتها.

القانون الانتخابي التونسي الجاري به العمل حالياً، وبرغم من حداثة النسبية (2014) اعتمد على مقارنة محدودة، خاصة فيما يتعلق بالفترة الانتخابية وفترة الحملة الانتخابية التي افترضت بأن وسائل الحملات الدعاية الانتخابية تتمثل في المعلقات والاجتماعات الشعبية وعلى وسائل البث السمعي البصري التقليدية (قنوات إذاعية وتلفزيونية تبث من داخل تونس)، حيث تناولت فصول القانون وقرارات الهيئة العليا المستقل للانتخابات بتنظيمها بوضع القواعد المستوجب احترامها بغية تحقيق تساوى الفرص بين المترشحين.

الإطار القانوني الحالي المنظم للفضاء الإلكتروني في تونس لا يتناول مسألة مواقع التواصل الاجتماعي البنية، بالرغم من تنامي الاستعمال الغير مشروع لهذه الوسائل الاتصالية.

وقد ثبت بصفة قطعية بأن مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع فيسبوك بالخصوص، تم استعمالهم بكثافة وبطريقة سلبية في الانتخابات الرئاسية والتشريعية الأخيرة (2019) في تونس. كما ثبت استعمال وسائل التواصل الاجتماعي للتأثير في العديد من الانتخابات في العالم (الرئاسية الأمريكية نوفمبر 2016 و Brexit جوان 2016).

وتمثل الحملات المنظمة للتأثير على الانتخابات والتي تقوم بها أطراف سياسية وأجنبية هاجس كل الدول، لقدرتها على تغيير نتائج الانتخابات والمس من نزاهتها. وتعتمد جل الحملات الدعائية المنظمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الانتخابي على منهجية عمل متشابهة يمكن تلخيصها في المراحل التالية:

1. قبل فترة تتراوح بين 6 إلى 24 شهر يتم إحداث العديد من الحسابات على المواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا في البلد المعني بالانتخابات، وتكون هذه الحسابات وهمية وباهتمامات بعيدة على المجال السياسي والانتخابي (رياضية، فكاوية، ترفيهية، صحية... إلخ)،

2. يتم العمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من المتابعين والمشاركين في هذه الحسابات وكسب ثقتهم في الموقع وذلك بنشر الأخبار والمعلومات الصحيحة والثابتة،
3. وباقتراب موعد الانتخابات، عادة قبل 6 أشهر من تاريخ الاقتراع، تبدأ هذه المواقع في تناول الأخبار السياسية والانتخابية تدريجياً بدون جلب الانتباه لهذا التحول التدريجي.
4. وبعد التأكد بأن عدد المتابعين لم يتقلص بصفة كبيرة، تبدأ مرحلة التأثير في مزاجهم، ويكون بالتركيز والمبالغة على عيوب المنافس المباشر لمرشح معين.
5. ويتم بصفة مستمرة قياس مدى تجاوب المتابعين للتأثير وتعديل الخطة تبعاً بالتسريع أو بالإبطاء في ضخ الأخبار الزائفة والتحريضية.

وعادة يشرف على إدارة هذه الحسابات أشخاص من خارج حدود البلد المعني بالانتخابات مستعينين في عملهم بتجهيزات وبرمجيات (تعتمد على الذكاء الاصطناعي) وبتقنية الاعلانات الممولة (Publications Sponsorisées) وفي بعض الأحيان يتم شراء صفحات وحسابات قديمة لديها عدد كبير من المتابعين.

وتعتبر مراقبة الحملات الانتخابية على وسائل التواصل الاجتماعي أهم التحديات المطروحة أمام الهيئة العليا المستقلة للانتخابات لضمان انتخابات شفافة ونزيهة، إذ على عكس وسائل الإعلام التقليدية، تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي بيئة غير مستقرة من حيث الالتزام بالقواعد، كما أن النفاذ إلى البيانات وأدوات المراقبة متوقف على حسن نية الشركات الخاصة الكبرى التي تمتلك هذه المواقع. هذا بالإضافة أنه لا يمكن تطبيق التشريعات التونسية لمراقبة وسائل الاعلام التقليدية على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعمل على نطاق جغرافي عالمي، في غياب وجود تمثيلية قانونية لها في تونس.

وتنقسم عمليات المراقبة للحملة الانتخابية والإشهار السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية إلى قسمين:

1. رصد ومتابعة نشاط الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي. ويهدف هذا نوع من المراقبة إلى رصد المخالفات والجرائم الانتخابية في الفضاء الالكتروني وذلك على غرار مراقبة الحملة الانتخابية في الفضاء العام،
2. التعريف بالمشرفين (الأشخاص الطبيعيين) على هذه الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك حتى يتم تطبيق العقوبات المنصوص عليها بالقانون الانتخابي وردع المخالفين لأحكامه.

ويمكن للوكالة الفنية للاتصالات بما لديها من إمكانيات فنية وبشرية المساهمة في عمليات الرصد والمتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي خلال السنة الانتخابية بدون إجراءات قانونية خصوصية (مجرد تنسيق وتعاون بين الوكالة والهيئة العليا المستقلة للانتخابات) وتتمثل مساهمة الوكالة في هذا المجال بالإضافة للمتابعة والرصد للمواقع، تكوين فريق من المراقبين، من خارج الوكالة، على استغلال البرمجيات المستعملة في المتابعة والرصد.

وعند توفير إذن قضائي يمكن للوكالة الفنية للاتصالات القيام بالأبحاث الفنية الضرورية للتعريف بالمشرفين على صفحات منشورة على مواقع التواصل الاجتماعي قامت (حسب تقدير الهيئة والنيابة العمومية) بارتكاب مخالفات وجرائم انتخابية على معنى القانون الانتخابي.



المقدمة

II

تعتبر الانتخابات أبرز وسيلة للتداول السلمي على السلطة في الدول الديمقراطية. وتنظم جل العمليات الانتخابية في العالم بقانون يضبط الآليات والقواعد المستوجب احترامها لضمان نزاهة وشفافية وتساوي الفرص بين كل المترشحين. ويتم تجريم الأفعال التي تمس من هذه المبادئ. وتخول هذه القوانين للجهات المكلفة بالانتخابات مراقبة الحملات الانتخابية وتفترض أن لديها القدرة المادية لرصد كل المخالفات والجرائم الانتخابية. حيث لا معنى لتجريم أفعال لا يمكن عمليا إثباتها ومعرفة مقترفيها.

ويعتبر القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 والمتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تم تنقيحه وإتمامه بمقتضى القانون الأساسي عدد 7 لسنة 2017 المؤرخ في 14 فيفري 2017 والقانون الأساسي عدد 76 لسنة 2019 المؤرخ في 30 أوت النص القانوني الأساسي المنظم للانتخابات في تونس. فقد تم اعتماده في الانتخابات الرئاسية والتشريعية سنة 2014 وسنة 2019 والانتخابات البلدية سنة 2018. وقد تم بمقتضاه تجريم جملة من الأفعال التي أعتبرها المشرع التونسي تمس من نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، وكسائر الجرائم الأخرى يتولى القضاء التعامل معها طبقا لإجراءات القانونية المعمول بها من مرحلة البحث والتقصي وصولا إلى إصدار الأحكام القضائية.

وكأغلب القوانين الانتخابية في العالم، لم ينظم القانون التونسي الدعاية الانتخابية والإشهار السياسي بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صريح واكتفى بسحب المبادئ العامة المتعلقة بالحملة على كل ما يتعلق بالدعاية الانتخابية عبر الوسائط الإلكترونية. وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن الفصل 66 من القانون المذكور يحجر على المترشحين استعمال وسائل الإعلام الأجنبية في الحملات الانتخابية (باستثناء المترشحين عن الدوائر الانتخابية في الخارج بالنسبة للانتخابات التشريعية).

وتطور انتشار استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في تونس، خاصة خلال السنوات العشر الأخيرة، جعل منه الفضاء الأساسي للخطاب العام. فمنذ 2011 صارت مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص Facebook، المصدر الرئيسي لدى التونسيين للمعلومات المتعلقة بمختلف المسائل الحياتية (الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والانتخابية).

ومع هذا، فقد أظهرت السنوات القليلة الماضية، في مختلف دول العالم ومنها تونس، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استغلّت بعض الأطراف السياسية ومجموعات النفوذ والدول الأجنبية هذه المواقع لتقويض نزاهة الانتخابات

والتأثير في نتائجها وذلك عبر نشر الأخبار المضللة والرسائل العدائية ومهاجمة المرشحين بالشتم والثلب، كل هذا في شكل حملات دعائية منظمة يديرها أشخاص يصعب التعرف عليهم، حيث يستعينون في ذلك، في كثير من الحالات، بشركات مختصة في الترويج السياسي تكون خارج الدولة المعنية بالانتخابات.

وتعتبر مراقبة الفضاء الإلكتروني وخاصة المواقع التواصل الاجتماعي من أهم التحديات أمام الهيئة العليا المستقلة للانتخابات باعتبارها المسؤولة الأولى على تنظيم الانتخابات وضمان نزاهتها، وذلك قصد التفتن والتصدي للحملات المنظمة في هذا الفضاء والتي يتم من خلالها مخالفة القانون بارتكاب الأفعال المجرمة مثل نشر الأخبار الزائفة، وبث الإشاعات، والثلب والدعوى للعنف وغير ذلك.

واستئناسا بالتجارب المقارنة في مجال تتبع الجرائم الإلكترونية، التي تركز مبدأ الرقابة القانونية على الشبكات بما يضمن حماية مستعملي شبكات الاتصالات من ناحية وضمان عدم استعمال هذه الوسائط بطريقة تمس بالنظام العام من ناحية أخرى، تم إحداث الوكالة الفنية للاتصالات في شكل مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلال المالي وتخضع لإشراف الوزارة المكلفة بتكنولوجيا الاتصال وأوكل إليها مهمة تقديم الدعم الفني للأبحاث العدلية المتعلقة بجرائم أنظمة المعلومات والاتصال وذلك بناء على أذن بحث صادرة عن السلطة القضائية طبقاً للتشريع والتراتب الجاري بها العمل. وتقوم الوكالة بالأعمال الفنية الضرورية للاستجابة لأذن البحث الفني التي تصدر عن السلط القضائية في الجرائم الانتخابية على غرار كل أنواع الجرائم الأخرى (حق عام، إرهابية، اقتصادية، وغيرها).

