وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص قانون إداري

بعنوان

تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر ضمن قانون 2021

إعداد الطلبة:

- **بن شرقية محمد**
- **سليماني شيماء**

إشراف الأستاذ:

بوخاتم معمر

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة في البحث
ملاك عراسة	أستاذ محاضر ب	رئيسا
بوخاتم معمر	أستاذ مساعد أ	مشرفا و مقررا
معيفي محمد	أستاذ مساعد أ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022-2023

بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٣٨

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «من لم يشكر الناس لا يشكر الله».

الشكر لله عز وجل ما أنعم علينا بنعمة العقل وأمرنا بالعلم وهدانا وسهل لنا السبل وهون علينا الصعاب وعلمنا ما لم نعلم...

الشكر والتقدير للأستاذ المشرفة" بوخاتم معمر "

لتوجيهاته والإشراف على هذه الدراسة.

ونشكر أيضا كل الأصدقاء والزملاء الأوفياء.

والشكر موصول لكل من ساعدنا في إنجاز هذه الدراسة

من قريب أو من بعيد

نسأل الله أن يعلمنا ما ينفعنا وأن ينفعنا ما علمنا.

إهـــــــــــــداء

إلى من قال فيهما تعالى: "وبالوالدين إحسانا"

إلى التي زرعتني بذرة واهية، لتسقيني بدموع عينيها، وتحييني بعبير أنفاسها لترعاني بدقائق عمرها حتى أزهر أمام صبرها أهدي هذه الثمرة الأولى لهذا القلب الحاوي كل الحنان، إلى سبب وجودي أمي الغالية.

ولك يا من احتويت وجودي ورافقتلي دربي لينار بصبره ورعايته، إلى من وهبني حب الحياة والنجاح إليك والدي العزيز" الهاني".

إلى أعز أخ أوجده الله لي توأم روحي ورفيق دربي .. إلى صاحب القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى من رافقني ومعه سرت الدرب خطوة بخطوةأخي وصديقي الحميم " عماد".

إلى من بعثها لي القدر لتطيرا معي على أجنحة الصداقة في فضاء المحبة، إلى من بوجودها إكتسبت قوة ومحبة لا أعلم حدودا لها، إلى التي حبها يجري في عروقي و فؤادي وكان غيابها إختناقا لي، إلى من أشعرتني بكيانى وأن لوجودي معاني إلى من لملمت أحزاني بين فترة وأخرى وخلفت في القلب أجمل اللحظات، إلى من وثقت بها وتركـــــت بصمة في حياتي زوجتي و نور عيني "شيماء سليماني".

إلى أهلى و عائلتي الكريمة و أخواتي و أبنائهم .

إلى كتكوتة العائلة " اسيل " حفظها الله و رعاها .

إلى مدللة العائلة " رميسة " حفظها الله و أنار دربها .

إلي كل أصدقائي و أحبابي من قريب و بعيد.

إلى كل من ساعدني من بعيد و من قريب في انجاز هذه المذكرة و لو بكلمة طيبة

الإهـــــــــــــــــداء

إلى قرة العين و حبيب القلب إلى شفيعي و أنيسي في ديني و دنيايا " صلى الله عليه و سلم "

إلى من قال فيهما الحق عز و جل " و قضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين إحسانا "

إلى من قاسمني أحلامي و علمني بحزمه الصمود أمام الصعاب لبلوغ غاياتي و تحقيق آمالي و عزز بعطفه و حنانه ثقتي بغيري ،إلى قمر ظلمتي و الشمعة التي تحترق ليضيء نورها دربي والدي الحبيب حفظه الله

إلى التي قال فيها سيد الخلق صلى الله عليه و سلم "إن الجنة تحت أقدام الأمهات" إلى التي غمرتني بعطفها و حنانها و سهرت لأجلي الليالي و مسحت دمع أحزاني و حلمت كي تراني ناجحة أمي حبيبتي الغالية رعاها الله .

إلى من و جدت فيه روح المحبة و الإخلاص و شجعني على الدراسة و دعمني و تمنى لي الأفضل دائما زوجي و قرة عيني بن شرقية محمد حفظه الله و أدامه تاجا فوق رأسي .

إلى القمر الذي يشع نورا و قرة العين "صهيب" و إلى الوردة التي تفوح عطرا كتكوتة العائلة "تورهان" .

إلى من أشعروني بكياني و أن لوجودي معاني إلى من لملموا أحزاني بين فترة و أخرى إلى من وثقت بهم و تركو بصمة في حياتي أخوتي و أخواتي و أزواجهم و أبنائهم أدام الله عليهم السعادة و الفرح و المحبة و الصحة.

إلى عائلة زوجي أدامهم الله لنا و إلى الكتكوتة "أسيل" حفظها الله و أدامها .

إلى أخي عماد و زوجتة و إبنهم المدلل أنس حفظه الله و رعاه.

إلى كل من ساعدنا من قريب في إنجاز هذه المذكرة و لو بكلمة طيبة لهم منا جميعا كل العرفان و الإمتنان.

خطـــــــة البحـــــث

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية

المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية

المطلب الأول: تعريف الحملة الانتخابية وخصائصها.

المطلب الثاني: المبادئ الضابطة للحملة الانتخابية.

المبحث الثاني: ضوابط سير وإجراءات الحملة الانتخابية

المطلب الأول: ضبط زمان ومكان إجراء الحملة الانتخابية.

المطلب الثاني: ضبط موضوع الحملة الانتخابية.

المطلب الثالث: أنواع ومراحل الحملة الانتخابية.

الفصل الثاني: آليات وضمانات الحملة الانتخابية وفق قانون الانتخابات2021 في الجزائر

المبحث الأول: كيفية تمويل الحملة و أهميتها و مصادرها

المطلب الأول :كيفية تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر.

المطلب الثاني: أهمية التمويل في إدارة الحملة الانتخابية.

المطلب الثالث: مصادر التمويل الانتخابي.

المبحث الثاني: الرقابة على التمويل الانتخابي و أثرها على العملية الانتخابية

المطلب الأول: الرقابة الإدارية على التمويل الانتخابي.

المطلب الثاني :الرقابة القضائية على التمويل الانتخابي.

الخاتمة

قائمة المراجع

مقدمـــــة

مقدمة

تعد الانتخابات أهم وسيلة تعتمدها الدولة في إسناد السلطة بمختلف أنواعها لأنها أفضل آلية عهدها القانون الديمقراطي بمساهمة الشعب في تسيير شؤونه، لذلك تقوم الدولة بسن القوانين واتخاذ كافة الإجراءات لإجراء عملية انتخابية نظيفة ونزيهة وذلك بتشجيع المواطنين على المساهمة فيها لكي تتجسد إرادة الشعب في اختيار من يمثله بتنوع المناصب المراد شغلها.

وتعتبر الانتخابات المحلية اللبنة الأولى لبناء دولة القانون لعلاقتها المباشرة بالشؤون اليومية للمواطن و من أجل ذلك جاء القانون العضوي 01/21 المتعلق بنظام الانتخابات ليضبط العملية الانتخابية بجملة من الضمانات، و التي تكون تعبيرا حقيقيا في الاختيار الحر عن طريق الاقتراع العام و المباشر الذي ينبغي أن يجري في إطار احترام حريات الأفراد بشفافية و صدق.

حيث يسمح هذا الإجراء بصورة مباشرة اختيار توجهات سياسية معينة ، و إن كانت كل عملية انتخابية يجب أن تسبقها فترة من عرض للأفكار والأشخاص ليتسنى للمواطنين التمييز بين الصالح والطالح، بين القادر والغير قادر على تسيير شؤون الدولة ، و لتمييز بين البرامج أيها أكثر كفاءة وانسجام مع واقعه المعيش، هذه الفترة التي تتصارع فيها الأفكار والأشخاص في إطار قانون ينظمها ويضبط سيرورتها تسمى الحملة الانتخابية، تعتبر من أهم المراحل التمهيدية للحملة الانتخابية التي تسبق موعد الاقتراع المحدد كونها تسمح للناخبين بالتعرف على المترشحين و الاطلاع على برامجهم، مما يتطّلب إرسال مبادئ المساواة والحياد، وتقييد جميع الأطراف المتدخلة بالالتزامات التي تفرضها النصوص التشريعية بغرض إنجاح العملية الانتخابية وتحقيق ضمانات الديمقراطية والنزاهة والشفافية في مختلف المراحل.

ونظرا لأهمية مرحلة الحملة الانتخابية، فقد نظم المشرع الجزائري من خلال القانون العضوي 2021م الجديد المتعلق بنظام الانتخاب إطارها القانوني في مختلف جوانبها بما يكفل تكافؤ الفرص بين المترشحين مع استخدام الوسائل والأساليب المشروعة

للتواصل مع الناخبين، خلال المدة المحددة بعد استدعاء الهيئة الناخبة بشكل رسمي وفي الأماكن المخصصة للتبليغ وشرح البرنامج الانتخابي و إقناعهم به وتوجيههم عند الاختيار .

اشكالية الدراسة:

كيف نظم المشرع طريقة تمويل الحملة الانتخابية خاصة بالنسبة للشباب و مدى فعالية هذه التعديلات؟

التساؤلات:

- ما مفهوم الحملة الانتخابية؟
- فيما تتمثل آليات وضمانات سير الحملة الانتخابية؟
- ماهي مصادر تمويل الحملة الانتخابية ، و ما الاثار المترتبة عنها؟

الفرضيات:

- نعني بالحملة الانتخابية المحاولة المقصودة التي يقوم المترشح من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو الالتحام فيها أو تغييرها.
- تعد آليات وضمانات الحملة الانتخابية عبارة عن لجنة مستقلة للرقابة على تمويل الحملة الانتخابية بالمال العام في مجال الانتخابات .

أهمية الموضوع

- أهمية عملية:

بما أن الحمالات الانتخابية سواء كانت رئاسية أو برلمانية أو المحليات، والانتخابات بشكل عام تحتل أهمية متزايدة في عالمنا المعاصر، اذ تعتبر المؤشر الحقيقي على نجاح الحملات الانتخابية .

- التعرف على الدور الفعال الذي تلعبه الحملة الانتخابية في الانتخابات.
- وكيفية تمويل الحملة ومصادرها.

أسباب اختيار الموضوع :

تنقسم أسباب اختيار الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، هي كالآتي :

أسباب ذاتية :

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع إلى اهتمامنا الشخصي بالدراسة إضافة إلى موضوع البحث لم يحظى بالقدر الكافي والتحليلات التي تؤكد على قيمته العملية .

أسباب موضوعية :

- تتسم الحملة الانتخابية بالتنافس بين المترشحين على اختلاف صفاتهم لاستمالة أكبر عدد من الناخبين للتصويت لصالح قوائمهم وبرامجهم يوم الاقتراع، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على الأهمية التي تتسم بها هذه المرحلة، الأمر الذي يدعو بشدة إلى تحصيل الدراسات حول فعالية دور تنظيم الحملات الانتخابية وضبطها والرقابة عليها لضمان العملية الانتخابية .

أهداف الدراسة :

- تنصب هذه الدارسة على الدور الذي تلعبه الحملات الانتخابية في نجاح العملية الانتخابية وكيفية تمويلها وتنظيمها حسب القانون العضوي الجديد، من خلال الأمر(21-01) المتعلق بنظام الانتخابات، وأهم ما جاء به من مستجدات في سبيل تنظيم الحملة الانتخابية وتحقيق رقابة أكثر فعالية على المستوى الواقعي .
- إبراز مصادر تمويل الحملة الانتخابية.
- توضيح التعديلات التي طرأت على القانون العضوي 2016 خلال تمويل الحملة الانتخابية.

مناهج الدراسة:

من خلال دراسة موضوع تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر يتم الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي لتحليل المضمون وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية للقانون العضوية 21-01 الجديد المتعلق بنظام الانتخابات، والمنهج المقارن من خلال مقارنة القانون الجديد بالقوانين السابق.

الذي ينسجم أكثر مع بحوث العلوم السياسية والقانونية باعتبار أن الدراسة تنصب في مجال السياسة والقانون.

محاور الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وفصلين وخاتمة، حيث تم التطرق في الفصل إلى الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية وضوابط إجراءاتها. أما الفصل الثاني فيعالج آليات وضمانات تنظيم الحملة الانتخابية و النتائج المترتبة عنها.

صعوبات الدراسة :

من بين أهم الصعوبات التي واجهت هذا البحث أنه حديث الدراسة، فالدراسة فيه تعتبر قليلة جدا في ظل التعديل الجديد 2021.

الفصل الأول:
الإطار المفاهيمي للحملة الإنتخابية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية

تكتسي الحملات الانتخابية ، أهمية كبيرة باعتبارها مؤشر حقيقي عن الممارسة الديمقراطية ، و التي من خلالها يعبر المترشح عن برنامجه الانتخابي، كما أنها نتاج لرؤية يقدمها المرشح بغرض تقديم حلول في المستقبل و تنظيم هذه الحملات في إطار قانون منظم وما يقتضيه المشرع .

المبحث الأول : ماهية الحملة الانتخابية

تعتبر الحملة الانتخابية من أهم الركائز التي يعتمدها المترشح في جدولة الانتخابي لتعريف المواطنين في مختلف الدوائر به من خلال الحملة التي تقوم على أساس تعريف المترشح بنفسه و كذلك بمختلف الانجازات التي يريد أن يجسدها في أرض الواقع .

يسعى المترشحون لمختلف الاستحقاقات الانتخابية إلى التأثير على الناخبين، وحثهم على التصويت على برامجهم، وتتم هذه العملية ضمن مرحلة الحملة الانتخابية التي تكرسها الأنظمة وفق مجموعة من المبادئ الضرورية في بناء مسار الديمقراطي والنزاهة والشفافية بغرض إنجاح العملية الانتخابية.

المطلب الأول : تعريف الحملة الانتخابية

حظي مصطلح الحملة الانتخابية باهتمام من طرف الفقهاء على الرغم من اختلاف الزاوية أو الجانب الذي ينظر إليها باعتبارها أحد دعائم للعملية الانتخابية ومقوماتها. كما تم استخدام مصطلحي الحملة الانتخابية والدعاية للدلالة على المرحلة التمهيدية للعملية الانتخابية وإن كان الغالب في الفقه يوظف مصطلح الحملة الانتخابية.

الفرع الأول: تعريفها لغة

حملة: (اسم) وجمع حَمَلات، حملات. جاء في لسان العرب لبن منظور "حَمَلهُ على أمر يَحْمِلُه حَمْلًا فانحمل: أغاره به ". وتحامل في الأمرِ و به تكلفه على مشَقَّة و عياء ، وتَحَامَلَ عليهِ ، أيْ كَلفه ما لا يطيق".

يرجع مضطلح الحملة إلى الأصل اللاتيني" PROPACATUS" و هي تعني " يبذر أو ينشر" و هي تعني باللغة الأنجليزية " PROPAGE"و معناها " التنشئة أو التنمية" و مفهومها نشر الآراء و نقلها من شخص إلى آخر و من جيل إلى جيل .[1]

و تشير الدراسات التي تناولت تاريخ الحملة، إلى أن أول من استخدمها بشكل منظم و هادف هو البابا **جريجوري** عندما أسس" جمعية الحملة المقدسة" عام 1622 للقيام بالتبشير فيها وراء البحار لنشر العقيدة الكاثوليكية[2].

و مع تعاظم أهمية الحملة سواء في الحرب أو السلم، في الدين أو السياسة، أصبحت الحملة نشاطا يقوم على سياسة موحدة و موجهة من السلطة المركزية مع خضوعها للسيطرة بدلا من العمل المستقل الذي كان يقوم به الأفراد، و في السلطة المركزية مع خضوعها للسيطرة بدلا من العمل المستقل الذي كان يقوم به الأفراد ، و في سنة 1967 أنشأ البابا أريبان الثامن URBAN هيئة تدريبية للحملة تعمل كمدرسة أو معهد للتدريب المركزي للمبشرين، و كان إنشاؤها سابقة سارة اتبعها آخرون من المهتمين بالسيطرة على الآراء و على الجماهير[3].

و مع التطور الحديث و نمو الشعور و تنقل عناصر الثقافات و التقدم التكنولوجي للاتصال و زيادة تأثير القوى الاقتصادية في العالم المعاصر، توسعت الحملة و دخلت في إطارها جميع قطاعات الإعلام الأخرى و تداخلت الحملة في مجالات الحياة المختلفة سواء منها الاقتصادية أم الاجتماعية أم النفسية أم السياسية...الخ، إلا أن أهمها الحملة في المجال السياسي، حيث يتبناها و ينشئها الساسة و الحكام على أنها و سيلتهم في الحرب و السلام داخل البلاد و خارجها، مما جعلها دون غيرها من الدعايات تستأثر بالجهود البحثية و الأضواء الإعلامية.

---

[1]– سعد مظلوم العبدلي, الانتخابات ضمانات حريتها و نزاهتها(دراسة مقارنة) دار دجلة للنشر و التوزيع، عمان – الأردن، 2009م ,ص 204.

[2]– د. محمد عبد القادر حاتم: الإعلام و الحملة، نظريات و تجارب، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1978، ص 135.

[3] – د. عبد الله زلط: الرأي العام و الإعلام ، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2001، ص 77.

الفرع الثاني: تعريفها اصطلاحا

أمّا عن المستوى الاصطلاحي فقد عرّفَ جانب من الفقه الحملة الانتخابية بأنها مجموعة النشاطات المنظمة التي يقوم بها المترشحون وبقصد التأثير على آراء الناخبين لتوحيدهم إلى التصويت لصالحهم بإتباع آليات وتقنيات متعددة.

أو هي عملية الدعائية المنظمة أو المستمرة والمخططة بعناية فائقة من المترشح نفسه[1]. أو الحزب أو الكيان السياسي لاستخدام كافة إمكانات وسائل الإعلام المتاحة و الإقناعية المختلفة، لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف (الناخبين) والتأثير على حملة التصويت لصالح المترشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثله[2].

الفرع الثالث: التعريف الفقهي

ويعرفها الفقيه كولتر "Qoulter" بأنها المحاولة المقصودة التي يقوم بها فرد أو جماعة من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو الالتحام فيها أو تغييرها، وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات.

ومن الناحية النظرية يعرفها دينيس ماكسويل « بأنَّها الجهود الاتصالية تمتد إلى مدة زمنية وتستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي، يكون متوافق مع المعايير السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت»[3].

ويعرفها كذلك "بيتلي" « بأنَّها نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات سلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور،

---

[1]– انظر لسان العرب لابن منظور، الجزء الأول، دار صادر، بيروت، ص 784.

[2]– عبد الرازق عبد الحميد أحمد، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، لبنان،2014، ص ص35/34.

[3]– Denis Mc Quail : Mass communication Thoiry an introduction ,6 thed ,j , wtd bristol ,1986 ,P190.

وإنَّ مفهوم التشكيل يعدّ أهم السمات التي تميزها بوصفها نشاطًا اتصاليًا، سواء كان على مستوى البقاء الاجتماعي أو على مستوى الحياة الفردية »[1].

كما تعَرَّف الحملة الانتخابية بأنها « الأنسقة الاتصالية والسياسية المخططة و المنظمة والخاضعة للمتابعة والتقويم، يمارسها المترشح أو الحزب، تسبق موعد الانتخابات المحددة رسميًا، وتمتد مدة زمنية معينة، وهذا بهدف تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق الحصول على عدد ممكن من الأصوات، واستخدام وسائل الاتصال المتعلقة و أساليب استمالة مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين »[2].

و من التعريفات السابقة يمكننا القول بأن الحملة الانتخابية هي عملية يقوم بها المترشح بهدف اقناع الجمهور الناخبين بتوجيهاته و أفكاره المتعلقة واستحقاق انتخابي ما يستخدم خلال المدة المحددة لها مختلف وسائل التواصل و الإعلام لتأثير على موقفهم و حثهم على التصويت لصالحه، و تعد الحملة الانتخابية من أقدم الأنشطة التي مارسها الإنسان كنتيجة للصراع من أجل السلطة، بحيث تنوعت أشكالها و نقاطها عبر العصور.

