



جامعة العربي التبسي تبسة - الجزائر
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر
تخصص: قانون إداري
بعنوان

ضوابط الحملة الإنتخابية

إشراف الأستاذ :

معمر بوخاتم

إعداد الطالبان:

✓ معمر مرخي

✓ يونس طراد

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ مساعد - أ -	نوال بوديار
مشرفا ومقررا	أستاذ مساعد - أ -	معمر بوخاتم
عضوا ممتحنا	أستاذ مساعد - أ -	علاء الدين عشي

السنة الجامعية: 2018/2017

الكلية لا تتحمل أي مسؤولية على ما يرد في هذه

المذكرة من آراء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ
الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ
مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ
وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نَوْارٌ عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَ
يُخْرِجُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ "

صدق الله العظيم

شكر و عرفان

بحمد الله و فضله و بعد اكتمال هذا العمل المتواضع نشكر
الله عز و جل الذي وفقنا في انجاز هذه المذكرة، الحمد لله
الذي بنعمة تتم الصالحات و كذلك أشكر جزيل الشكر الأستاذ
المشرف: "بوخاتم معمر" لمساعدتنا في هذا العمل.

كما لا يفوتنا أن نشكر مسبقا لجنة المناقشة على التفضل و مناقشة
موضوع المذكرة.

و في الأخير تحية شكر و عرفان إلى كل من ساعدنا من قريب
أو بعيد في تحضير و انجاز هذا العمل....

الإهداء

أهدي هذا العمل....

✓ إلى الوالدة الكريمة أطال الله في عمرها...

✓ إلى والدي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه..

✓ إلى الزوجة الكريمة وأبنائي الأعماء...

✓ إلى إخوتي الأعماء...

✓ إلى كافة أهلي أصدقائي...

مروخي معمر

الإهداء

أهدي هذا العمل....

- ✓ إلى الوالدة الكريمة أطال الله في عمرها...
- ✓ إلى والدي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه..
- ✓ إلى الزوجة الكريمة و ابني العزيز "سيفه الدين"...
- ✓ إلى إخوتي الأعماء...
- ✓ إلى كافة أصدقائي و أخص بالذكر "محمد الرزاق جفالي" و "محمد الكريم جفالي"...

طراد يونس

المقدمة

المقدمة

إن الحملة الانتخابية تنظيم قانوني وكذا قواعد عدة أوجدها المشرع الجزائري سعيا منه للتنظيم الجيد الذي يضمن المساواة بين جميع المترشحين، حيث حدد إطارها الزمني و لم يجعلها مفتوحة المدة الشيء الذي يجعل من مراحل العملية الانتخابية منظمة بعيدا عن التداخل والفوضى، كما عمد المشرع إلى تحديد الوسائل القانونية التي يسمح للمترشحين استعمالها في حملاتهم الانتخابية.

هذا التحديد يمكننا المترشحين من عرض البرامج الانتخابية لجمهور الناخبين بكل سهولة، كما أن المشرع و مراعاة لمبدأ المساواة بين المترشحين فرض تنظيم مالي خاص لتمويل الحملة الانتخابية من خلال تحديد مصادر التمويل التي يمكنهم أن يعتمدوا عليها لتمويل حملاتهم الانتخابية و جعلها على سبيل الحصر، كما وضع حدا أقصى لنفقات الحملة الانتخابية وهذا باختلاف نوع الانتخابات ومن اجل تجسيد النظام القانوني للحملة الانتخابية، فرض المشرع الجزائري ضوابط وقيود على الحملة الانتخابية حماية لهذه العملية وتقريراً لمبدأ المساواة بين جميع المترشحين للفوز في الانتخابات، وكضمانة لتحقيق هذه الأهداف تم استحداث هيئة دستورية لمراقبة مدى احترام هذه الضوابط حفاظا على نزاهة العملية الانتخابية تتمثل في الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بموجب دستور 2016 وقد حلت محل اللجنة الوطنية للإشراف على الانتخابات سابقا، كما أوكل المشرع مهمة مراقبة الجانب المالي للحملة الانتخابية بسبب الدور الذي تلعبه الأموال في توجيه مصير الانتخابات خوفا من سيطرة أصحاب رؤوس الأموال على المناصب السياسية في الدولة، هذه المهمة أوكلها المشرع للمجلس الدستوري كجهة رقابة على نفقات الحملة الانتخابية.

و من خلال هذا العرض نطرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في وضع الضوابط التي تكفل حسن سير مختلف الاستحقاقات الانتخابية بشكل يضمن التنافس النزيه و يحقق المساواة بين المترشحين؟.

• تعود أسباب اختيار الموضوع إلى جانبين: الأول شخصي وهو الميل إلى مواضيع قانون الانتخابات والجو التنافسي بين المترشحين، خصوصا وأن هذه العملية تتم بصورة علنية.

أما الجانب الموضوعي فرغم أن مواضيع قانون الانتخابات متداولة بين الباحثين والكتاب إلا أن موضوع الضوابط المتعلقة بالحملة الانتخابية ونظرا لكثرة التعديلات على قانون الانتخابات فانه يلاحظ قلة المراجع في هذا المجال باستثناء وجود مراحل تتناول الموضوع في جزئيات صغيرة، لكن هذا لا يمكن من المحاولة والاجتهاد أحيانا، كما أن البحث في المستجدات التي جاء بها القانون الانتخابي الحالي من أولى الأولويات، هذا الأخير الذي يعتبر المنطق الأساسي لتنظيم الانتخابات بما في ذلك الحملة الانتخابية.

• ومن حيث أهمية الموضوع فلا شك أن التطرق إلى تنظيم الحملات الانتخابية وبيان الضوابط التي تحكم الحملة الانتخابية، يعود على المهتمين بهذا الجانب بالفائدة سواء من الناحية العلمية من خلال الآراء والتحليلات التي قد تساعد الباحثين في هذا المجال، أو من الناحية العملية حينما يقدم الموضوع التوضيحات والمستجدات الحاصلة في مجال الضوابط والأطر التي تحكم الحملة الانتخابية خصوصا في ظل قانون انتخابي كثير التعديل.

وتجدر الإشارة كذلك إلى أن الدراسات السابقة للموضوع محل البحث موجودة إلا أنها كانت عبارة عن جزء من دراسات ومؤلفات لبعض الباحثين تطرقوا إلى موضوع تنظيم الحملات الانتخابية، وما يميز دراستنا لهذا البحث هو الاعتماد على التقنين الجديد

الذي جاء به المشرع الجزائري خصوصا في ظل التعديل الدستوري لسنة 2016 واستحداث الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات.

إن المنهج المتبع في دراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لأننا بصدد التطرق إلى دراسة تنظيم قانوني وضعه المشرع الشيء الذي يستوجب معرفة كيف نظم المشرع الجزائري الحملة الانتخابية وكذا الضوابط التي وضعها لحسن سير العملية الانتخابية وهذا يفرض المنهج الوصفي، كما أن دراستنا تنصب على تحليل النصوص القانونية وهو ما يفرض المنهج التحليلي.

الخطة المتبعة في الدراسة:

لمعالجة الإشكالية المطروحة ارتأينا تقديم هذا الموضوع إلى فصلين، الأول: تطرقنا فيه إلى تنظيم الحملات الانتخابية من خلال بيان مفهوم الحملة الانتخابية في مبحث أول و بدوره تم تقسيمه إلى ثلاث مطالب تخص تعريف الحملة الانتخابية و أنواع الحملة الانتخابية وأخيرا أساليب الحملة الانتخابية، أما المبحث الثاني فخصصناه لخصائص الحملة الانتخابية وأهميتها وأخيرا المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى المبادئ التي تحكم سياق الحملة الانتخابية وهي مبدأ المساواة ومبدأ حياد الإدارة و سلامة الإجراءات و الوسائل المستخدمة في الحملة الانتخابية. أما الفصل الثاني من الموضوع فقد خصصناه للضوابط التي تحكم سير الحملة الانتخابية وذلك في ثلاث مباحث: الأول يتعلق بالضوابط الزمانية والمكانية وجزء مخالفة هذه الضوابط، والمبحث الثاني للضوابط المرتبطة بوسائل الحملة الانتخابية المتمثلة في الملصقات اللافتات الدعائية وتنظيم استعمال وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية، بالإضافة إلى المحظورات المتعلقة بالحملة الانتخابية والأحكام الجزائية المرتبطة بمخالفتها. وأخيرا الضوابط المتعلقة بتمويل الحملات الانتخابية دون أن ننسى دور الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في مراقبة مدى احترام هذه الضوابط وكذلك دور المجلس الدستوري في مراقبة نفقات الحملة الانتخابية.

الفصل الأول: تنظيم الحملات الانتخابية

- المبحث الأول: مفهوم الحملة الانتخابية.
- المبحث الثاني: خصائص الحملة الانتخابية و مضمونها.
- المبحث الثالث: المبادئ التي تحكم سياق الحملة الانتخابية.

تعد الحملة من أقدم الأنشطة البشرية التي مارسها الإنسان منذ بدء الخليقة، بهدف الوصول إلى الحكم، حيث تنوعت أشكالها وأساليبها وأنماطها عبر العصور، بدءاً من النار والدخان والطبول والزيارات و الرسوم والتماثيل ثم الكتابة للطباعة، ثم الإذاعة... الخ، حيث تستخدم لإقناع وتوجيه العامة والخاصة إلى ما يريده أو لأوامر أصحاب المصالح، بل واستخدمت في تزيين الظلم وإظهاره في صورة الحق والفضيلة، وقد ساعد تطور وسائل الاتصال المختلفة على تطور وسائل الأساليب الدعائية وتزايد قوتها وقدرتها على التأثير في تغيير وتشكيل السلوك الإنساني.

وحتى يتسنى لنا الإلمام بموضوع الحملة الانتخابية، ينبغي التطرق إلى مفهوم الحملة الانتخابية في المبحث الأول، ثم خصائص الحملة الانتخابية و أهميتها في المبحث الثاني، و في المبحث الثالث تطرقنا إلى المبادئ التي تحكم سباق الحملة الانتخابية.

المبحث الأول: مفهوم الحملة الانتخابية

تعد الحملة الانتخابية إحدى المراحل المهمة التي تشملها العملية الانتخابية، وآخر فرصة تعطي للمرشح من أجل استخدام مختلف الوسائل والأساليب المتاحة له قصد التأشير على سلوك الناخبين والفوز بأصواتهم. وسنتناول في هذا المبحث تعريف الحملة الانتخابية في مطلب أول، ونقسم المطلب بدوره إلى فرعين الأول: نتطرق فيه للتعريف اللغوي للحملة الانتخابية، بينما الفرع الثاني التعريف الاصطلاحي للحملة الانتخابية، أما المطلب الثاني فنخصصه لأنواع الحملات الانتخابية وهي ثلاثة أنواع خصصنا لكل منها فرع، ففي الأول حملات الاتصال المباشر والثاني للحملات الإعلامية أما في الفرع الثالث الحملات الالكترونية بعد ظهور التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، وأخيرا في المطلب الثالث أساليب الحملة الانتخابية قسم بدوره إلى فرعين الأول تضمن الأساليب الشرعية للحملة الانتخابية، أما الثاني الأساليب غير الشرعية التي يستخدمها المترشحين الذين يفتقدون لمقومات النجاح في استقطاب الناخبين.