وتنقسم عمليات المراقبة للحملات الانتخابية والإشهار السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية إلى صنفين:

1. رصد ومتابعة نشاط الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي (تاريخ إنشاء الصفحة، عدد متابعين، التدوينات المنشورة والتي يتم إعادة نشرها، إلخ)،

2. التعريف بالمشرفين على هذه الصفحات ومكان تواجدهم.

وتختلف بشكل كبير، مساهمة الوكالة الفنية للاتصالات الممكنة في مجال مراقبة الحملات الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية من الصنف الأول إلى الثاني.

مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

سنحاول في هذا التقرير عرض الإشكاليات العملية التي يطرحها استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الانتخابات والنظر في مدى ملاءمة الإطار التشريعي التونسي الحالي (قوانين المنظمة للاتصالات، مشروع قانون الجرائم الالكترونية، القانون الانتخابي الحالي) في مواجهتها.

وسيتّم في ختام التقرير تقديم جملة من المقترحات والتوصيات لتجاوز الاشكاليات في علاقة باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الانتخابي.



III اشكاليات استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الانتخابي

1.3. مواقع التواصل الاجتماعي

لقد ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مع الجيل الثاني للويب 2.0 وهي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء تم التعرف عليهم من خلال السياقات الافتراضية.

تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستعملها معرفة مهارات أعضاء آخرين ومواهبهم ومعرفتهم وما يفضلونه، فهي مواقع تهدف إلى خلق مجتمعات. ويمكن إنشاء مواقع تواصل اجتماعي للجهات والمؤسسات المختلفة لتجمع الأفراد تحت مظلتها، ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة نذكر فيما يلي العشرة الأوائل حسب انتشار الاستعمال في العالم:

المرتبة	الموقع	مجال الاستعمال الأساسي	عدد المستعملين (تاريخ التحين)
1	Facebook	le premier réseau social au monde	2,49 milliards d'utilisateurs actifs par mois (Octobre 2019)
2	WhatsApp	Application de messagerie et de chat sur mobile	2 milliards d'utilisateurs actifs par mois (Février 2020)
3	YouTube	Plateforme de vidéo	1,9 milliards d'utilisateurs actifs par mois (Juillet 2018)

مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

1,3 milliards d'utilisateurs actifs (Septembre 2017)	Application de messagerie instantanée et de chat de Facebook	Facebook Messenger	4
1,15 milliard d'utilisateurs actifs par mois (Novembre 2019)	Application de messagerie instantanée sur téléphone	WeChat	5
1 milliard d'utilisateurs actifs par mois (Juin 2018)	Application de partage de photos et vidéos permettant d'ajouter des filtres et effets	Instagram	6
1 milliard d'utilisateurs actifs par mois (Juin 2019)	Application permettant de créer de courtes vidéos musicales, TikTok (DouYin en Chine)	TikTok / DouYin	7
1 milliard d'utilisateurs actifs par mois (Février 2016)	Application mobile pour créer, gérer et consulter vos groupes Facebook	Facebook Groups	8
900 millions d'utilisateurs actifs par mois (Mars 2019)	Service d'hébergement et de partages de vidéos	Tencent Videos	9
803 millions d'utilisateurs actifs par mois (Novembre 2019)	Service de messagerie chinois	Tencent QQ	10
المصدر: الموقع الإلكتروني			
https://www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux/			

الانتشار الكبير لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي في العالم من قبل الافراد والمجتمعات يعود، بالإضافة للحاجة الانسانية في التوصل، إلى مجانية النفاذ والانخراط في هذه المواقع والتي تحقق أرباح مالية طائلة.

يوجد العديد من النماذج الاقتصادية (**business models**) المعتمدة من طرف شركات مواقع التواصل الاجتماعي. منها من يعتمد على النموذج **Freemium** المتمثل في عرض الخدمة بمميزات الدنيا مجانا وبمقابل معلوم مالي (يدفع مرة واحدة أو في شكل معلوم انخراط سنوي أو شهري) للحصول على الخدمات والمميزات الإضافية. مواقع

LinkedIn و Skype تعتمدان على هذا النموذج الاقتصادي لتحقيق أرباحها المالية.

أغلب شركات التي تدير أهم مواقع التواصل الاجتماعي في العالم وأكثرها انتشارا تعتمد على توفير كل الخدمة لكل المستعملين بصفة مجانية كليا. وتحقق المداخيل المالية عن طريق 3 مصادر أساسية:

- الإشهار الموجه،
- بيع المعطيات الشخصية لمستعمليها لجهات أخرى،
- بيع مساحات من الصفحات التي تظهر على شاشات المستعملين إلى شركات الإشهار.

وفي هذا النموذج الاقتصادي، يعتبر عدد المستعملين ومدى نشاطهم وتفاعلهم هو العنصر المحدد لتحقيق الأرباح المالية، أي كل ما زاد عدد المستعملين للشبكة وكثر نشاطهم داخلها زادت الأرباح المالية لأصحاب هذه الشركات.

وتعتمد كل من شركة Facebook وشركة Google على النموذج الاقتصادي الأخير، إذ بلغت المبيعات الصافية لسنة 2015 لكل من شركة Facebook حوالي 3,69 مليار دولار أمريكي وشركة Google حوالي 23,4 مليار دولار أمريكي.

2.3. أمثلة واقعية للتأثير في الانتخابات باستعمال مواقع التواصل الاجتماعي

في هذا الجزء من التقرير سنتناول المحاولات، التي تم تداولها إعلاميا، للتدخل في الانتخابات باستعمال حملات منظمة على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك للتدليل على الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه هذه المواقع في مآلات نتائج الانتخابات في العالم.

1.2.3. مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات التونسية لسنة 2019

سنتعرض فيما يلي إلى الحملات التي تم التفتن إليها لتأثير في هذه الانتخابات من ناحية، والاستعمال لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية والتشريعية التونسية لسنة 2019 كما تم رصده من مختلف المراقبين من ناحية أخرى.

1.1.2.3. مجموعة Archimedes تدير صفحات تستهدف الانتخابات التونسية

في 16 ماي 2019 أعلنت شركة Facebook أنها قامت بحذف 265 حساب من شبكتها وذلك إثر الثبوت لديها بأن هذه الحسابات تورطت في أعمال منظمة قصد التأثير في الانتخابات القادمة في العديد من الدول من بينها تونس.

وكل الحسابات التي تم حذفها حسب هذا البلاغ هي حسابات وهمية (مزيفة) تم إنشاؤها حديثا ومرتبطة بمؤسسة ARCHIMEDES GROUP (شركة خاصة) ومقرها إسرائيل وهي مؤسسة ربحية تقوم بحملات حسب الطلب في مناطق من العالم ومنها إفريقيا وأمريكا اللاتينية وجنوب شرق آسيا. حيث تتكون هذه المجموعة من خبراء في مجالات الاستشارات والضغط وكسب التأييد lobbying والديبلوماسية الدولية والمعلومات والتشغيل الآلي لوسائل التواصل الاجتماعي عبر منصة كبيرة وإدارة آلاف الحسابات أليا وذلك بمقابل مادي. وتنشط عادة في الدول التي تشهد استحقاقات انتخابية بناء على طلب من جهات (سياسية وحزبية) لديها علاقة ومصلة بالانتخابات.

فحسب تقديرات Facebook فقد أنفقت ARCHIMEDES GROUP أكثر من 800 ألف دولار كإشهار ممول للصفحات التي تم حذفها والتي تمكنت من استقطاب 2,8 مليون من المتابعين في ظرف وجيز.

وتجدر الإشارة بأن الصفحات التي تم حذفها من قبل Facebook لا تروج للسياسة الإسرائيلية مما يشير أن أنشطة ARCHIMEDES GROUP في هذه العملية كانت ربحية بالأساس.

ومن المرجح بأن نشاط الشركة الإسرائيلية ARCHIMEDES GROUP مازال متواصلا على شبكة Facebook بهوية وبأليات فنية أخرى للتخفي.

1. Source : <https://medium.com/dfirlab/inauthentic-israeli-facebook-assets-target-the-world-281ad7254264>

2.1.2.3. «عملية قرطاج» وتأثيرها في الانتخابات الرئاسية التونسية²

كشف التحقيق الذي أنجزته وحدة Digital Forensic Research Lab (DFRLab) التابعة لمركز «Atlantic Council» الأمريكي بطلب من Facebook، والذي تم نشر مضامينه³ يوم 5 جوان 2020، أن شركة تونسية مختصة في العلاقات العامة بإسم UReputation مارست تضليلا إلكترونيا عبر ما أسماه «عملية قرطاج»، لتوجيه الناخبين في الاقتراع الرئاسي. ولم تقتصر العملية على تونس بل استهدفت مواعيد انتخابية في 13 دولة أفريقية من بينها النيجر والتشاد ومالي والسنغال وساحل العاج والكونغو برازافيل وجزر القمر.

فبحسب التقرير الذي نشر نتائج التحقيق فان الشركة المذكورة قامت بحملة تضليلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لحساب جهة معينة في الانتخابات الرئاسية الأخيرة، حيث بلغ مجموع الحسابات الوهمية (المزيفة) التي تم احداثها قصد التأثير على الناخبين المئات، وقد قام Facebook بإغلاق 182 حسابا (compte) منها 446 صفحة (page) و 96 مجموعة (groupe)، فضلا عن 209 حسابات على Ins-tagram، كلها مرتبطة بالشركة التونسية UReputation ومقرها في تونس العاصمة.

اختارت «عملية قرطاج» منهجية خاصة في محاولة التأثير في أكبر عدد ممكن من الأشخاص، لأهداف انتخابية تحديدا حيث اعتمدت الصفحات الموظفة في العملية على تكتيكات خادعة لبناء رأي عام، بتوجيه اهتمامه من المواضيع غير السياسية إلى القضايا السياسية. وتلاعبت هذه الصفحات بجزء من الرأي العام عبر تطرقها في البداية لمواضيع عامة مثل السياحة قبل أن تشرع في ممارسة الدعاية السياسية، حسب توضيحات موقع التواصل الاجتماعي Facebook، حيث أكد أن هذه العملية استهدفت نحو أربعة ملايين ناشط على الإنترنت، «خارقة ميثاقه ضد التدخل في الشؤون الداخلية للدول».