و مع التسارع الكبير في التطور التكنولوجي و تعدد وسائل الإعلام، بما فيها الجديد المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية، خاصة الفايسبوك و غيرها، أصبحت الحملات الانتخابية أكثر فعالية مما قبل بسبب نفاذها بأفراد الهيئة الانتخابية ، و أكثر تنظيما خاصة في طريقة عرض البرامج الانتخابية.

2 – الفرع الثاني: خصائص الحملة الانتخابية

يتطلب النظام الديمقراطي الأخذ بمبدأ الانتخاب كأداة تسمح للشعب بالإسهام في وضع القرار و إدارة شؤونه بشكل مباشر، أو عن طريق نوابه، كما يعد الانتخابات التنظيم القانوني لمبدأ مشروعية ممارسة و تداول السلطة، باسم الشعب و التفويض الذي حصل عليه بالانتخابات يجعل منها عنوانا للدولة و الشرعية.و لا يصح المساس بغير الطريق الذي رسمه الدستور.

---

[1]–زكرياء بن الصغير، الحملات الانتخابية مفهومها ووسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للتوزيع والنشر، الج ازئر، 2004، ص 12.

[2]– اليمين بن ستيرة، مرجع سابق، ص 232.

1 – الفرع الأول: الحملة الانتخابية ذات أهداف سياسية

يكمن تحقيق أهداف الحملة الانتخابية بأهداف سياسية، لاسيما من خلال الفوز في الانتخابات وتحقيق نسبة الفوز حسب ما تنص عليه القوانين، وذلك بكون مجال الحملة الانتخابية منحصرا حول الطفر بأكبر نسبة ضد الأصوات للهيئة الناخبة[1]. غير أنه القاعدة العامة للحملة الانتخابية تستهدف استقطاب أكبر عدد ممكن من الناخبين، فهناك من يستخدم الحملة الانتخابية للدعوة إلى مقاطعة الانتخابات مثلما حدث في قانون الانتخابات الرئاسية للجزائر سنة 1999م، حيث قامت رئيسة حزب العمال اللويزه حنون بحملة انتخابية تدعوا فيها الناخبين إلى مقاطعة الانتخابات الرئاسية، في إطار الحملة الانتخابية مضادة[2].

2 – الفرع الثاني: الحملة الانتخابية ذات تخطيط و تنظيم

تتميز هذه الحملة بالتخطيط والتنظيم،والذي بمقتضاه يقوم المترشح أو من يمثله باتخاذ التدابير العملية لتحقيق أهداف مسطرة، لاسيما من خلال الاستخدام الهادف والمنظم والمستمر للإمكانيات والكفاءات المتاحة، في إطار السياسة العامة والبرامج المجددة ليتم تنفيذها بأجهزة منظمة، وهذا لتقديم الدعم الانتخابي للمترشح، كما يضم حصوله على نسبة من الأصوات التي تؤهله للفوز في الانتخابات[3].

كما تعد الحملات الانتخابية المعاصرة عملية فنية معقدة تعتمد في بنائها على استخدام الأساليب المتطورة من خلال دراسة السلوك الاجتماعي للناخبين و منهج تفكيرهم و ميولاتهم السياسية و الاقتصادية بما يسمح التعرف على توجهاتهم و التأثير على إراداتهم لإقناعهم ببرنامج المترشح أو الحزب، و لهذا فقد أصبحت عملية الحملة الانتخابية تعتمد على التخطيط و التنظيم[4].

---

[1]– اليمين بن ستيرة ضمان الحقوق الانتخابية في مرحلة ما قبل الاقتران، أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، 2018–2019، ص 232.

[2]– زكرياء بن صغير، مرجع سابق، ص 17.

[3]– محمد منير حجاب إدارة الحملات الانتخابية (طريقك للفوز في الانتخابات) الطبعة الأولى، دار دجلة للنشر و التوزيع عمان الأردن سنة 2009، ص 56 .

[4]– صالح حسين علي العيد الله، الانتخابات كأسلوب ديمقراطي لتداول السلطة، دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2011 ،ص 265 .

3 – الفرع الثالث: الحملة الانتخابية تتميز باستخدام كافة وسائل الاتصال

تعد الإستراتيجية الواقعة الواعية لضمان الحملة الانتخابية ناجحة، يجب أن تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي معا، فكلاهما يدعم الآخر ويسانده لا سيما في ضل تنوع و تعدد وسائل الاتصال الحديثة، بحيث لم تعد الحملة الانتخابية تقتصر على الوسائل التقليدية فقط[1].

فالحملة الانتخابية تحتاج إلى الاستعانة بوسائل الدعاية كونها أحد الأركان الأساسية الناجحة، كما تعد وسائل الإعلام والاتصال بجميع أشكالها: المكتوبة، السمعية، والبصريةو المرئية أهم العوامل التي تساعد على تحقيق أهداف الحملة الانتخابية، ففي هذا الإطار تكمن قرارات و كفاءات رجل الدعاية أو مسير الحملة الانتخابية في اختيار الوسائل المناسبة لضمان نجاح الحملة الانتخابية[2].

ومن الوسائل الإعلامية المستخدمة في الانتخابات التي تبرز المناظرات باعتبارها مبارزة كلامية بين المترشحين للانتخابات الرئاسية، حيث أنه لكل واحدة منهم وجهة نظره و قناعته حول المشاكل و القضايا المختلفة، كما يجيب على أسئلة انتقادات الخصم بطريقة منطقية و مقنعة، و يتم اعتماد هذه المناظرات أحد معايير التي تفصل في نتيجة التصويت لا سيما و أنه تعقبها قياسات للرأي العام و توضع مدى نجاح المترشحين أو فشلهم في الاستحواذ على التأييد لجمهور الناخبين خلال حملتهم الانتخابية[3].

4- الفرع الرابع: الحملة الانتخابية تتميز بكثافة التغطية

تتميز هذه الحملة بكثافة التغطية للوصول إلى أكبر قدر من جمهور الناخبين، و الذي يتحقق باستخدام كل الأساليب و الوسائل لتحقيق الهدف، و إلى جانب هذا السياق يتعين إغراق الجمهور بأفكار المترشح و آرائه من خلا تكرار الدعاية على الناخبين[4].

المطلب الثاني: المبادئ الضابطة للحملة الانتخابية

تستخدم الأحزاب السياسية و المترشحون المتنافسين مختلف الوسائل و الأدوات الخاصة بالدعاية الانتخابية خلال فترة الحملة الانتخابية و ذلك بهدف التأثير على إرادة الناخبين.

---

[1]– اليمين بن ستيرة، مرجع سابق، ص 236.

[2] – عبد الجبار شعيبي، الحملة الانتخابية في الجزائر بين قانونية الممارسة و التطبيق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأخوة منتوري، قسنطينة، مجلد 27، العدد 2016/12/23، ص 556.

[3] – اليمين بن ستيرة، مرجع سابق، ص 236.

[4]– المادة 19 من دستور الجزائر لسنة 2020، المنشور بالجريدة الرسمية، عدد82، الصادرة بتاريخ 2021/12/30 .

لذا سنتعرض في هذا المطلب إلى المبادئ التي تحكم الحملات الانتخابية وذلك عبر ثلاث فروع، خصص الأول منها للبحث في مبدأ المساواة، أما الفرع الثاني فقد خصص للبحث في مبدأ حياد الإدارة، أما الفرع الثالث فنتناول فيه صحة الوسائل المستعملة و احترام المواعيد المقررة للحملة الانتخابية.

الفرع الأول: مبدأ المساواة

لضمان نزاهة الانتخابات يجب العمل على كفالة حق المساواة في استخدام و سائل الدعاية الانتخابية من جانب المترشحين و الأحزاب، حيث أنه يجب أن تحكم الحملة الانتخابية مبدأ المساواة في منح الفرص المتكافئة لكل المرشحين للتعبير عن أفكارهم و اتجاهاتهم و برامجهم الانتخابية و بجميع وسائل الاتصال المرئية و المسموعة و كذا الشعارات و الرموز[1].

حيث يطبق مبدأ المساواة على جميع وسائل الدعاية المشروعة في القانون الانتخابي كالمساواة في عرض الملصقات الدعائية أين يمنح كل مرشح مساحة متساوية مع غيره من المرشحين في الأماكن المخصصة للصق الإعلانات.

كما يقتضي مبدأ المساواة أن تكون نفقات الدعاية للحملة الانتخابية متساوية لجميع المترشحين[2].

وقد منح المشرع الجزائري لكل مترشح للانتخابات المحلية أو تشريعية أو الرئاسية بغرض تقديم برنامجه للناخبين و شرحه و للأحزاب السياسية التي تقوم بالحملة الانتخابية في إطار عمليات الاستفتاء مجالا عادلا في وسائل الإعلام العمومية التلفازية و الإذاعية الوطنية و المحلية، بما يتيح تبليغ برنامج الانتخابي لصاحب السيادة بطريقة كتابية أو شفوية، و بدون صرف الكثير من الأموال.[3]

الفرع الثاني: مبدأ الحياد

من أجل نجاح العملية الانتخابية يجب أن تتسم الإدارة المشرفة على تنظيم الانتخابات بالحياد بما في ذلك مرحلة الحملة الانتخابية، و لقد نص المشرع الدستوري الجزائري على هذا المبدأ في نص المادة

---

[1] – صلاح الدين فوزي، النظم و الإجراءات الانتخابية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1985، ص 479 .

[2]– فريد مزياني، الرقابة على العملية الانتخابية، على الموقع الالكتروني: www.univ–biskra.dz/droit/revues/elmofkir/sommaire/rs/nf505.pdf

[3]– تنهان ولد أحمد، أثر النظام الانتخابي على التحول الديمقراطي في الجزائر (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019/2018، ص 193.

25 من الدستور 2016، التي تقضي بأن عدم تحيز الإدارة يضمنه القانون، و هو ما يفرض على الإدارة التعامل بالعدل مع كافة المتنافسين[1]، و أن لا تمارس أي تصرف من شأنه التأثير على العملية الانتخابية بما يخدم جهة معينة أو حزبا معينا، كما يجب عليها أن تلتزم بالحياد التام عند استخدام وسائل الإعلام السمعية و البصرية فلا تميل لأحدهم عل حساب الآخر، كما نجد أغلب التشريعات الخاصة بالوظيفة العامة في الدولة تمنع الأعوان الإداريين من ممارسة أي نشاط أثناء الحملة الانتخابية لصالح حزب أو مرشح أو أي تيار سياسي آخر[2].

لكن تحقيق مبدأ الحياد يعد أمرا صوريا في العديد من الدول التي لا تتوافر على ديمقراطيات راسخة، إذ نجد أن القيادات الإدارية في الدولة من وزراء وولاة و رؤساء مجالس محلية يستغلون نفوذهم الشخصي و المصلحي في الدعوة للحزب الحاكم ة تأييد مرشحيه ، و من صور هذا الخرق لجوء النظام الحاكم إلى الدعاية لأنصاره و مرشحيه و محاباتهم، و استغلال النفوذ من خلال توظيف المنصب و المال العام لمصالح حزبية ضيقة، و في المقابل من هذا تقوم بعرقلة خصومها السياسيين، و تمنع أو تعسر اجتماعاتهم لأعذار مختلفة، بل قد يصل الأمر أحيانا إلى حبسهم أو حبس أنصارهم بحجة مخالفة التعليمات المتعلقة بالحملة الانتخابية، أو بتلفيق تهم جنائية لهم، قد تكون أحيانا أخلاقية من أجل تشويه صورهم. لذلك ذهب البعض إلى أن إشراف وزارة الداخلية في الدول النامية على العملية برمتها يمثل ثقلا جديدا يضاف إلى مصلحة الحزب الحاكم حتى وإن التزمت الوزارة بالحياد، فمجرد إشرافها على العملية الانتخابية يمثل عبئا نفسيا يقلل من فرص أحزاب المعارضة في الفوز و لذلك تطالب المعارضة دائما بإيجاد آلية حيادية تشرف على الانتخابات، و أن يكون الجهاز الإداري تحت أوامرها و تصرفها، و ليس العكس[3].

وبغرض توفير ضمانات الحياد في العملية الانتخابية في مختلف مراحلها وأبعاد الإدارة عن تنظيمها والإشراف عليها، ثم استحداث السلطة الوطنية المستقلة

[1] – نور الدين فكاير، "المنظومة الانتخابية الجزائرية وحياد الإدارة"، مجلة النائب، المجلس الشعبي الوطني، العدد، ص، 23.

[2] – محمد بوفرطاس، مرجع سابق، ص، 99.

[3] – محمد رفعت عبد الوهاب، القانون الدستوري: المبادئ الدستورية العامة، النظام الدستوري المصري ،دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص، 362.

للانتخابات بموجب القانون العضوي رقم 07/19 المؤرخ في 2017/02/14م المتعلق بالسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات[1].

حيث أن السلطة المستقلة تتخذ كل الإجراءات والتدابير التي تضمنت تحضير الانتخابات بكل نزاهة وشفافية وحياد، لاسيما فيما يتعلق بالحملة الاننتخابية من تحديد أماكن تعليق ملصقات المترشحين، توزيع القاعات والهياكل، لاحتضان الحملة الانتخابية.

الفرع الثالث: مشروعية الوسائل المستعملة و احترام المواعيد المقررة

تعمد معظم دول العالم على تحديد مدة للحملات الانتخابية، وذلك بغرض تحقيق عدة أهداف لاسيما نوع من التكافؤ بين الأحزاب الكبيرة و الأحزاب الصغيرة، فلو استمرت الحملة الانتخابية مدة طويلة فإنه سيكون فقط بمقدور الأحزاب الكبيرة، والتي لها إمكانيات مالية صغيرة الاستمرار بالحملة لتلك الفترة، بينما لا تستطيع الأحزاب الصغيرة مجاراتها في ذلك[2].

إن للمدة التي تجري فيها الحملة الانتخابية تأثير كبيرة بالنسبة للمترشحين والأحزاب، وذلك حتى يستفيدوا من هذه الفترة الزمنية المحددة، والتي تكون بشكل عام قصيرة للقيام بالحملة الانتخابية، لذا اهتمت التشريعات الانتخابية أو أنظمتها أو تعليماتها بخصوص هذه المدة المسموح بها للمترشحين للقيام بحملتهم[3].

يسمح المشروع للمترشحين والأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات باستخدام عدة وسائل في الحملة الانتخابية من أجل الدعاية، لكن ضمن الحدود الضابطة والتي يجب على المترشحين التقيد بها في تنظيم أنشطتهم الدعائية، من خلال مراعاة منع استخدام

---

[1] – انظر: القانون العضوي رقم 07/19 المؤرخ في 2019/02/14 المتعلق بالسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية، العدد 55 ،2019 (ملغى) .

[2] – سعد المظلوم العبدلي، الانتخابات ضماناتها حرياتها و نزاهتها دراسة مقارنة، الطبعة الاولى، دار الدجلة، العراق، 2009،
ص 213.

[3] – اليمين بن ستيرة، مرجع سابق، ص 241.

بعض الوسائل لكونها غير مشروعة أصلا ، وهما يعبر عنه بالإجراءات المحضورة في الدعاية الانتخابية، وذلك بهدف ضمان تنافس مشروع يحافظ على موضوعية ونزاهة الحملة الانتخابية[1].

المبحث الثاني: ضوابط سير و إجراءات الحملة الانتخابية

إن الوصول إلى انتخابات نزيهة يمر حتما عبر حملة انتخابية نزيهة تكفل المساواة و تكافؤ الفرص بين جميع المرشحين و الأحزاب، لذلك كان من الضروري وضع ضوابط و إجراءات يلتزم بها المنخرطون في الحملة.

المطلب الأول: ضبط زمان ومكان إجراء الحملة الانتخابية

يهدف نشاط الحملة الانتخابية إلى استمالة الناخبين و إقناعهم للتصويت لصالح المترشح أو الحزب القائم، و لكن في كشف المساواة بين المترشحين و مختلف الأحزاب المتنافسة لهذا تحدد التشريعات الانتخابية فترة بمدة زمنية يسمح من خلالها المتنافسين بقيام أنشطتهم الدعائية في أماكن محددة تمكنهم من الاتصال بالجمهور و تبليغ خطاباتهم.

الفرع الأول: ضبط مدة الحملة الانتخابية

تحدد مدة الحملة الانتخابية في التشريع الانتخابي من خلال تحديد تاريخ بدايتها و نهايتها، تحقيقا لمبدأ المساواة المشار إليه سابقا، فترك فترة الحملة مفتوحة لمدة طويلة يخل بمبدأ المساواة بين المترشحين و الأحزاب ، نظرا لما تتطلبه الحملة الانتخابية من إمكانيات مالية كبيرة و يختلف المترشحون في القدرة على تحميل أعبائها[2]، كما يهدف إلى تحديد فترة الحملة الانتخابية بمدة قصيرة إلى التحكم في حجم النفاقات المتعلقة بها، و التي تتحمل الدولة عبئها، و على ذلك فإنه لا يمكن على أي مترشح أو حزب أن يقوم بأي نشاط مرتبط بالحملة الانتخابية قبل مدتها و لا بعدها، و هذا ما جاء في القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الصادر بالأمر 21-01 المؤرخ

[1] – الأمر رقم 01/21 المؤرخ في 2021/03/10، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية، العدد17، سنة 2021.

[2] – ط ، د سالم قنية، ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري ، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 01، 2021/03/26م ، ص 946 .

في 2021/03/10م المنصوص عليها في المادة 73 [1] باستثناء الحالة المنصوص عليها في المادة 95 (الفقرة3) من الدستور: تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل 23 يوما من تاريخ الاقتراع، و تنتهي قبل 3 أيام من تاريخ الاقتراع، و في حالة إجراء دور ثاني للاقتراع فإن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون للدور الثاني تفتح قبل 12 يوما من تاريخ الاقتراع و تنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع.

و من هنا يتبين لنا أن المشرع الجزائري حصر مدة الحملة الانتخابية في 21 يوم ، و تسري هذه المدة على جميع الانتخابات باستثناء انتخابات الدور الثاني من الانتخابات الرئاسية ، أو في حالة وفاة أحد المترشحين للدور الثاني أو حصول مانع له[2] ، و قد أكدت المادة 74 من القانون العضوي نفسه أنه لا يمكن أيا كان مهما كانت الوسيلة و بأي شكل كان أن يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها، في المادة 73 أعلاه[3] ، و تتسم فترة الحملة الانتخابية بأنها قصيرة نسبيا، مما يشجع المترشحين على تكثيف أنشطتهم الدعائية لاستمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين ، و لقد نص التشريع الانتخابي على وجوب انتهاء فترة الحملة الانتخابية بيومين أو ثلاثة أيام قبل يوم الاقتراع ، و تسمي هذه الفترة بفترة الصمت الانتخابي و هي الفترة التي تسمح للناخب بالتفكير و الاستمالة لحزب معين مما عرض عليه خلال فترة الحملة الانتخابية[4].

الفرع الثاني: ضبط مكان إجراء الحملة الانتخابية

حدد المشرع الجزائري الأماكن المخصصة للحملات الانتخابية أو الندوات أو بوضع الإعلانات أو النشرات، وهذه الأماكن تكون موزعة بين المترشحين بالتساوي حسب أسبقية الطلب مراعيا في ذلك المساواة بين المترشحين[5].

---

[1]– المادة 73 من الأمر 01/21، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية،عدد 17، الصادر بتاريخ 2021/03/10م .

[2]– المادة 103 من دستور الجزائر، المعدل سنة 2016، المنشور بالجريدة الرسمية ، العدد 14، الصادر بتاريخ 2016/03/07م .

[3] – المادة 74 من الأمر 01/21 المتضمنالقانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية، عدد 17، الصادر بتاريخ 2021/03/10.

[4]– أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة لعملية الانتخابات في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علوم قانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2016، ص ص 236–237.

[5]– عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، ط1، المؤسسة الحديثة، لبنان، 2014،ص ، 128.