المطلب الأول: تعريف الحملة الانتخابية

الفرع الأول: المعنى اللغوي

- جاء في لسان العرب لابن منظور¹ " حمله على أمر يحمله حملا فانحمل: أغراه به".
" وتحامل في الأمر وبه تكلفة على مشقة وإعياء".
" وتحامل عليه : أي كلفة ما لا يطيق".
- وجاء في معجم الصحاح للجوهري: " حمل عليه في الحرب حملة، قال أبو زيد : يقال حملت على بني فلان إذا أرشت و حمل على نفسه في اليسر أي أجهدا
فيه. " ¹

¹- انظر لسان العرب لابن منظور، الجزء الأول، دار صادر- بيروت ص 784 .

- أما معجم محيط المحيط جاء فيه: " أن الحملة الكرة في الحرب وما يحمله الحامل دفعة واحدة و حامل عليه في الحرب حملة : كر " ².

الفرع الثاني: المعنى الاصطلاحي

تعرف الدكتورة سامية محمد جابر الحملة الانتخابية على أنها: " هي التي تشتمل مجموعة تدابير واستعدادات مثل: الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم، واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية، أو في مجال نشر التحديدات ويكون لها أهداف محددة، غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة و تستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، و غالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة. ³"
ما يلاحظ على هذا التعريف انه أهمل وسائل الاتصال الشخصي التي تعد من أهم وسائل الاتصال فاعلية.

كما عرفها الدكتور محمد كمال قاضي بـ "مجموعة الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المرشح بغرض إعطاء صورة حسنة للجماهير والناخبين عن سياسته وأهدافه ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والإمكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجماهيري وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات" ⁴. الملاحظ أن هذا التعريف ركز وسائل الاتصال الجماهيري في حين أهمل دور الاتصال الشخصي والمدة الزمنية الخاصة بالحملة الانتخابية.

يعرفها الدكتور عبد الوهاب الكيلاني بأنها: " الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحددة رسميا وقانونيا والتي يقوم المرشحون خلالها بعرض برامجهم على الناخبين، وقد لجأ

¹- أنظر معجم الصحاح تاج اللغة و صحاح العربية لإسماعيل ابن حماد الجوهري، الطبعة الرابعة-القاهرة ج4 سنة 1987.

²- أنظر محيط المحيط، قاموس مطول للغة العربية، تأليف معلم بطرس البستاني مكتبة لبنان-بيروت ،دون تاريخ ص 195 .

³- سامية م جابر:الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث،النظرية والتطبيق،دار المعارف الجامعية-مصر،1984 ص 161.

⁴- د.محمد كمال قاضي:الحملة الانتخابية و النظم البرلماني المصري، مكتبة مدبولي-مصر 1987 ص 117 .

المشرع إلى حصر المعركة في شبكة من القواعد القانونية وذلك بان تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات من أجل حملتهم الانتخابية.

ويؤخذ على هذا التعريف أنه لم يتعرض لوسائل الاتصال بصفة عامة ولم يركز على الجانب القانوني مع إهمال الوظيفة الإعلامية للحملة الانتخابية، كما أهمل الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الحملة الانتخابية.

كما يعرفها أوليفيه دوهاميلالي فامني بقوله: " أن الحملة الانتخابية هي الحملة التي تحدد النصوص مدتها والتي تستخدم فيها الأساليب التي يسمح بها التشريع الانتخابي وحدها، غير أن أعمال المرشحين غالبا ما تتجاوز حدودها مما يطرح بشكل حاد معضلة احترام الأحكام القانونية." ما يؤخذ على هذا التعريف انه لم يتعرض إلى الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الحملة الانتخابية كما أهمل وسائل الاتصال وركز فقط على الجانب القانوني.

وهناك من يرى بأن الحملة الانتخابية " عبارة عن مجموعة من الأعمال التي يقوم بها المرشح أو الحزب بهدف إعطاء صورة حية لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي " وأيضا بقصد تكوين رأي عام موحد يمثل اتجاهها سياسيا محددًا للحزب وأنصاره ويستطيع الحزب أو المرشح الوصول عن طريق هذا الرأي إلى السلطة.¹

من خلال ما سبق يمكننا تعريف المعركة الانتخابية بأنها: " الفترة الزمنية التي تسبق يوم الانتخاب والمحددة قانونا، تقوم خلالها المنافسة الرسمية والمشروعة بين المرشحين والأحزاب السياسية قصد السيطرة على إرادة الناخب وحصد أكبر عدد من الأصوات مستعملة لذلك مختلف الأساليب والوسائل المشروعة."

¹ د. محمد فرغلي محمد علي: نظم وإجراءات انتخاب أعضاء المجالس المحلية في ضوء القضاء و الفقه، دراسة تأصيلية و تطبيقية لنظام الانتخاب المحلي في مصر و الدول العربية، دار النهضة العربية، -، 1988 ص 640.

المطلب الثاني: أنواع الحملات الانتخابية

تتقسم الحملات الانتخابية إلى ثلاثة أقسام:

الفرع الأول: حملات الاتصال المباشر

تتواصل هذه الحملات مع الناخبين في الدائرة الانتخابية من خلال برامج الاتصال المباشر التي تعمل على خلق علاقات ودية بين المرشح والناخبين وبناء أواصر الثقة والعلاقات متميزة بين المرشح والمواطنين في دائرته الانتخابية.

الفرع الثاني: الحملات الإعلامية

تحقق هذه الحملات أهداف المرشح من خلال التركيز على استخدام الوسائل الاتصالية العامة للوصول إلى الناخبين وتتضمن إعداد وتصميم وتنفيذ المطبوعات الإعلامية كالنشرات والملصقات والكتيبات، وإعداد وتنفيذ الإخبار والبيانات والتصريحات الصحفية وبرامج استخدام وسائل الاتصال الجماهيري والصحافة والإذاعة والتلفزيون.¹

الفرع الثالث: الحملات الإلكترونية

ويتم توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في دعم العملية الانتخابية للمرشح من خلال إنشاء مواقع إلكترونية للدعاية الانتخابية ومن خلال قوائم البريد الإلكترونية التي تلعب دورا كبيرا في إيصال رسالة المرشح للناخبين.²

¹- محمد بوفطاس-الحملات الانتخابية،دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و التشريع الفرنسي، أطروحة دكتوراه في العلوم-كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة الإخوة منتوري ،قسنطينة 2010-2011 96.

²- محمد منير حجاب:ادارة الحملات الانتخابية،طريقك للفوز في الانتخابات،دار النشر و التوزيع،ط2 القاهرة 2007 ص 23 .

المطلب الثالث: أساليب الحملة الانتخابية

تختلف الأساليب المستخدمة في الحملة الانتخابية باختلاف مدارس الحملة إلا أنه يمكن تقسيم هذه الأساليب إلى قسمين أساسيين هما: الأساليب الشرعية أي القانونية وتمتاز باحترامها للقانون وقواعد الأخلاق، وأساليب غير شرعية لا تتطابق والقانون وتخالف الأخلاق.

الفرع الأول: الأساليب الشرعية

1- أسلوب التبسيط: وهو لجوء القائم بالعملية الاتصالية في الحملة الانتخابية بتجزئة الأهداف والبرامج إلى نقاط محدودة بوضوح قدر المستطاع¹، هنا يقوم القائم بعملية الحملة الانتخابية كلما بكل البيانات والنقاط والبرامج والتصريحات ويعتمد عليها في صياغة نص مختصر وواضح يعرضه على هيئة الناخبين من ذلك ما قام به المرشح للانتخابات الرئاسية الجزائرية سنة 1999 السيد مقداد سيفي في اختصار برنامجه إلى 77 نقطة بداية بحديثه عن كيفية استعادة السلم المدني إلى عرضه لمخلص برنامجه.

2- أسلوب التكرار: كثيرا ما يستعمل أسلوب التكرار في الحملات الانتخابية بغرض إقناع الناخبين والتأثير في سلوكهم ولذلك يقوم التكرار بدور فعال في الحملة الانتخابية على النحو الآتي:

- يقوم بدفع جمهور الناخبين الذي لم يلفت انتباههم برنامج المرشح خلال التقديم السابق في الحملات الانتخابية إلى إدراكه أي إدراك الحملة الانتخابية.
- أما الدور الثاني فيمكن حصره في التذكير ببرنامج المرشح و ذلك بتكراره حتى يرسخ في ذاكرة الجمهور المستهدف فلا ينسى وهذا هو الهدف المراد غالبا.

¹- د. زكرياء بن صغير: الحملات الانتخابية الرئاسية في الصحابة الجزائرية، جامعة بغداد 2002 ص 46.

• بما أن فعالية التكرار أثناء الحملة الانتخابية لا تنحصر في دور التقديم والتذكير فقط إن لا يكفي أن يقدم المرشح برنامجه فحسب بل يجب الوصول بهذا البرنامج إلى مختلف شرائح المجتمع حتى يكون كل فرد من هؤلاء وعن طريق المتابعة في حالة التقبل.

• التكرار في حالات كحالة الحملة الانتخابية يملك فكر بعضهم لدرجة إحداث نوع من الهاجس لديهم، فبدلاً من إدراك هذه الحملات وبطريقة فاترة، فإنهم يستقبلونها آملين في الوقت نفسه التخلص من إزعاجها لهم، و هذا ما يدفعهم إلى متابعتها باستمرار لاستكشاف السلسلة بأكملها لاسيما إذا كانت تعمل نوعاً من التشويق.¹

كما أن التكرار المتواصل في الحملات الانتخابية يمكن أن يولد شعوراً لدى هيئة الناخبين بقوة مرشح عن آخر و يخلق الثقة تجاهه مما يجعله جدير بثقة الناخبين.

3- أسلوب الصورة السياسية والشعارات: تعد الصورة أحسن أشكال التعبير في الحملة الانتخابية، لهذا تفرض نفسها بشكل كبير في التظاهرات السياسية ولذلك يهتم القائمين بالحملات الانتخابية بالصورة بوصفها منتوجاً قائماً بذاته يتحكم في السوق الانتخابية.

رغم أن الصورة عبارة عن ورقة إلا أنها نص مصور تمثيلي أو خطي وهي موجهة لجمهور الناخبين بحيث قد تلتصق في أماكن عمومية أو تظهر داخل صفحات الجرائد كما قد توزع في إطار التجمعات والتظاهرات والمسيرات.

أما الشعار الانتخابي فهو جملة انتخابية أو مفردات كلمات موحية تلخص مبادئ الحزب وأهدافه أو برنامجه الانتخابي²، كما تعمل الشعارات بنوعيتها سواء كمفردات لكلمات موحية مثل: الحرية و الديمقراطية... الخ، أو جمل انتخابية مثل: قول مأثور أو بيت شعري أو آية قرآنية أو تصريح زعيم... الخ على ترسيخ أفكار مرشح لدى جمهور الناخبين.

4- أساليب المناظرات الانتخابية: المناظرة الانتخابية هي أسلوب من أساليب الحملة الانتخابية المستجدة، وهي عبارة عن مبارزة كلامية انتخابية علنية بين المتنافسين يديرها

¹- د. زكرياء بن صغير: المرجع السابق ص 47.

²- د. محمد كمال قاضي: المرجع السابق ص 134.

أفراد أو هيئات محايدة و الحكم فيها هو هيئة الناخبين¹. وتهدف المناظرة إلى إبراز وجهات النظر المختلفة للمرشحين من خلال عرض برامجهم و طرح أفكارهم و مواقفهم تجاه قضايا مهمة.