ويؤكد الكثير من المختصين في الشأن الانتخابي أنه لا يمكن التقليل من الضغط الذي يمكن أن تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور والتأثير في اختياراته إذ يمكن لمثل هذه الحملات من تغيير موازين القوى على الأرض. وقد تساهم في ترجيح كفة جهة سياسية على

2. مقال نشر في الموقع الإلكتروني لفرنس 24 باللغة العربية بتاريخ 16 جوان 2020

3. <https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2020/06/operation-carthage-002.pdf>

حساب جهة أخرى. خاصة وأن هذه الحملات تلتفح فيها تهم للخصوم. وتقوم بهذه الحملات الإلكترونية عادة شركات مختصة في العلاقات العامة، يكون هدفها بالأساس ربحي، ولا تهتم بما يمكن أن تلحقه من أضرار سياسية في البلد المستهدف. وتتحايل هذه الشركات للإفلات من العقاب والردع، بممارسات معروفة، تحدثت عنها DFRLab في خلاصات التحقيق، حيث أن تعرضها للحظر من الحضور على إحدى منصات التواصل الاجتماعي، لا يمنعها من العودة إليها مجددا باسم جديد أو بتغيير مقر العمل من بلد إلى آخر.

3.1.2.3. الانتخابات الرئاسية والتشريعية التونسية لسنة 2019

لقد تفتن جل المعنيين بالانتخابات في تونس، من الهيئات المشرفة على الانتخابات ومن المجتمع المدني المعني بمراقبة شفافية العملية الانتخابية، إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في مآلات نتائج الانتخابات، مما جعلهم يحاولون مراقبة نشاط الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي قصد محاولة رصد، قدر الإمكان، المخالفات التي يمكن أن تمس من المبادئ المنظمة لها.

1.3.1.2.3. النتائج الرئيسية لعملية مراقبة الحملات الانتخابية بتونس لسنة 2019 لمنظمة عتيد والمنظمة الدولية للتقرير عن الديمقراطية (DRI)⁴

قامت منظمة عتيد، بمناسبة الانتخابات الرئاسية والتشريعية التونسية لسنة 2019، بعملية مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الممتدة بين 15 ماي إلى غاية 15 أكتوبر 2019. وتم الاستعانة لإنجاز هذه المهمة وجمع المعلومات من الصفحات التي تم تحديدها مسبقا (عددها 291 صفحة-Face book) على برمجيات (Netvizz و Awario) وعلى الجمع اليدوي، حيث تم جمع وتصنيف وتحليل حوالي 45 000 منشور و12 000 صورة اعتبروا ذات منحنى سياسي.

4. <https://drive.google.com/file/d/1HLm75C1z5-qFiqvdpxOUppxCE2DIGUfl/view>

(النسخة العربية)

<https://democracy-reporting.org/wp-content/uploads/2020/02/DRI-SMM-Report-EN-Web.pdf>

(النسخة الإنجليزية)

وخلصت هذه المراقبة إلى النتائج الرئيسية التالية:

- 40% من بين 291 صفحة من صفحات Facebook العامة في تونس (حوالي 116 صفحة) والتي تمت مراقبتها كانت تفتقد للشفافية فيما يخص انتمائها السياسي أو ملكيتها أو فنئتها الحقيقي. وتحظى هذه الصفحات بجمهورية كبيرة (بين 20.000 ومليون متابع) وانخرطت في تمرير رسائل سياسية قبل بضعة أشهر فقط من الانتخابات. قدمت نفسها بشكل عام كصفحات ترفهية أو ساخرة، دون الإعلان عن أي توجه أو انتماء سياسي، لكن استمرارها في نشر وترويج المنشورات السياسية دونها عن غيرها، كان دليلا على مآرب سياسية واضحة. علما أن هذه الصفحات التي تفتقد للشفافية فيما يخص انتمائها السياسي أو ملكيتها أو فنئتها الحقيقية أنتجت ثلثي المنشورات السياسية، دون إعادة نشر من مصادر أو صفحات إعلامية.
- تم رصد تطابق نمطي بين الصفحات في نشرها للمحتوى السياسي، مما يشير إلى أن هذه المواقع يديرها نفس المسؤول أو أن هناك عملا منسقا بشكل أو بآخر.
- غيرت بعض هذه المواقع انتمائها السياسي خلال فترة المراقبة.
- امتثلت صفحات Facebook الرسمية للمرشحين والأحزاب في الغالب للقوانين الانتخابية (عدم استخدام خطاب الكراهية، احترام قوانين الانفاق والسقف الانتخابي خلال الحملة، واحترام فترة الصمت الانتخابي). تجاهلت الصفحات والمواقع غير الرسمية هذه القوانين بنشر منشورات ذات محتوى تشهيري وتضليلي. كما أقدمت على ترويج منشوراتها السياسية من خلال الإشهار خلال فترة حملة الانتخابات التشريعية بل وفي فترة الصمت الانتخابي في خرق واضح لقوانين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات.
- تم تنفيذ جزء كبير من الحملات السياسية على Facebook من قبل أطراف فاعلة غير معلنة لولائها السياسي، وبالتالي لم يتم اكتشافها من قبل هيئات المراقبة كالهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري. وشملت الحملة الانتخابية الإلكترونية علاوة على المحتوى السياسي العادي منشورات سياسية ممولة، مما يثير تساؤلات حول هوية من قام بتمويل هذه الحملة الخفية، والتي تكون في الغالب سلبية.
- كانت الحملة على Facebook سلبية في غالبيتها مبنية على مهاجمة الخصوم السياسيين عوضا عن تقديم المرشحين أو تقديم البرامج الانتخابية.

2.3.1.2.3. المراقبة البعدية (à posteriori) لمحكمة المحاسبات للحملات الانتخابية بتونس

في إطار ما يخول لها القانون الانتخابي، قامت محكمة المحاسبات بمراقبة تمويل الحملات الانتخابية الرئاسية والتشريعية لسنة 2019، واعتبرت أن الإعلانات الممولة (Publication Sponsorisé) على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك يدخل في الإنفاق المالي لتمويل الحملة. وعليه قامت بمراسلة الوكالة الفنية للاتصالات في 08 أكتوبر 2019 قصد مدها بقائمة في الحسابات المفتوحة على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك التي وقفت عليها الوكالة والتي استعملت للقيام بالدعاية لفائدة المرشحين للانتخابات الرئاسية بدورتها والانتخابات التشريعية 2019 والتي استعملت تقنية الاستشهار، مع تحديد الكلفة الناتجة عن استعمال الإعلانات الممولة على موقع فيسبوك. وقامت الوكالة الفنية بتاريخ 10 أكتوبر 2019 بما يتعين في الغرض ومدت محكمة المحاسبات بما توفر لديها من معطيات. وفيما يلي أهم الملاحظات الجديرة بالذكر في هذا الشأن:

1. جل الصفحات التي اعتمدت على الإعلانات الممولة وقامت بالدعاية في الانتخابات الرئاسية لفائدة مترشح من المرشحين يتم الإشراف عليها من طرف مجموعة من المشرفين متواجدين في بلدان أجنبية
2. لم يتسنى للوكالة التثبت، بصفة قطعية، ارتباط الصفحات المذكورة من عدمه بالمرشحين للانتخابات الرئاسية 2019
3. إلى حدود هذا التاريخ، لم توفر شركة فيسبوك لتونس خدمة «مكتبة إعلانات فيسبوك» وهي الوسيلة المعتمدة من قبل المراقبين للبحث على الإعلانات المدفوعة والمنشورة على شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك. وتحتوي هذه المكتبة على بيانات كل الإعلانات المدفوعة (Publication Sponsorisé) التي يكون محتواها اجتماعي أو انتخابي أو سياسي. علما وأن فيسبوك يخزن هذه البيانات في المكتبة المذكورة لمدة سبع سنوات ويمكن الولوج إليها عبر الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/ads/library>

2.2.3. مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات الأمريكية لسنة 2016

قام مكتب التحقيقات الفدرالي الأمريكي (FBI) في فيفري 2018⁵، بتوجه تهم إلى 13 مواطنا روسيا يشتبه بتدخلهم في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016. ويواجه ثلاثة من هؤلاء تهمة التآمر من أجل التزوير الإلكتروني، بينما يتهم 10 آخرون بانتحال شخصيات وهمية.

وطالت الاتهامات أيضا ثلاث شركات روسية، التي وصفها تقرير FBI بأن هدفها الاستراتيجي كان «زرع الفتنة في النظام السياسي الأمريكي، ومن بينها الانتخابات الرئاسية لسنة 2016» وذلك بالرغم من عدم وجود أدلة على أن هذه النشاطات أثرت على نتيجة الانتخابات الرئاسية، حسب نفس التقرير.

وقد توصلت التحقيقات إلى النتائج بأن المتهمين (المواطنين الروسين):

- فتحوا حسابات مصرفية باسم أمريكيين وانتحلوا شخصياتهم،
- أنفقوا آلاف الدولارات شهريا لشراء إعلانات سياسية،
- اشتروا فضاءات إلكترونية أمريكية لإخفاء هوياتهم،
- نظموا تجمعات سياسية في الولايات المتحدة ودعوا إليها،
- نشروا تعليقات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء أمريكيين،
- نشروا معلومات أضرت بالمرشحة هيلاري كلينتون،
- تحصلوا على أموال مقابل النشر على مواقع التواصل الاجتماعي الأمريكية،
- أنشأوا مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك وإنستغرام، للنقاش في قضايا حساسة،
- كانت لنشاطاتهم ميزانية شهرية تفوق مليون دولار.

وأضاف التقرير أن هذه المجموعة كانت تقيس فاعلية نشاطاتها على الانترنت، وتغير استراتيجيتها لتحقيق أهدافها، وأن أعضاء المجموعة بدأوا يبحثون سبل التأثير في الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2014، وشرعوا في عملهم في عام 2016.

5. <https://www.bbc.com/arabic/world-43087307>

وجاء في التقرير أيضا أن المتهمين نشروا معلومات مسيئة للتقليل من شأن مرشحين ودعم مرشحين آخرين.

وما زاد قناعة جل المتابعين بأن مواقع التواصل الاجتماعي استعملت بصفة أساسية في التأثير وتوجيه الرأي العام في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016، ما تم إثارته في مارس 2018 من اختراق بيانات فيسبوك لـ 87 مليون مستخدم⁶. حيث كشف موقع فيسبوك أن 87 مليون مستخدم تضرروا من اختراق البيانات التي حصلت عليها شركة Cambridge Analytica وبحسب الإحصاءات فإن 97 بالمائة من المستخدمين المتضررين من هذه العملية متواجدون في الولايات المتحدة الأمريكية، بينما يوجد 16 مليون مستخدم فقط من دول أخرى.