و يقتضي أن تخصص الإدارة الانتخابية مساحات متساوية لكل المترشحين لإشهار ترشيحاتهم و التعريف ببرامجهم و أنفسهم للجمهور الناخبين، كما يتطلب الأمر مبدأ حياد و شفافية عمل الإدارة الانتخابية و أجهزة السلطة التنفيذية، أن تخصص كل الأحزاب و المترشحين أماكن للالتقاء بأنصارهم و مؤيديهم لشرح برامجهم و إيصال أفكارهم، و قد عالج التشريع الانتخابي الجزائري مسألة تحديد أماكن الإشهار و الاجتماعات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات نفسه محيلا كيفيات تطبيق ذلك على التنظيم تارة أخرى[1]، و بناء على ذلك أصدرت السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات قرارا، ضمنته كيفيات إشهار الترشحات للانتخابات أوضحت من خلاله أنه يمكن للمترشحين إشهار ترشيحاتهم، باستخدام التعليق و الوسائل المكتوبة أو الإلكترونية ، على نفقتهم الخاصة، و حددت في مادته الثالثة العدد الأقصى للمواقع المخصصة للتعليق الانتخابي تبعا للكثافة السكانية لكل بلدية .

و يتم تحديد المواقع المخصصة لكل مترشح أو قائمة مترشحين بموجب قرار تصدره المندوبية الولائية للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، في حين يتم توزيع المواقع المخصصة لقوائم و مترشحي الانتخابات التشريعية و الرئاسية، على مستوى الممثلات الديبلوماسية و القنصلية من طرف السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، حرص على تحقيق الإنصاف و المساواة بين المترشحين[2]، أما أماكن التجمعات الانتخابية فقد أحال بشأنها القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات إلى قانون التجمعات و التظاهرات العمومية و ذلك من خلال المادة 179، و بالعودة إلى هذا القانون نجده قد عرف الاجتماعات القانونية بأنه "تجمع مؤقت لأشخاص متفق عليه ينظم خارج الطريق العمومي و في مكان مغلق يسهل لعموم الناس الالتحاق به، قصد تبادل الأفكار و الدفاع عن مصالح مشتركة" و يتم تحديد أماكن تنظيم الاجتماعات و التجمعات في إطار الحملة الانتخابية بقرار يصدر من المنسق الولائي للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، باقتراح من الأمناء العالمي للبلديات بشرط أن تتوفر هذه الأماكن على الشروط الكفيلة بحسن سير التجمعات[3].

[1] – المادة 82 من القانون، الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي بنظام الانتخابات.

[2] – المادة 07 من قرار السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات.

[3] – التعليمة رقم 05، الصادر عن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، و الموجهة إلى المندوبين الولائيين و الولاة لتبليغ المسؤولية الإداريين المحليين المختصين بموجب إرسال رقم09/ س.و.م.ا / الرئيس 2019، بتاريخ 2019/12/16.

المطلب الثاني: ضبط موضوع الحملة الانتخابية

استنادا إلى نصوص القانون العضوي رقم 10/16 لعام 2016م المتعلق بنظام الانتخابات فإن الأصل هو حرية المترشح في ممارسة الحملة الانتخابية موضوعيا أي دون وجود موضوعات محددة يلزم المترشح بعدم الخوض فيها لكن في المقابل ورد في المادة 176 من نفس القانون ضابطين هامين يلتزم بهمام مارسوا الدعاية الانتخابية، وهما:

- التقيد بالبرنامج الانتخابي بالنسبة للمترشح الحر، والمشرع محق في هذا الالتزام لأنه أساس الاختيار لدى الناخب لذا يجب أن يكون المترشح صريحا و ملتزما ببرنامجه حتى لا يوقع الناخب في التدليس.
- يتعين على المترشحين في كل الأحوال احترام أحكام الدستور، و نجد أن هذا الإلزام يتسم بالاتساع و عدم أهميته، إذ من الأهمية احترام الدستور لأنه الحكم و المرجعية بالنسبة للأفراد و للمؤسسات و السلطات العامة كذلك، لكن هذا يفترض ألا يمنع المترشحين من بيان بعض النقائص و الثغرات التي قد تتضمنها الوثيقة الدستورية نفسها بل و الإفصاح حتى عن مشروع تعديل للدستور مثلا أو وضع دستور جديد يتماشى و الظروف المستجدة في الدولة.

لذلك كان من الأفضل حصر المجالات أو الموضوعات التي يتعين احترامها و عدم الخروج عنها باعتبارها من أسس الدولة من ذلك الطابع الجمهوري للدولة و دين الدولة و اللغة الرسمية للدولة أي لا يجوز إقامة الدعاية الانتخابية المناهضة لهذه الأسس أو استغلال الدعاية لبث العنف و الكراهية بين أنصار المترشحين أو لضرب الوحدة الوطنية و أمن التراب الوطني[1].

في حين يعبر برنامج الانتخابات الرئاسية على مشروع مجتمع وسياسة الدولة، لذلك نجد أن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات قد أعطى أهمية المحلية و التشريعية، وكل مترشح بالنسبة للانتخابات الرئاسية، حيث جعل من البرنامج الانتخابي أحد أهم مكونات الترشح، فنص على وجوب إلحاق البرنامج الانتخابي الذي سيتم شرحه طوال الحملة الانتخابية بقائمة ، مترشحي الأحزاب و المترشحين الأحرار العضوية المجالس الشعبية البلدية و الولاية و يسري الأمر نفسه على الانتخابات التشريعية، والجديد الذي جاء به الأمر 21-01 في هذا الشأن هو إلزام مترشحي الأحزاب السياسية بإلحاق برنامج الحملة الانتخابية

[1]– محمد بركات، النظام البرلمان، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2017، ص 55.

بملف التصريح بالترشح، علما أن القانون العضوي 16-10 الملغى لم يكن يلزم مرشحي الأحزاب السياسية[1].

ضبط لغة الحملة الانتخابية:

تعتبر اللغة أهم وسيلة للتواصل بين المجتمعات ، ولكل مجتمع لغته الوطنية الرسمية، ينص الدستور الجزائري في مادتيه الثالثة و الرابعة على أن "اللغة العربية هي اللغة الوطنية الرسمية و تظل اللغة هي اللغة الرسمية للدولة" و الأمازيغية هي لغة وطنية رسمية، مما يعني أن الشعب الجزائري هو شعب عربي في لسانه أمازيغي في أصوله، مسلم في عقيدته[2]، و الترشح يخاطب ناخبا جزائريا و جزائريا فقط، لأن غير الجزائري لا يحق له أن يكون ناخبا و لا منتخبا، وبناء على ذلك منع التشريع الانتخابي من خلال مادته 76 على القائمين بأنشطة الحملة الانتخابية استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية، و رغم أن المشرع قرر حكما جزائيا لمخالفة أحكام هذه المادة يتمثل في غرامة مالية تتراوح بين 400000 دج و إلى 800000 دج و بالحرمان من حق التصويت و الترشح لمدة خمس سنوات على الأكثر" إلا أننا رأينا كثير من الأحيان مترشحين و رؤساء أحزاب يخاطبون الناخبين بلغة لا هيا عربية و لا هيا أمازيغية ذو ثبت في نشرات الأخبار على قنوات التلفزيون الرسمي، و لم يحدث أن توبع أحد لمخالفة أحكام هذه المادة[3].

المطلب الثالث: أنواع و مراحل الحملة الانتخابية

الفرع الأول: أنواع الحملات الانتخابية

تقسم الحملات الانتخابية تبعا لعدة أسس، من أهمها تقسيمها على أساس وسائل الاتصال أولا، و أيضا تقسيمها علي أساس نوع إستراتيجية الحملة ثانيا :

---

[1]- المادة 201، من القانون العضوي 01/21، مصدر سبق ذكره.

[2]- الفقرة الثالثة من ديباجة الدستور الجزائري.

[3]- نص المادة 56 من الدستور على أنه "يحق لكل مواطن تتوفر الشروط القانونية أن ينتخب وينتخب" و بالعوة للشروط القانونية، نجد القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات قد أوجب على الجزائريين و الجزائريات المتمتعين بقوتهم المدنية و السياسية، و الذين لم يسبق لهم التسجيل في إحدى القوائم الانتخابية، أن يطلبوا تسجيلهم، كم يشترط في المترشح لأي انتخابات أن يضمن ملفه شهادة الجنسية الجزائرية، ينظر للمواد 184-200-249 من القانون العضوي 01/21، مصدر سبق ذكره.

أولا – تقسيم الحملات الانتخابية على أساس طبيعة الاتصال:

تقسم الحملات الانتخابية من حيث نوع وسيلة الاتصال إلى ثلاثة أنواع، و هي: حملات الاتصال المباشر، الحملات الإعلامية، و الحملات الإلكترونية ، و هي تتكاثف مع بعضها لتحقيق الهدف الانتخابي، و نتناولها في ما يلي:

1- الحملات الانتخابية عن طريق الاتصال الشخصي المباشر:

تتضمن حملات الاتصال المباشر استخدام أشكالا اتصالية عديدة مثل: الأحاديث الشخصية ، اللقاءات المباشرة، المقابلات ، الندوات، أو من خلال تقديم الخدمات المباشرة للناخبين، التبرعات للمحتاجين، بناء المدارس، و إنشاء المشروعات، و هكذا يتضح أن الهدف من برامج الاتصال المباشر هو العمل على بناء علاقات ودية بين المترشحين و الناخبين في دائرتهم الانتخابية من أجل إقناعهم بالتصويت لصالحهم[1]، و لذلك فإن لهذه الوسيلة أهميتها الخاصة لأن الاتصال فيها يكون مباشرا وجها لوجه، إذ تتيح للناخب أن يتعرف من قريب على مرشحه، لكن على المرشح أن يقوي قدرته على الإقناع، و ذلك باستخدام مختلف اللهجات و اللغات حسب نوع الجمهور، و لعله يكون فيها بعض الصعوبات للمرشح كأن يتعرض لأسئلة أو مواقف لم يحضر نفسه للإجابة عليها رغم أهميتها الكبيرة.[2]

2- الحملات الانتخابية عن طرق الاتصال الجماعي:

- الحملات الانتخابية عن طريق الاتصال الجماعي المباشر

تتم الحملات الانتخابية عن طريق الاتصال الجماعي المباشر من خلال الاتصال بالجماهير عن طريق عقد الاجتماعات و الندوات و المسيرات الانتخابية[3].

- الحملات الانتخابية الإعلامية:

تتضمن الحملات الإعلامية أشكالا اتصالية عديدة مثل : استخدام وسائل الاتصال الجماهيري كالصحافة و الإذاعة و التلفزيون، و استخدام أسلوب المناظرات التلفزيونية بين المترشحين، إعداد و

[1]– محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص ص 23-24.

[2]– محمد سعد أبو عامود، التسويق السياسي وإدارة الحملات الانتخابية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 205.

[3]– عبد الحفيظ أدمينه، "لحظات من الزمن الانتخابي: الحملة الانتخابية في دائرة قروية"، المجلة المغربية للعلوم السياسية و الاجتماعية، ج7، العدد4 (سبتمبر 2013) ، ص 329.

تنفيذ الأخبار، البيانات و التصريحات الصحفية، إعداد و تصميم و تنفيذ و تعليق المطبوعات الإعلامية مثل البوسترات و الصور و اللافتات و النشرات و الملصقات الانتخابية ، و لا يخفى ما للصحف و المجلات أيضا من دور في نشر التوعية الانتخابية و الدعاية للمرشحين ، و هكذا يتضح أن هذا النوع من الحملات يعتمد على التركيز على استخدام الوسائل الاتصالية العامة للوصول إلى الناخبين و إقناعهم بجدوى التصويت لصالحهم[1].

- الحملات الانتخابية باستخدام تقنيات وسائل المعلومات والاتصالات

يتضمن هذا النوع من الحملات أشكالا اتصالية عديدة خاصة ما توفره الأنترنت من خدمات عظيمة، مثل: الحملات الالكترونية التي تعتمد على إنشاء مواقع إلكترونية لدعاية الانتخابية للمرشح، أو من خلال استخدام قوائم البريد الإلكترونية " email" التي تلعب دورا كبيرا في إيصال رسالة المرشح للناخبين، استخدام أجهزة الهاتف الثابت و النقال، و استخدام خدمة الرسائل القصيرة "sms" ، توظيف خدمات منصات وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أصنافه.

وهكذا يتضح أن توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في دعم العملية الانتخابية للمرشح من أجل إقناعهم بجدوى التصويت لصالحهم خاصة في ظل التطور الخطير في مجال المعلوماتية و، و لذلك فإن لهذه الوسائل أهميتها الخاصة لأنها تتسم بالسرعة و سهولة الاستعمال، و إمكانية الوصول إلى جمهور واسع جدا بتكاليف قليلة و في أقصر وقت[2].

ثانيا: تقسيم الحملات الانتخابية على أساس إستراتيجية الحملة الانتخابية.

توجد عدة استراتجيات يمكن تبنيها في الحملات الانتخابية، لكن من الناحية التطبيقية و الواقعية يوجد تداخل بين هذه الأنماط للحملات الانتخابية، فهي تتكاثف مع بعضها لتحقيق الهدف من الحملة الانتخابية نذكر منها:

- الحملة الانتخابية التي تعتمد على وزن الحزب السياسي بشكل رئيسي:

[1]– عبد الرزاق عبد الحميد أحمد: التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، مرجع سابق ، ص 83.

[2]– المرجع نفسه، ص 84.

تعتمد الحملة الانتخابية في هذه الحالة بشكل أساسي على استراتجية قائمة على هوية الحزب و صورته الذهنية لدي جماهير الناخبين، و العمل على تنشيط العناصر المنتمية إلى الحزب السياسي و المؤيدة له ، و غالبا ما يكون هذا الأسلوب مناسبا إذا كان الحزب السياسي يتمتع بأغلبية جماهرية كبيرة و لذلك تركز الحملة الانتخابية في هذه الحالة على انتماء المرشح الحزبي و على مدى ما يتمتع به الحزب السياسي من شعبية و تأييد، لذلك يتم عرض برنامج الحزب السياسي و سياسته و مواقفه في القضايا الوطنية و القومية و الاقتصادية و الاجتماعية أثناء الحملة الانتخابية بشكل أساسي[1].

- الحملة الانتخابية التي تعتمد على وزن المرشح السياسي بشكل رئيسي:

تكون هذه الإستراتيجية مناسبة إذا كان مرشح الحزب السياسي في الانتخابات يتمتع بجاذبية خاصة بحيث يمكن أن يؤثر بفعالية على جمهور الناخبين، و هنا يكون مجال التركيز في الحملة الانتخابية على الصفات الشخصية للمرشح بالدرجة الأولى و مميزاته و إنجازاته السابقة، و مواقفه في بعض القضايا الهامة ، و مكانته الاجتماعية و العلمية و أعماله العظيمة، و تعريفه و تقديمه للناخبين بصورة متكاملة ، فضلا عن بناء و تدعيم الصلة أو الرابط بين المرشح و قادة الرأي و صفوة رجال السياسة و الفكر و الأعلام و غيرهم من ذوي المكانة المتميزة، فيزيد حجم التأثير علي القطاع الأكبر من جمهور الناخبين المستهدف، و غالبا ما تستخدم هذه الإستراتيجية من طرف حزب الأقلية أو الحزب المعارض في الدعاية الانتخابية[2].

- الحملة الانتخابية التي تركز علي قضايا جوهرية معينة تهم الرأي العام بشكل رئيسي:

يتم في الحملة الانتخابية أيضا التركيز عادة على بعض القضايا الهامة التي تعد قضايا ملحة تفرض نفسها على الرأي العام في توقيت يتزامن مع الحملة الانتخابية، فتركيز الحملة الانتخابية على مثل هذه القضايا والموضوعات يزيد من فرصة الاهتمام بالحملة و يزيد من درجة تأثر الناخبين بالموقف أو الاتجاه الذي تتبناه الحملة الانتخابية سعيا وراء كسب ثيقة و تأييد الناخبين المستهدفين[3].

---

[1] – صفوت العالم، الشعارات و الرموز الانتخابية، ط1، دار الطباعة للجامعات، 1989، ص 98.

[2] – محمد منير حجاب، المرجع السابق،ص 55.

[3] – المرجع نفسه، ص 56.

الفرع الثاني: مراحل الحملة الانتخابية

تمر الحملة الانتخابية بالمراحل الأتية

أولا- مرحلة التخطيط للحملة الانتخابية:

يتم تحديد إستراتيجية الحزب أو المرشح من خلال دراسة الأحزاب السياسية المنافسة و قوانين و نضم الانتخابات المعمول بها، و تحليل كافة البيانات عن أعضاء الحزب، و تحليل الوسائل المتوفرة، و وضع القواعد التي يتم على أساسها القيام بالحملة الانتخابية في ضوء الأهداف و المقاصد الخاصة بها، لذا يتم تكوين لجان على المستوي الوطني و المحلي لدراسة و تحديد الإستراتيجية اللازمة لمرشحي الحزب في مختلف الدوائر الانتخابية أثناء الحملة الانتخابية بناء على تحليل مجموعة من المعطيات[1]، و هذا كله من أجل تحضير مخطط الحملة، سواء من حيث وسائل الاتصال، أو من حيث مواضيع الاتصال.

ثانيا-مرحلة التقديم و الانتشار :

يقوم الحزب في البداية بنشر وإذاعة برنامجه الانتخابي في كافة وسائل الاتصال من خلال تركيزه على السياسة العامة و الاتجاهات الرئيسية الخاصة به، و المتعلقة بعدد من القضايا المحورية على أساس أن المرشح عندما يتم انتخابه سيحاول العمل على تنفيذها، و ممارسة الصلاحيات التي يخولها المنصب المترشح له بصدق و فعالية خدمة لمصالح المجتمع .

كما يبدأ المرشحون في استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية بكثافة لأنها توفر التغطية الجغرافية الواسعة لجمهور الناخبين في جميع أنحاء الدوائر الانتخابية إلي جانب الأنشطة الاتصالية الأخرى كما يتم تلخيص المضمون الدعائي للحملة الانتخابية من خلال انتقاء الشعارات و الرموز الانتخابية سواء

[1]- عناصر التخطيط الاستراتيجي: تشمل الرؤية ، الرسالة ، الأهداف ، الإستراتيجية ، خطة العمل.و توضح احدي الدراسات أن حطوات التخطيط الاستراتيجي تدوروا في نطاق ثلاثة خطوات رئيسية هي: تحديد الموقف الحالي أين نحنوا الآن؟ تحديد الأهداف أي إلى أين نحن ذاهبون ؟ تحديد الاستراتجية بمعني كيف يمكن الوصول إلى ما نريد الذهاب إليه و هيا تشمل تحليل فرص السوق، بحث و إختيار الأسواق المستهدفة ، تصميم استراتجيات التسويق، تخطيط برامج و التسويق ، تنظيم و تنفيذ و ضبط الجهد التسويقي؟ أنظر محمد سعد أبوا عمود ، المرجع السابق، ص 156.

كان ذلك عن طريق لافتات و ملصقات أو مطويات من خلال الخطابة و الهتاف و ترديدها في المهرجانات الانتخابية[1].

ثالثا- مرحلة التركيز والحسم:

يمكن تلخيص مرحلة التركيز والحسم في النقاط الأتية:

- هناك عامل هام في مرحلة التركيز و الحسم و هوا تركيز الحملة الانتخابية في بعض الدوائر الانتخابية المهمة أو في منطقة سكانية معينة في كل دائرة انتخابية واحدة بما يحقق الفوز للمرشح.
- يهدف المرشح في هذه المرحلة إلى استثمار بعض الأحداث أو المواقف السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية المثيرة و تطويرها لصالحه تبعا لفئات و جماهير الناخبين اللذين يستهدف التأثير عليهم.
- يحرص المترشح على إبراز بعض الجوانب التكتيكية الحاسمة في الانتخابات لصالحه مثل انضمام أحد الجماعات السياسية أو الدينية أو الحزبية المؤثرة لصالح المرشح أو الحزب المشارك في الانتخابات مما قد يدعم صورته لدي الناخبين اللذين ينتمون لهذه الجماعات فيصوتون لصالحه.
- تقوم الدعاية الانتخابية في هذه المرحلة على بناء صورة ذهنية مثالية عن المرشح و تقديمه على أنه شخص قدير و صالح له جماهيرية بين المواطنين و لديه القدرة على حل المتناقضات و التوفيق بين المصالح المتعارضة، و يعرف البعض هذا المرشح بالسم " المرشح الشعبي" لذا يتم التركيز علي طبيعة المرشح و أنه يعمل لصالح جماهيره بمعرفته لحاجات الناخبين و دوافعهم.
- كما قد يلجأ الآخرون في هذه المرحلة على ترويج بعض الشائعات ضد المرشحين المنافسين، الذين قد لا يجدون الوقت اللازم للرد عليها، و في كل الأحوال ينبغي مواجهتها بكل الوسائل المناسبة و المشروعة .