5- أسلوب البرامج الانتخابية: يعد أسلوب تقديم البرامج الانتخابية من طرف المرشحين سواء كانوا أحزابا أو أفرادا من أهم الأساليب الانتخابية في الدول الديمقراطية، والأسلوب الحاسم في الفوز بالانتخابات.²

وتجدر الإشارة إلى أن هذا الأسلوب لا يعد من الأساليب المؤثرة في هيئة الناخبين لدى معظم دول العالم الثالث إذ أن المعايير الشخصية والاعتبارات الفردية من أهم المعايير الانتخابية في الجزائر، وفي مصر على سبيل المثال لا الحصر فالاتصالات الشخصية والاعتبارات الفردية والخدمات التي يؤديها المرشح لأبناء الدائرة هي عوامل النجاح الأساسية خاصة في الانتخابات البرلمانية والمحلية، ويترتب على ذلك عدم اهتمام المرشحين أحزابا أو أفرادا كانوا بتقديم برامج انتخابية للهيئة الناخبة.

6- توجد كذلك أساليب اتصال انتخابية مشروعة مبتكرة³ إلى جانب الأساليب السالف ذكرها تتمثل فيما يلي:

- أسلوب الحصار الضاغط.
- أسلوب المبالغة و التهويل.
- أسلوب العزف على الأوتار الحساسة.
- أسلوب الربط بين الحزب و رئيس الحزب.
- أسلوب الهدايا الانتخابية.
- أسلوب الانجازات البرلمانية.
- أسلوب استخدام المباريات الرياضية في الحملة الانتخابية.

¹-د.محمد كمال القاضي المرجع نفسه ص 195.

²-د.محمد كمال القاضي المرجع نفسه ص 127.

³-د.محمد كمال القاضي المرجع نفسه ص 120-140.

- استخدام المناسبات الدينية في الحملة الانتخابية.
- أسلوب الزيارات الانتخابية.
- استخدام المقاهي العامة كمقرات انتخابية للمرشحين.
- استخدام شرائط التسجيل الانتخابية.

الفرع الثاني: الأساليب غير الشرعية (غير الأخلاقية)

يلجأ بعض أطراف التنافس الانتخابي (أفراداً أو أحزاباً) إلى استعمال أساليب الاتصال غير المشروعة أو غير الأخلاقية لما لها من تأثير قوي وفعال على هيئة الناخبين كونها تشكل الطريق الأيسر بالنسبة لبعض المرشحين الذين يفتقدون إلى عناصر ومقومات النجاح الحقيقية وتتمثل الأساليب غير المشروعة والأخلاقية فيما يلي:¹

1- الشائعات الانتخابية: يستخدم هذا الأسلوب في الساعات الأخيرة قبل موعد الانتخاب ولذلك يسمى بحرب الشائعات الانتخابية، ويعتمد هذا على إذاعة خبر كاذب عن وفاة أحد المرشحين أو تنازله عن المنافسة الانتخابية أو إلقاء القبض على المرشح المنافس بسبب ارتكابه جرائم انتخابية وذلك بغية إحداث بلبلة بين مؤيديه وأنصاره في الوقت الحرج من الحملة الانتخابية وفي الساعات الأخيرة السابقة على إجراء الاقتراع، حتى لا يتمكن المرشح أو أنصاره من تكذيب الإشاعة، ويتم بث الإشاعة في وقت واحد وفي الأماكن التي لا يتواجد بها المرشح المقصود بالشائعة مما يضطر الناخب إلى تعديل اتجاهه الانتخابي ويمنح صوته إلى مرشح آخر.

¹- د. محمد كمال قاضي: الحملة الانتخابية، دراسة نظرية و تطبيقية، دار النصر للطباعة-مصر 1995 ص109 و

2- النيل من سمعة و نزاهة المرشح المنافس: يستخدم هذا الأسلوب من طرف احد المرشحين أو من مصدر مجهول يوجه لأحد المرشحين المنافسين بهدف النيل من سمعته ونزاهته و ذلك بتوجيه اتهامات صريحة الغرض منها إفقاد المرشح لعنصر الثقة والاعتبار.

3- القسم و أخذ العهود: ومؤاده قيام المرشح بأخذ عهد موثق بالقسم من قادة الرأي على الإدلاء بأصواتهم لصالحه ومن أسباب انتشار هذا الأسلوب:

• استغلال الوازع الديني.

• ضمان الحصول على صوت الناخب.

• استهانة الناخب بأهمية صوته.

• ارتباط هذا الأسلوب بأسلوب شراء الأصوات.

• ضعف ثقة المرشح بنفسه وبالناخبين.

ويشاع استخدام هذا الأسلوب في الدول النامية مع الأعيان وشيوخ العشائر والأرياف وذلك بالقسم وأخذ العهد مقابل تقديم خدمات للمنطقة وإعطاء الاهتمام الكامل للمشاكل والظروف التي يعيشها الناخبون في حالة الفوز.

4- تمزيق و تشويه اللافتات والملصقات.

5- أسلوب التشويش على الاجتماعات الانتخابية: يعتمد هذا الأسلوب على قيام أنصار مرشح أو حزب ما بتوجيه مكبرات الصوت وإطلاق الأناشيد والأغاني الانتخابية بالقرب من المقرات التابعة للخصوم وغالبا ما يؤدي هذا الأسلوب إلى أعمال عنف بين المرشحين.

6- أسلوب شراء الأصوات: يعتمد هذا الأسلوب على إعطاء المرشح قيمة مادية أو معنوية للناخب مقابل صوته، وترجع أسباب انتشار هذا الأسلوب إلى الفقر والبطالة وانتشار الأمية وضعف المستوى الأخلاقي للمرشحين والناخبين معا بالإضافة إلى وجود فئة سماسرة الانتخابات.¹

¹- د. محمد كمال قاضي: الحملة الانتخابية، المرجع السابق ص 187-188.

المبحث الثاني: خصائص الحملة الانتخابية و مضمونها

تتميز الحملة الانتخابية بجملة من الخصائص التي تميزها عن باقي المفاهيم الأخرى ، وقد تطرقنا في المطلب الأول إلى كل خاصية في عنصر على حدى وهي على العموم خمسة خصائص، أما المطلب الثاني فيخص مضمون الحملة الانتخابية من جميع الزوايا.

المطلب الأول: خصائص الحملة الانتخابية

تتميز الحملات الانتخابية عن غيرها من الحملات الإعلامية بمجموعة من الخصائص أهمها أنها:

1- ذات أهداف سياسية:

بما أن الحملة الانتخابية هي نشاط اتصالي سياسي وبما أن الاتصال السياسي هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الاتصالية من أجل تحقيق أهداف سياسية تهمهم على المستوى الذاتي مثل: الزعماء السياسيين والقادة الحزبيين و البرلمانيين، ينصب جوهر الاتصال السياسي على أحداث التأثير وتغيير الآراء والقناعات لدى الجمهور المستقبل باتجاه محدود هو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية¹. وتكون هذه الأهداف مرتبطة بأهداف الحزب السياسي أو المرشح الذي يسعى في النهاية إلى تحقيق الفوز في الانتخابات بحصده الأكبر عدد من أصوات الناخبين.

وتجدر الإشارة إلى أن الهدف قد يكون محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم بسلوكهم أو نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر في الأفكار أو السلوكات أو كليهما معا. كما أن هناك من الحملة الانتخابية ما يهدف إلى مقاطعة الانتخابات كما هو الشأن بالنسبة للانتخابات الرئاسية بالجزائر سنة 1999، إذا كانت بعض الأحزاب المعارضة مثل: حزب العمال بقيادة لويذة حنون يدعو من خلال الحملة الانتخابية إلى إقناع الناخبين بمقاطعة الانتخابات.

¹- د.نور الدين كنيوة:الدولة الجزائرية و المشروع السياسي،مجلة المستقبل العربي 1999 العدد 242.

وهذا يعد نوعاً آخر من الحملة الانتخابية الهدف منه ليس الفوز بالانتخابات وإنما القيام بحملة مضادة تهدف إلى إقناع الناخبين بالعزوف عن الانتخاب.

2- تستخدم كافة وسائل الاتصال:

تعتمد الحملات الانتخابية الناجحة على وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي معا فكلهما يدعم الآخر ويساعده¹، ذلك أن الاتصال الجماهيري أكثر تأثيراً في الدول المتقدمة من الاتصال الشخصي، كما أن انتشار وسائل الاتصال الجماهيري ومدى فاعليتها و تأثيرها يتوقف إلى حد كبير على المستوى الثقافي والتعليمي في المجتمع، أما فيما يخص الدول النامية فغن وسائل الاتصال الجماهيري تأتي بعد الاتصال الشخصي، ولذلك تلعب وسائل الاتصال الجماهيري دوراً فعالاً في الدول المتقدمة في الانتخابات البرلمانية والرئاسية و هي جزء جوهري في العملية السياسية، بل إنها تساهم في فوز مرشح وخسارة آخر، حيث أكد تقرير اللجنة الدولية لمشكلات الإعلام التي شكلها المؤتمر العام لمنظمة اليونسكو في دورته التاسعة عشر، وعقدها بنيروبي عام 1976 على أن: "الاتصال الشخصي من أقوى أشكال الاتصال في الدول النامية بصفة عامة وفي المناطق التي تزداد فيها درجة الأمية وانخفاض المستوى الثقافي بصفة عامة، وهذا يرتبط بالإعلام التقليدي السائد في الدول النامية"².

3- كثيفة التغطية:

يكتف جمهور الحملة الانتخابية خلال المدة الزمنية المحددة قانوناً وتستخدم كافة الوسائل والأساليب بهدف الحصول على أصوات الناخبين واستمالة آرائهم، لذلك يجب أن تقتصر الحملة الانتخابية على عدد قليل من الأفكار وأن تكرر دون وهن، فالجماهير لا تتذكر حتى أبسط الأفكار إذا لم تكرر على مسامعها مئات المرات.

¹- أ.علي عجوة:العلاقات العامة و الصورة الذهنية،عالم الكتب،القاهرة، ط 1، 1983، ص115.

²- د.محمد كمال القاضي،المرجع السابق ص170.

وعليه يجب إغراق الجمهور بأفكار وآراء المرشح أو الحزب من أجل الفوز بأصواتهم، لهذا فمن خصائص الحملة الانتخابية الاعتماد على كثافة التغطية أي محاولة الوصول إلى عدد كبير من جمهور الناخبين من أجل التأثير فيهم و تغيير أفكارهم و جعلهم يؤمنون بفكرة ما أو حقيقة معينة أو تأييد اتجاه أو منصب معين.

4- ذات إدارة منظمة:

يعتمد العمل الدعائي على التخطيط والتنظيم المحكم من أجل تحقيق الهدف والفوز بالانتخاب ويلزم لذلك جمع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط الدعائي وإمكانية رسم إستراتيجية سليمة وأن تتعلق هذه البيانات على سبيل المثال بالجمهور وفئاته المختلفة وتقسيماتها ونوع الأفكار السائدة فيه والمستوى التعليمي الثقافي، والتكوين الاجتماعي والحضاري والسيكولوجي له لأن كل فئة اجتماعية لها مشاكلها الخاصة وطريقتها الخاصة في تفهم القضايا العامة.¹

ذات مدة زمنية محددة:

تبدأ الحملة الانتخابية عادة قبل يوم الانتخاب بمدة معينة يحددها القانون على أن تكون تلك المدة كافية لكل من الناخب والمرشح للتفكير وتكوين قناعاته الانتخابية وإعطاء صوته للمرشح الذي يستحقه، وتجدر الإشارة إلى أن بعض الحكومات تلجأ إلى تقليص مدة الحملة الانتخابية حتى لا تعطي الفرصة الكاملة للمعارضة لتنظيم حقوقها وممارسة أنشطتها الدعائية.