وقد أذن النائب العام في ولاية Massachusetts الأمريكية بفتح تحقيق في إمكانية حصول شركة Cambridge Analytica، التي استخدمتها حملة ترامب الانتخابية، على بيانات ملايين المستخدمين على فيسبوك.

وتحوم شبهات كبيرة بان الشركة الأمريكية Cambridge Analytica العاملة في تحليل البيانات (التي لا صلة لها بجامعة كامبريدج البريطانية) لعبت دور كبير في الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي، دونالد ترامب، من خلال توفير بيانات دقيقة للغاية حول توجهات الناخبين الأمريكيين⁷. حيث قامت (حسب ما صرح به العاملون السابقون بالشركة) Cambridge Analytica بجمع ملفات ملايين المستخدمين لموقع فيسبوك وصممت نماذج لاستغلال ما تم جمعه من معطيات حول ميولاتهم وردود أفعالهم قصد استهداف نقاط ضعفهم.

1.2.2.3 Facebook و Twitter: أخفقنا في منع التدخل في الانتخابات الأمريكية⁸

اعترف مسؤولو Facebook و Twitter بالإخفاق في التعامل مع الحملات الأجنبية الرامية إلى التدخل في الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016، بسبب البطء في التحرك لمواجهة هذه التدخلات.

6. <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-43650266>

7. <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-43446125>

8. <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-45429533> (06 Sept 2018)

وقالوا في شهادة أمام لجنة المخابرات في مجلس الشيوخ الأمريكي، إنهم استغرقوا وقتا طويلا جدا للتعامل مع مثل هذه الحملات التي أدت إلى خسارة المرشحة هيلاري كلينتون وفوز الرئيس دونالد ترامب.

وقالت رئيسة العمليات في Facebook في شهادتها، إن الشبكة الاجتماعية كانت «بطيئة للغاية» في التعامل مع مشكلة التدخل في الانتخابات. وفي نفس السياق اعترف الرئيس التنفيذي twitter في الجلسة نفسها، بأن موقع التواصل الاجتماعي كان «غير مستعد» لمواجهة عملية التدخل في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016.

وتجدر الإشارة بأن قبل انعقاد جلسة الاستماع، قدم Facebook لأعضاء اللجنة شهادة مكتوبة توضح كيفية تعطيل 1,27 مليار حساب مزيف حول العالم بين أكتوبر 2017 إلى حدود مارس 2018. وقالت الشركة إنها وظفت حوالي 20 ألف شخص (Modérateur) للعمل على السلامة والأمن.

ولفرض قواعدها المتعلقة بحظر ترويج خطاب الكراهية أو العنف المصور والإرهاب والجنس، تقوم جل مواقع التواصل الاجتماعي بتطوير أدوات ذكاء اصطناعي لدعم عمل مراقبيها (Modérateur)، والذين يراقبون كل ما يتم نشره ويتعاملون معه على الفور، إلا أنهم يعترفون بأن أدوات ذكاء اصطناعي مازالت تعاني من نقائص لتتمكن من تحديد أو التعرف على بعض أنواع الانتهاكات.

على سبيل المثال، تعرفت الخوارزميات على 38 في المائة فقط من المشاركات المحددة على أنها تحرض على الكراهية، ما يعني أن هناك 62 في المائة من هذه المشاركات كشفها المستخدمون أنفسهم وأبلغوا عنها الإدارة.

وفي محاولة لاكتشاف ما قد يكون قد فاتها، راجعت Facebook عينات عشوائية من التدوينات التي تم نشرها ومشاهدتها على شبكتها. ووفقا للعينة، فإن 27 تدوينة (Post) من بين كل 10 آلاف احتوت على شكل من أشكال العنف المصور. ونظرا لأن هناك 1,5 مليار مستخدم يومي لخدمة Facebook فإن هذا الرقم يعني أن عشرات الملايين من التدوينات العنيفة التي لا يمكن مراجعتها كل يوم.

3.3. أهم الاستنتاجات

من أبرز ما يمكن اثارته فيما يتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الانتخابي ما يلي:

1. جميع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعا في العالم تديرها شركات تجارية امريكية أو روسية أو صينية (كلها خاضعة لقوانين أجنبية ولا ولاية للهيئة العليا المستقلة للانتخابات ولا للهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عليها).
2. الشركات التي تدير مواقع التواصل الاجتماعي هي في جلها (إن لم تكن كلها) شركات تجارية خاصة وترتبط أرباحها المالية بصفة مباشرة بعدد مستخدميها، ولذلك تسعى في إطار المنافسة القوية على استقطاب أكبر عدد من المستعملين عبر التسويق لحرصهم على المحافظة على سرية معطياتهم الشخصية، مما يفسر، في الكثير من الأحيان، عدم الاستجابة السريعة والناجعة للطلبات الموجهة لها من السلط العمومية من مختلف دول العالم (باستثناء بلد المنشأ).
3. جميع القواعد والشروط المنظمة للعملية الانتخابية والتي جاء بها القانون الانتخابي الحالي لا يمكن فرض تطبيقها من الناحية العملية على شركات مواقع التواصل الاجتماعي -استنادا إلى التشريعات السارية حاليا- حيث لا يمكن التعميل إلا على تجاوب تطوعي وتلقائي من طرف هذه الشركات لتقديم المساعدة في مراقبة الحملة الانتخابية للهيئات التونسية المعنية.
4. قامت شركة فيسبوك منذ 2018 تاريخ مساءلتها من قبل السلط الأمريكية (بلد المنشأ) في شبهة استعمال شبكتها من قبل أطراف أجنبية للتأثير في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016، بإدخال تغييرات واسعة النطاق تهدف لاكتشاف المبكر للعمليات المنظمة للدعاية والمزيد من المحافظة على المعطيات الشخصية لمستخدميها.
5. وإن كانت اليوم شبكة فيسبوك هي الأكثر شيوعا في تونس، فلا شيء يمنع مستقبلا أن تحتل شبكة تواصل اجتماعي أخرى (TikTok على سبيل المثال) هذه المرتبة وتصبح الأكثر استعمال لدى شريحة معينة (الشباب) من التونسيين مما سيجعل الاتفاقيات والتفاهات التي يمكن للهيئات التونسية ابرامها مع شركة فيسبوك لمجابهة الجرائم الانتخابية محدودة الجدوى.
6. استعمال مواقع التواصل الاجتماعي قصد التأثير في الانتخابات اصبحت منذ 2016 واقعا لا جدال فيه

7. خلال الانتخابات الرئاسية والتشريعية التونسية 2019، تم استعمال مواقع التواصل الاجتماعي بصفة سلبية (الاعتماد على مهاجمة المنافسين وتلهم ونشر الأخبار الزائفة حولهم عوض تقديم البرامج ومواقف المترشح بخصوص مختلف المسائل) وقد لوحظ بشكل ملفت استعمال الإعلانات الممولة من ناحية وتواجد المشرفين على صفحات فيسبوك المنخرطة في الدعاية الانتخابية في دول أجنبية من ناحية أخرى.

8. تعرضت الانتخابات التونسية إلى حملات منظمة لتأثير في الرأي العام عبر موقع فيسبوك في الفترة الممتدة من مارس إلى جوان 2019 ومن المحتمل جدا (حسب ما تم رصده خلال الحملة الانتخابية) طيلة الفترة الانتخابية.

9. تحرص بشدة السلط العمومية لمختلف دول العالم لمنع التدخل الأجنبي في مجريات ونتائج انتخاباتها، باعتبارها أحد مقومات السيادة الوطنية، وتمثل العمليات المنظمة لنشر الأخبار الزائفة والتظليل بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم المخاطر التي تمس من نزاهة وشفافية الانتخابات، ومنع مثل هذا العمليات يعتبر من التحديات الأساسية لكل دول العالم بدرجات مختلفة (نجاح أي عملية تظليل للرأي العام مرتبط بمدى وعى الناخب)

وعليه يمكن القول بأن استعمال مواقع التواصل الاجتماعي قصد التأثير في الانتخابات أصبح واقعا لا جدال فيه، ولا بد على المشرع وللهيئات المكلفة بإدارة العملية الانتخابية أخذه بالاعتبار على المستوى التشريعي بتنقيح القانون الانتخابي وكذلك على المستوى العملي بتوفير الوسائل والإمكانيات المادية والبشرية للقيام بالمراقبة الناجعة لهذه الوسائل لمنع، قدر الإمكان، خرق قواعد ومبادئ المنظمة للانتخابات.



IV مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي ومجال تدخل الوكالة الفنية للاتصالات مع مختلف الأطراف المعنية

العديد من الأطراف تتدخل، بدرجات متفاوتة، في تنظيم ومراقبة سير العملية الانتخابية: الناخبين، المترشحين، الأحزاب السياسية، السلطة التنفيذية (الحكومة)، القضاء، الإعلام، الهيئات المستقلة التعديلية، منظمات المجتمع المدني المحلية والدولية... إلخ. بالإضافة لمساهمة منظمات المجتمع المدني في مراقبة سير الانتخابات، يمكننا ذكر بالخصوص 4 هياكل معنية بصفة مباشرة ومحددة في حسن سير ومراقبة العملية الانتخابية وهي:

1. الهيئة العليا المستقلة للانتخابات (ISIE)،

2. الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري (HAICA)،

3. المحكمة الإدارية،

4. محكمة المحاسبات.

وتقوم هذه الأطراف كل حسب الاختصاص المخول لها قانونا بالرقابة المسبقة و(أو) الحينية و(أو) اللاحقة.

ولضمان انتخابات ديمقراطية وحرّة وتعددية ونزيهة وشفافة، يجب على الجهات المعنية بتنظيم ومراقبة الانتخابات القيام بالعديد من الأعمال واتخاذ جملة من الإجراءات، منها مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت، في السنوات الأخيرة، ضرورية ومتأكدة وذلك قصد:

• رصد المخالفات (الجرائم) الانتخابية في مجالي الدعاية السياسية وتمويل الحملات الانتخابية،

• التفتن (ومنع) التدخل الأجنبي للتأثير في نتائج الانتخابات عبر استغلال هذا الفضاء،

وتنقسم عمليات المراقبة للحملة الانتخابية والإشهار السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية إلى قسمين:

1. رصد ومتابعة نشاط الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي (تاريخ إنشاء الصفحة، عدد متابعين، التدوينات المنشورة والتي يتم إعادة نشرها، إلخ)

2. التعريف بالمشرفين على هذه الصفحات ومكان تواجدهم.