[1]- صفوت العالم: المرجع السابق، ص 23.

الفصل الثاني:
آليات وضمانات الحملة الانتخابية وفق قانون الانتخابات2021 في الجزائر

الفصل الثاني: آليات وضمانات الحملة الانتخابية وفق قانون الانتخابات2021 في الجزائر

تتعلق نزاهة العملية الانتخابية بمدى تطابقها و النصوص القانونية المقررة لحمايتها في كافة أطوارها و مراحلها، و نظرا لما يلعبه المال من أثر على سيرها لاسيما خلال الحملة الانتخابية، و ما يمكن أن يؤدي إلى المساس بمبدأ المساواة بين المترشحين، و كذا ارتكاب جرائم متعلقة بتبييض الأموال الفاسدة، مما ينجر عنه التأثير في الإرادة الشعبية و نتائج الانتخابات، وما يلحقها من فقدان شرعيتها و اعتبارها كآلية لإسناد السلطة في النظم الديمقراطية.

جاء الأمر01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات الجديد لمجابهة هذه الظاهرة، التي كانت تشهد تدفقا غير واضح للمال المستعمل في تمويل المترشحين للانتخابات على كل المستويات، لذا فقد وضح آليات و قرر عقوبات للحد منها و محاولة ضبطها ضمانا لنزاهة العملية الانتخابية و سعيا لتوفير مقتضيات المساواة و الشفافية فيها.

المبحث الأول: كيفية تمويل الحملة و أهميتها ومصادرها

أصبحت الحملات الانتخابية الآن تكلف نفقات باهضة و أموال ضخمة من أجل سيرها و استمراريتها في كل المدة المحددة قانونا، و مما لا شك فيه فإن المال يلعب دورا كبير في سير الحملات الانتخابية، كما أن التباين في مركز المال للمترشحين قد يؤدي إلى الإخلال بمبدأ تكافؤ الفرص الشيء الذي جعل المشرع ينظم تمويل الحملات الانتخابية. سنتطرق في هذا المبحث إلى تبيان كيفية تمويل الحملة الانتخابية ، و كذا التعرف على مصادر تمويل الحملة الانتخابية.

المطلب الأول: كيفية تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر

سنحاول في هذا الجزء الوقوف على واقع تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر، وفق القانون العضوي لنظام الانتخابات سنة 2021م، في حين خصصنا النقطة الثانية إلى الأحكام المالية بما فيها تمويل الحملة الانتخابية للقانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات سنة 2016م، أما النقطة الثالثة فقد تطرقنا فيها إلى واقع تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر بين القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات لسنة 2016 و 2021م .

الفرع الأول: تمويل الحملة الانتخابية في ظل القانون العضوي لسنة 2016

وفق هذا القانون فإنَّ تمويل الحملة الانتخابية يتم بواسطة مواد تكو ن صادرة من مداخيل المترشحين وكذا من مساهمة الأحزاب السياسية إضافة إلى المساعدات من قبل الدولة، والتي يتم تقديمها على أساس الإنصاف، كما أشرن هذا القانون إلى حضر مختلف المترشحين لأي انتخابات مهما كان نوعها القيام بحصول صفة مباشرة أو غير مباشرة لهبات نقدية أو عينية أو مختلف المساهمات الأخرى مهما كانت طبيعتها[1]، دولة أجنبية وكذا أشخاص حاملين للجنسيات الأجنبية أ مّا بخصوص نفقات الحملة الانتخابية، وحسب ما ورد في هذا القانون لا يمكن أن تتجاوز 100.000.000دج بالنسبة للانتخابات الرئاسية وهذا في الدور الأول، أمَّا الدور الثاني يرتفع هذا المبلغ إلى 120.000.000، أمَّا بالنسبة لكل قائمة انتخابية للتشريعات فلا يمكن أن تزيد نفقات الحملة الانتخابية عن 1500.000دج عن كل مترشح، وأيضا قد ورد هذا القانون إعفاء لكل السجلات المتعلقة بالانتخابات والإجراءات وكذا القرارات من مختلف رسوم الحملة وكذا التسجيل ومجمول المصاريف القضائية، كما أعفى من التلخيص بطاقات الناخب والمناشير المتعلقة بالانتخابات في هيئات الدولة و أوراق التصويت وهذا أثناء الفترة الانتخابية[2].

الفرع الثاني: تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر وفق القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات لسنة 2021

لقد حدد القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات في الجزائر سنة 2021 مختلف الآليات و الكيفيات لتمويل الحملة الانتخابية، وفي هذا الصدد فإنَّ الموارد التي تمول الحملات الانتخابية وفق هذا القانون يكون مصدرها المساهمة الشخصية للمترشح إضافة إلى المساهمة المتعلقة بالأحزاب السياسية التي تشكل من المداخيل التي تنتج عن نشاط الحزب وكذا اشتراكات أعضائها، وأيضا مختلف الهيبات سواء العينية أو النقدية المقدمة من طرف المواطنين كأشخاص طبيعيين، بالإضافة إلى المساعدات المحتملة والتي من الممكن منحها للشباب المترشحين بمناسبة الانتخابات في القوائم

[1]– قانون العضوي رقم 16–10 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437هـ الموافق لـ 25 أوت 2016م، المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سابق، ص 34.

[2]–قانون العضوي رقم 16–10 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437هـ الموافق لـ 25 أوت 2016م، المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سابق، ص 34–35.

المستقلة وهذا من قبل الدولة، وأيهًا إمكانية تعويض جزء من نفقات الحملة الانتخابية من قبل الدولة، كما جاء هذا القانون إلى حضر على كل المترشحين لمختلف الانتخابات سواء المحلية أو الوطنية الأقدم على تلقي بطريقة مباشرة أ غير مباشرة، هبات عينية أو نقدية وكذا من أي دولة أجنبية[1]، كما جاءت به نص المادة 89 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات أنه "يحدد المبلغ الأقصى للهبات بالنسبة لكل شخص طبيعي في حدود أربعمائة ألف دينار (400.000دج) فيما يخص الانتخابات التشريعية، وفي حدود ستمائة ألف دينار (600.000دج) فيما يخص الانتخابات الرئاسية يمكن تعيين هذا الحد من كل ثلاثة سنوات، عن طريق التنظيم.

يتعين على المترشح للانتخابات الرئاسية، و المترشح الموكل من طرف الحزب أو من طرف مترشحي القائمة المستقلة بالنسبة للانتخابات التشريعية، تبليغ لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية بقيمة الهبات وبقائمة أسماء الواهبين".

كما أشار هاذ إلى نفقات الحملة الانتخابية عن طريق تنظيمها كل ثلاثة سنوات و هذا ما تنص عليه المادة سابقًا، وفي هذا[2] الصدد لا يمكن أن تتجاوز مبلغ المنصوص عليه في المادة 92 " لا يمكن أن تتجاوز نفقات الحملة المترشح للانتخابات الرئاسية مائة وعشرون مليون دينار (120.000.000) في الدور الأول، ويرفع هذا المبلغ إلى مائة وأربعين مليون دينار (140.000.000) في الدور الثاني، كما لا يمكن أن تتجاوز مبلغ 2.505.000 عن كل مترشح، وهذا ما جاء به المادة 94 " لا يمكن أن تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة في الانتخابات التشريعية حد أقصاه مليونان وخمسمائة ألف دينار (2.500.000دج) عن كل مترشح"[3]، وهذا فيما يخص كل قائمة في الانتخابات التشريعية، وقد أوضح أيضا هذا القانون أنه يتعين على الأشخاص المترشحين للانتخابات الرئاسية وكذا الأشخاص الذين يتم توكيلهم من قبل الأحزاب أو من قبل مترشحي القائمة المستقلة بالنسبة للانتخابات التشريعية، العمل على إعلام لجنة التي تشرف على مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية

[1]– ميمي إسماعيل، مرجع سابق، ص 12.

[2]– المادة 89 من القانون، الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

[3]– المادة 92 من القانون، الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

بقائمة أسماء الواهبين وكذا بقيمة الهبات، كما يتوجب مسك وفتح حساب للحملة الانتخابية مشكلًا من مساهمات أو لهبات من الدولة، ويستوجب تعيين أمين مالي للحملة وكذا بالنسبة للمترشحين للانتخابات الرئاسية وكذا كل قوائم المترشحين للانتخابات التشريعية[1].

وفي هذا الصدد فالأمين يعتبر مسؤولًا عن كل أعمال الإدارة والتسيير التي يقوم بها في علاقاته مع الغير، أو قائمة المترشحين أو مع المترشح، كما أعطى أثناء الفترة الانتخابية من التخليص لأوارق التصويت وكذا بطاقات الناخبين، وكذا المناشير التي تتعلق بالانتخابات"[2].

- **الأسس الضابطة لتمويل:**

- **التمويل الانتخابي مرتبط بالحملة الانتخابية:**

بمعنى أن هذا التمويل يقدم لغرض دعم الدعاية في الحملة الانتخابية لمرشح ما، أو قائمة معينة، أو حزب ما ،خلال مدة محددة، وهذه المدة غالبا ما تكون قبل بداية الحملة الانتخابية أو أثناءها، وتنتهي في يوم الاقتراع. وأي تمويل بعد نهاية الانتخابات فهو يخرج عما يسمى بالتمويل الانتخابي.

- **وطنية الأموال (حضر التمويل الأجنبي):**

التمويل الانتخابي مرتبط بمساهمة المواطنين أو أموال المترشح أو الحزب، أي ينبغي أن تكون كل الأموال التي تدفع لدعم الحملة الانتخابية هي أموال وطنية، ويمنع تلقي أي أموال من مصادر أجنبية، سواء كان مقدم المال مقيم على التراب الوطني في شكل شركات أو أشخاص طبيعية، أو كان المال مقدم من جهات خارج التراب الوطني، وهذا الذي تمنعه معظم قوانين الانتخابات في مختلف الدول، ومنها التشريع الانتخابي في الجزائر[3].

- **ضرورة وجود حساب مصرفي:**

[1]- أمر رقم01/21 مؤرخ في 26 رجب عام 1442 هـ الموافق لـ 10 مارس 2021م، يتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سبق ذكره، ص 16 إلى 18.

[2] - قانون العضوي رقم 16-10 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437هـ الموافق لـ 25 أوت 2016م، المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سبق ذكره، ص 34-35.

[3]- أنظر المادة 88من الأمر 21-01المتضمن القانون العضوي الانتخابات، المرجع السابق.

ينبغي أن تكون الأموال المقدمة إلى المرشحين مقيدة في حساب مصرفي مخصص لتمويل الحملة الانتخابية، وهو ما نصت عليه المادة 96من قانون الانتخابات والتي جاء فيها " يتعين على كل مترشح للانتخابات التشريعية فتح ومسك حساب للحملة الانتخابية..."، وفتح هذا الحساب يكون على مستوى البنوك المعتمدة[1]. وبالتالي استلام جميع المساهمات ودفع جميع النفقات يكون عن طريق هذا الحساب حصرا، وذلك خلال كامل فترة الحملة الانتخابية، مع العلم أن هذا الحساب لا يخضع للسرية المصرفية، وهذا ما اعتمدته العديد من التشريعات الانتخابية في العالم فلم يعد مقبولا تلقي الأموال وإنفاقها من قبل المرشح مباشرة.

- **مراعاة سقف الإنفاق المحدد قانونا:**

بمعنى أن هناك حدا معينا لا يجوز لكل مترشح أو قائمة تجاوزه في إطار عملية الدعاية الانتخابية، ففي الانتخابات الرئاسية لا يجوز أن تتجاوز نفقات المترشح في الدور الأول 12مليار سنتيم، ويرفع المبلغ إلى 14مليار في الدور الثاني، أما بالنسبة لنفقات الحملة الانتخابية للقوائم التشريعية فلا يجوز أن تتجاوز 250مليون عن كل مترشح[2].

لا تعني عملية تنظيم التمويل الانتخابي تحقيق المساواة أو العدالة الكاملة (الكمية والنوعية) بين المرشحين في الإنفاق الانتخابي. اذ أن فلسفة تنظيم الإنفاق تقوم على وضع حد أقصى أو ما يعرف بسقف للإنفاق لمنع المرشحين ذوي الإمكانيات من تجاوزه. وهذا الضبط مما يساهم نوعا ما في التخفيف من استغلال دور المال في العملية الانتخابية، لكن هلا يعني إلزام كل المرشحين بإنفاق نفس القيمة، خاصة وأن الانتخابات عملية سياسية مكلفة ماديا لجهة الدعاية ونشر البرنامج والنشاطات المختلفة[3].

وبالتالي فرض الضوابط والقواعد لتطبيق أنظمة تمويل الحملات الانتخابية يعد من الأمور الأساسية للحفاظ على نزاهة الانتخابات، وتعزيز ثقة الناخبين في العملية الانتخابية.

---

[1]– أنظر المادة 100، المرجع نفسه.

[2] – أنظر المادة 100، المرجع نفسه.

[3] – الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات، الإنفاق **الانتخابي**، ص 03، تاريخ التصفح 25– 01– 2022، الســـاعة 30.17، الموقـــع: http://www.lade.org.lb

الفرع الثالث:تميل الحملة الانتخابية في الجزائر بين القانون العضوي لسنة 2016-2021

بعد التطرق إلى الآليات التي يتم على أساسها تمويل نفقات الحملة الانتخابية في الجزائر بين كل القانون العضوي الصادر في 2016 المتعلق بنظام الانتخابات والقانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات الصادر سنة2021، لم تعرف تلك الآليات تغيرات كبيرة، ومع ذلك طرأت بعض التغيرات على بعض الأمور، حيث أنَّ في هذا الصدد فقد أعطى القانون العضوي المتعلق بالانتخابات لسنة 2016 مختلف القرارات والسجلات المتعلقة بالانتخابات وكذا الإجراءات من مختلف رسوم الدمغة وكذا التسجيل وأيضا المصاريف القضائية، إضافة إلى هذا الإعفاء من تلخيص بطاقات الناخبين وكذا المناشير المتعلقة بالانتخابات في هيئات الدولة وأيضا أوراق التصويت وهذا أثناء الفترة الانتخابية[1].

وهذه الأمور أقدم عليها القانون العضوي الصادر سنة2021 المتعلق بنظام الانتخابات، حيث عمد هو الآخر على الإعفاء من التلخيص كل من البطاقات الناخبين وكذا المناشير المتعلقة بالانتخابات في هيئات الدولة وأيضا أوراق التصويت وهذا أثناء الفترة الانتخابية، إضافة إلى إعفاء المقررات والسجلات المتعلقة بالانتخابات والأعمال الإجرائية من رسوم التسجيل والدمغة والمصاريف القضائية، كما حدد القانون العضوي لسنة 2016 سقف المبالغ المتعلقة بنفقات الحملات الانتخابية سواء الرئاسية أو التشريعية، حيث لا تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية حسب هذا القانون المتعلق بالانتخابات الرئاسية[2]. مبلغ 100.000.000دج في الدور الأول ومبلغ 120.000.000دج في الدور الثاني، أمَّا بالنسبة للانتخابات التشريعية فلا تتجاوز نفقات الحملة لكل قائمة مبلغ 00.500.10 دج عن كل مترشح، أمَّا القانون العضوي الصادر سنة 2021، حدد مبالغ نفقات الحملات الانتخابية سواء التشريعية أو الرئاسية، فبالنسبة للانتخابات الرئاسية فلا يمكن أن تتجاوز نفقات الحملة مبلغ 000.000.120 دج في الدور الأول ومبلغ 140.000.000 دج في الدور الثاني، أما الانتخابات التشريعية فلا يمكن لكل

[1] – أمر رقم 21-01 المؤرخ في 26 رجب عام 1442ه الموافق لـ 2021/03/10 يتضمن قانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المرجع سبق ذكره، ص 34-35.

[2] – أمر رقم 01 المؤرخ في 26 رجب عام 1442ه الموافق لـ 2021/03/10 يتضمن قانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، ص16 إلى 18.

قائمة في تلك الانتخابات التشريعية أن تتجاوز نفقات حملتها مبلغ 2500.000دج عن كل مترشح، أمَّا عن موارد تمويل الحملات الانتخابية، فحسب القانون العضوي لسنة 2016م تكون صادر إمَّا من مداخيل المترشحين، وأيضا مساهمة الأحزاب السياسية[1]، وكذا مساعدات محتملة من قبل الدولة، يتم تقديمها على أساس الأنصاف، أمَّا بالنسبة للقانون العضوي لسنة 2021م فموارد تمويل الحملات الانتخابية يكون مصدرها إما الهبات العينة والنقدية، التي تقوم من قبل المواطنين كأي أشخاص طبيعية، كما من الممكن أن تعمل الدولة على تعويض جزء من نفقات الحملة الانتخابية، إضافة إلى المساهمة الشخصية للمترشح، وكذا المساعدات المحتمل الواردة منحها من قبل الدول للشباب المترشحين في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات المحلية وكذا التشريعية، وأيضا مساهمات الأحزاب السياسية المتشكلة من المداخيل المتأتية عن نشأ الأحزاب وكذا اشتراكات أعضائها.

المطلب الثاني: أهمية التمويل في إدارة الحملة الانتخابية:

تأمين مناخ سياسي ملائم يسمح بإدارة العملية الانتخابية بين مختلف المرشحين والأحزاب في إطار من التنافس الجدي التعددي والمنظم في ظل أجواء ديمقراطية، يقتضي تأمين مستوى عالي من تكافؤ الفرص. من خلال وجود معاملة متساوية وعادلة بين مختلف المتنافسين، وفقا لما تنص عليه قوانين الانتخابات وبما يتوافق مع ما هو متعارف عليه في هذا الشأن من معايير دولية.

وإذا كان تكافؤ الفرص يشير إلى المعاملة العادلة والمتساوية، فإنه من مظاهر تحقيق ذلك هو وجود نوع من العدالة والمساواة بين المترشحين خلال الحملات الانتخابية، وبالأخص في عملية التمويل الانتخابي. انطلاقا من كون أن الإنفاق الانتخابي غير المنضبط كفيل بإفراغ الديمقراطية من محتواها، ويصبح القرار الاستراتيجي في الدولة بيد رجال المال الذين لعبوا دورا في إيصال القادة السياسيين الفاسدين إلى مناصبهم، وبالتالي حتى إمكانية إسقاطهم، وهي النتيجة المتوقعة دائما في حال عدم وجود هذا الضبط. لذلك سعت كثير من الدول إلى وضع سقف للإنفاق الانتخابي، وسقفا للهبات ونفقات المترشحين و منح جميع المترشحين فرصا متساوية[2].

[1] – قانون العضوي رقم 16-10 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437هـ الموافق 2016م، المتعلق بنظام الانتخابات، ص 34-35.

[2] _ المرجع نفسه، ص 38.

ونتيجة لأهمية المال في إدارة الحياة السياسية، لم تبقى الدولة حبيسة الفكر السابق القائم على ضبط الإنفاق الانتخابي وفقط، إنما تحولت باتجاه التمويل العام للانتخابات، من خلال قيامها بتمويل جزء من الإنفاق الانتخابي للمشاركين في العملية الانتخابية. وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري في قوانين الانتخابات السابقة سواء قانون 95 أو قانون 2016، لكنه فصل في هذا الأمر أكثر وضبط قواعد التمويل والإنفاق بشكل أكثر تفصيلا في الأمر 21-01.