حدد المشرع الجزائري من خلال المادة 173 من القانون العضوي رقم 10/16 المتعلق بنظام الانتخابات، أن مدة الحملة الانتخابية مفتوحة من قبل خمسة وعشرين (25) يوماً من تاريخ

¹ د. عبد السلام احمد: الحملة الأمريكية في العراق 1945-1958، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد كلية الآداب، 1998، ص32.

الاقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة (03) أيام من تاريخ الاقتراع وإذا جرت دورة ثانية للاقتراع فإن الحملة الانتخابية مفتوحة قبل اثني عشر (12) يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين (02) من تاريخ الاقتراع.¹

المطلب الثاني: مضمون الحملة الانتخابية

إن الاهتمام بالحملات الانتخابية والمشاركة السياسية يقوم في الأساس على التعرض لوسائل الاتصال والإعلام، وأن هناك ارتباطات ايجابية فيما بينها بصرف النظر عن مدى وضوحها، ولكن أدوارها وتأثيراتها تتباين من وسيلة لأخرى (صحافة-تلفزيون-اتصال شخصي...) ومن مرحلة لأخرى (مرحلة التعرض-الاهتمام-المعرفة-الادراك-الاقناع-التصويت-التبني-الايمان-الرفض)، كما أنها تتباين حتى في الموضوع (تفضيل مرشح-التصويت لمرشح-تعريف الناخب بالمرشح-تعريف الناخب بالقضايا-ربط القضايا بالمرشحين-التأثير في قناعات الآخرين للتصويت).

إن الأدوار والتأثيرات التي تؤديها وسائل وأشكال الاتصال والإعلام في التحديث السياسي والمشاركة الانتخابية تتفوق في الاتصال الشخصي وفي حوارات الناخبين، وقد يكون هذا الاتصال سببا للتعرض إلى وسائل الإعلام والصحافة بما تتمتع به من شمولية التغطية وعمقها فإنها تسهم في خلق وتوظيف الرأي العام، وتستخدم وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية ثلاثة أشكال من المضمون الإقناعي هي:

1- الإعلان بأشكاله المختلفة وبالوسائل المختلفة.

2- الدعوة المقصودة مثل المقالات الافتتاحية ومقالات الأعمدة والرسوم الكاريكاتورية.

¹ - المادة 173 من القانون العضوي رقم 16-10 بتاريخ 25 غشت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات.

3- الدعوة المستترة وتتمثل في المضامين التي ترمي إلى الترفيه بحيث يكون الإقناع هدفا مستترا، ومن المعروف أن للمضمون الإخباري تأثيرا كبيرا في الرأي العام وتشكيله لأن الأخبار تحمل قوة كبيرة في تشكيل الاتجاهات العامة.¹ ويمكن تحديد مجموعة من العوامل المتصلة بالمضمون يقتضي توفرها لرفع كفاءة الحملات الانتخابية منها:

- تمييز الرسالة بالوضوح و ملائمتها للجمهور.
- العامل الثاني يتعلق بهدف الحملة، فالحملة التي تستهدف إيصال المعلومات تكشف عن نجاح اكبر من الحملة التي يكون هدفها تغيير الاتجاهات أو الآراء.
- كلما كان موضوع الحملة جيدا ولم يسبق تعرضه للتعريف كلما تيسرت معالجته.
- الحرص على صياغة الرسالة بما يتناسب مع مستوى فهم المتلقي من حيث اللغة والرموز.
- أن تصاغ الرسالة بما يتناسب مع وسائل الاتصال المتاحة للمصدر.

¹ د. محسن عبود كشكول، أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية مع نموذج تطبيقي، دار الكتاب الجامعي-الطبعة الأولى-2015 ص146.

المبحث الثالث: المبادئ التي تحكم سياق الحملة الانتخابية

يسعى المرشحون بمختلف الوسائل كي تكون الحملة مقنعة وفعالة ومحققة للغرض منها وهو الفوز في الانتخابات دون أن تعير اهتماما لصحة الحملة أو خطئها، لذلك اهتمت التشريعات بتقرير ضمانات و مبادئ تحكم الحملات الانتخابية، وسنتطرق لهذا الموضوع في هذا المبحث بتقسيمه إلى ثلاث مطالب: المطلب الأول مبدأ المساواة بين كل المترشحين في الاستفادة من الضمانات والوسائل والآليات الخاصة بالحملة الانتخابية، أما المطلب الثاني فيخص مبدأ أساسي وضمانة قانونية لتكريس الديمقراطية في تولي المناصب وتسيير الشؤون العامة وهو حياد الإدارة بحيث لا تتحاز إلى طرف معين، وأخيرا المطلب الثالث وهو سلامة الإجراءات والوسائل المستخدمة في الحملة والتي تساهم في تحقيق الشفافية والنزاهة المطلوبة في العملية الانتخابية.

المطلب الأول: مبدأ المساواة

يقتضي التنافس المشروع في اختيار أحسن المرشحين لتمثيل الأمة وضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن إرادة الشعب أن تحقق المساواة وتكافؤ الفرص بين المرشحين في استخدام وسائل الحملة الانتخابية، مع ضرورة الابتعاد عن أساليب المحاباة أو التمييز الذي يختص به البعض من المرشحين أو الأحزاب دون غيرهم وذلك بسبب ثقل المركز المالي للمرشح أو التأييد الحكومي.¹

لذلك فإن مبدأ المساواة يحكم سياق الحملة الانتخابية في منح الفرص المتكافئة لكل المرشحين للتعبير عن أفكارهم واتجاهاتهم وشرح برامجهم بالكلمة المرئية والمسموعة والشعارات والرموز،² وهذا يقتضي أن تسود المساواة القواعد المتعلقة بإجراءات ووسائل

¹- د. أحمد بنيتي: الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة باتنة، 2005-2006 ص 236.

²- د. صلاح الدين فوزي: النظم و الإجراءات الانتخابية، دراسة مقارنة، دار النهضة، 1985، ص 479.

الحملة المسموح بها في القانون المنظم للانتخابات. وقد نظم المرسوم التنفيذي رقم: 85/02 المؤرخ في: 05 مارس 2002 كفيات إشهار الترشيحات، من عرض لقوائم المرشحين أو الملصقات أو اللافتات أي وسائل الحملة التقليدية والمساواة في الأماكن المخصصة لذلك بإشراف الإدارة.¹

كذلك ينبغي أن تحقق المساواة في الوقت المخصص لكل حزب أو مرشح عبر وسائل الحملة المسموعة والمرئية ذلك أن الكلمة والصورة المذاعتان من أخطر وسائل الإعلام تأثيرا في الجماهير.

ونظرا لأهمية مبدأ المساواة في العملية الانتخابية، تبذل الدول الديمقراطية جهودا كبيرة من أجل تجسيد مبدأ المساواة بين مختلف المرشحين في استعمال وسائل الحملة المختلفة، ففي فرنسا وبريطانيا على سبيل المثال، حيث تملك الدولة وسائل الاتصال المسموعة والمرئية يمنح المرشحون فرصا متساوية في استخدامها للحملة الانتخابية بغض النظر عن انتماءاتهم السياسية، على خلاف الدول المتخلفة والتسلطية التي تعمل مكوماتها على تسيير الحملة لأنصارها بالسماح لهم بالاجتماعات واستخدام الشوارع والأبنية العمومية مع تفضيلهم في استعمال الإذاعة المسموعة والمرئية، بينما تعمل على عرقلة خصومها في الانتخابات بمنع اجتماعاتهم مع مصادرة إعلاناتهم ومنشوراتهم وتوقع عليهم أشد العقوبات إذا خالفوا التعليمات الإدارية.²

نظرا لأهمية مبدأ المساواة في الحملة الانتخابية عند المرشحين عمدت كل التشريعات الانتخابية بمختلف الدول إلى إسناد مهمة الرقابة على الحملة الانتخابية إلى لجان خاصة محايدة تقوم بمهمة الحملة، ففي الجزائر استحدثت الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات التي تشرف على عملية توزيع الحصص بين المرشحين في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية مع مراقبتها لمدى احترام المرشحين للقوانين في استعمال وسائل الحملة الانتخابية.

¹- المرسوم التنفيذي رقم 12-29 المؤرخ في 06 فبراير سنة 2012 يحدد كفيات إشهار الترشيحات ج ر عدد 08.

²- د. ثروت بدوي: النظم السياسية، دار النهضة العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 1975، ص 285 .

ونصت المادة 177 فقرة 04 من القانون 10-16 " تستفيد الأحزاب السياسية التي تقوم بالحملة الانتخابية في إطار الاستشارات الإستفتائية من مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.¹" يستتبط من نص المادة أنه لضمان نزاهة العملية الانتخابية يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الإعلام بالنسبة للمرشحين والأحزاب وحتى أنصار الاستفتاء وخصومه.

ولضمان نزاهة الانتخابات و صدق تعبيرها عن الرأي العام، يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الإعلام من جانب المرشحين أو الأحزاب ومن جانب أنصار الاستفتاء وخصومه ، وهذا يقتضي محاربة المحاباة و التمييز الذي يختص به البعض منهم دون البعض الآخر، سواء كان ذلك بسبب ثقل المركز المالي أو التأييد الحكومي، حيث يكون لكل مرشح لانتخابات محلية أو تشريعية أو رئاسية قصد تقديم برنامجه للناخبين، مجال عادل في وسائل الإعلام التلفزية والإذاعية الوطنية والمحلية.

ونظراً لما تتطلبه الحملة الانتخابية من أموال ونفقات باهظة، تدخل المشرع لضمان المساواة و وضع حدود وضوابط للمبالغ التي يمكن إنفاقها من قبل المرشحين المنتمين إلى أحزاب سياسية أو الأحرار على السواء حتى يقلل الباب أمام رأي تصرف من شأنه التأثير على استقلالية المرشح والقضاء على ظاهرة طرق أبواب المؤسسات المالية أو رجال المال والأعمال من قبل المرشحين، مما يؤدي إلى سيطرة و نفوذ أصحاب المصالح الخاصة أو الجماعات الضاغطة على سياسة المرشح داخل البرلمان وتوجيهها لما يخدم مصالحها على حساب مصالح الأمة.

¹- المادة 177، من القانون العضوي 10-16 و المتعلق بنظام الانتخابات.

المطلب الثاني: مبدأ حياد الإدارة

لاشك و أن السلطة الإدارية تشرف على العملية الانتخابية برمتها بما فيها التنظيم المادي للحملة الانتخابية بتوفير الشروط الضرورية لنجاح سيرها، و يقع على عاتقها أثناء قيامها بهذه المهمة واجب الحياد بين الأطراف المتنافسة في الانتخابات سواء كانوا أحزاب أم مرشحين مستقلين و أن لا تمارس أي تصرف من شأنه التأثير عليهم بما يخدم جهة معينة أو حزب معين، كما تلتزم بالحياد التام تجاه وسائل الإعلام السمعية والبصرية، لذلك نجد اغلب 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. فالإدارة تلتزم بالتنظيم المادي للحملة الانتخابية ويستلزم منها بواجب الحياد إزاء المرشحين والأحزاب، بل ألزمت النصوص التشريعية الإدارة بتوفير الظروف اللازمة لتنظيم الحملة الانتخابية خاصة في وسائل الإعلام العمومي.