1.4. رصد ومتابعة نشاط الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي

تتم عادة متابعة نشاط الصفحات والحسابات المنشورة على المواقع التواصل الاجتماعي باستعمال مجموعة من البرمجيات المعلوماتية تمكن من رصد بصفة آلية كل ما يتم نشره على الحسابات والصفحات المفتوحة للعموم من تدوينات نصية وفيديوهات وتخزينها في الحواسيب التي تشتغل منها.

ثم تقوم هذه البرمجيات بتحليل المعطيات المجمعة باستعمال خوارزميات خصوصية ليتم بعد ذلك تصنيفها حسب مقاييس يتم تحديدها سلفا من قبل المكلفين بالمتابعة.

تختلف نوعية ونجاعة البرمجيات المستعملة في هذا المجال:

- برمجيات مجانية متوفرة للعموم في الفضاء المفتوح للانترنت يتم تركيزها على حواسيب عادية مرتبطة بشبكة الانترنت،
- برمجيات متطورة ومعقدة يتم تركيزها على تجهيزات خصوصية (منصات) تقوم بعملية الرصد والمتابعة بصفة دقيقة وشاملة.

بالإضافة للبرمجيات والتجهيزات الضرورية للقيام بعمليات الرصد والمتابعة يجب توفير العنصر البشري المؤهل للقيام بهذا العمل بالعدد اللازم.

وفي هذا الإطار تم تسجيل، خلال الانتخابات التشريعية والرئاسية الأخيرة (2019)، مبادرات من جمعيات المجتمع المدني بصفة منفردة وبدون تنسيق مع كل الجهات المعنية لمتابعة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي وتم اصدار نتائج أعمالهم في تقارير بعد صدور النتائج النهائية للانتخابات بفترة طويلة.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد، أنه لم يتم الاتصال بالوكالة الفنية للاتصالات للمساهمة في أعمال مراقبة الحملات الانتخابية على المواقع التواصل الاجتماعي من طرف الهيئة العليا المستقلة للانتخابات.

غياب التنسيق والتنظيم المسجل في مجال مراقبة الحملات الانتخابية على المواقع التواصل الاجتماعي من مختلف الأطراف حال دون التمكن من ردع المخالفات التي تم رصدها في هذا الفضاء خلال الانتخابات السابقة.

2.4. التعريف بالمشرفين على الصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي

التعريف بالمشرفين على حسابات والصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تتم باستعمال تقنيات معقدة تتطلب تجهيزات خصوصية والتنسيق مع مشغلي شبكات الاتصالات العمومية والتنسيق مع مشغلي مواقع التواصل الاجتماعي.

ونظرا لما لدى الوكالة الفنية للاتصالات من إمكانية مادية وبشرية وخبرة في هذا المجال، فيمكنها القيام بالأعمال الفنية الضرورية قصد التعريف بالأشخاص الطبيعيين الذين يقومون بالإشراف على الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، غير أن هذه الأعمال لا يمكن إنجازها إلا عند توفر إذن قضائي في الغرض.

وباعتبار أن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات (وكذلك الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري) لا تعتبر من الجهات التي بإمكانها الإذن بإجراء الأبحاث القضائية وإنما يقتصر حدود تدخلها بتقديم طلب للنياحة العمومية قصد الإذن بإجراء الأبحاث القضائية في شبهات الجرائم الانتخابية حسب تقديرها.

وعليه لا يمكن للوكالة الفنية للاتصالات، فيما يتعلق بالتعريف بالمشرفين على صفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي الاستجابة لطلبات الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في غياب أذن صادرة على السلطة القضائية في الغرض وذلك حسب النصوص القانونية الحالية.

3.4. القدرات الفنية للوكالة الفنية للاتصالات

في مجال البحث والتقصي في الجرائم الالكترونية يجمع جل المختصين بأن الدراية والمعرفة والكفاءة العالية للعنصر البشرية المكلف بجمع الأدلة الرقمية هو المحدد الأساسي للنتائج التي يتم التوصل إليها. وتمثل التجهيزات التي يتم الاستعانة بها من قبل الفرق الفنية العنصر الثاني المحدد لهذه النتائج.

وفي هذا الإطار تضم الوكالة الفنية للاتصالات فريقا فنيا ذي كفاءة عالية في مجال التقصي الفني للمنظومات الاتصال والمعلومات، يمكنها من جمع جملة من

المعطيات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي الناشطة في المجال التونسي، منها على سبيل الذكر:

- تحديد الصفحة أو الحساب فيسبوك الذي تم النشر فيها تدوينة معينة لأول مرة وتاريخ نشرها (معرفة مصدر الاشاعات والأخبار الزائفة).
- متابعة مجموعة من الحسابات فيسبوك وتحديد:
 - تاريخ إنشائها ودول إقامة المشرفين عليها،
 - عدد الاعجاب (Like) والمشاركة (Partage) لتدوينة معينة،
 - مجالات اهتماماتها (سياسية، ترفيهية، ثقافية.. إلخ)،
 - تطور عدد المتابعين والمنخرطين،
 - أكثر المواضيع المتداولة،
 - ...
- مجموعة من المعطيات الأخرى ذات الصلة.

4.4. الوكالة الفنية للاتصالات والهيئة العليا المستقلة للانتخابات

بمقتضى الفصل 2 من القانون الأساسي عدد 23 لسنة 2012 المؤرخ في 20 ديسمبر 2012 (المعلق بإحداث الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، كما تم تنقيحه وإتمامه بالقانون الأساسي عدد 44 لسنة 2013 المؤرخ في 01 نوفمبر 2013 وبالقانون الأساسي عدد 52 لسنة 2013 المؤرخ في 28 ديسمبر 2013) تم تكليف الهيئة العليا المستقلة للانتخابات بالسهرة على ضمان انتخابات واستفتاءات ديمقراطية وحررة وتعددية ونزاهة وشفافة. ولهذا الغرض تتولى الهيئة بالقيام بجميع العمليات المرتبطة بتنظيم الانتخابات وإدارتها والإشراف عليها طبقا للقانون الانتخابي (الفصل 3 من القانون الأساسي المحدث للهيئة والمذكور أعلاه).

وبالرغم من أن القانون المذكور أعطى للهيئة العليا المستقلة للانتخابات الولاية الكاملة والشاملة على تنظيم الانتخابات وأتاح لها اتخاذ جميع الإجراءات والتدابير اللازمة لضمان ديمقراطيتها وحريرتها وتعدديتها ونزاهتها وشفافيتها، إلا أن الممارسة العملية في 5 مناسبات كبرى (الانتخابات التشريعية والرئاسية والبلدية منذ 2014) أظهرت بأن هناك العديد من الصعوبات العملية والقانونية تحد من نجاعة وفعالية تدخل الهيئة لضمان انتخابات بالصفات المذكورة بالقانون.

ولعل من أبرز الصعوبات العملية التي تعرضت لها الهيئة في المحطات الانتخابية السابقة تتمثل في مراقبة مدى احترام المترشحين لمبادئ المنظمة للحملة الانتخابية كما جاء بها القانون الانتخابي (الفصل 17 من القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014) وخاصة في الفضاء الافتراضي وعبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث يجمع جل المتابعين والمختصين في المجال الانتخابي بأن الفضاء الافتراضي وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي أصبح في السنوات الأخيرة يمثل الفضاء الأساسي الذي تعتمد عليه الأحزاب السياسية والمترشحين لحملاتهم الانتخابية.

ونظرا بأن مشغلي أكثر المواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في تونس هي مؤسسات تجارية أجنبية (الولايات المتحدة الأمريكية والصين) من ناحية، وباعتبار أن الدعاية السياسية والتأثير في المزاج العام لدى الناخبين تتم عبر هذا الفضاء قبل مدة زمنية طويلة نسبيا (من 6 إلى 9 أشهر على الأقل) من ناحية أخرى، يطرح صعوبة عملية كبيرة أمام الهيئة للقيام على الوجه المطلوب بأعمالها الرقابية للحملات الانتخابية.

وفي هذا المجال يمكن للوكالة الفنية للاتصالات، بما لديها من كفاءة (فريقها الفني والتجهيزات الخصوصية التي تستغلها)، تقديم المساندة الفنية للهيئة العليا المستقلة للانتخابات في مجال مراقبة الحملات الانتخابية التي تتم عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. وذلك بالقيام بعمليات مسح ومتابعة لأكثر عدد ممكن من الحسابات والصفحات ذات منحى سياسي وذات علاقة بالانتخابات التونسية.

وحتى تكون هذه المساهمة ناجعة وذات فائدة للهيئة العليا المستقلة للانتخابات فلا بد من انطلاق عمليات المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي قبل فترة لا تقل على 9 أشهر من تاريخ الاقتراع.

ومن المهم الإشارة هنا، بأنه لا يمكن للوكالة الفنية للاتصالات القيام بعمليات التعريف بالمشرفين على الحسابات والصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، إلا في حال صدور إذن قضائي صريح لذلك (طبقا لنص المحدث للوكالة).

5.4. الوكالة الفنية للاتصالات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

تم احداث الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري بمقتضى المرسوم عدد 116 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 والمتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري. وكلفت بمهام تعديل المشهد الإعلامي السمعي والبصري التونسي وتنظيمه بهدف ضمان حرية الصحافة وتعددية وسائلها في كنف احترام قواعد وأخلاقيات المهنة.

وتجدر الإشارة إلى أن مجال تدخل الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري ينحصر، حسب المرسوم المذكور، في تعديل قنوات الإذاعية والتلفازية التي تقوم بالبث عبر الترددات الراديوية من تونس، ويخرج من اختصاصها كليا الصحافة الإلكترونية (مواقع الإلكترونية) ومواقع التواصل الاجتماعي. بينما أضاف القانون الانتخابي إلى مجال تدخل الهيئة مراقبة المواقع الإلكترونية الرسمية التابعة لمنشآت الاتصال السمعي والبصري.

ولقد أصدرت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري في إطار القيام بمهامها التعديلية، العديد من القرارات تمنع فيها بث أو إعادة بث برامج لقنوات تلفزيونية تونسية مع مطالبتها لهم بسحبها من الموقع الإلكتروني الرسمي للقناة المعنية ومن جميع صفحات التواصل الاجتماعي التابعة لها.