ولعل أهم مظاهر الدالة على أهمية هذا التمويل تظهر في[1]:

- يساعد التمويل العام في توفير فرص أكثر في تعزيز مستوى التنافسية في الانتخابات، إذ يمكن أن يقلص من فرص الاستفادة من المصادر الخاصة للتأثير على المترشحين بشكل غير لائق.
- أما التمويل الخاص فيشجع على مشاركة المواطنين في العملية الانتخابية، كما يعزز من حريتهم في التعبير عن أرائهم السياسية، من خلال دعم المترشح الذي يمثل مصالحهم. بالإضافة إلى ذلك يقلص هذا النوع من التمويل تدخل الحكومة في تنظيم الحملات، وبالتالي التقليص من إمكانية تلاعبها بالتمويل العام بما يصب في خدمة جمهور انتخابي معين.
- لقضايا تمويل الحملات الانتخابية تأثير كبير على نوعية الانتخابات. ذلك أن التمويل المناسب للمرشحين والأحزاب أمرّ جوهري يمكنهم من توصيل رسالتهم للناخبين. كما أن لسلطات الدولة والمواطنين مصلحة مشروعة في التأكد من مدى إنصاف وشفافية نظام تمويل الحملات الانتخابية، وما إذا كان هذا النظام يحد من احتمالات وقوع الفساد في العملية الديمقراطية[2].

إن هذا الأمر هو ما يتفق مع المعايير الدولية فيما يتعلق بنظام الانتخابات، حيث لأهمية هذا التمويل نجد أن اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد تتبناه وتؤكد عليه[3]، وهو ما أشارت إليه المادة 07 البند الثالث من الفقرة (د). وأكدت عليه التوصية رقم 1516(2001) للجمعية البرلمانية لمجلس أوروبا على أنه "من أجل

---

[1]_ مبادرة حول البيانات الانتخابية المفتوحة ،**الفئات الأساسية للعملية الانتخابية**، تاريخ الاطلاع ،12- 03- 2022، الساعة 00.19الموقع: https://openelectiondata.net/ar/guide/key-categories

[2]_ مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الانسان(ODIHR)، **دليل مراقبة التمويل الانتخابي**، ص 07، تاريخ الاطلاع،20-03-2022، الساعة 30.19، الموقع:
https://www.osce.org/files/f/documents/6/e/215856.pdf

[3]_ الجمعية العامة للأمم المتحدة ،**اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد**، 21نوفمبر 2003، تاريخ التصفح ،20-03-2022، الساعة 19.45http://hrlibrary.umn.edu/arabic/UNCAC.pdf: الموقع

الحفاظ على ثقة المواطنين ورفعها في الأنظمة السياسية، على الدول الأعضاء بمجلس أوروبا تبني القواعد التي تحكم تمويل الأحزاب السياسية والحملات الانتخابية[1]".

المطلب الثالث: مصادر التمويل الانتخابي.

تتنوع مصادر التمويل الانتخابي بين مصادر ذاتية خاصة بالمترشح أو الحزب، والهبات من الغير، وبين مصادر متأتية من السلطات العمومية، وهو ما يعرف بالتمويل العمومي. وهذا الذي تؤكد عليه المادة 87والمادة 122من قانون الانتخابات. وهذا التمويل السياسي هو أحد أشكال حرية التعبير المرتبط بصحة الديمقراطية وقوتها[2]. وتطبق أغلبية الدول في العالم النظام المختلط في تمويل الحملات الانتخابية، والذي يجيز كلا من التمويل الخاص والحكومي وهو الذي عليه العمل في التشريع الانتخابي الجزائري.

أولا: مصادر التمويل الخاصة:

يشير التمويل الخاص للحملات الانتخابية إلى مساهمات المانحين من القطاع الخاص في شكل مساهمات عينية أو نقدية، ومساهمات الأحزاب السياسية، كما يمكن للمرشحين أن يستخدموا مواردهم الشخصية الخاصة لتمويل حملاتهم.

وهذا الذي أكدت عليه المادة 87 من قانون الانتخابات. ويمنع قانون الانتخابات على أي مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية تلقي بصفة مباشرة أو غير مباشرة أي هبات سواء كانت نقدية أو عينية، أو أي مساهمة مهما كان شكلها من أية دولة أجنبية أو أي شخص معنوي أو طبيعي أجنبي كما جاء في نص المادة 88 من قانون الانتخابات. ويؤسس حظر التمويل الأجنبي على خشية وجود أشخاص في الحكم يكون ولاؤهم لغير دولتهم. وهو ما طالبت به الجمعية العامة للأمم المتحدة في كثير من قرارات الدول بالامتناع عن تمويل أحزاب أو مجموعات سياسية أو تزويدها، بصورة مباشرة أو غير مباشرة بأي شكل من أشكال الدعم العلني أو السري، وعن القيام بأعمال من شأنها تقويض العمليات الانتخابية في أي بلد[3].

---

[1]_ مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الانسان (ODIHR)، المرجع السابق ،8.

[2]_ أمال فاضل، التمويل العمومي للحملات الانتخابية كآلية لتجاوز إشكالية المال الفاسد في الجزائر،"**آلة الجزائرية للسياسات العامـــة**، الجزائـــر، العدد 12، فيفري 2017، ص 84.

[3]_ أنظر البند 119(ب) قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 154/56، بتاريخ 19-12- 2001، تـــاريخ التصـــفح 22 جانفي 2022، : A/RES/56/154 - A - A/RES/56/154 -Desktop (undocs.org)الساعة 30.17، الموقع

غير أنه لا يعد تمويلا أجنبيا حسب قانون الانتخابات الهبات التي يقدمها الجزائريين المقيمين في الخارج للقوائم المترشحة في الدوائر الانتخابية بالخارج[1]. مع العلم أن المشرع حدد في المادة 89المبلغ الأقصى للهبات المقدمة بالنسبة لكل شخص طبيعي والتي لا يجب أن تتجاوز حدود 400000 ألف دينار فيما يتعلق بالانتخابات التشريعية و600000 ألف دينار جزائري فيما يخص الانتخابات الرئاسية. وسواء تعلق الأمر بالهبات المقدمة للمترشحين على المستوى الوطني، أو تلك الهبات المقدمة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج للقوائم المترشحة هناك. كما حددته المادة 90 فقرة 02 من قانون الانتخابات.

إلا أن ما قد يثير التساؤل عن التمويل الذاتي المتعلق بأموال المترشح نفسه، هل يعتبر مال الزوج والأصول والفروع من الأموال الذاتية التي يمكن للمترشح استخدامها في حملته الانتخابية، أم تعد أموال مقدمة من الغير تخضع لما تخضع له تلك الأموال؟ مع العلم أن بعض الدول كلبنان يعتبر قانون الانتخابي2017 –44 في مادته 60 أن تلك الأموال أموال خاصة يجوز للمترشح استخدمها، لكن في حدود عدم تخطي سقف الإنفاق المحدد قانونا[2] .

وحسنا فعل المشرع عندما نص على تعيين هذا الحد كل ثلاث سنوات عن طريق التنظيم، ذلك أن قيمة العملة تتغير تبعا للظروف الاقتصادية صعودا ونزولا، وبالتالي قد تصبح قيمة المبلغ بفعل الزمن والظروف بدون معنى، والعكس كذلك صحيح في حال تطور منحنى العملة بشكل إيجابي. وترك المشرع أمر تعديلها للتنظيم حتى لا يضطر المشرع إلى التدخل لتعديل قانون الانتخابات في كل مرة، وما يثيره الأمر من إجراءات تتعلق بطرح التعديل ورقابته الدستورية، إلى غاية إصداره. رغم أنه كان من الأفضل لو أن المشرع ترك تحديد هذا المبلغ للتنظيم منذ البداية كلما كنا أمام عملية انتخابية، وربط السقف الانتخابي بمؤشر التضخم أفضل من تحديد مبالغ ثابتة لها، مع كون التحديد يكون بالاتفاق بين الإدارة الانتخابية والفاعلين السياسيين، بالمراعاة للظروف الواقعية القائمة.

ثانيا– مصادر التمويل العمومي:

يتم الالتجاء إلى التمويل العمومي للحملات الانتخابية في الأنظمة الديمقراطية لضمان تكافؤ الفرص بين المتنافسين. ومن باب العدالة والشفافية تضع الدولة على ذمة المترشحين تمويلا مباشرا لتغطية نفقات

---

[1] _ أنظر المادة 90من الأمر21–01، المتضمن القانون العضوي للانتخابات، المرجع السابق.

[2] – **قواعد الإنفاق والتمويل الانتخابيين**، تاريخ التصفح ،17– 03– 2022، الساعة 20.15، الموقع:http://elections.gov

حملاتهم الانتخابية توزع بالتساوي بينهم وفق معايير مضبوطة وسقف محدد للمصاريف التي تنفقها الأحزاب في الحملات الانتخابية. يشير التمويل العام للحملات الانتخابية إلى التمويل الذي توفره الدولة للمرشحين وفقا للأطر القانونية المعتمدة في كل دولة، وقد يكون هذا التمويل مباشرا، من خلال ما تخصصه الدولة من أمول للمرشحين في الانتخابات. وقد يكون هذا التمويل غير مباشر، من خلال حصول المترشحون أو الأحزاب على بعض الخدمات مجاناً أو بكلفة أقل، أو الاستفادة من ممتلكات الدولة بغرض تنظيم الحملات، أو طباعة المواد الانتخابية، أو استخدام الخدمات البريدية الخاصة بالدولة. أي كل إنفاق مباشر أو غير مباشر يهدف إلى التسويق لمرشح أو لكيان سياسي ما في الانتخابات[1].

تعد السويد من أوائل دول العالم التي اعتمدت مبدأ التمويل العام للانتخابات في إطار تنظيم الانفاق الانتخابي وذلك عام 1966مستندة في ذلك إلى ثلاث قواعد أساسية:

_ التمويل المقدم للأحزاب التي لها حضورا أساسيا حقيقيا.

_ الدعم المالي بناء على طلب الحزب أو المترشح.

_ التمويل الانتخابي النسبي لكل من الكتل السياسية.

ومع نجاح التجربة السويدية أخذت عدة دول هذه التجربة، كألمانيا، بريطانيا، اسبانيا، كندا، الولايات المتحدة الأمريكية[2].

وتدخل الدولة هذا التمويل يجد أساسه في أن تكفل أي مترشح لوحده بتوفير المال لإدارة حملته الانتخابية غير ممكن، خاصة في ظل بروز أصحاب الأموال، ما يدفع أصحاب الإمكانيات القليلة غير قادرين على مواصلة التنافس وإدارة الحملة، كما أن التمويل العمومي يحد من الاثار السلبية لهذا التفاوت، وهو تمكين ذوي الإمكانيات الضعيفة من الحد الأدنى من إجراء الحملات الانتخابية[3].

وهذا الذي نص عليه قانون الانتخابات21-01 في الجزائر، في المادة 87 البند الرابع منها، والتي حددت مصادر التمويل والتي جاء فيها تمول الحملة الانتخابية بواسطة موارد يكون مصدرها..._ المساعدات المحتملة التي يمكن أن تمنحها الدولة للمترشحين الشباب في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات التشريعية والمحلية". وما تشير إليه هذه الفقرة هو أن المساعدة التي تقدمها الدولة تخص القوائم المستقلة للشباب

[1]- فاضل أمال، المرجع السابق، ص 92.

[2]_ الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات، المرجع السابق، ص ص6- 8.

[3]_ أمال فاضل، المرجع السابق، ص 84.

وليس القوائم الحزبية، ذلك أن مصادر تمويل الأحزاب محددة بصفة عامة في قانون الأحزاب. وهذه الأخيرة يمكن أن تستفيد من مساعدة من الدولة سواء كانت المساعدة محتملة أو تقدم للحزب حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد منتخبيه في المجالس ، وبالتالي تستخدم تلك الأموال في عملية التمويل[1]. وتتجلى مظاهر هذه المساعدة للقوائم المستقلة فيما وضحته المادة 122من ذات القانون أعلاه والمتمثلة في مصاريف طبع الوثائق، مصاريف النشر و الإشهار، مصاريف إيجار القاعات، مصاريف النقل، وهو الأمر الذي أكد عليه المرسوم التنفيذي 21 – 190، الذي حدد الفئة العمرية التي تتكفل الدولة بنفقات الحملة الخاصة ، وهي قوائم المترشحين الأحرار الذين تقل أعمارهم عن 40 سنة يوم الاقتراع كما جاء في المادة 03 منه[2]. مع العلم أنه في الانتخابات التشريعية الأخيرة المنظمة في 12جوان 2021، استفادت القوائم الحرة المستقلة التي يقل أعمار أعضائها عن 40 سنة وفقا لأحكام هذا المرسوم؛ من إعانات مالية قدرت بـــ 300 ألف دينار جزائري (30مليون سنتيم)، رغم أن أحكام هذا المرسوم لا تحدد مبلغا نقديا معينا كإعانة، وهذا كله في إطار تشجيع الترشيحات المستقلة للشباب، ودفعا لهذه الفئة للمساهمة في الحياة السياسية

المطلب الرابع: مصادر تمويل الحملة الانتخابية

قام المشرع الجزائري بحصر مصادر تمويل الحملـــة الانتخابيـــة، وضـــبط مجـــالات وحـــدود الإنفاق فيها إحقاقًا لمبدأ المساواة، وتنظـــيم الحيـــاة السياســـية[3]، حيـــث أنَّ مصـــادر تمويـــل الحملـــة الانتخابيـــة تختلـــف لأنَّ قـــانون الانتخـــاب عـــدّدها فـــي المـــادة 87 التـــي نصّـــت «أنَّ الحملـــة الانتخابيـــة تمـــوّل بواســـطة مـــوارد بكـــون مصـــدرها مســـاهمة الأحـــزاب السياســـية المشـــكلة مـــن اشتراكات أعبائها و المداخيل الناتجة عـــن نشـــا الحـــزب، حيـــث يمكـــن التمييـــز فيهـــا مـــن حيـــث مصدرها إلى نوعين: التمويل الخاص والتمويل العام »[4].

---

[1] _ أنظر المواد ،52، 58من القانون العضوي رقم 12– 04مؤرخ في 12يناير 2012، يتعلق بالأحزاب السياسية ،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 02، صادرة بتاريخ 15يناير 2012.

[2] _ المرسوم التنفيذي رقم 21– 190، مؤرخ في 05مايو 2021، يحدد كيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابيـــة للشـــباب المترشـــحين الأحرار، الجريدة **الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 33.

[3] – محمد نعرورة، نظام الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية، عدد 3، جوان 2011، ص 174.

[4] – الأمـــر رقـــم 01/21 المـــؤرخ فـــي 2021/03/10، يتضمن القانون العضوي المتعلـــق بالانتخابـــات، المنشـــور بالجريـــدة الرسمية ، عدد 17، مؤرخة في 2021/03/10.

الفرع الأول :التمويل الخاص

يتمثل التمويل الخاص الذي يتم من خلاله تأمين الأموال من أجل تسيير الحملة الانتخابية في مساهمات الأحزاب السياسية والمساهمات الشخصية للمترشح.

أولًا – مساهمات الأحزاب السياسية:

تتشكّل المساهمات للأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية من اشتراكات الأعباء والمداخيل الناتجة عن نشأ الحزب.

1– اشتراكات الأعضاء:

تعدُّ اشتراكات الأعباء للحزب من أقدم الطرق التمويلية في الحياة الحزبية، بل كانت تعدّ الإمكانية الوحيدة المسموح بها من الناحية القانونية على الأقل، وهذه المكانة لاشتراكات الأعباء نتجت عن كونها مصدر التمويل الأكثر الديمقراطية والأقل إثارة للمشاكل[1]، وفي الإطار هذا حددت المادة 52 من القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية الجزائري اشتراكات الأعباء كأول مصدر من مصادر تمويل الأحزاب السياسية، ولم تقيدها بأيِّ قيد ماعدا اشتراطه دفع هذه الاشتراكات في حساب الحزب المفتوح لدى مؤسسة مصرفية أو مالية وطنية.

غير أنَّ هذه الاشتراكات لم تعد كافية لأنَّ تأثيرها نسبي في ميزانية الأحزاب السياسية، وعرف تقلصها وهذا ارجع في أغلب الحالات بالمكانة التي أصبح يحتلها التمويل العام[2].

2– المداخيل الناتجة عن نشاط الحزب:

بالإضافة إلى الموارد السابقة سمح المشرع الجزائري للحزب أن تكون له عائدات ناتجة عن نشاطاته، مع استثناء العائدات التي تكون ناتجة عن ممارسة نشاط تجاري[3]، فالقانون للأحزاب يمنع على الأحزاب ممارسة أي نشاط تجاري، ومن أمثلة هذه العائدات تأجيل ممتلكات الحزب وعائدات بيع الصحف الحزبية، حيث سمح القانون

---

[1]– أحمد بوز، المال والسياسية دراسة في مالية الأحزاب السياسية، الطبعة الأولى، دار القلم لطباعة والنشر والتوزيع، المغرب، 2005، ص 39.

[2]– أحمد بوز،المرجع نفسه، ص53.

[3]– هملت سعدون غريب، الهواب القانونية لتمويل الأحزاب السياسية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2015، ص115.

العضوي 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية بموجب المادة 47 من إطار القانون والتشريع المعمول به إصدار تشريعات، إذًا فالحزب يتحصل على موارد مالية من جزاء بيع هذه الصحف بالإضافة إلى دورها في السعي إلى خلق قنوات تواصلية تساعد الحزب على نشر خطابه وسط المجتمع، وبين أعضاء أنفسهم[1].

ثانيًا- المساهمات الشخصية:

إنَّ إقبال أيّ شخص على خوض غمار التجربة الانتخابية يفترض منطقيًا أن يكون مسؤولًا بنسبة كبيرة عن تغطية مصاريف هذه الحملة بنفسه[2]، وهذا ما يؤكد أهمية الحالة المادية للمترشح في أدائه أثناء الحملة الانتخابية، فالمترشح الغني يمكنه تسيير حملته دون اعتماده مباشرة على مصادر تمويله، بينما من كان مركزه المالي ضعيفا فإنَّ اعتماده الأساسي يبقى على المصادر الخارجية التي من الممكن أن تتحكم ليس فقط في أدائه وقوة حملته بل حتى في توجيهاته وأرائه، لكن ما يعاب على الصياغة اللفظية للمادة أنَّها لم توضح أو على الأقل لم تحل إلى التنظيم من أجل تحديد مصدر هذه المساهمة الشخصية، إنْ كان راتبًا وظيفيًا، أم استثمارا تجاريًا أم إجارا، فمن الضروري تحديد مصادر المساهمة الشخصية و إثباتها بالوثائق حتى نحارب كل ذريعة وتحت أي مسمّى للتمويل الخفي أو المشبوه للحملة الانتخابية وطالما أنَّ قانون مكافحة الفساد.[3] قد ألزم كل من يتولّ عهدة انتخابية بموجب التصريح بممتلكاته في بدايتها، فلم يتم التنسيق هذا الإجراء وجعل التصريح بالممتلكات وثيقة أساسية في ملف الترشح من أجل تفادي أي أشكال قد يقع على بعد ظهور نتائج الانتخابات.

---

[1]- أحمد بوز، مرجع سابق، ص 55.

[2]- عبد المومن عبد الوهب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية، دار الألمعية للنشر و التوزيع ، الجزائر،2011، ص 156.

[3]- المادة 4 من القانون رقم 01/06 المؤرخ في 2006/02/20، المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، الجريدة الرسمية عدد 14 المؤرخة في 2006/03/08 المتمم بالأمر رقم 05/10 المؤرخ في 2020/28/26، المنشور بالجريدة الرسمية، عدد50، المؤرخة في 2021/12/01.

ثالثًا- الهبـــات:

تعتبر الهبات التي تقدم من أجل سير الحملة الانتخابية مـــن المصـــادر المهمـــة لتمويلهـــا، لكن نظرا لأهمية وخطورة هذا المصدر على العملية الانتخابية كـــون المـــتحكم فـــي المـــال يملـــك ســـلطة علـــى العمليـــة الانتخابيـــة كـــون المـــتحكم فـــي المـــال يملـــك ســـلطة القـــرار، ويشـــترط فيهـــا أن تقدم مـــن طـــرف الأشـــخاص الطبيعيـــين أي المـــواطنين، إذ يمنـــع تلقـــي الهبـــات العينيـــة أو النقديـــة.