كما أن الموظف يتعرض إلى عقوبات تأديبية في حالة عدم التزامه بالاعتدال أثناء الحملة الانتخابية وقيامه بالتجريح في غيره.¹ حيث اعتبر القضاء الإداري الفرنسي قيام الموظف العام بالحملة لصالح حزب معين داخل أماكن العمل من قبيل الأخطاء التأديبية.² فالمشروع الجزائري قد نص صراحة من خلال المادة 25 من التعديل الدستوري 2016 بقولها: "عدم تحيز الإدارة يضمنه القانون". غير أن الواقع أثبت أن الحديث عن حياد الحكومة كما يقول الفقه عبارة عن وهم، إذ قال رئيس وزراء فرنسا بيير كاسينار Pierre Casiner سنة 1831 أن هناك فرقا بين ما ينبغي على الحكومة أن تكون عليه وما هو مطبق بالفعل.³

¹- د. سليمان الطماوي: القضاء الإداري قضاء التأديب، الكتاب الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 225.

²- كمال رحماوي: تأديب الموظف العام في القانون الجزائري، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2003، ص 72.

³- د. عمر حلمي فهمي: الانتخاب و تأثيره في الحياة السياسية و الحزبية، ط2، 1991، ص 261.

إذ نجد أن القيادات الإدارية في الدولة من وزراء وولاة ورؤساء مجالس محلية يستغلون نفوذهم الشخصي والمصلي في الدعوة للحزب الحاكم وتأييد مرشحيه، وقد ذهب البعض إلى أن إشراف وزارة الداخلية في الدول النامية على الحملة الانتخابية برمتها يمثل ثقلا جديدا يضاف إلى مصلحة الحزب الحاكم حتى وإن التزمت الوزارة الحياد، فبمجرد إشرافها على العملية الانتخابية يمثل عبئا نفسيا يقلل من فرص أحزاب المعارضة في الفوز. لذلك تبقى العملية الانتخابية معلقة على مدى النضج والوعي السياسي للشعب الذي يمكنه من اتخاذ القرار السليم حول برامج المرشحين دون التأثير بالأحزاب الحاكمة، مما يتيح فرص فوز المعارضة، وتبقى ضرورة حياد الإدارة أثناء الحملة الانتخابية خصوصا في الدول النامية من الأولويات التي ينبغي على المشرع أن يتصدى لها بموجب نصوص تضمن التجسيد الميداني للديمقراطية التعددية.¹

المطلب الثالث: سلامة الإجراءات و الوسائل المستخدمة في الحملة

وهي استعمال الأحزاب والمرشحين لوسائل سليمة وصادقة في الحملة الانتخابية ويمنع أثناء الحملة الانتخابية من استعمال وسائل غير مشروعة وأساليب غير أخلاقية تعتمد على المكر والخداع أو العمل على تزييف لإرادة الناخبين أو استعمال أي طريقة إشهارية تجارية لغرض الدعاية أو استعمال العنف في الدعاية الانتخابية. غير أنه عرفت الوسائل المستخدمة في الحملة تطورا كبيرا حيث تعتمد على دراسة السلوك الاجتماعي وكيفية التأثير في اتجاهاتهم مستعملة وسائل الإشهار والتأثير قصد استمالة رأيهم لصالح مرشح معين أو حزب ما وذلك في إطار يجيزه القانون.

¹- د. عمر حلمي فهمي: المرجع نفسه ، ص 265.

ومن بين الوسائل المشروعة التي يجيزها القانون طبع كتيبات تتضمن انجازات المرشح، الهدايا الانتخابية، الزيارات الانتخابية، شرائط التسجيل، الشعارات الانتخابية، الرموز الانتخابية، الكارت الانتخابي، البيان الانتخابي عبر مختلف وسائل الإعلام.¹

والجدير بالذكر انه لا تعتمد على الوسائل المشروعة فقط في الحملة الانتخابية و إنما هناك أساليب غير أخلاقية يستخدمونها بهدف الوصول إلى السلطة بأي شكل ممكن وتزييف الرأي العام لجمهور الناخبين، لذلك نجد المشرع يتدخل ويقرر بعض المحظورات التي يجب ألا تتبع في الحملة السياسية.

وقد تدخل المشرع الجزائري لتنظيم الوسائل المستخدمة أثناء الحملة الانتخابية بداية بمنعه استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية، كما يمنع استعمال أي طريقة إشهارية تجارية لغرض الدعاية الانتخابية، ومنع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتمائها لأغراض الحملة الانتخابية بأي شكل كان، كما نص على ضرورة امتناع كل مرشح عن كل سلوك أو حركة أو موقف أو عمل غير مشروع أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي، كما يمنع الاستعمال السيئ لرموز الدولة.²

مفاد ما تقدم أن الحملة الانتخابية ينبغي أن لا تتضمن أسلوب الشائعات أو أسلوب النيل من سمعة ونزاهة المرشح أو المتنافس وأيضا أسلوب الوقعة بين أطراف العملية الانتخابية وبصفة عامة ينبغي أن لا تخرج الحملة الانتخابية عن الإطار الشرعي والذي يعكس الوعي السياسي والأخلاقي بما يضمن تحقيق النظام الديمقراطي. إلا أن الواقع العملي لم يثبت أن السلطات الإدارية أو القضائية في غالب الأحيان قامت بمتابعة ومحاسبة الأشخاص أو الأحزاب على ارتكابهم مثل هذه الجرائم، سواء تعلق الأمر بالانتخابات المحلية

¹- د. عفيفي كامل عفيفي: الانتخابات النيابية و ضماناتها الدستورية و القانونية، القاهرة، 1987، ص 225.

²- انظر المواد: 175-180-184-185-186 من الأمر رقم 16-10 المؤرخ في 25 غشت 2016 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

أو التشريعية أو الرئاسية بالرغم من انتشار هذه الأفعال وقت المعركة الانتخابية بل أكثر من ذلك يقوم مرشحوا الحزب الحاكم وأنتصاره بإتيان هذه الأفعال ولا احد يحرك ساكنا، وتبقى النصوص نظرية فقط لا تطبق على أرض الواقع.¹

• ملخص الفصل الأول:

إن التطرق لموضوع يتعلق بالنظام الانتخابي يحتاج إلى بيان التنظيم الذي تقوم عليه الحملات الانتخابية، وذلك حسبما تناوله الفقهاء وشراح القانون وعلماء اللغة في إطار معرفة المفهوم العام للحملة الانتخابية في جانبها اللغوي والاصطلاحي حتى يتسنى للقارئ فهم كل ما يتعلق بموضوع الحملة الانتخابية بما فيها تعريفها وأنواعها سواء ذات الطابع السياسي أو الإعلامي، وكذا الحملات التي تعتمد على التقنيات الحديثة للدعاية عبر المواقع الالكترونية بحكم تطور تقنيات الاتصال والمعلوماتية، كما أن الحملات الانتخابية حتى تحقق الأهداف المرجوة تعتمد أحيانا على أساليب مشروعة لاستقطاب الناخبين والفوز بالانتخابات، كما تقوم على استخدام أساليب غير مشروعة تتمثل في بث الإشاعات و السلوكات غير الأخلاقية وشراء أصوات الناخبين وكلها أساليب مرفوضة قانونا.

إن الحملة الانتخابية تتميز بجملة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الحملات، منها أنها ذات أهداف سياسية وتستخدم كافة وسائل الاتصال بهدف الوصول إلى الناخبين، كما تتميز بإدارة منظمة وتتم في مدة زمنية محددة قانونا، وحتى تكون الحملة الانتخابية إطار للتنافس بين المترشحين، وضع المشرع مبادئ ثابتة تحكم سير الحملة الانتخابية منها تحقيق المساواة بين المترشحين في الوصول للناخبين عن طريق توفير الوسائل المختلفة وإبعاد الإدارة عن معترك الحملة الانتخابية وعدم التأثير والانحياز لصالح طرف معين على حساب الآخرين من أجل إنجاح الاستحقاق الانتخابي وتجسيد الشفافية والنزاهة المطلوبة.

¹- محمد بوفراطس: الحملات الانتخابية، المرجع السابق ص104.

المبحث الثاني: الضوابط التي تحكم سير الحملة الانتخابية

- المبحث الأول: الضوابط الزمانية والمكانية
وجزاء مخالفتها.
- المبحث الثاني: الضوابط المرتبطة بوسائل
الحملة الانتخابية وجزاء مخالفتها.
- المبحث الثالث: ضوابط تمويل الحملات
الانتخابية وعقوبتها.

أورد المشرع الجزائري من خلال جملة القوانين و التنظيمات في المجال الانتخابي كما هو الشأن في قانون الانتخابات وكذا قانون الإعلام..الخ. الضوابط القانونية التي تنظم سير الحملة الانتخابية سواء المتعلقة منها بمدة الحملة الانتخابية أو مكان إجراء التظاهرات و التجمعات الانتخابية، وكذلك الوسائل المستخدمة في تنشيط الحملات الانتخابية كالوسائل الإعلامية المختلفة وشروط وضع الملصقات الخاصة بالمرشحين، هذه الضوابط وضع لها المشرع جزاءات لمنع خروقات الحملة المختلفة ضمانا للمساواة بين المرشحين في السعي لكسب أصوات الناخبين ،كما استحدثت المؤسس الدستوري آلية لضمان الرقابة السياسية على الحملة الانتخابية تجسدت في الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بموجب دستور 2016¹كضمان لنزاهة العملية الانتخابية ككل و خاصة خلال الحملة الانتخابية، كما يبرز دور المجلس الدستوري والتي تكون بعد الإعلان عن النتائج النهائية للعملية الانتخابية، حيث يكلف المجلس الدستوري بالفصل في منازعات تمويل الحملة الانتخابية التشريعية وكذلك في حالة وجود دورتان في الانتخابات الرئاسية، وعليه نستعرض ما أوردناه سابقا من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول نخصه للضوابط الزمانية والمكانية وجزاء مخالفتها، والمبحث الثاني الضوابط المرتبطة بوسائل الحملة الانتخابية وجزاء مخالفتها وأخيرا وفي المبحث الثالث ضوابط تمويل الحملات الانتخابية وعقوبتها.

¹- انظر المادة:194 من القانون 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري.

المبحث الأول: الضوابط الزمانية والمكانية وجزء مخالفتها

فرض المشرع الجزائري على المترشحين لأي استحقاق انتخابي مجموعة من القيود وذلك بهدف تكريس مبدأ المساواة بين جميع المترشحين وفرض بالمقابل جزاءات للحد من أي تجاوز قد يحصل أثناء سير الحملة الانتخابية، وفي هذا المبحث نتطرق إلى الإطار الزمني للحملة الانتخابية في مطلب أول ثم تنظيم تجمعات ومهرجانات الحملة الانتخابية في مطلب ثان، أما المطلب الثالث فخصصناه لعقوبة الإخلال بالضوابط الزمانية والمكانية.

المطلب الأول: الإطار الزمني للحملة الانتخابية

تضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات رقم 16-10 تحديد مدة الحملة الانتخابية ، حيث نصت المادة:173 منه على: "... تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل خمسة و عشرين (25) يوما من تاريخ الاقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة (30) أيام من تاريخ الاقتراع...."¹ ، وذلك باستثناء الحالة المنصوص عليها في المادة 103 فقرة 3 من الدستور، و المتعلقة بحالة وفاة أحد المترشحين للدور الثاني أو تعرضه لمانع شرعي حيث تمدد في هذه الحالة آجال تنظيم انتخابات جديدة لمدة أقصاها ستون (60) يوما ،حيث يعلن المجلس الدستوري بهذا الخصوص وجوب القيام بكل العمليات الانتخابية من جديد ويتم معها حساب آجال جديدة للحملة الانتخابية. ويمكن القول أن المشرع الجزائري حدد موعد انطلاق الحملة الانتخابية قبل خمسة وعشرون (25) يوما من يوم الاقتراع و تنتهي قبل ثلاثة أيام (03) من تاريخ الاقتراع، ويعود السبب في تقديم مدة الانتهاء هو انه يمكن للوزير المكلف بالداخلية بطلب من الولاية الترخيص لهم بقرار تقديم إفتتاح الاقتراع باثنين وسبعين (72) ساعة على الأكثر في البلديات التي تعذر فيها إجراء عمليات التصويت في يوم الاقتراع نفسه لأسباب مادية تتصل ببعد مكاتب التصويت و تشتت السكان و لأي سبب استثنائي في بلدية ما، كما

¹- القانون العضوي رقم 16-10 المتعلق بنظام الانتخابات ج ر العدد 50.