وللقيام بمهامها الرقابية على المضامين الإعلامية للقنوات الإذاعية والتلفزيونية التونسية، قامت الهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري باقتناء تجهيزات تسجيل رقمية ذات طاقة تخزين كبيرة وتركيز وحدة للرصد صلب الهيئة متكون من فريق من المختصين في الشأن الإعلامي.

وقد تم، بمناسبة الانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2014 و2019، إبرام العديد من اتفاقيات تفاهم وتعاون وتنسيق بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري في مجال مراقبة الحملات الانتخابية.

وفي صورة تم الاتفاق بين الهيئتين على التنسيق في مراقبة الحملات الانتخابية في مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن للوكالة الفنية للاتصالات تقديم الدعم والمساندة الفنية في مجال متابعة الحسابات والصفحات ذات منحنى سياسي وذات علاقة بالانتخابات للهيئة السمعي والبصري.

مع التذكير بأن فترة 9 أشهر قبل موعد الانتخاب لانطلاق عمليات المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي تبقى ضرورية لضمان نجاعة عملية المراقبة في هذا الفضاء.

ولا بد كذلك من التذكير بأن عمليات التعريف بالمشرفين على الحسابات والصفحات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، تتطلب بالضرورة صدور إذن قضائي صريح لذلك (طبقا للنص المحدث للوكالة).

6.4. الوكالة الفنية للاتصالات والهيئات القضائية المعنية بالانتخابات

يتم الطعن في غالبية قرارات الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أمام المحكمة الإدارية. وباعتبار أن المحكمة الإدارية هي أحد مكونات السلطة القضائية، فمن البديهي أن تستجيب الوكالة الفنية للاتصالات لطلبات المحكمة الإدارية في صورة توصلها بأذون بحث فنية صادر عنها.

طبقا للقسم الثاني (تمويل الحملة) من القانون الانتخابي، تتولى محكمة المحاسبات ضبط التمويل العمومي ومراقبة تمويل الحملات الانتخابية.

وباعتبار أن محكمة المحاسبات هي أحد مكونات السلطة القضائية، فمن البديهي أن تستجيب الوكالة الفنية للاتصالات لطلبات محكمة المحاسبات في صورة توصلها بأذون بحث فنية صادر عنها.

7.4. أهم الاستنتاجات

من أهم الاستنتاجات التي يمكن تقديمها ما يلي:

1. تنقسم عمليات المراقبة للحملات الانتخابية والإشهار السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية إلى قسمين:

• رصد ومتابعة نشاط الصفحات المفتوحة للعموم والمنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي (تاريخ إنشاء الصفحة، عدد متابعين، التدوينات المنشورة والتي يتم إعادة نشرها، إلخ). ويهدف هذا نوع من المراقبة، على غرار مراقبة الحملة

الانتخابية في الفضاء العام، إلى رصد المخالفات والجرائم الانتخابية في الفضاء الإلكتروني. وإن كانت هذه المراقبة لا تتطلب تجهيزات ومنظومات معلوماتية معقدة إلا أن نجاعتها مرتبطة بـ:

- التنسيق المحكم بين مختلف الجهات التي تقوم بأعمال المتابعة والرصد (فرق الرصد التابعة للهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري)،
- الإعداد المادي الجيد (انتداب المراقبين وتكوينهم) والانطلاق في أعمال الرصد والمتابعة قبل فترة زمنية لا تقل على 9 أشهر قبل الاقتراع،
- اشراك الوكالة الفنية للاتصالات في هذه المراقبة في إطار اتفاقية تبرم لغرض بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والوكالة الفنية للاتصالات.
- التعريف بالمشرفين على الصفحات والتي تتركب بواسطتها الجرائم الانتخابية ومكان تواجدهم. وذلك حتى يتم تطبيق العقوبات المنصوص عليها بالقانون الانتخابي وردع المخالفين. ولا يمكن القيام بهذا إلا:
 - من طرف جهات عمومية لها القدرة الفنية لذلك (الوكالة الفنية للاتصالات)،
 - بإذن صادر عن السلطة القضائية (النيابة العمومية)، بناء على طلب من جهة ذات الصلة والمصلحة (الهيئة العليا المستقلة للانتخابات).

2. يمكن للوكالة الفنية للاتصالات، تقديم المساندة الفنية للهيئة العليا المستقلة للانتخابات و (أو) للهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، في مجال مراقبة الحملات الانتخابية عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بالقيام بعمليات مسح ومتابعة لأكثر عدد ممكن من الحسابات والصفحات ذات منحنى سياسي وذات علاقة بالانتخابات التونسية.



توصيات ومقترحات

حتى تتمكن الجهات المعنية، وفي مقدمتهم الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، من الأخذ بالاعتبار بدور مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية في المجال الانتخابي والقيام بالمراقبة الناجعة لهذا الفضاء، لا بد لها من الاستعانة بكل الجهات (هيئات، مؤسسات عمومية وخاصة) والتي يمكن أن تقدم لها الدعم اللازم.

وبناء على ما تم ملاحظته في الانتخابات التونسية السابقة، ولضمان مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية بالنجاعة المطلوب، وتبعاً لما تم ذكره سابق، يمكن أن نقترح التوصيات العملية الخمسة التالية:

1. في بداية السنة الانتخابية (9 أشهر قبل تاريخ الاقتراع على الأقل)، يتم انتداب مجموعة من المراقبين (ذو تكوين فني - إعلامية) من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، ويتم تكوينهم على استغلال المنظومات والبرمجيات المعلوماتية التي سيتم الاستعانة بها للقيام بأعمال الرصد والمتابعة للمواقع التواصل الاجتماعي.

2. إبرام مذكرات تفاهم مع شركات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً في تونس (وخصوصاً شركة فيسبوك (Facebook) وشركة قوقل (Google)) قصد حثهم على احترام القوانين الانتخابية التونسية، وتمكين الهيئة من المعطيات الضرورية للقيام بأعمالها الرقابية، كتوفير مكتبة إعلانات مناسبة لتونس، يحتوى على جميع المنشورات السياسية المروجة في «السنة الانتخابية» لكل صفحة، مع إمكانية الحصول على معطيات أكثر تفصيلاً تسمح من معرفة فترة تنزيل الإعلانات ذات الصلة بالقضايا الاجتماعية والانتخابات والسياسة والاطلاع على إجمالي المبالغ التي تم إنفاقها، وحجم الإنفاق إلخ من ناحية، وحجب الصفحات التي تعلم عليها الهيئة بالسرعة المطلوبة من ناحية أخرى.

3. التنسيق بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والنيابة العمومية في مختلف الدوائر الانتخابية، لإصدار الأذون القضائية اللازمة (كل ما دعت الحاجة لذلك) لتتمكن الوكالة الفنية للاتصالات من القيام بالأعمال الفنية الضرورية للتعريف بالمشرفين على صفحات فيسبوك المخالفة ومكان تواجدهم.

4. إلزام كل المرشحين بمد الهيئة بقائمة في الصفحات الرسمية التي سيعتمدون عليها في حملتهم الانتخابية (3 صفحات على الأقصى مثلاً) مع القائمة الاسمية للمشرفين عليهم مع منع الاشراف على هذه الصفحات من خارج تونس.

5. إلزام المترشحين والمشرفين على الصفحات الرسمية انتهاج الدعاية الإيجابية في مواقع التواصل الاجتماعي وإقرار عقاب رادع لكل تجاوز.

هذه الإجراءات العملية تتطلب في الحد الأدنى تنقيح في القانون الانتخابي فيما يتعلق بالفترة الزمنية ما قبل الحملة الانتخابية والعقوبات المستوجبة عند ارتكاب الجرائم الانتخابية بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي والتي يجب أن تكون رادعة بما يكفي للحد من الاستعمال الغير مشروع للفضاء الالكتروني للمس من نزاهة الانتخابات.



VI ملحق 1: الإطار القانوني الحالي المنظم لعلاقة الفضاء الإلكتروني بالانتخابات

1.5. النصوص القانونية التونسية الحالية ذات العلاقة بمجال الاتصالات

إن النشاط في مجال الاتصالات والفضاء الإلكتروني في جل دول العالم، منظم بجملة من النصوص القانونية والترتيبية تحدد مجموعة من القواعد والشروط التي ينبغي على الأفراد والمؤسسات احترامها.

وتقدم هذه النصوص في أغلب الحالات على أساس أنها تهدف إلى تكريس سياسة معينة للدولة في هذا المجال من جهة، وحماية مصالح المواطنين والمؤسسات والدولة من جهة أخرى، وهذا حسب تقدير واضعي هذه السياسات.

ولفهم سياسة الدولة التونسية في مجال الاتصالات والمعلومات قصد معرفة مدى تلاؤمه مع التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية الحاصلة في هذا المجال، لابد من حصر النصوص القانونية والترتيبية المنظمة له. وبعد الاطلاع على جل النصوص الجاري بها العمل، أمكن لنا حصر القوانين ذات بعد الجزائي وعددها ستة وهي التالية:

القوانين	الموضوع	الأحكام ذات البعد الجزائي
قانون عدد 01 لسنة 2001 المؤرخ في 15 جانفي 2001 المنقح بالقانون عدد 46 لسنة 2002 بالقانون عدد 46 لسنة 2002 المؤرخ في 7 ماي 2002 وبالقانون عدد 1 لسنة 2008 المؤرخ في 8 جانفي 2008 وبالقانون عدد 10 لسنة 2013 المؤرخ في 12 أفريل 2013.	يتعلق بإصدار مجلة الاتصالات.	الفصول من 81 الى الفصل 87 من مجلة الاتصالات.

مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

الفصول من 45 الى 52 من القانون	يتعلق بالمبادلات التجارية.	قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 09 أوت لسنة 2000
الفصول 17 - 18 - 19	يتعلق بالتحويل الالكتروني للأموال	قانون عدد 51 لسنة 2005 مؤرخ في 27 جوان 2005
الفصول من 28 الى 32.	يتعلق بمجلة البريد	قانون عدد 38 لسنة 1998 مؤرخ في 02 جوان 1998 منقح بالقانون عدد 40 لسنة 2007 المؤرخ في 11 جوان 2007
الفصل 9 يحيل على الفصل 254 من المجلة الجزائية	يتعلق بالسلامة المعلوماتية.	القانون عدد 05 لسنة 2004 مؤرخ في 03 فيفري 2004
الفصل 199 من المجلة الجنائية	يتعلق بإتمام بعض فصول المجلة الجنائية. توسيع نطاق الأفعال المادية المتعلقة بتزوير أو افتعال الوثائق لتشمل المحتوى الالكتروني خاصة بالموظف العمومي	قانون عدد 89 لسنة 1999 المؤرخ في 02 اوت 1999

ويمكن استنتاج بصفة واضحة من قراءة كل النصوص القانونية المنظمة للمجال الاتصالات والمعلومات في تونس حاليا أن:

1. جل النصوص القانونية متقدمة في الزمن وأصبحت غير متلائمة مع التطورات الحاصلة في مجال الفضاء السيبراني خاصة من ناحية تطور الاستعمال (الكمي والكيفي) والاشكاليات المستجدة الذي يطرحها هذا الاستعمال.
2. المقاربة المعتمدة في جل النصوص التشريعية تستند إلى مبدأ المراقبة المسبقة، جل الأنشطة في المجال تشترط الترخيص المسبق من السلطة العمومية، هذا ما يفسر قلة وجود فصول ذات بعد جزائي في هذه النصوص.
3. الجرائم الالكترونية غير مشمولة بالإطار القانوني التونسي الحالي المنظم للاتصالات والمعلومات.

لكل هذه الأسباب قامت الجهات المعنية بإعداد مشروع قانون جديد ينظم مجال الاتصالات والمعلومات (المجلة الرقمية) وبمشروع قانون آخر يعنى بالجرائم الالكترونية «قانون مكافحة الجرائم المتصلة بأنظمة الاتصال والمعلومات» وهي مشاريع قوانين أساسية لم يتم إلى هذا التاريخ عرضها على السلط التشريعية (مجلس نواب الشعب).

2.5. مشروع القانون الأساسي المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية

لقد أفرز التطور الكبير، الذي شهده استعمال وسائل الاتصال الحديثة، تحديات جديدة في مجال الأمن والسلامة المعلوماتية مرتبطة بالاعتداءات التي تهدف إلى النيل من أنظمة المعلومات والبيانات المعلوماتية أو استعمالها دون حق أو إلى المساس بحقوق الأشخاص أو النظام العام.

وقد تدخل المشرع التونسي منذ سنة 1999 لوضع إطار قانوني ضمن المجلة الجزائية لمكافحة الجرائم المتصلة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال، غير أن التطورات التي حصلت منذ ذلك التاريخ بينت أن هذا الإطار يشكو الكثير من النقائص في مستوى الأحكام الموضوعية المتعلقة بالتجريم ومن فراغ في مستوى الأحكام الإجرائية.

كما شهد الإطار القانوني الدولي تطورا منذ اعتماد اتفاقية بودابست لسنة 2001 وهي اتفاقية أوروبية المنشأ انضمت إليها عديد الدول المتطورة في هذا المجال وتعد حاليا الإطار المرجعي الدولي لمكافحة الجرائم المتصلة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال.

وفي هذا الإطار، قامت الهياكل المعنية بالدولة التونسية بإعداد مشروع قانون أساسي يتعلق بمكافحة الجرائم المتصلة بأنظمة المعلومات والاتصال.

1.2.5. أهم مراحل صياغة مشروع القانون المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية

انطلق النقاش لإعداد مشروع قانون يتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية منذ سنة 2008. وقد تم ايداع المشروع الأول لهذا القانون بمكتب مجلس النواب سنة 2010. وفي سنة 2011 تم سحب المشروع وإعادة للحكومة.

وفي سنة 2013 تم إحداث لجنة لإعادة صياغة المشروع الأولي للقانون صلب وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ضمت مختلف الوزارات المعنية قصد عرضه على مجلس وزاري مضييق وقد تم إرجاعه للوزارة دون عرض في فيفري 2015.

وخلال سنة 2016 تم تكوين لجنة جديدة لمراجعة النسخة السابقة للمشروع ضمت بالإضافة لمختلف الوزارات المعنية الهيئة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية، وتم

إحالة المشروع في نسخته المعدلة إلى مصالح التشريع برئاسة الحكومة في جانفي 2017 قصد الإشراف على إعداد الصيغة النهائية بمشاركة مختلف الوزارات. وفي جانفي 2018، تم عرض المشروع على اللجنة القانونية للحكومة قصد عرضه على مصادقة مجلس الوزراء. ولم يتم إلى هذا التاريخ إحالة مشروع القانون إلى مجلس نواب الشعب.

2.2.5. ملحة على أهم فصول وأبواب مشروع القانون المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية

يتضمن مشروع القانون، في نسخته الحالية، 37 فصلا مقسمة إلى 4 أبواب وهي أحكام عامة وأخرى تتعلق بالإجراءات وأحكام موضوعية خاصة بالتجريم وأخيرا أحكام خاصة بدعم التعاون الدولي.

1.1.2.2.5. الأحكام العامة

تتميز الجرائم الإلكترونية بصبغتها الفنية المتطورة وتؤثر هذه الخاصية في صياغة الأحكام الخاصة بها من خلال ضرورة اعتماد مصطلحات ومفاهيم مستحدثة ذات مدلول فني دقيق يعسر فهمها على غير المختصين والفنيين لذلك اقترح مشروع القانون في باب الأحكام العامة تعريف أهم المفاهيم والمصطلحات الأساسية على غرار مفهوم نظام المعلومات وبيانات معلوماتية ومزود الخدمات لتيسير فهمها وتجنب الاختلاف والتباين في تحديد معناها بما يضمن توحيد تأويل أحكام القانون وحسن تطبيقه.

2.2.2.5. الأحكام الإجرائية

ترتكب الجرائم الإلكترونية في عالم افتراضي غير محسوس باستعمال تقنيات متطورة لذلك تتميز بصعوبة كشفها وإثباتها فأدلتها في أغلب الأحيان غير مادية وسريعة الاضمحلال وعسيرة الحفظ كما يتخفى مرتكبوها وراء هويات مصطنعة وغير حقيقية ويستعملون أساليب ذكية ومتشعبة يصعب كشفها وملاحقتها. وفي ضوء هذه الخصائص لا تكفي الأحكام العامة المتعلقة بمعاينة الجرائم وجمع أدلتها والبحث عن مرتكبيها لضمان التصدي الناجع

للجرائم الإلكترونية التي تستوجب أحكاما خاصة تتلاءم مع طبيعتها وتزود السلطات المكلفة بمكافحتها بالوسائل والإجراءات الكفيلة بكشفها وردعها.

وقد تضمن المشروع اقتراحا بتعزيز السلطات المكلفة بمعاينة الجرائم لتشمل ضابطة عدلية متخصصة من الأعوان التابعين للوزارة المكلفة بتكنولوجيات الاتصال إلى جانب اقتراح بعض الإجراءات الخاصة بجمع الأدلة الإلكترونية مثل الإذن بالتكمن من البيانات المخزنة والنفاز إلى أنظمة المعلومات وتفتيشها وحجز البيانات المعلوماتية والاعتراض الفوري لبيانات حركة الاتصالات.

وتعزيزا لقدرات الأعوان المكلفين بمعاينة الجرائم وضمانا للعثور على أدلة مجدية في صورة ارتكاب جريمة حمل مشروع القانون مزودي الخدمات عدة التزامات للمساهمة في مجهود مكافحة هذه الجرائم على غرار إلزامهم بواجب حفظ البيانات التي تمكن من تعريف المستعملين والأجهزة المستعملة ونوعية الخدمات المسداة وكذلك واجب المساعدة على اعتراض بيانات حركة الاتصالات ومحتواها.

ويعد إقرار هذه الإجراءات الخاصة ضروريا للوقاية من هذه الجرائم وردعها مع إحاطتها بقواعد وضوابط دقيقة لضمان عدم المساس بالحقوق والحرريات الفردية كما أنها لا تمارس إلا في حالات محددة وتحت إشراف قضائي مباشر.

ولدعم نجاعة تلك الإجراءات اقترح المشروع تجريم الإخلال بواجب حفظ البيانات وإعاقة سير البحث بإعدام بيانات أو إخفائها قبل حجزها وكذلك انتهاك سرية الإجراءات المتعلقة بجمع الأدلة أو إفشاء البيانات المتحصل عليها.

3.2.2.5. الأحكام الموضوعية

تهدف الأحكام الموضوعية إلى توسيع نطاق التجريم ليشمل أفعالا جديدة غير معاقب عنها قصد التصدي للحالات المسجلة والتوقى من انتشارها، فأضيفت إلى الجرائم المتعلقة بالاعتداء على أنظمة المعلومات والبيانات المعلوماتية جريمة الاعتراض غير المشروع وجريمة إساءة استخدام الأجهزة والبيانات المعلوماتية. كما أضيفت إلى الجرائم المرتكبة بواسطة أنظمة أو بيانات معلوماتية جريمة الاحتيال المعلوماتي. وأخيرا تضمن المشروع تجريم مجموعة من الأفعال المتعلقة بالمحتوى المعلوماتي غير المشروع والأخبار الزائفة.

كما تضمنت الأحكام الموضوعية تعديلا في تجريم الأفعال التي يشملها الإطار القانوني الحالي لتوضيح أركانها بدقة وملاءمتها للمعايير الدولية.

4.2.2.5. الأحكام الخاصة بدعم التعاون الدولي

اعتبارا وأنه من أهم خصائص الجرائم الإلكترونية صبغتها العابرة للحدود الوطنية نظرا وأنها ترتكب ضد أنظمة معلومات أو بواسطتها مرتبطة فيما بينها بمواقع اتصال ذات امتداد عالمي، بما يحتم تنسيق الجهود في جميع الدول للإنذار المبكر من هذه الجرائم وكشفها وردعها .

وقد تضمن مشروع القانون أحكاما خاصة بتيسير التعاون الدولي عن طريق الإسراع بتبادل المعلومات قصد الوقاية من هذه الجرائم وكشفها . كما أقر المشروع توسيع اختصاص المحاكم للنظر في الجرائم المرتكبة خارج التراب التونسي.