من الأجانـــب بصـــفة مباشـــرة أو غيـــر مباشـــرة، ســـواء كانـــت دولـــة أو شـــخص طبيعـــي أو شـــخص معنـــوي أجنبـــي.[1] لكـــن لا يعـــدّ تمـــويلًا جنســـيًا تلـــك الهبـــات التـــي يقـــدمها الجزائريين المقيمـــون فـــي الخـــارج، فـــالعبرة هنـــا هـــي بالجنســـية ولـــيس بمحـــل الإقامـــة، إذ يمكـــن للمغتـــربين التبـــرع ســـواء للمترشـــحين داخـــل الـــوطن أو لقائمـــة المترشـــحين فـــي الـــدوائر الانتخابيـــة فـــي الخـــارج، كمـــا لـــم يحصر القانون الهبات علـــى الجانـــب المـــالي فقـــط حيـــث يمكـــن أن تكـــون هـــذه الهبـــات عينيـــة أو نقديـــة، إذ أجـــاز المشـــرع الجزائـــري فـــي المـــادة 54 مـــن القـــانون العضوي 04/12 المتعلـــق بـــالأحزاب السياســـية للأحـــزاب تلقـــي مثـــل هـــذه الأمـــور لكنـــه وضـــع شـــروطًا لهـــا، وتتمثـــل هـــذه الشروط في[2]:

- أن تكون ذات مصدر وطني، ومن ثم يمنع على الأحزاب تلقي أي دعم من جهات أجنبيـــة بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بأي صفة أو شكل كانت، وهذا يعتبر أمر بديهي لتعلـــق الأمـــر بســـيادة الدولـــة وأمنهـــا لأنَّ المصـــدر المـــالي الأجنبـــي قـــد يكـــون مـــن وراءه مقابـــل معـــيّن يشـــكّل خطرا على أمن واستقرار النظام العام الوطن.

- أن تـــرد التبرعـــات والهبـــات والوصـــايا مـــن أشـــخاص طبيعيـــين معـــروفين، ومـــن ثـــمّ يمنـــع علـــى الأحـــزاب تلقـــي هـــذه الأخيـــرة مـــن الأشـــخاص المعنويـــة ســـواء كانـــت عامـــة أو خاصـــة، كمـــا جـــرم المشـــرع الجزائـــري التمويـــل الخفـــي للأحـــزاب السياســـية، حيـــث نـــصّ القـــانون 01/06 المتعلـــق بالوقايـــة مـــن الفســـاد ومكافحتـــه علـــى معاقبـــة كـــل شـــخص

[1]- لاميـــة حمامـــدة، طالبـــة دكتـــوار م، كاملـــة ناديـــة، الرقابـــة علـــى تمويـــل دولـــي، كليـــة الحقـــوق والعلـــوم السياســـية، جامعـــة 20 أوت 1995، سكيكدة، ص 4.

[2]- المادة 54 من القانون العضوي 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية.

قام بتمويل الحزب السياسي بصورة خفية بالحبس من سنتين (02) إلى عشرة (10) سنوات وبغرامة من 20000 إلى 100000 دج.

- لا تتجاوز ثلاثة مئة (300) مرة الأجر الوطني الأدنى المضمون عن التبرع الواحد في السنة، تجدر الإشارة أنَّ المشرع قد رفع القيمة بعد أن كانت لا تتجاوز مئة (100) مرة الأجر الوطني المضمون[1].

واشترط القانون بخصوص هذه الهبات أن يكون مبلغها الأقصى في حدود 400000دج لكل شخص طبيعي، إذ ما تعلق الأمر بهبات مقدمة لحملة انتخابية رئاسية فإنَّ الحد الأقصى بالنسبة لكل شخص طبيعي يجب أن يكون في حدود 600000دج وتتبق هذه العتبة المالية على الهبات الصادرة عن المواطنين أو المغتربين على حد السواء، كما ألزم المترشح للرئاسيات و للمترشح الموكل من طرف الحزب أو من طرف القائمة المستقلة في الانتخابات التشريعية بضرورة تبليغ لجنة المراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية المنصوص عليها المادة 115 من الأمر 01/21 بقائمة تتهمن أسماء الواهبين وقيمة الهبات[2]. فعل المشرع أنَّ ذلك من شأنه تسهيل رقابة تدخل المال في الانتخابات من الملاحظة أن مبلغ الهبة إذ تتجاوز 1000 دينار فيجب دفعها عن طريق الشيك أو التحويل أو الإقطاع الآلي أو البطاقة البنكية.

الفرع الثاني: التمويل العام

التمويل العام هو التمويل الذي يكون عن طريق الدولة أو تحت إشرافها، أو عن طريق أحد مؤسساتها والذي يمكن تقسيمه إلى تمويل عام مباشر وتمويل عام غير مباشر[3].

أولا- التمويل العام المباشر:

هو الدعم المالي الذي تقدمه الدولة للأحزاب السياسية بصفة مباشرة من ميزاتها العامة، ويتخذ هذا النوع من الدعم في الجزائر شكلين، الأول يتمثل في المساعدات المحتملة من الدولة، والثاني الدعم الانتخابي.

---

[1]-Gilles et Jean – Philippe Jal , les partis politiques vie politiques français ,chronique social ,lyon ,France ,2014 ,P 27.

[2] – لمادة 89 م الأمر 21-01، مرجع سابق.

[3]– هلمت سعدون غريب، الضوابط القانونية لتمويل الأحزاب السياسية مرجع سابق، ص 83.

1. المساعدات المقدمة من الدولة:

نصت المادة 52 من القانون العضوي 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية على أمكانية تمويل الأحزاب السياسية من طرف الدولة، يبدو أنَّ المشرع الجزائري أعطى السلطة التقديرية للدولة لمنح المساعدات المالية للأحزاب السياسية وهذا حسب المادة 52 حيث ورد ذكر عبارة المساعدات المحتملة من الدولة، كما أنَّ المشرع حصر الاستفادة من هذه المساعدات في الأحزاب المعتمد فقط وربط المشرع هذه الاستفادة من المساعدة بعدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان، وكذا عدد منتخبات في المجالس، حيث نصت المادة 58 من القانون العضوي 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية، "يمكن للحزب السياسية أن يستفيد من إعانة مالية من الدولة حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد منتخباته في المجلس"...

إنَّ معيار عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان يثير إشكالية بالنسبة للأحزاب حديثة النشأة التي لم تدخل الانتخابات بعد، كيف يمكن لها مواجهة نفقتها في ظل الحاجة الماسة إلى مصادر تمويل تساعدها على ممارسة نشاطها، في هذه الحالة فالأحزاب القوية تزاد ثراء والأحزاب الحديثة تزاد فقرا مما يؤدّي إلى خوض هذه الأحزاب غمار الانتخابات في وضعية عدم التساوي[1].

وقدّ نصَّ قانون الانتخابات على أنَّ هذه المساعدات ليست دائمة أو إجبارية لكنها محتملة، بحيث يمكن أن تقدمها الدولة للمترشحين الشباب في القوائم المستقلة المترشحة في الانتخابات التشريعية والمحلية، بمعنى أنها مساعدات موقوفة على الشروط و هي:

- أن تكون القائمة المترشحة مستقلة لا تنتمي إلى حزب سياسي.
- أن تكون القائمة خاصة بالشباب لكن من اللازم في هذه الحالة تحديد سن الشباب المقصود.
- أن يكون المترشح خاصًا بالانتخابات التشريعية والمحلية فقط ، ما يستثني الانتخابات الرئاسية.

ثالثًا- التمويل الغير مباشر:

يتمثل التمويل غير المباشر للحملة الانتخابية في الدعم المالي الذي تقدمه الدولة بطريقة غير مباشرة، هذا التمويل غير المباشر يأخذ صوراً متعددة يتمثل أهمها في:

[1] – نونه بليل، مرجع سابق، ص 93.

1 – تعويض الدولة لجزء من نفقات الحملة الانتخابية:

تعتبر قيام الدولة بدفع تعويض عن الحملة الانتخابية للأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات، تمويلًا لحملتها الانتخابية بطريقة غير مباشرة، يختلف هذا التعويض الجزافي الذي تتكفل الدولة بتعويضه عن النفقات التي تمَّ صرفها في الحملة الانتخابية بحسب نوع الانتخابات، ويعتبر تنسيق المبالغ المصروفة التي يطالها التعويض نوعًا من رقابة الدولة على تمويل الحملات الانتخابية" .

1 – الانتخابات الرئاسية:

حظر هذا القانون أن تتجاوز نفقات حملة المترشح للرئاسيات 120 مليون دينار في الدور الأول، و140 مليون دينار في الدور الثاني[1].

إلّا أنَّه منح كل مترشح للانتخابات الرئاسية الحق في التعويض جزافي قدره 100% من مجمل النفقات المدفوعة فعلًا[2]. هذه النسبة ترتفع إلى غاية 20% في حالة ما إذا أحرز المترشح للرئاسيات نسبة تفوق 10% وتساوي أو أقل عن 20% من الأصوات المعبرة عنها، أمَّا إذا فاقت نسبة هذه الأصوات 20% فإنَّ النسبة للتعويض ترفع إلى 30% من مجمل النفقات المدفوعة فعلًا في هذا الإطار قرار المجلس الدستوري بخصوص حساب الحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية التي جرت في 2019/12/12 للمترشح عبد المجيد تبون، والذي جاء فيه « واعتبارا أنَّ حساب الحملة الانتخابية للمترشح عبد المجيد تبون لم تتجاوز سقف النفقات المحدد بمبلغ مائة مليون دينار (100.000.000) دينار جزائري في الدور الأول الانتخابي برئيس الجمهورية »، واعتبار أنَّ المترشح تبون عبد المجيد تحصل في الدور الأول الانتخابي رئيس الجمهورية على نسبة 13.58%، التي تفوقت نسبة 20% من الأصوات المعبر عنها، مما يخوله الحق. ..في تعويض قدره 30 من النفقات الحقيقية البالغة(59.434.808.23دج)، وهو ما يعادل (1749.442.830.دج) وبعد المداولة يقرر ما يلي:

أولًا :قبول حساب الحملة الانتخابية للمترشح تبون عبد المجيد رئيس المنتخب.

[1] المادة 93 من الامر رقم 01/21 المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سبق ذكره.

[2] المادة 93الأمر رقم 01/21، المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سبق ذكره.

ثانيًا: يسدد لفائدة المترشح عبد المجيد رئيس الجمهورية المنتخب، مبلغ سبعة عشر مليونا وثمانمائة وأربعين سنتيما (17.830.442.49دج)[1].

2 -الانتخابات التشريعية:

تعامل قانون الانتخابات مع الانتخابات التشريعية بنفس المنهج في الرئاسيات إذ منع أن تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية مليونان و خمسمئة ألف دينار عن كل مترشح، وفي نفس الوقت أجاز لقوائم المترشحين سواء كانت حرة أو منطوية تحت لواء حزب سياسي التي حازت على 20% على الأقل من الأصوات الصبر عنها على تعويض قدره 20% من النفقات المدفوعة فعلًا[2].

ب.طرق أخرى للتمويل العام غير المباشر:

بالإضافة إلى التعويض الذي تتقاضاه الأحزاب السياسية عن نفقات حملتها الانتخابية كتمويل غير مباشر لهذه الحملة فإنَّ هناك دعمًا آخر تقدمه الدولة بطريقة غير مباشرة للأحزاب، مثل المزايا الضريبية كالإعفاء من الضريبة أو تخفيفها، تمويل الجماعات البرلمانية، الإعلانات المقدمة للمؤسسات الجزئية، مساهمة الدولة عن طريق تقديم بعض الخدمات، ومنح فترات زمنية للأحزاب، الإذاعة والتلفزيون دون مقابل صرفي الجزائر لم يولى المشرع الجزائري اهتمام بالتمويل غير المباشر للأحزاب السياسية في القانون العضوي للأحزاب السياسية 12-04 حيث نجد إشارة في المادة 15 منه حيث تنص « تساوي الأحزاب السياسية في حق استعمال وسائل الإعلام العمومية بمناسبة وضع برامجها حيز التنفيذ، محدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم ».

تبرز هذه المادة أنه لا يمكن للأحزاب السياسية استعمال وسائل الإعلام العمومية مجانًا لعرض برامجها وفقًا لآليات يحددها التنظيم، وقد أشار إليها القانون العضوي المتعلق بالانتخابات في المادة 191 من تمكين المترشحين للانتخابات الرئاسية والتشريعية أثناء الحملة الانتخابية من مجال زمني عادل ومجاني في وسائل الإعلام التلفازية والإذاعة العمومية قصد تقديم برامجهم، حيث تكون مدد الحصص متساوية في الانتخابات الرئاسية، وتختلف بالنسبة للانتخابات التشريعية، حسب عدد

[1] – قرار رقم 01 ق.م. د/ 2020 المؤرخ في 2020/01/08، المتضمن حساب الحملة الانتخابية للمترشح عبد المجيد تبو ن، المنشور بالجريدة الرسمية ، رقم 05،المؤرخة في 2020/01/09.

[2] – المادة 94 من الأمر رقم01/21 المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سابق ذكره.

المترشحين الذين يقدمهم كل حزب سياسي، بالنسبة لدعم الصحف ثمَّ إنشاء صندوق لترقية الصحف المكتوبة، حيث كانت البداية في 1990/04/20،[1] حيث تمَّ وضع لجنة رئاسية وزير الشؤون الاجتماعية قامت بتسجيل جميع المشاريع المتعلقة بإنشاء الصحف ليتم إدراجها في قانون المالية لسنة 1991، وهذا ما أدّى إلى ارتفاع عدد الصحف المستقلة، كما تمَّ إنشاء عدة صناديق لترقية الصحافة كان آخرها صندوق دعم الصحافة المكتوبة والذي إنشاؤها سنة 1998، كما قامت الدولة بمنح مساعدات أخرى كتخفيض الضرائب، تخفيض ثمن الاتصالات، دعم سعر الطبع، وفي هذا السياق أصدرت وزارة الاقتصاد قرار بتاريخ 23 مارس 1992[2]. حددت بموجبه السعر الأقصى لطبع الجرائد ب 02دينار، كما قامت الحكومة في سنة 1995 بمنح امتيازات ضريبية لفائدة الصحافة، وأصدر مجلس الوزراء العديد من القرارات من أهمها:

- إصدار عفو جبائي لمدة سنتين فيما يخص الضريبة على الأرباح وكذا الرسوم الجزافية بالنسبة للصحف التي تصدر منذ (05) سنوات.
- منح امتيازات ضريبية للاستثمارات الإعلامية بتخفيض الرسوم الجمركية إلى 3%.

كما شملت المساعدات العمومية غير المباشرة دعم سعر ورق الصحف الذي يمثل حولي 80% من سعر الطبع[3].

كما أشرت المادة 127 من القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام إلى منح الدولة إعانات لترقية حرية التعبير، خاصة فيما يتعلق بالصحافة الجوارية والصحافة المتخصصة [4] ، وتركت هاته المادة معيار التوزيع وكيفيته لصدور التنظيم، كما تساهم الدولة في رفع المستوى المهني عن طريق التكوين لصحفيين[5].

---

[1] – محمد همالي، مرجع سابق ،ص288.

[2] – محمد همالي، مرجع نفسه. ص301.

[3] – محمد همالي، مرجع نفسه، ص 302.

[4]القانون العضوي رقم 05/12 يتعلق بالإعلام المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق لـ 12يناير 2012م، المنشور بالجريدة الرسمية ،عدد 02، الصادرة بتاريخ 21 صفر 1433هـ الموافق لـ 15 يناير 2012م، ص 21.

[5]– المادة 311، المرجع نفسه.

المبحث الثاني: الرقابة على التمويل الانتخابي و أثرها على العملية الانتخابية

فرض الرقابة على مدى الالتزام بقوانين تمويل الحملات تمثل آلية مهمة لتحسين مستوى الشفافية وتطبيق الأنظمة القانونية على أكمل وجه. فتشكل الدول غالباً هيئة إشراف مستقلة مهمتها تطبيق أنظمة تمويل الحملات، بما في ذلك نشر التقارير. لكن درجة استقلالية هذه الهيئة تتنوع بين حالة وأخرى، مما يمكن أن يؤثر على ثقة العامة في مدى فعالية التدقيق في تمويل الحملات.

وفي المقابل يمكن أن يلعب القضاء دور مهما في هذه الرقابة باعتبار أن مخالفة تلك القواعد المؤطر لهذا التمويل يدخل في خانة الجرائم الانتخابية.

المطلب الأول: الرقابة الإدارية على التمويل الانتخابي

حفاظا على النزاهة والشفافية في العملية الانتخابية وتحقيقا للمقتضيات القانونية فيما يتعلق بالتمويل الانتخابي، وحفاظا على المال العام خاصة في الحالة التي يكون فيها التمويل مكون من هبات أو من مساهمات الدولة، أوجب المشرع في قانون21-01 على كل قائمة أو مترشح أو حزب الالتزام بمجموعة من الإجراءات التي تساعد على رقابة عملية التمويل والإنفاق الانتخابي، كتعيين أمين مالي للحملة، وفتح حساب بنكي وحيد تصب فيه هذه الهبات والمساهمات. وهذا الأمر موجود في الكثير من الدول التي تنص تشريعا على قواعد تنظيمية تقوم على الإفصاح العلني عن التبرعات للحملة الانتخابية والنفقات والديون، من خلال إنشاء لجان انتخابية وتكليفها بمهمة الإشراف والرقابة على العملية الانتخابية، وتلقي التقارير عن تمويل الحملات الانتخابية، وتكليفها بفرض رقابتها على طريقة وكيفية التمويل[1].

أولا- إجراءات الرقابة الإدارية على عملية التمويل الانتخابي:

تتم عملية الرقابة الإدارية على عملية التمويل والإنفاق على مستويين، قبل وبعد الانتخابات على النحو التالي:

- **إجراءات الرقابة على التمويل قبل بدأ الحملة الانتخابية:**

تحقيقا لشفافية العملية الانتخابية، وتماشيا مع القواعد المنظمة لنفقات الحملة الانتخابية فيما يتعلق بالإنفاق الانتخابي وتلقي التمويل تضمن القانون مجموعة من الإجراءات واجب على المتنافسين في الانتخابات مراعاتها قبل بدأ الحملة الانتخابية، وهي تعيين أمين مالي للحملة، وفتح حساب بنكي. وهذه

[1]_ أنظر عمار بوجلال ، الإطار القانوني والسياسي لتنظيم الحملات الانتخابية الرقابة على استعمال وسائل الاعلام واستعمال النفوذ و النقود في الحملات الانتخابية ،**مجلة المعيار**، 6، العدد 11، ص 374 – 385.

الإجراءات حتى تستطيع الجهات المخولة بالرقابة أداء دورها الرقابي فيما يتعلق بالتمويل و الإنفاق، وهو أمر من شأنه استبعاد كل شبهات الفساد وتغلغل المال الفاسد في الحياة السياسية.

إذ يتعين حسب المادة 96 من قانون الانتخابات على كل مترشح للانتخابات الرئاسية ، وكل قائمة مترشحين للانتخابات التشريعية ضرورة فتح ومسك حساب للحملة الانتخابية، ووفقا للفقرة الثانية من المادة 96 من قانون الانتخابات ، وكما جاء في المذكرة التوجيهية رقم 01 الصادرة عن لجنة مراقبة الحملة الانتخابية[1]، فإن الأمين المالي للحملة يكون إلزاميا في الحالات التي يشمل فيها تمويل الحملة الانتخابية هيبات أو مساعدات الدولة، أما إذا انحصرت مصادر التمويل في المساهمات الشخصية والحزبية فقط فإن لجنة تمويل الحملة توصي بتعيين أمين مالي مستقل عن شخص المترشحين.