رخص للوزير المكلف بالداخلية و الوزير المكلف بالخارجية بقرار مشترك تقديم تاريخ افتتاح الاقتراع بمائة وعشرين (120) ساعة بطلب من رؤساء الممثلات الدبلوماسية والقنصلية.¹ وبالرجوع إلى الواقع العملي نجد أن الحملة الانتخابية تبدأ قبل التاريخ المحدد لها قانونا، حيث نجد أن المترشحين لأي استحقاق انتخابي أو ممثليهم وخاصة في الانتخابات المحلية يعملون على نشر صورهم وشعاراتهم وحتى برامجهم، وكذلك الأمر بعد نهاية الحملة الانتخابية، ويستمررون في نشر الشعارات والصور لمترسحيهم حتى يوم الاقتراع، يحدث كل ذلك في غياب إجراءات ردية تفرض احترام الآجال المحددة قانونا للحملة الانتخابية.

وتجدر الإشارة انه وفي إطار صلاحيات الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات،² يمكن لهذه الأخيرة التصدي للخروقات المتعلقة بالمجال الزمني للحملة الانتخابية عن طريق الإخطارات الواردة إليها من الأحزاب السياسية المشاركة في الاستحقاق الانتخابي أو المترشحين في إطار ما ينص عليه قانون الانتخابات وإن كانت هذه الإخطارات والخاصة بالمجال الزمني للحملة الانتخابية قليلة.

المطلب الثاني: تنظيم تجمعات ومهرجانات الحملة الانتخابية

أخضع المشرع الجزائري عقد التجمعات الانتخابية والمهرجانات لأحكام قانون التجمعات والتظاهرات العمومية³ الصادر بتاريخ 31 ديسمبر 1989 المعدل والمتمم بالقانون رقم: 19/91 المؤرخ في 02 ديسمبر 1991.

¹- انظر المادة:33/ف2 و كذا ف 05 من القانون العضوي 16-10 المؤرخ في 25 أوت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات ج ر العدد 50.

²- جيموي نبيلة،الإشراف القضائي على العملية الانتخابية في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية و السياسية، العدد الرابع،كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة عمار ثلجي،الأغواط جوان 2016.

³- انظر المادة:179 من القانون العضوي 16-10 المؤرخ في 25 أوت 2016 المتعلق بنظام الانتخابات ج ر العدد 50.

وعرفت المادة 02 من هذا القانون الاجتماع العمومي بأنه: "تجمع مؤقت لأشخاص متفق عليه ينظم خارج الطريق العمومي وفي مكان مغلق يسهل لعموم الناس الالتحاق به قصد تبادل الأفكار أو الدفاع عن المصالح المشتركة".

وقد فرض المشرع الجزائري جملة من الشروط والإجراءات من أجل تنظيم التظاهرات الانتخابية نتناولها ضمن فرعين نتطرق في الفرع الأول التصريح للتجمعات الانتخابية العمومية والفرع الثاني التصريح المسبق لإجراء التظاهرات الانتخابية.

الفرع الأول: التصريح للتجمعات الانتخابية العمومية

تنص المادة 179 من القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على أن "تنظيم التجمعات والاجتماعات العمومية الانتخابية طبقاً لأحكام القانون المتعلق بالاجتماعات والتظاهرات العمومية"،¹ وفي هذا الإطار يخضع الاجتماع الانتخابي العمومي لإجراءات التصريح المسبق والذي يجب أن يتضمن مجموعة من البيانات الإلزامية، هذه الأخيرة جاءت على سبيل الحصر في المادة 04 من القانون المتعلق بالاجتماعات والتظاهرات العمومية السالف الذكر وهي كالتالي:

هدف الاجتماع، مكانه، تاريخه باليوم والساعة، مدته وعدد الأشخاص المقرر حضورهم والهيئة المعنية به عند الاقتضاء، وهذا التصريح يوقع عليه ثلاثة أشخاص يشترط فيهم الإقامة في الولاية التي يعقد في إقليمها الاجتماع بالإضافة إلى تمتعهم بالحقوق المدنية والوطنية.

¹ - انظر المادة: 48 من التعديل الدستوري لسنة 2016 المؤرخ في 06 مارس 2016.

يودع التصريح المسبق في أجل ثلاثة أيام كاملة على الأقل قبل انعقاد الاجتماع الانتخابي العمومي لدى الجهات الإدارية المعنية وهي:

- الوالي بالنسبة للبلديات مقر الولاية.
- الوالي بالنسبة لبلديات ولاية الجزائر العاصمة.
- الولي أو من يفوضه بالنسبة للولايات الأخرى¹.

ويسلم وصل بذلك يتضمن جميع البيانات المذكورة سابقا ،هذا الوصل يقدم عند طلبه من السلطات المعنية. ويلاحظ من خلال الإجراءات السابقة عند طلب الترخيص أنها عبارة عن إجراءات تقليدية يطغى عليها مراعاة الجوانب الأمنية والمحافظة على النظام العام.

الفرع الثاني: التصريح المسبق لإجراء التظاهرات الانتخابية

يمكن للمترشحين اللجوء للتظاهرات الانتخابية من أجل التواصل بأنصارهم ونقل أفكارهم وبرامجهم الانتخابية أثناء الحملة الانتخابية، وكانت التظاهرات قبل تعديل القانون 19/89 أصبح يخضع لنظام الترخيص المسبق ،حيث يتميز التصريح المسبق ببساطة الإجراءات واتساع مجال تدخل الإدارة، وذلك ما يمكن ملاحظته بالمقارنة مع إجراءات التصريح المسبق المعتمد سابقا.²

يتضح مما سبق أن المشرع ضيق المجال على التظاهرات الانتخابية وذلك بإخضاعها لنظام الترخيص المسبق هذا الأخير تملك فيه الإدارة كامل الصلاحيات. أما الوجه الإيجابي لهذا التعديل هو أن المشرع الجزائري يحرص على عدم المساس بالحريات

¹- انظر المادة:05 من القانون رقم 28/89 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المعدل بالقانون رقم 19/91 المتعلق بالاجتماعات و المظاهرات العمومية المؤرخ في 02 ديسمبر 1991، الجريدة الرسمية العدد 63.

²- أحمد صالح احمد العميسي،النظام القانوني للمشاركة السياسية من خلال الانتخابات العامة في الجزائر و اليمن دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2012/2011.

الأخرى للمواطنين وتقاديا لأي اعتداء قد تتعرض له الممتلكات العامة أو الخاصة جراء تحول التظاهرات من وسيلة سلمية إلى أعمال عنف أو اعتداءات تخل بالنظام العام.¹ وتتضمن بيانات الترخيص لإجراء التظاهرات العمومية وفقا للقانون 28/89 المعدل والمتمم: صفة المنظمين، الهدف من التظاهرة، عدد الأشخاص المتوقع حضورهم و الأماكن القادمين منها، اسم الجمعية أو الجمعيات المعنية ومقرها، المسلك الذي تسلكه المظاهرة وإلى غيرها من الشروط، و بعد إيداع الملف يسلم الوالي فوراً وصلاً بطلب الترخيص. إن الملاحظات التي قيلت بشأن التصريح لعقد الاجتماعات الانتخابية يمكن أن تقال بخصوص إجراءات الترخيص لإجراء التظاهرات الانتخابية في فترة الحملة الانتخابية، حيث أنها إجراءات تقليدية يغلب عليها الطابع الأمني والتخوف من تحولها من مظاهرة سلمية إلى أعمال عنف واعتداءات على الممتلكات العامة والخاصة.

وعلى العموم تعقد الاجتماعات والتجمعات خلال مرحلة الحملة الانتخابية في قاعات مغلقة واستثناء على مستوى المركبات الرياضية أو الأماكن العمومية بالنسبة للبلديات التي تنعدم فيها المنشآت التي تحتضن مثل هذه الاجتماعات على أن تلتزم الإدارة المخولة بالإشراف الإداري بتوفير الحماية الأمنية لجميع القاعات والمنشآت، وكذا حماية المنشطين والمشاركين. وتتم عملية توزيع القاعات خلال الحملة الانتخابية بين المرشحين من حيث التاريخ والتوقيت، ومكان الانعقاد بناء على اتفاق المرشحين أو ممثليهم القانونيين و بين الإدارة المشرفة على العملية (الوالي أو ممثله القانوني) وفي حالة عدم حصول اتفاق بين الأطراف يتم اللجوء إلى القرعة.

¹- أحمد صالح احمد العميسي، المرجع السابق ص 254.

المطلب الثالث: الإخلال بالضوابط الزمانية والمكانية وعقوبتها

لقد نظم المشرع الجزائري مدة الحملة الانتخابية وكذا الإطار المكاني لها والهدف من ذلك تحقيق المساواة بين المترشحين في استغلال مدة الحملة الانتخابية والأمكنة المخصصة لها، كما أورد عقوبات جزائية على كل من يخرج عن هذه الضوابط وعليه نتطرق للآثار المترتبة عن الإخلال بالضوابط الزمنية وعقوبتها كفرع أول ثم في فرع ثان الإخلال بالضوابط المكانية وعقوبتها.

الفرع الأول: الإخلال بالضوابط الزمانية و عقوبتها

حدد المشرع الجزائري مدة الحملة الانتخابية بنص المادة 173 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، كما أنه منع ايا كان وبأية وسيلة كانت أن يقوم بالحملة الانتخابية خارج الفترة المنصوص عليها في النص المذكور.¹

ويتضح أن القانون ألزم المترشحين بالامتناع عن ممارسة أي نشاط دعائي قبل بداية الموعد المحدد لها، كما أوجب التوقف عن ممارسة الحملة الانتخابية أثناء مرحلة الصمت الانتخابي. أما عن العقوبات المقررة عن الإخلال بمواعيد الحملة الانتخابية فنجد أن المشرع في ظل القانون الجديد (10/16) لم يذكر العقوبات المقررة للإخلال بمواعيد الحملة الانتخابية مثله مثل القانون العضوي 01/12 على خلاف الأمر 07/97 حيث عاقب المخالفين لمواعيد الحملة الانتخابية بغرامة من خمسين ألف دينار جزائري (50.000) دج إلى مائة ألف دينار جزائري (100.000) دج بالإضافة إلى الحرمان من التصويت وحق الترشح لمدة ستة سنوات على الأقل.²

¹- انظر المادة:173 من القانون العضوي 16-10 المذكور سابقا.

²- انظر المادة:210 من الأمر 07/97 المؤرخ في 06 مارس 1997 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات المعدل و المتمم، الجريدة الرسمية العدد 12 ، 1997.

إن التخلي عن تحديد العقوبة الخاصة بالإخلال بمواعيد الحملة الانتخابية في القانون العضوي 10/16 وقبله القانون العضوي 01/12 يطرح الكثير من التساؤلات بهذا الشأن وعدم الاكتفاء فقط بالمنع خصوصا وأن هناك عدم احترام لأجل الحملة الانتخابية سواء قبل بدايتها أو بعدها.