ومن أبرز الملاحظات التي يمكن تقديمها حول مشروع القانون الأساسي المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية ما يلي:

1. في مشروع القانون المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية، وقع تجريم، لأول مرة، نشر الأخبار الزائفة في الفضاء الإلكتروني وخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. وقع تضمين في مشروع القانون أحكام خاصة بدعم التعاون الدولي عن طريق الإسراع بتبادل المعلومات قصد الوقاية من الجرائم الإلكترونية وكشفها . كما أقر المشروع توسيع اختصاص المحاكم للنظر في الجرائم المرتكبة خارج التراب التونسي.
3. الفترة الطويلة التي استغرقتها النقاش حول هذا المشروع يعكس تباينا في الرؤى بين مختلف الأطراف حول بعض فصوله من ناحية، والحرص على إيجاد الموازنة بين زجر الجرائم الإلكترونية وضمان حرية التعبير للمواطنين من ناحية أخرى.
4. إذ ما تمت المصادقة على مشروع القانون الأساسي لمكافحة الجرائم الإلكترونية من قبل مجلس نواب الشعب وأصبح قانونا نافذا فيمكن حينئذ، نظريا، الاستعانة بفصوله المتعلقة بتجريم نشر الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتفعيل التعاون الدولي لطلب المعلومات من الشركات التي تدير مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لمجابهة الاستعمال الغير مشروع لهذه المواقع في الدعاية الانتخابية والإشهار السياسي.

ملحق 2: الوكالة الفنية للاتصالات

VII

1.6. الإحداث والمهام

تم إحداث الوكالة الفنية للاتصالات بمقتضى الأمر عدد 4506 لسنة 2013 المؤرخ في 06 نوفمبر 2013، الذي تم تنقيحه وإتمامه بالأمر الحكومي عدد 985 لسنة 2017 مؤرخ في 15 أوت 2017، وهي مؤسسة عمومية لا تكتسي الصبغة الإدارية، تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي وموضوعة تحت إشراف الوزارة المكلفة بتكنولوجيات الاتصال والاقتصاد الرقمي، وأوكلت إليها مهمة تأمين الدعم الفني للأبحاث العدلية في جرائم أنظمة المعلومات والاتصال.

ولهذا الغرض، تتول الوكالة الفنية للاتصالات تلقي ومعالجة أذون البحث الصادرة عن السلطة القضائية والتنسيق مع مختلف مشغلي شبكات العمومية للاتصالات واستغلال المنظومات الوطنية لمراقبة حركة الاتصالات، كما هو مبين في الجدول التالي:

استغلال المنظومات	التنسيق مع مشغلي الشبكات	تلقي ومعالجة أذون البحث
استغلال المنظومات الوطنية لمراقبة حركة الاتصالات في إطار احترام المواثيق الدولية المتعلقة بحقوق الإنسان والأطر القانونية المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية .	التنسيق مع مختلف مشغلي الشبكات العمومية للاتصالات ومشغلي شبكات النفاذ ومزودي خدمات الاتصالات طبقاً للتشريع الجاري به العمل.	تلقي ومعالجة أذون البحث ومعاينة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال الصادرة عن السلطة القضائية طبقاً للتشريع الجاري به العمل.

وقد تم تركيز مختلف هياكل الوكالة والدخول في النشاط الفعلي في مارس 2014 حيث تلقت وتعهدت الوكالة الفنية للاتصالات بأول إذن بحث صادر عن السلطات القضائية يوم 16 أفريل 2014.

1.1.6. لجنة المتابعة

وليزيد ضمان حسن استغلال المنظومات الوطنية لمراقبة حركة الاتصالات في إطار حماية المعطيات الشخصية والحريات العامة، تم إحداث صلب الوكالة الفنية للاتصالات لجنة المتابعة تتولى متابعة التنفيذ الفني لأذون البحث والمعاينة الصادرة عن السلطة القضائية والإذن بإحالة نتائج البحث والمعاينة إلى الهياكل المعنية. وتتركب لجنة المتابعة من 8 أعضاء ممثلين عن الهياكل المتدخلة والمعنية بأعمال الوكالة وهم كما يلي:

- قاضي (من الرتبة الثانية على الأقل) من القضاء العدلي: نائب رئيس للجنة،
- ممثل عن وزارة العدل: عضواً،
- ممثل عن وزارة الداخلية: عضواً،
- ممثل عن وزارة الدفاع الوطني: عضواً،
- ممثل عن وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال: عضواً،
- ممثل عن وزارة حقوق الإنسان والعدالة الانتقالية: عضواً،
- ممثل عن الهيئة العليا لحقوق الإنسان والحريات الأساسية: عضواً،
- ممثل عن الهيئة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية: عضواً.

وقد تم تسمية أعضاء لجنة المتابعة بالوكالة الفنية للاتصالات بمقتضى الأمر عدد 2891 لسنة 2014 المؤرخ في 30 جويلية 2014.

وانعقد الاجتماع الأول للجنة المتابعة يوم الجمعة 26 ديسمبر 2014، ومن أهم النقاط التي تمت مناقشتها والاتفاق في شأنها في هذا الاجتماع ما يلي:

- التأكيد على أن الوكالة ليست لها سلطة التعهد التلقائي بخصوص معاينة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال وأنها تتعهد بمطالب البحث والمعاينة بناءً على أذون صادرة عن السلطات القضائية.
- وجوب إرفاق مطالب إجراء الأبحاث والمعاينة الفنية الواردة على الوكالة بنسخة من الإذن القضائي الذي تم بموجبه التعهد بالبحث وذلك حتى يتسنى معالجته من قبل المصالح الخصوصية للوكالة. أما بخصوص معالجة الطلبات المرتبطة بالأمن

القومي ونظرا لأهمية عامل الوقت في التدخل وتوفير المعلومة للجهات المتعهدة بالأبحاث وذلك للتوقى من المخاطر المحتملة والحفاظ على الأمن العام، فقد تمت الموافقة على المبادرة بإجراء الأبحاث الفنية اللازمة من قبل المصالح المختصة بالوكالة على أن يتم عرض هذه الطلبات على أنظار اللجنة في أول اجتماع لها.

2.6. النصوص القانونية ذات العلاقة بمهام الوكالة الفنية للاتصالات

1.2.6. قانون الأساسي عدد 26 لسنة 2015 المؤرخ في 7 أوت 2015 والمتعلق بمكافحة الإرهاب ومنع غسل الأموال

تم التنصيص على الوكالة الفنية للاتصالات في قانون الأساسي عدد 26 لسنة 2015 المؤرخ في 7 أوت 2015 والمتعلق بمكافحة الإرهاب ومنع غسل الأموال بالفصل 54 (القسم الخامس: في طرق التحري الخاصة -الفرع الأول: اعتراض الاتصالات):

«في الحالات التي تقتضيها ضرورة البحث يمكن اللجوء إلى اعتراض اتصالات ذوي الشبهة بمقتضى قرار كتابي معمل من وكيل الجمهورية أو قاضي التحقيق.

يشمل اعتراض الاتصالات الحصول على بيانات المرور والتنصت أو الاطلاع على محتوى الاتصالات وكذلك نسخها أو تسجيلها باستعمال الوسائل الفنية المناسبة والاستعانة في ذلك، عند الاقتضاء، بالوكالة الفنية للاتصالات ومشغلي الشبكات العمومية للاتصالات ومشغلي شبكات النفاذ ومزودي خدمات الاتصالات كل حسب نوع الخدمة التي يسديها. وتتمثل بيانات المرور في المعطيات التي تسمح بتحديد نوع الخدمة ومصدر الاتصال والوجهة المرسل إليها والشبكة التي يمر عبرها وساعته وتاريخه وحجمه ومدته.

ويتضمن قرار وكيل الجمهورية أو قاضي التحقيق جميع العناصر التي من شأنها التعريف بالاتصالات موضوع طلب الاعتراض والأفعال الموجبة له ومدته.

لا تتجاوز مدّة الاعتراض أربعة أشهر بداية من تاريخ القرار يمكن التمديد فيها مرة واحدة ولنفس المدّة بمقتضى قرار معلل.

ويتعيّن على الجهة المكلفة بتنفيذ الاعتراض إعلام وكيل الجمهورية أو قاضي التحقيق بحسب الأحوال بأي وسيلة تترك أثرا كتابيا بالترتيبات التي تم اتخاذها لإنجازه وبالتاريخ الفعلي لانطلاق عملية الاعتراض. ويمكن في أي وقت الرجوع في القرار المنصوص عليه بهذا.»

كما تم بمقتضى الفصل 67 من نفس القانون، تعيين الوكالة الفنية للاتصالات كعضو في اللجنة الوطنية لمكافحة الإرهاب.

2.2.6. قانون أساسي عدد 61 لسنة 2016 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بمنع الاتجار بالأشخاص ومكافحته

تم التنصيب على الوكالة الفنية للاتصالات بالفصل 32 للقانون الأساسي عدد 61 لسنة 2016 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بمنع الاتجار بالأشخاص ومكافحته بنفس الصيغة الآتية بالفصل 54 من القانون الأساسي عدد 26 المذكور أعلاه.

3.6. طرق العمل المتبعة بالوكالة الفنية للاتصالات

تطبيقا للنصوص المحدثة والمنظمة لعمل الوكالة الفنية للاتصالات، يتم قبول أذون البحث بمكتب الإجراءات للوكالة.

وعملا بمقتضيات الفصول 2 و6 من الأمر عدد 4506 لسنة 2013 المؤرخ في 06 نوفمبر 2013، يقوم أعوان مكتب الإجراءات التابع للوكالة بالتثبت من وجود إذن قضائي الصادرة عن السلطة القضائية (قاضي التحقيق أو وكيل الجمهورية) حيث لا يمكن للوكالة الفنية للاتصالات التعهد بالبحث وإجراء الاختبارات الفنية المطلوبة ما لم تتوصل بنسخة من الإذن القضائي (تعليمات النيابة العمومية، قضاة التحقيق، إلخ) موجهة للوكالة الفنية للاتصالات بصفة صريحة. وعند استيفاء هذا الشرط يتم تضمين مطلب البحث بالدفتر الخاص لمكتب الإجراءات.

مراقبة الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي

ويقوم المدير العام الوكالة بصفته رئيس لجنة المتابعة، ونيابة عنها، بإحالة طلب البحث إلى المصالح الفنية للقيام بالاختبارات الفنية المطلوبة وإعداد تقرير فني يتضمن النتائج التي يتم التوصل إليها مع تحديد الفترة الزمنية التقديرية لذلك. ويتم عرضه أمام أنظار لجنة المتابعة الأذن التي تمت معالجتها في أول اجتماع لها. وتجدر الإشارة بأنه تم تركيز منظومة معلوماتية داخلية بالوكالة تسمح برقمنة وأتمتة جميع الإجراءات المذكورة أعلاه.





ITALIAN AGENCY
FOR DEVELOPMENT
COOPERATION



UNION EUROPÉENNE



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Ambassade de Suisse en Tunisie
Division Coopération Internationale

بدعم من:

2020