يتم تعيين الأمين المالي للحملة بموجب تصريح مكتوب من قبل المترشح للانتخابات الرئاسية، أو من طرف المترشح الموكل من الحزب أو من طرف أحد مترشحي القائمة الحرة بالنسبة للانتخابات التشريعية، وهذا التصريح يودع لدى السلطة المستقلة[2]. وبعد هذا التصريح يقوم الأمين المالي بفتح حساب بنكي وحيد، بغرض تمويل الحملة الانتخابية حسب المادة 99 من قانون الانتخابات. مع العلم أن هذا الحساب البنكي لا يخضع للسرية المصرفية كما هو معمول به بالنسبة للحسابات الأخرى، رغم أن القانون لم يشر إلى ذلك باعتبار ذلك أمر مفترض كونه يتعلق بتحقيق قواعد الشفافية، وكان على المشرع التنبه لهذه الجزئية والتأكيد على ذلك. وقد أعطى قانون الانتخابات لبنك الجزائر سلطة الإشراف على فتح الحسابات البنكية، ولا يجوز للمترشح أو القائمة فتح أكثر من حساب واحد[3]. ويتعين قانونا حسب المادة 104من قانون الانتخابات أن يقوم الأمين المالي بإرسال المعلومات المتعلقة بهذا الحساب للجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية.

والأمين المالي هو الوسيط الوحيد بين المترشح والغير الذين ساهموا في تمويل الحملة؛ فهو من يقوم بتحصيل أموال الحملة الانتخابية وتسديد النفقات المرتبط بها وذلك بعد فتح الحساب البنكي[4]. وهو

---

[1]_ لجنة تمويل الحملة الانتخابية ،**مذكرة توجيهية رقم 01**، مؤرخة في 16-05-2021، تحدد بعض صلاحيات المترشح الموكل من قبل الحزب أو القوائم الحرة وعلاقته بالأمين المالي للحملة الانتخابية، تاريخ التصفح ،19-04-2022، الساعة 9.30، الموقع: https://ccfce.ina elections.dz

[2]_ أنظر المادة 97من الأمر 21-01، المتضمن القانون العضوي للانتخابات، المرجع السابق.

[3]_ أنظر المادة 100، 101، المرجع نفسه.

[4]_ أنظر المادة 105، المرجع نفسه.

حسب نص المادة 03 من المرسوم 21-188المؤهل الوحيد لتسلم الهبات المقدمة[1]. وكل هبة يتجاوز مقدارها 1000 دينار جزائري يستوجب دفعها حسب نص المادة 91 من قانون الانتخابات عن طريق الشيك، أو التحويل البنكي أو الاقتطاع الآلي أو البطاقة البنكية. هذا وفي جميع الحالات ومهما يكن فإن إعداد حساب الحملة ومسكه يقع على مسؤولية المترشح الموكل؛ لأنه في النهاية هو المطالب شخصيا بالتوقيع على حساب الحملة الانتخابية[2].

- **إجراءات الرقابة على التمويل الانتخابي بعد** نهاية **الانتخابات:**

كما هو منصوص عليه في قانون الانتخابات فالأمين المالي المعين هو من يقوم بتحصيل أموال الحملة الانتخابية وتسديد النفقات المرتبطة بها ، وذلك بعد فتح حساب بنكي وحيد باسمه يقيد جميع العمليات المالية . حيث يتم إعداد حساب الحملة الانتخابية وفقا لسجل يومي يمسكه ويحتفظ به الأمين المالي للحملة شخصيا طوال فترة الحملة الانتخابية بالنسبة للحالات المنصوص عليها في المادة 69-2 وتحت مسؤولية المترشح الموكل[3].

وبعد نهاية الانتخابات يقدم حساب الحملة الانتخابية إلى لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة حسب نص المادة 110من قانون الانتخابات، وهذا التقديم يكون من قبل محافظ الحسابات الذي يقوم بوضع هذا الحساب قيد الفحص بعد مراقبة الوثائق الثبوتية. وبناء على هذه الحسابات يتم تقديم التعويض عن النفقات في حال ما إذا حصل المترشح أو القائمة نسبة معينة من الأصوات[4].

يتضمن حساب الحملة وملحقاته كما نصت عليه المادة 102 من قانون الانتخابات ووضحته المذكرة التوجيهية رقم 01؛ الإيرادات اليومية التي يتم تحصيلها: تاريخ الدفع، طريقة الدفع، مصدر الإيرادات، طبيعة الإيرادات. وكذلك النفقات اليومية المدفوعة مدعمة بالفواتير؛ والمراجع الخاصة بوسائل الدفع، المستفيد من الدفع، التاريخ، المبلغ المدفوع، وطبيعة النفقة حسب مدونة نفقات الحملة الانتخابية[5].

---

[1]_ المرسوم التنفيذي 21-188، مؤرخ في 05ماي 2021، يحدد شروط إعداد الوصل المسلم للواهب من طرف الأمين المالي للحملة الانتخابيـــة واستعماله ،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية** عدد33.

[2]_ المذكرة التوجيهية رقم 01، المرجع السابق.

[3]_ المذكرة التوجيهية رقم01، المرجع السابق.

[4]_ أنظر المواد93، 95من قانون الانتخابات، المرجع السابق، المحدد للنسب التي تعطي الحق للمترشح أو القائمة في تعويض جزافي عـــن النفقـــات المدفوعة في الحملة الانتخابية.

[5]_ المذكرة التوجيهية رقم01، المرجع السابق.

وفي غياب أي توحيد محاسبي يتضمن إرادات ونفقات الحملة الانتخابية .يتم تبرير المحاسبة المعدة عن طريق :

- جداول تسليم الصكوك أو السيولة للبنك.
- وثائق إثبات استلام الهبات وفقا للنموذج الذي وضعته السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، وثائق إثبات مساعدات الدولة.
- –وثائق إثبات إرادات الأموال عن طريق التحويل البنكي (يجب أن يسمح هذا الإثبات على وجه الخصوص بالنسبة للهبات، التأكد من صفة وجنسية الواهبين،الفواتير المسددة) .
- – كشف الحساب البنكي وجدول المقاربة بين الرصيد المسجل لدى البنك والرصيد البنكي المقيد في حساب الحملة الانتخابية[1].

غير أنه لا يكون إلزاميا تقديم الحساب إجباريا عن طريق محافظ الحسابات إجباريا في الحالة التي لا يتحصل فيها المترشح أو قائمة المترشحين على الهبات والمساهمات من الغير أو من الدولة .

وانطلاقا من كون المسار الذي يشمل العمليات المتعلقة بالإيرادات والنفقات المرتبطة بالحملة الانتخابية، و إعداد حساب الحملة يتطلب حد أدنى من التحكم في تقنيات المحاسبة، فإن المترشح حسب المذكرة التوجيهية رقم 01 هو من يتحمل المسؤولية عن مدى صحة الحساب ، ويمكن أن يؤدي سوء مسك حساب الحملة إلى رفض الحساب والتعويض كما هو منصوص عليه في المادة 118، و119 من القانون العضوي للانتخابات[2].

ثانيا– دور لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية:

على غرار ما هو معمول به في كثير من الدول حول عملية المراقبة لعملية تمويل الحملات الانتخابية، ولضمان احترام قواعد التمويل الانتخابي أنشأ المشرع الجزائري لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، وهذا لأول مرة بموجب القانون العضوي للانتخابات 21–01 في مادته 115، والتي تعد من محاسن هذا القانون. تتشكل من عناصر قضائية وأخرى إدارية ذات علاقة بلمجال المالي[3]. وهذه اللجنة

[1] _ المرجع نفسه.

[2] _ المذكرة التوجيهية رقم 01، المرجع السابق.

[3] _ تتشكل هذه اللجنة من العناصر التالية: قاض من المحكمة العليا رئيسا .– قاض يعينه مجلس الدولة من بين قضاته .– قاض من مجلس المحاســبة. – ممثل عن السلطة العليا للشفافية و الوقاية من الفساد ومكافحته .– ممثل عن وزارة المالية.

تشبه ما هو موجود في فرنسا والمعروفة باللجنة الوطنية لحساب الحملة والتمويل السياسي(CNCCFP)، غير أن هذه اللجنة في فرنسا هي هيئة إدارية مستقلة[1].

إن استحداث هذه اللجنة كما جاء في تصريح نائب رئيس نقابة قضاة مجلس المحاسبة السيد "عبد الرؤوف بوخالفة"؛ من شأنه حماية استقلالية قرار المترشحين عن رجال المال عند وصولهم للمجالس المنتخبة، أو رئاسة الجمهورية، وصعود منتخبين نزهاء يتمتعون بالسيادة الشعبية[2].

تتولى هذه اللجنة في الجزائر مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، بعد قيام محافظ الحسابات بإيداع حساب الحملة ،وبناء على هذا الإيداع يمكن أن يستفيد المترشح أو قائمة المترشحين من تعويض لنفقات حملتهم الانتخابية، بشرط أن يكون الإيداع قد تم في خلال شهرين ابتداء من تاريخ إعلان النتائج، ويترتب عن عدم إيداع الحساب أو إيداعه خارج أجل الشهرين فقدان المترشح أو القائمة لحقه في التعويض إن كان لذلك مصوغ[3].

بعدها تقوم هذه اللجنة بمراقبة تمويل الحملة، ومدى صحة ومصداقية العمليات المقيدة في حساب الحملة الانتخابية، بناء على الوثائق والفواتير والصكوك، ووثائق إيرادات الأموال وغيرها. وتقوم اللجنة بإصدار قرارها في أجل ستة أشهر، وقرارها لا يخرج عن احتمالات ثلاث: إما تصادق على الحساب أو تعدله أو ترفضه حسب المادة 118 من قانون الانتخابات، وبانقضاء هذا الأجل ولم يصدر قرارها يعد في هذه الحالة الحساب مصادقا عليه.

وبموجب دورها الرقابي يمكن للجنة حسب المادة 120 من قانون الانتخابات أن تصدر قرارا وجاهيا في حال تجاوز المترشح أو القائمة السقف الأقصى للنفقات، بتحديد مبلغ التجاوز الذي على المترشح دفعه للخزينة العمومية. غير أنه إذا كان هناك فائض في الموارد والناتج عن الهبات حسب المادة 121 من قانون الانتخابات، فإن هذا الفائض يحول للخزينة العمومية، وهذا بعد التحقق الذي تقوم به اللجنة، حيث تحدد مبلغ الفائض، وتبلغ به الأمين المالي لحملة المترشح، والسلطة المستقلة للانتخابات، والخزينة العمومية. ويقع على الأمين المالي بعد ذلك تحويل المبلغ للخزينة العمومية في غضون أجل

---

[1] _ غيتاوي عبد القادر، النظام القانوني لتمويل الحملات الانتخابية – دراسة مقارنة–، **حوليات جامعة الجزائر1**، الجزائر، العدد 32، الجزء الأول ،2018ص 22.

[2] _1 شريفة عابد ،مراقبة تمويل الحملات الانتخابية يضمن استقلالية المترشحين وسيادة الدولة ،**جريدة المساء**، الجزائر، الموقع:https://www.el-massa.com/dz/new/، 2021جانفي 28يوم

[3] _ أنظر المواد110، 116، 119، من الأمر 21-01، المتضمن القانون العضوي للانتخابات، المرجع السابق.

أقصاه 30 يوم[1]. مع العلم أن قرارات اللجنة يمكن الطعن فيها أمام المحكمة الدستورية في أجل شهر من تاريخ تبليغها. وقد يكون من الأفضل لو أن المشرع جعل اختصاص الطعن في هذه القرارات من صلاحيات القضاء الإداري، لكون اللجنة ذات طابع إداري وقراراتها من المفروض إنها إدارية وليست سياسية.مع إعطائها الاستقلالية الإدارية عن السلطة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات.

ثالثا: فعالية الإجراءات الواردة في قانون الانتخابات في تتبع مصدر:

وضع المشرع بموجب قانون الانتخابات مجموعة من الإجراءات الضوابط لضبط عملية التمويل الانتخابي، رغم أنه قد يوجد من يتحايل على هذه الإجراءات واقعيا بطرق أخرى ملتوية، وهو ما يدخل في عداد الجرائم الانتخابية.

غير أن الإجراءات التي وضعها القانون تبدو فعالة وكافية جدا للحد من تجاوز المتنافسين في العملية الانتخابية للحد الأقصى للإنفاق الانتخابي. فالمشرع من جملة الإجراءات لم يدخر جهدا في تتبع مصادر هذا التمويل. وبالتالي تستطيع الجهات المكلفة بالرقابة تتبع مصادر هذا التمويل بشكل دقيق جدا.

وتدور هذه الإجراءات كما جاء في قانون الانتخابات والقواعد التطبيقية له في مجموعة من القواعد الأساسية تظهر في التالي:

- وجود أمين مالي للحملة الانتخابي للمترشح أو قائمة المترشحين.
- فتح حساب بنكي لتلقي المساهمات والهبات.
- اشتراط دفع الهبات النقدية عبر الشيكات.
- اشتراك بنك الجزائر في عملية تتبع الحسابات الانتخابية.
- تسقيف نفقات الحملة الانتخابية للمترشحين.
- منع الشركات أو ما سماه رئيس السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، محمد شرفي بـــ " سوق النفوذ"، من تمويل المترشحين في الانتخابات، ما من شأنه الحد بشكل كبير من طغيان المال الفاسد في الانتخابات[2]. ذلك أن المادة 87 من قانون الانتخابات التي ذكرت مصادر التمويل حصرت في البند الثالث منها الهبات والمساعدات المقدمة من الغير في المواطنين كأشخاص طبيعية.

ثم أن عملية التثبت من جملة الأموال المقدمة والمستخدمة كنفقات في الحملة الانتخابية المنظمة لهذا الأمر فصل فيها المرسوم التنفيذي رقم 21-188.من خلال الإجراءات التالية:

---

[1] _ أنظر المرسوم التنفيذي رقم 21- 191مؤرخ في 5ماي 2021، يحدد شروط تحويل الفائض الناتج عن الهبات بعنوان حساب الحملة الانتخابية، إلى الخزينة العمومية ،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، عدد 33.

[2] _ شريفة عابد، جريدة المساء، المرجع السابق.

- الأمين المالي هو من يتسلم الهبات دون غيره، وهذه الهبة تكون محل وصل يقدم للواهب عن المبلغ الذي وهبه .

وهذا الوصل يتضمن مجموعة من البيانات حددتها المادة 03 من المرسوم .

- تسحب وصولات التسليم من قبل الأمين المالي من المنصة الرقمية للسلطة المستقلة للانتخابات، حيث تقوم بإعداد نموذج لها لجنة مراقبة الحملة الانتخابية. كما أن الأمين المالي يلتزم بتسليم وصل للواهب، إثباتا لما وهبه، و إرساله فورا إلى لجنة المراقبة عبر المنصة الرقمية للسلطة المستقلة للانتخابات. مع العلم أن الأمين المالي يمسك سجل خاص لمتابعة الوصلات المسلمة، مرقما ومؤشر عليه من قبل منسق المندوبية الولائية للسلطة المستقلة للانتخابات[1].

- منع التسليم اليدوي للأموال، حيث أن أي مبلغ يفوق ألف(1000) دينار يجب أن يكون التسليم عن طريق الشيك، ومنه فالتسليم النقدي لا يكون إلا إذا كان المبلغ أقل من أف دينار، وهو مبلغ زهيد جدا لا يتصور أن المترشح يضع نفسه في وضعية المتسول الذي يقبل بأي مبلغ كان، وحتى الواهب لا يقدم على تقديم مبلغ كهذا، وهي تؤثر على المترشح أمام نفسه وجمهوره.

وعليه فمن شأن هذه الإجراءات كلها إضفاء المزيد من الشفافية على تداول الأموال في الحملات الانتخابية؛ وتسهل بذلك عمل اللجنة المستحدثة لمراقبة تمويل الحملات الانتخابية .

المطلب الثاني: الرقابة القضائية على التمويل الانتخابي:

إلى جانب الرقابة الإدارية التي حددها قانون الانتخاب من خلال طريقة المحاسبة التي فرضها على ما يعرف بالتمويل الانتخابي، يترتب على عدم إيداع حساب الحملة الانتخابية لدى لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في الأجل القانوني وهو شهرين كما جاء في نص المادة 116 من القانون أعلاه، فإن حرمان المترشح أو قائمة المترشحين من تعويض نفقات الحملة الانتخابية. لكن في المقابل يمكن أن تكون هناك عقوبات قضائية بالحبس والغرامة في حال مخالفة قواعد التمويل الانتخابي الواردة في هذا القانون، وهو ما ورد في أحكام الباب الثامن من قانون الانتخابات تحت عنوان الجرائم الانتخابية. في المواد 288، 289، وكذا الحرمان من الانتخاب والترشح كما ورد في نص المادة 311 منه .ورقابة القضاء في هذه الحالة ليست رقابة مباشرة، إنما يتدخل لاحقا بعد أن تحرك الدعوى ضد المخالف من الجهات المختصة .

[1]_ أنظر المواد 4، 5من المرسوم 21- 188، المرجع السابق.

ومن استقراء هذه النصوص نجد أن هذه الجريمة الانتخابية المرتبطة بالتمويل والإنفاق الانتخابي تأخذ صورتين ،جريمة الحصول على تمويل مخالف لأحكام القانون، وجريمة مخالفة الأحكام المتعلقة بحساب الحملة الانتخابية[1].

أولا- جريمة الحصول على تمويل مخالف لأحكام القانون:

كما أشرنا إليه سابقا عند الحديث عن مصادر التمويل، نجد المادة 87 حددت تلك المصادر على سبيل الحصر ،وبالتالي يدخل في خانة الجرائم الانتخابية المعاقب عليها الحصول على تمويل مخالف لأحكام هذا القانون، وهو ما أكدت عليه المادة 288 بنصها" بغض النظر عن أحكام القانون المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، وأحكام قانون العقوبات، يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 400.00دج إلى 200.000 دج كل من قام بتمويل أو استفاد من تمويل مخاف للأحكام المحددة في هذا القانون العضوي". وعليه من خلال أحكام هذا القانون يمكن تحديد تظهر صور المخالف للتمويل القانوني في:

- تلقي المترشح تمويلا أجنبيا مهما كان نوعه من شخص طبيعي أو معنوي، أو دولة أجنبية، فهذا الأمر مخالف لأحكام هذا القانون بنص المادة 88 التي تمنعه منعا مطلقا، غير أن أحكام المادة 90 تجيز تلقي التمويل من الجزائريين المقيمين بالخارج بالنسبة للمترشحين في هذه الدوائر خارج الوطن. في حدود مراعاة الحد الأقصى للهبات. وهذا الذي تعمل به كثير من الدول، حفاظا على سيادتها ومؤسساته، وتحقيقا لمبدأ تكافؤ الفرص[2].
- يدخل في إطار التمويل الممنوع تدخل المؤسسات والشركات في تمويل المترشحين، ذلك أن المادة 87 حصرت تقديم الهبات فقط في الأشخاص الطبيعية دون المعنوية.
- يدخل بمنظور المادة 288 من قانون الانتخابات فإنه يدخل في إطار الجرائم الانتخابي تجاوز الحد الأقصى المقرر للحملة الانتخابية، باعتبار أن المادة 92بنفقات الحملة الانتخابية الرئاسية والمادة 94 حددت نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة انتخابية، وتجاوز ذلك يدخل في نطاق المخالفة لأحكام قانون الانتخابات فيما يتعلق بالتمويل والإنفاق.
- استعمال أموال ووسائل وأملاك الإدارة أو الأملاك العمومية لفائدة حزب أو مترشح أو قائمة مترشحين ،فهذا الأمر ممنوع بموجب المادة 83 من قانون الانتخابات، ذلك أن استخدام هذه

[1] _ أنظر غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 24-27.

[2] _غيتاوي عبد القادر، لمرجع السابق، ص 25.

الوسائل والأملاك هو تمويل لنفقات الحملة، وبالتالي يعاقب فاعل ذلك حسب المادة 289 بعقوبة الحبس من 6 أشهر إلى 03 سنوات، وبغرامة من 6000دج إلى 600.00دج.

وتظهر أركان هذه الجريمة في[1]:

- الركن المادي: المتمثل في قيام المترشح أو مترشحي القائمة بالإنفاق على الحملة بمبالغ تزيد عن هذا الحد الأقصى المقرر قانونا.
- الركن المعنوي: يتمثل في القصد الجنائي المتمثل في علم الجاني بقواعد التمويل وحدوده، واتجاه إرادته لمخالفة ذلك.