الفرع الثاني : الإخلال بالضوابط المكانية وعقوبتها

نظم المشرع الجزائري المكان المخصص لممارسة الحملة الانتخابية، بحيث تقوم السلطات المحلية بتخصيص أماكن عمومية لنشر القوائم الانتخابية، كما أسندت إلى إدارة البلدية وتحت إشراف الوالي مهمة تحديد الأماكن المخصصة لممارسة الحملة الانتخابية. إن أي مخالفة لهذه الأحكام التي جاء القانون يعتبر مساسا بالضوابط المكانية حيث نجد أن المشرع منع المترشحين من استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتماءها لأغراض الدعاية الانتخابية وبأي شكل من الأشكال.¹

وقد رتب المشرع الجزائري عقوبات جزائية على كل من يخل بالضوابط المكانية للحملة الانتخابية وبالخصوص الأحكام المنصوص عليها بالمادة 215 من القانون العضوي 10-16، وتتمثل هذه العقوبة بالحبس من سنتين (02) إلى خمس سنوات (05) وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج.

وفي رأينا فإن المشرع أصاب حين فرض هذه العقوبة على كل مخالفة للضوابط المكانية، كون هذه الأماكن سواء من حيث قداستها أو من حيث طبيعتها يجب أن تبقى دائما بعيدة عن جو المنافسة الذي تشهده فترة الحملة الانتخابية من جهة لضمان حملة انتخابية نزيهة وعادلة بين المترشحين، ومن جهة أخرى لأن هذه الأماكن عرضها لا يتلاءم وهدف الحملة الانتخابية إلا أننا نأمل أن لا تكون هذه الأحكام حبرا على ورق لضمان سير الحملة الانتخابية بشكل حسن.²

¹-انظر المادة:215 من القانون العضوي 10-16 المذكور سابقا.

² - قبيلي لخضر، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، رسالة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2013 -

المبحث الثاني: الضوابط المرتبطة بوسائل الحملة الانتخابية وجزاء

مخالفتها

وضع المشرع الجزائري مجموعة من الضوابط المتعلقة باستعمال وسائل الحملة الانتخابية وجب على المترشحين مراعاتها، حيث يعتبر المساس بها خروجاً عن القانون وبالتالي ينجم عن مخالفتها عقوبات جزائية وسننين هذه الوسائل في مطلبين الأول للملصقات واللافتات الدعائية في الحملة الانتخابية والمطلب الثاني تنظيم استعمال وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية، وفي المبحث الثالث نخصه لمحظورات الحملة الانتخابية والأحكام الجزائية المتعلقة بها.

المطلب الأول: الملصقات واللافتات الدعائية في الحملة الانتخابية¹

نص المشرع الجزائري في المادة 182 من القانون العضوي للانتخابات 10/16 على أنه: "تخصص داخل كل الدوائر الانتخابية أماكن عمومية لإصاق الترشيحات توزع مساحتها بالتساوي، يمنع استعمال أي شكل آخر للإشهار خارج المساحات المخصصة لهذا الغرض. يسهر الوالي على تطبيق الأحكام المذكورة أعلاه".

وعليه فقد أوكل المشرع الجزائري هذه المهمة للإدارة متمثلة في مصالح البلدية حيث يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي وبموجب قرار يحدد فيه الأماكن التي يتم تعليق الترشيحات والإعلانات لكل قائمة مترشحين بناء على التوزيع المحدد من طرف اللجنة الولائية لمراقبة الانتخابات في أجل ثمانية (08) أيام التي تسبق الحملة الانتخابية، كل ذلك تحت رقابة ومتابعة من والي الولاية.²

¹- أحمد صالح احمد العميسي، المصدر السابق 253.

²- انظر المادة: 02 من المرسوم التنفيذي رقم 29/12، المصدر السابق.

كما أن عملية التعليق تبدأ مع انطلاق الحملة الانتخابية وفقا لأحكام المادة 173 من القانون العضوي 10/16 المتعلق بالانتخابات، أما بخصوص عملية التعليق فتكون نهارا من الساعة السابعة صباحا حتى الساعة الثامنة مساء وبمبادرة من المترشحين، ولقد حددت المادة الخامسة من المرسوم التنفيذي 29/12 العدد الأقصى للأماكن المخصصة للتعليق كما يلي:

- خمسة عشر (15) مكانا في البلديات التي يكون عدد سكانها يساوي 20.000 نسمة أو يقل عنها.

- عشرون (20) مكانا في البلديات التي يتراوح عدد سكانها بين 20.001 و 40.000 نسمة.

- ثلاثون (30) مكانا في البلديات التي يتراوح عدد سكانها بين 100.001 و 180.000 نسمة.

- مكانان إضافيان لكل 10.000 نسمة في البلديات التي يزيد عدد سكانها على 180.000 نسمة.¹

وحرصا على الإنصاف والمساواة بين المترشحين للانتخابات تحدد المواقع المخصصة لكل مترشح أو قائمة مترشحين تحت إشراف الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات المحدثة بموجب دستور 2016 والتي حلت محل اللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات سابقا، حيث تحدد هذه المواقع قبل خمسة عشر يوما من تاريخ افتتاح الحملة الانتخابية ويجب على مصالح البلدية أن تنهي في غضون الثمانية أيام التي تسبق تاريخ افتتاح الحملة الانتخابية تعيين الأماكن والمواقع المخصصة لكل مترشح أو قائمة مترشحين بناء على التوزيع المحدد بالتنسيق مع المداومات المشكلة عبر الولايات والتي تساعد رئيس الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات وتكمن مهمتها في ضمان مراقبة المسار الانتخابي.²

¹- انظر المادة:05 من المرسوم التنفيذي رقم 29/12، المذكور سابقا.

² - MEDDI Adlène, « Carnet de Bord des L'égislatives H2 » Journal El WatanWeek end ? N° :404, Vendredi 17 Février 2017,P04.

للإشارة فإن كل مداومة يرأسها منسق يعينه رئيس الهيئة العليا حسب المادة 42 من القانون 11/16¹، واعتبارا أنه لا يمكن للمترشحين خلال الحملة الانتخابية اللجوء لاستعمال وسائل أخرى من غير تلك التي نص عليها القانون، والتي استفادت منها القائمة بعد عملية التوزيع. نجد في هذا الصدد أن للهيئة العليا للانتخابات دور أساسي من خلال التأكد من توزيع الهياكل المعنية من قبل الإدارة لاحتضان تجمعات الحملة الانتخابية، وكذا المواقع والأماكن المخصصة لإشهار قوائم المترشحين طبقا للترتيبات التي حددها القانون.²

وبالرجوع إلى الواقع، نجد أن السلطة المختصة تجسد فعلا أحكام القانون بالنسبة لتنظيم وسائل وأماكن إشهار الترشيحات، فهي تعمل على تخصيص الأماكن واللوحات الخاصة بإصاق صور المترشحين في الوقت المحدد وبالعدد المطلوب حسب قانون إشهار الترشيحات، إلا أنه ما يلاحظ عدم احترام الأماكن المخصصة لتعليق الملصقات وصور المترشحين من قبل هذا الأخير، كأن يعتمد المترشحين إلى إصاق صورهم في أماكن غير مخصصة للتعليق وهذه الظاهرة كثيرة، أو نجد أن الملصقات توضع على لوحة الإشهار في غير مكانها مثل وضعها في مكان صورة أحد المترشحين، هذا بالإضافة إلى عدم احترام الوقت المخصص للتعليق، حيث نجد بعض صور المترشحين تعلق في الليل.

أما عن مصير الملصقات وصور المترشحين فهي تسلم من الإتلاف والتمزيق وذلك لأسباب كثيرة منها عدم اقتناع الناخبين بالمترشحين وبالعملية الانتخابية ككل، وهذه الوضعية أي تمزيق الصور والملصقات هي تجاوزات تحصل بسبب غياب الإجراءات الردعية بحيث لا نجد نصوص قانونية في قانون الانتخابات ولا في القانون الذي يحدد كيفيات إشهار الترشيحات ما يردع مثل هذه التجاوزات.

¹- انظر المادة:42 من القانون العضوي رقم 11/16 المؤرخ في 25 اوت 2016، يتعلق بالهيئة العلي المستقلة لمراقبة الانتخابات.

²- دندن جمال الدين، القواعد المتعلقة بنزاهة العملية الانتخابية في القانون الانتخابي الجزائري، مجلة الفقه و القانون، العدد الثالث، المملكة المغربية 06 جانفي 2013، ص3.

المطلب الثاني: تنظيم استعمال وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية

تلعب وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة دورا فعالا في جميع مراحل العملية الانتخابية وخاصة أثناء مجريات الحملة الانتخابية، لذلك يسعى المترشحون والأحزاب إلى توظيف هذه الوسائل للتأثير على الرأي العام ومحاولة استمالته للتصويت لصالحه. وقد أدرك المشرع الجزائري أهمية دور وسائل الإعلام في تحديد مصير المترشحين في الانتخابات الرئاسية والتشريعية وكذلك المحلية فتصدى لتنظيم استخدامها في الحملات الانتخابية.¹ وفي هذا الصدد تنص المادة 177 من القانون العضوي رقم 16-10 المتعلق بالانتخابات في فقرتها الأولى: "يكون لكل مترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية، قصد تقديم برنامجه للناخبين، مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما".

كما حددت الفقرة الثانية منها مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل مترشح وآخر للانتخابات المحلية والتشريعية تبعا لأهمية عدد المترشحين الذين يرشحهم الحزب السياسي أو مجموعة أحزاب سياسية.

لقد ترك المشرع للأجهزة الإعلامية العمومية كامل الحرية في توزيع مدد البث والإرسال على المترشحين وبالتنسيق مع الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات، وتتم عملية التسجيل والبث الإذاعي، وحفاظا على حرية الناخبين في اختيار من يرونه مناسبا لتولي مناصب المسؤولية وجب تقرير مبدأ المساواة بين المترشحين في استعمال وسائل الاتصال، وكذا تقرير مبدأ حياد الإدارة أثناء سير الحملة الانتخابية أين يستوجب استفادة المترشحين بنفس التسهيلات التي تضعها الدولة.²

¹- أحمد صالح احمد العميسي، المصدر السابق ص 253.

²- بودريوة عبد الكريم، الحياد السياسي للإدارة في المجال الانتخابي، الملتقى الوطني حول: "إصلاح النظام الانتخابي في الجزائر-الضرورات و الآليات-كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيجل، يومي 08-09 ديسمبر 2010، ص 110.

وفي هذا الصدد وكأول رهان للسلطات العمومية لتجسيد شفافية ونزاهة العملية الانتخابية في الجزائر وذلك بعد إنشاء الهيئة المستقلة المكلفة بمراقبة الانتخابات من خلال التعديل الدستوري لسنة 2016.

وتحضيرا لتشريعات الرابع ماي 2017 تم التشاور بين الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات ممثلة في رئيسها وسلطة الضبط السمعي البصري Autorite de regulation de l'audiovisuel لمنح الهيئة العليا صلاحية توزيع الحيز الزمني في قطاع السمعي البصري للأحزاب السياسية والمرشحين الأحرار لتنشيط حملاتهم الانتخابية¹، ودائما في إطار الصلاحيات الممنوحة للهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات خلال ممارسة مهامها قبل الاقتراع، تتأكد من التوزيع المنصف للحيز الزمني في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما بين المترشحين أو قوائم المترشحين.