ثانيا- جريمة مخالفة الأحكام المتعلقة بحساب الحملة الانتخابية:

مسك حساب الحملة الانتخابية أحد الإجراءات الأساسية الواجب على أي مترشح للانتخابات الرئاسية أو التشريعية فتحه ومسكه، يبين هذا الحساب كما رأينا سابقا مجموع الأموال والهبات والمساعدات التي تلقاها المترشح. وفتح هذا الحساب هو مما يعزز من قواعد الشفافية، ويعزز الثقة في العملية الانتخابية، من خلال معرفة مصدر الأموال وتتبعها تطبيقا للنصوص القانونية. وهذا الحساب يقدم في الأخير إلى لجنة مراقبة الحسابات من قبل محافظ الحسابات كما جاء في نص المادة 110 من قانون الانتخابات، أين يقوم بوضع هذا الحساب قيد الفحص بعد مراقبته الوثائق الثبوتية.

وعليه عدم تقديم هذا الحساب، أو رفضه يدخل صاحب الشأن في دائرة المرتكب لجريمة انتخابية حيث جرمت المادة 311 من قانون الانتخابات هذا الفعل و شددة في العقوبة المترتب عنه، فبالإضافة لعقوبة الحبس والغرامة، هناك الحرمان من حق الانتخاب والترشح حيث جاء فيها " يعاقب بغرامة من 400.000 إلى 800.00دج وبالحرمان من حق الانتخاب وحق الترشح لمدة لا تتجاوز خمس5 سنوات، كل مترشح أو قائمة مترشحين في حالة عدم تقديم حساب الحملة الانتخابية أو قدم وتم رفضه من قبل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية."

[1] _ سعيد محمد توفيق، الحماية الجنائية للحملة الانتخابية النيابية في الجزائر ،**مجلة المفكر**، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد السابع عشر، جوان 2018، ص58.

خاتمـــــة

الخاتمة

ختاما لهذا البحث أرينا أن التشريع الانتخابي الجزائري حاول أن يجسد مبادئ الحملة الانتخابية، فحرص على تحقيق المساواة بين المترشحين استثناءا على نص الدستور ،فيساوى بينهم في مساحات الإشهار الانتخابي والحيز الزامي في وسائل الإعلام العمومية ،ولقد أكد حياد، لإدارة، الانتخابية من خلال استحداث سلطة مستقلة الانتخابات وتكريسها دستوريا، لتتولى إدارة الانتخابات مختلف العمليات الانتخابية بما فيها الحملة الانتخابية التي تم استحداثها من خلال القانون العضوي 21-01 بلجنة خاصة بمراقبة تمريرها بشفافية، وتحرص على التزام المترشحين بالقانون المحدد.

كما قيد التشريع الانتخابي الحملة الانتخابية بضوابط زمنية لممارسة الأنشطة المرتبطة بها من خلال تحديد فترتها وتوقيتها فحظر ممارستها قبل تلك الفترة وبعدها وحتى خارج ضبط المساحة المخصصة لكل مترشح أو كحزب حصر عدد تلك الأماكن اعتمادا على معيار الكثافة السكانية، وضبط أماكن تنظيم الاجتماعات والتجمعات الانتخابية وفي إطار الوقاية الحد من الخطاب الذي يحمل كراهية أو مساسا بثوابت الأمة أو رموز الدولة تم ضبط موضوع الحملة الانتخابية من خلال إلتزام المترشحين و الاحزاب بالتقييد ببرامجهم الانتخابية والسياسية، وحظر تقدمهم تلك البرامج للناخبين باللغة أجنبية ورتب جزاء على مخالفة هذا الحظر.

والحملة الانتخابية تتطلب أموالا ووسائل مادية تتفاوت فيها قدرات الأحزاب و المترشحين فقد تم ضبط مصادر تمويلها وتحديد سقفها دون بيان معيار معتمد في تحديد ذلك السقف مع إغفال النص على سقف نفقات الحملة الانتخابية للانتخابات المحلية إما رقابة اتفاقها فهي تقتصر على الإثباتات المقدمة من قبل المترشحين و الأحزاب.

ولا يفوتنا أن شير إلى أن الرقابة الفعالة لنفقات الحملة الانتخابية تتطلب نظاما ماليا صارما يتيح للجهات الرقابية تتبع مصادر التمويل للحملة الانتخابية وأوجه اتفاقها، وهذا ما تتفقده المنظومة المالية الجزائرية .

- كرس المشرع الجزائري في القانون العضوي المتعلق بالانتخابات رقم 01/21 القواعد والإجراءات لتتبع مصدر التمويل والإنفاق، كما هو معمول به في كثير من الدول، وبما يتوافق مع المعايير الدولية في هذا الشأن.

- حدد المشرع مصادر التمويل بشكل حصري ودقيق، وأي خروج عن تلك المصادر أو تجاوز لها يدخل في عداد الجرائم الانتخابية التي تترتب عنها عقوبات الحبس والغرامة، والمنع من الانتخاب والترشح لأجال معينة، ولهذا حاول المشرع ابعاد أي شبهة للمال الفاسد من التغلغل في الحياة السياسية.
- فرض المشرع مجموعة من الإجراءات الإدارية قبل بداية الحملة الانتخابية وبعد نهاية الانتخابات، كعامل أساسي في ترسيخ مبادئ الشفافية والمساواة والعدالة بين المترشحين، كفتح حساب بنكي، وتعين أمين مالي، والتعامل بالصكوك ،واشراف بنك الجزائر على تسيير هذه الحسابات، وتقديم حساب الحملة بعدنهاية الحملة الانتخابية، وهذا كله تعزيزا لثقة الجمهور في العملية الانتخابية .

غير أنه وإن كان المشرع الجزائري أقر مجمل الضمانات، وتكريس مبدأ تكافؤ الفرص والمساوة والشفافية في حماية العملية الانتخابية إلا أننا نقدم بعض الاقتراحات التي تصب في تعزيز هذا الإطار القانوني للتمويل الانتخابي على النحو التالي:

- ترك تحديد سقف التمويل والإنفاق الانتخابي للتنظيم مباشرة بدل تحديده في قانون الانتخابات، وأن يكون هذا التحديد بناء على مؤشر التضخم الذي تعرفه العملة، ويكون هذا التحديد كلما كنا أمام إجراء عملية انتخابية. وهذا حتى لا يتدخل المشرع في كل مرة لتعديل قانون الانتخابات .
- التأكيد على عدم خضوع الحساب المصرفي للحملة الانتخابية للسرية المصرفية، ونشر حساب الحملة للمترشح في الانتخابات الرئاسية في الجريدة الرسمية، زيادة في الشفافية وإبعاد لأي تأويل غير سليم.
- اعتبار أموال زوج المترشح وأصوله وفروعه من عناصر التمويل الذاتي، يمكن للمترشح استخدامها في الحملة الانتخابية.
- قد يكون من الأفضل منح القضاء الإداري اختصاص النظر في الطعون الموجهة ضد قرارات لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، بدل المحكمة الدستورية، ذلك أن قرارات هذه اللجنة هي قرارات إدارية وليست سياسية، وإعطاء هذه اللجنة الاستقلالية الإدارية عن السلطة المستقلة للانتخابات.

قائمة المصادر و المراجع

- **المصادر**

أولا – القرآن الكريم:

انظر لسان العرب لابن منظور، الجزء الأول ، دار صادر،بيروت،ص 784.

ثانيا: النصوص القانوني :

1-الأمر رقم 01/21 المؤرخ في 2021/03/10، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية، العدد17، سنة 2021.

2-أمر رقم01/21 مؤرخ في 26 رجب عام 1442 هـ الموافق لـ 10 مارس 2021م، يتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سبق ذكره، ص 16 إلى 18.

3-الأمر رقم 01/21 المؤرخ في 2021/03/10، يتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية ، عدد 17، مؤرخة في 2021/03/10.

4-المرسوم التنفيذي رقم 21- 190، مؤرخ في 05مايو 2021، يحدد كيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار ،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 33.

5-القانون العضوي رقم 07/19 المؤرخ في 2019/02/14 المتعلق بالسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، المنشور بالجريدة الرسمية ، العدد 55 ،2019 (ملغى).

6-قانون العضوي رقم 16-10 مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437هـ الموافق 2016م، المتعلق بنظام الانتخابات.

7-التعليمة رقم 05، الصادرة عن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، والموجهة إلى المندوبين الولائيين والولاة لتبليغ المسؤولية الإداريين المحلين المختصين بموجب إرسال رقم 09/ س.و.م.إ / الرئيس 2019، بتا ريخ 2019/12/16.

8-القانون العضوي رقم 05/12 يتعلق بالإعلام المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق لـ 12يناير 2012م، المنشور بالجريدة الرسمية ،عدد 02، الصادرة بتاريخ 21 صفر 1433هـ الموافق لـ 15 يناير 2012م.

9-قرار رقم 01 ق.م. د/ 2020 المؤرخ في 2020/01/08، المتضمن حساب الحملة الانتخابية للمترشح عبد المجيد تبو ن، المنشور بالجريدة الرسمية ، رقم 05،المؤرخة في 2020/01/09.

10- قرار مؤرخ في 29 سبتمبر 2019، الصادر عن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات،يحدد كيفيات إشهار الترشيحات للانتخابات.

- **قائمة المراجع**

- **الكتب :**

1-أحمد بوز، المال والسياسية دراسة في مالية الأحزاب السياسية، الطبعة الأولى، دار القلم لطباعة والنشر والتوزيع، المغرب، 2005.

2-زكرياء بن صغير، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها و أساليبها، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2004.

3-سعد المظلوم العبدلي، الانتخابات ضماناتها حرياتها و نزاهتها دراسة مقارنة، الطبعة الاولى، دار الدجلة، العراق، 2009.

4-صالح حسين علي العيد الله، الانتخابات كأسلوب ديمقراطي لتداول السلطة، دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2011 .

5-صفوت العالم، الشعارات و الرموز الانتخابية ، ط1، دار الطباعة للجامعات، 1989.

6-صلاح الدين فوزي، النظم و الإجراءات الانتخابية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1985.

7-عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، ط1، المؤسسة الحديثة، لبنان، 2014.

8-عبد الله زلط، الرأي العام و الإعلام ، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2001.

9-عبد المومن عبد الوهب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية الجزائرية، دار الألمعية للنشر و التوزيع ، الجزائر،2011.

10- محمد بركات، النظام البرلمان، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2017.

11- محمد رفعت عبد الوهاب، القانون الدستوري: المبادئ الدستورية العامة ، النظام الدستوري المصري ،دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

12- محمد سعد أبو عامود، التسويق السياسي و إدارة الحملات الانتخابية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008.

13- محمد عبد القادر حاتم، الإعلام و الحملة، نظريات و تجارب، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1978.

14- محمد منير حجاب إدارة الحملات الانتخابية (طريقك للفوز في الانتخابات) الطبعة الأولى، دار دجلة للنشر و التوزيع عمان الأردن سنة 2009.

15- هملت سعدون غريب، الضوابط القانونية لتمويل الأحزاب السياسية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر ، 2015.

- **الرسائل الجامعية**

1-أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة لعملية الانتخابات في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علوم قانونية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، الجزائر، 2016.

2-اليمين بن ستيرة ضمان الحقوق الانتخابية في مرحلة ما قبل الاقتران ،أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، 2018-2019.

3-لامية حمادة، طالبة دكتوار ، كاملة نادية، الرقابة على تمويل دولي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 1995، سكيكدة.

4-محمد بوفرطاس ، الحملات الانتخابية (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و التشريع الفرنسي)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة منتوري قسنطينة ،2010-2011.

5-تنهان ولد أحمد، أثر النظام الانتخابي على التحول الديمقراطي في الجزائر (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019/2018.

- **المجلات و الجرائد**

1- عبد الجبار شعيبي، "الحملة الانتخابية في الجزائر بين قانونية الممارسة و التطبيق" ، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول إصلاح النظام الانتخابي في الجزائر(الضروريات و الآليات)، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة جيجل ،يومي 08-09 ديسمبر 2010.

2- عبد الجبار شعيبي، الحملة الانتخابية في الجزائر بين قانونية الممارسة و التطبيق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأخوة منتوري، قسنطينة، مجلد 27، العدد 2016/12/23.

3- نور الدين فكاير، "المنظومة الانتخابية الجزائرية و حياد الإدارة"، مجلة النائب، المجلس الشعبي الوطني، العدد23.

4- عبد الحفيظ أدمينو، "لحظات من الزمن الانتخابي: الحملة الانتخابية في دائرة قروية"، المجلة المغربية للعلوم السياسية و الاجتماعية ،ج7، العدد4 (سبتمبر 2013).

5- محمد نعرورة، نظام الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية، عدد 3، جوان 2011.

6- عمار بوجلال ، الإطار القانوني والسياسي لتنظيم الحملات الانتخابية الرقابة على استعمال وسائل الاعلام واستعمال النفوذ و النقود في الحملات الانتخابية ،**مجلة المعيار**، 6، العدد 11.

7- سعيد محمد توفيق، الحماية الجنائية للحملة الانتخابية النيابية في الجزائر ،**مجلة المفكر**، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد السابع عشر، جوان 2018.

8- غيتاوي عبد القادر، النظام القانوني لتمويل الحملات الانتخابية – دراسة مقارنة-، **حوليات جامعة الجزائر1**، الجزائر، العدد 32، الجزء الأول ،2018.

- **المواقع الالكترونية**

1- فريد مزياني، الرقابة على العملية الانتخابية، على الموقع الالكتروني:
www.univ-biskra.dz/droit/revues/elmofkir/sommaire/rs/nf505.pdf .

2- الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات ،**الانفاق الانتخابي**، ص 03، الموقع:
http://www.lade.org.lb

3- مبادرة حول البيانات الانتخابية المفتوحة ،**الفئات الأساسية للعملية الانتخابية**، الموقع:
https://openelectiondata.net/ar/guide/key-categories

4- مكتب المؤسسات الديمقراطية وحقوق الانسان(ODIHR)، **دليل مراقبة التمويل الانتخابي**، ص 07، الموقع: https://www.osce.org/files/f/documents/6/e/215856.pdf

5- الجمعية العامة للأمم المتحدة ،**اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد**، 21نوفمبر2003، الموقعhttp://hrlibrary.umn.edu/arabic/UNCAC.pdf

6- لجنة تمويل الحملة الانتخابية ،**مذكرة توجيهية رقم 01**، مؤرخة في 16-05-2021، تحدد بعض صالحيات المترشح الموكل من قبل الحزب أو القوائم الحرة وعلاقته بالأمين المالي للحملة الانتخابية، https://ccfce.ina elections.dz

7- شريفة عابد ،مراقبة تمويل الحملات الانتخابية يضمن استقلالية المترشحين وسيادة الدولة ،**جريدة المساء**، الجزائر، يوم 28جانفي 2021،
الموقع:https://www.el-massa.com/dz/new/

المراجع باللغة الأجنبية:

1- Gilles et Jean – Philippe Jal , les partis politiques vie politiques français ,chronique social ,lyon ,France ,2014 .

فهـــرس المحتويـــــات

فهرس المحتويات:

العنـــــــــــــــوان	الصفحة
شكر و عرفان	
إهداء	
مقدمة	أ – ه
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية	
المبحث الأول : ماهية الحملة الانتخابية	07
المطلب الأول : تعريف الحملة الانتخابية وخصائصها	07
الفرع الأول: تعريف الحملة الانتخابية	07
الفرع الثاني: خصائص الحملة الانتخابية	10
المطلب الثاني: المبادئ الضابطة للحملة الانتخابية	12
الفرع الأول: مبدأ المساواة	12
الفرع الثاني: مبدأ الحياد	13
الفرع الثالث: مشروعية الوسائل المستعملة و احترام المواعيد المقررة	14
المبحث الثاني: ضوابط سير و إجراءات الحملة الانتخابية	16
المطلب الأول: ضبط زمان ومكان إجراء الحملة الانتخابية	16
الفرع الأول: ضبط مدة الحملة الانتخابية	16
الفرع الثاني: ضبط مكان إجراء الحملة الانتخابية	17
المطلب الثاني: ضبط موضوع الحملة الانتخابية	19
المطلب الثالث: أنواع و مراحل الحملة الانتخابية	21
الفرع الأول: أنواع الحملات الانتخابية	21
أولا : تقسيم الحملات الانتخابية على أساس طبيعة الاتصال:	21
ثانيا: تقسيم الحملات الانتخابية على أساس إستراتيجية الحملة الانتخابية.	23
الفرع الثاني: مراحل الحملة الانتخابية	24
أولا– مرحلة التخطيط للحملة الانتخابية:	24
ثانيا–مرحلة التقديم و الانتشار :	25
ثالثا– مرحلة التركيز والحسم:	25

الفصل الثاني: آليات وضمانات الحملة الانتخابية وفق قانون الانتخابات2021 في الجزائر	
المبحث الأول: كيفية تمويل الحملة و أهميتها ومصادرها	28
المطلب الأول: كيفية تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر	28
الفرع الأول: تمويل الحملة الانتخابية في ظل القانون العضوي لسنة 2016	28
الفرع الثاني: تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر وفق القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات لسنة 2021	28
الفرع الثالث:تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر بين القانون العضوي لسنة 2016-2021	31
المطلب الثاني: أهمية التمويل في إدارة الحملة الانتخابية:	33
المطلب الثالث: مصادر التمويل الانتخابي.	34
أولا: مصادر التمويل الخاصة:	34
ثانيا- مصادر التمويل العمومي:	36
المطلب الرابع: مصادر تمويل الحملة الانتخابية	38
الفرع الأول :التمويل الخاص	38
الفرع الثاني: التمويل العام	41
المبحث الثاني: الرقابة على التمويل الانتخابي و أثرها على العملية الانتخابية	45
المطلب الأول: الرقابة الإدارية على التمويل الانتخابي	46
أولا- إجراءات الرقابة الإدارية على عملية التمويل الانتخابي:	46
إجراءات الرقابة على التمويل قبل بدأ الحملة الانتخابية:	46
إجراءات الرقابة على التمويل الانتخابي بعد نهاية الانتخابات:	47
ثانيا- دور لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية:	49
ثالثا: فعالية الإجراءات الواردة في قانون الانتخابات في تتبع مصدر:	50
المطلب الثاني: الرقابة القضائية على التمويل الانتخابي:	52
أولا- جريمة الحصول على تمويل مخالف لأحكام القانون:	52
ثانيا- جريمة مخالفة الأحكام المتعلقة بحساب الحملة الانتخابية:	53
الخاتمة	56
قائمة المصادر و المراجع	59

الملخص:

تهدف دارستنا التي تتمحور حول تمويل الحملة الانتخابية في ظل القانون العضوي الجديد2021م إلى انه من خلال تعدد المترشحين في الانتخابات يشتد التنافس بينهم، فكل مرشح يحاول أن يبرز نفسه بالإعلان عن برنامجه ومقترحاته السياسية وفق ما يقتضيه القانون وكذلك ما يعرف بالحملة الانتخابية ولكي لا تعم الفوضى وضع المشرع الجزائري مجموعة من القوانين لتنظيمها من توقيت ومدة الحملات الانتخابية و مصادر تمويلها وكما تهدف هذه الدراسة إلى تسويق الحملات الانتخابية مع تحديد عوامل نجاح الانتخابات والتي يجب أن تكون مسلمة ونزيهة وإلا كنا أمام منازعات في القائمة الانتخابية.

وفي الأخير توصلنا إلى أن تمويل الحملة الانتخابية يتم وفق استراتيجيات وأساليب محددة وفي مدة معينة وفي ظل ما يقتضيه القانون الانتخابي.

Résumé

Notre étude, qui porte sur le financement de la campagne électorale dans le cadre de la nouvelle loi organique 2021, vise à intensifier la concurrence entre les candidats aux élections.

Chaque candidat essaie de se mettre en valeur à travers son programme électoral et ses propositions politiques en fonction de ce que la loi exige, ainsi que de ce que l'on appelle la campagne électorale. Les campagnes électorales avec le renouvellement de leurs facteurs de succès, qui doivent être équitables, sinon nous serions face à des contestations sur la liste électorale.

Au final, nous avons conclu que le financement de la campagne électorale s'effectue selon des stratégies et des méthodes précises, dans un délai précis, et à la lumière des exigences de la loi électorale.