تطبيق لأحكام المادة 36 من القانون العضوي 16-11² تكلف اللجنة الدائمة للهيئة العليا بإعداد برنامج التوزيع المنصف للحيز الزمني في استعمال وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها، وقد قامت الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بإجراء عملية توزيع الحيز الزمني المخصص للأحزاب السياسية والقوائم الحرة للتعبير في وسائل الإعلام (المؤسسة الوطنية للتلفزيون والإذاعة الجزائرية) في إطار الحملة الانتخابية كتشريعات 04 ماي المقبلة بحضور ممثلين عن الأحزاب السياسية وقوائم المترشحين المشاركين في الموعد الانتخابي القادم.³

¹ -KEBECI Mohamed, Couverture de la campagne des élections législative de 04 Mai , l'ARAV et la HIISE se concertent, journal le Soir d'Algérie, N° : Lundi le 27 Février 2017,p05.

² -انظر المادة:36 من القانون العضوي رقم 11/16 المرجع السابق.

³ - فينيشكمال، رئيس الهيئة العليا لمراقبة الانتخابية، عبد الوهاب دربال، 320 ملاحظ دولي أغلبهم أفارقة و عرب لمتابعة سير التشريعات، جريدة الخبر، عدد 8472، الخميس 06 أفريل 2017، ص03.

ومن الناحية العملية نجد أن الحملة الانتخابية عبر وسائل الإعلام السمعية البصرية تتم ضمن احترام القانون المتعلق بالانتخابات وكذا التنظيم المعمول به، فمثلا في الانتخابات التشريعية لسنة 1997 جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم:

138-97¹ "يتدخل في إطار حصص التعبير المباشر الممثلون المفوضون قانونا عن قوائم المترشحين الذين يتقدمون باسم حزب أو عدة أحزاب سياسية أو في إطار قوائم مستقلة تطلق عليها تسمية ممثلي قوائم المترشحين".

وهنا كان الحجم الساعي للحملة الانتخابية عبر الوسائل السمعية البصرية محددًا يوميًا، إضافة إلى توقيت بث التدخلات والحجم الزمني المخصص لكل قائمة محدد عن طريق التنظيم، أما كيفية برمجة مختلف التدخلات فتكون تحت رعاية اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات سابق (الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات حاليا)، وقد حددت المادتان 9 و10 من المرسوم التنفيذي رقم 138/97 سابق الذكر الكيفيات المختلفة للتدخل عبر الوسائل السمعية البصرية وحددتها في ثلاثة أشكال: التصريح، الحوار، النقاش.

المطلب الثالث: محظورات الحملة الانتخابية و الأحكام الجزائية المتعلقة بها

يتعين على كل مرشح أو قائمة مرشحين أثناء القيام بالحملة الانتخابية التقيد بعدة أمور يترتب الإخلال بها إلى جزاءات مختلفة نتناول في الفرع الأول هذه المحظورات وفي الفرع الثاني في الجزاءات المترتبة عنها.

¹- انظر المادة:02 من المرسوم التنفيذي رقم 138-97 المؤرخ في 28 أبريل سنة 1997 ، يحدد شروط إنتاج حصص التعبير ، ج ر عدد 26 .

الفرع الأول: محظورات الحملة الانتخابية

- 1- عدم استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية.¹
- 2- عدم استعمال أي طريقة إشهارية تجارية لغرض الدعاية الانتخابية و ذلك طيلة الحملة الانتخابية.²
- 3- يمنع استعمال أي شكل للإشهار خارج المساحات المخصصة لهذا الغرض.³
- 4- يمنع استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي أو مؤسسة أو هيئة عمومية إلا إذا نصت الأحكام التشريعية على خلاف ذلك.⁴
- 5- يمنع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتمائها لأغرض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال.
- 6- يجب على كل مترشح أي يمتنع عن كل حركة أو موقف أو عمل أو سلوك غير مشروع أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي ، وأن يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية.⁵
- 7- يحظر الاستعمال السيئ لرموز الدولة.⁶
- 8- يحضر على كل مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير المباشرة، هبات نقدية أو عينية أو أي مساهمة أخرى مهما كان شكلها، من أي دولة أجنبية أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية.⁷

¹- انظر المادة:175 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

²- انظر المادة:180 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

³- انظر المادة: 182/ف2 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

⁴- انظر المادة:183 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

⁵- انظر المادة:185 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

⁶- انظر المادة:186 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

⁷- انظر المادة:191 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

إن الملاحظ في هذا الشأن أن المشرع أبقى على نفس المحظورات التي وردت في النص القديم سواء القانون 07-97 أو القانون 01-12 مع تغييرات لفظية طفيفة، وعمليا هناك العديد من الخروقات لهذه المحظورات مثل استعمال اللغة الأجنبية في الخطابات والتجمعات وكذلك استعمال رموز الدولة كالعلم الوطني والنشيد الوطني وكذلك استعمال بعض الأحزاب التابعة للسلطة للوسائل والممتلكات العمومية في الأغراض الانتخابية وما على الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات لما لها من صلاحيات بموجب القانون العضوي المنظم لعملها، بالتدخل التلقائي¹ وتوجيه الاعتذارات للمرشحين أو الأحزاب السياسية لتصحيح الوضع أو اتخاذ الإجراءات اللازمة في حالة الاستمرار في مخالفتها.

الفرع الثاني: الأحكام الجزائية المتعلقة بمحظورات الحملة الانتخابية

تفاديا الوقوع في محظورات الحملة الانتخابية أورد المشرع الجزائري جملة من العقوبات في القانون الانتخابي تاركا الأمر للهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات طبقا لصلاحياتها سواء عند إخطارها من طرف الناخبين أو المرشحين أو الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات أو بتدخلها التلقائي عندما تكتسي الوقائع التي عاينتها أو أخطرت بها وصفا جزائيا أن تبلغ كذلك النائب العام المختص إقليميا عن ذلك.²

وبالرجوع إلى القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات رقم 16-10 نجده قد نص

على العقوبات من أجل الحد من التجاوزات التي تقع أثناء سير الحملة الانتخابية وتتمثل فيما يلي:

1- في حالة مخالفة أحكام المادة 175 من القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات 16-10 والتي مضمونها منع استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية، فإن المخالف

¹ القانون العضوي رقم 16-11 المتعلق بالهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات، المرجع السابق.

² انظر المادة: 23 من القانون العضوي رقم 16-11 المرجع السابق.

يعاقب بغرامة من 400.000 دج إلى 800.000 دج و بحرمانه من حق التصويت و حق الترشح لمدة خمس (05) سنوات على الأكثر.¹

2- في حالة مخالفة أحكام المادتين 183 و 184 من القانون العضوي 16-10 و المتعلقةتين باستعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي أو مؤسسة أو هيئة عمومية دون أن تنص الأحكام التشريعية صراحة عن ذلك وكذلك استعمال أماكن العبادة و المؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتهاؤها للأغراض الانتخابية، فإن المخالف يعاقب بالحبس من سنتين (02) إلى خمس (05) سنوات وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج.²

من خلال النقطة الأولى المتعلقة بمنع استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية، نلاحظ أن المشرع الجزائري أدرج العقوبة المقررة بشأن المخالفة على غرار القانون السابق 12-01 المنظم للانتخابات، حيث أصاب إلى حد بعيد كون انه من غير المعقول ترك إجراء محظور من غير عقوبة هذا من جهة ومن جهة أخرى فان أي مرشح لأي استحقاق انتخابي يفترض فيه الابتعاد عن أي أمر منعه بنص صريح.

واعتبارات أن المشرع للانتخابات قد يصبح ممثلا للدولة الجزائرية التي تعتبر اللغة العربية لغتها الرسمية والوطنية، كما تعتبر اللغة الأمازيغية لغة وطنية بموجب التعديل الذي أدخل على الدستور سنة 2002 وهما اللغتان الوحيدتان اللتان يسمح قانونيا باستخدامها في الحملة الانتخابية.³

3- في حالة مخالفة أحكام المادة 185 من نفس القانون العضوي المتعلق بالانتخابات والمتعلقة بمنع القيام بأي سلوك أو موقف أو عمل غير مشروع أو مهين أو غير أخلاقي

¹- انظر المادة:214 من القانون العضوي رقم 16-11 المرجع السابق.

²- انظر المادة:215 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

³- الزاوي محمد الطيب و قندوز عبد القادر،تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري،دفاثر السياسة و القانون،عدد خاص بأشغال الملتقى الدولي،الأنماط الانتخابية في ظل التحول الديمقراطي،ورقلة 04/03 نوفمبر 2010 ص250.

حفاظا على السير الحسن للحملة الانتخابية، يعاقب المخالف بالحبس من خمسة (05) أيام إلى ستة (06) أشهر وبغرامة من 6.000 دج إلى 60.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.¹

4- في حالة مخالفة أحكام المادة 186 من القانون العضوي للانتخابات والمتعلقة بإساءة استعمال رموز الدولة، فإن المخالف يعاقب بالحبس من خمسة (05) إلى عشر (10) سنوات و بغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج.²

5- في حالة مخالفة أحكام المادة 191 من القانون العضوي للانتخابات والمتعلق بإعداد حسابات الحملة الانتخابية (نفقات الحملة الانتخابية) ويعاقب المخالف بحظر تلقي الهيئات النقدية أو العينية من أي دولة أجنبية أو من أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية، حيث يعاقب المخالف بالحبس من سنة (01) إلى خمس سنوات (05) وبغرامة من 40.000 دج إلى 200.000 دج.³

6- في حالة مخالفة أحكام المادة 196 من القانون العضوي للانتخابات و المتعلقة بتقديم حسابات الحملة الانتخابية من طرف المترشح لرئاسة الجمهورية أو قائمة المترشحين للانتخابات التشريعية إلى المجلس الدستوري، ويعاقب المخالف بغرامة من 40.000 دج إلى 200.000 دج وبحرمائه من حق التصويت وحق الترشح لمدة ست (06) سنوات على الأكثر.⁴

¹- انظر المادة:216 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

²- انظر المادة:217 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

³- انظر المادة:291 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

⁴- انظر المادة:219 من القانون العضوي رقم 16-10 المرجع السابق.

المبحث الثالث: ضوابط تمويل الحملات الانتخابية و عقوبتها.

لم يهتم المشرع الجزائري في القوانين المنظمة للانتخابات سابقا بتنظيم تمويل الحملات الانتخابية خاصة في ظل القانون (الأمر) رقم 07/97¹ سواء من حيث مقدار مساهمة الدولة وكيفية توزيع هذه المساهمة بين المترشحين أو من حيث الحد الأقصى للنفقات المتعلقة بالعملية الانتخابية الأمر الذي قد يؤدي إلى سيطرة أصحاب رؤوس الأموال على تمويل الحملات الانتخابية للمترشحين الأحرار أو الأحزاب ذات الموارد المالية، وقد تمت السيطرة على مقاليد الحكم وتحقيق أهداف غير مشروعة لذلك استدرك المشرع الأمر في التعديلات الأخيرة على قوانين الانتخابات وعليه نتنازل في هذا المبحث الضوابط المتعلقة ببيان مصادر تمويل الحملة الانتخابية في مطلب أول وحساب نفقات الحملة الانتخابية وكيفية تسقيفها، وفي المطلب الثالث العقوبات المقررة على المخالفات المالية للحملة الانتخابية.

المطلب الأول: مصادر تمويل الحملة الانتخابية

حدد المشرع الجزائري مصادر تمويل الحملة الانتخابية في ثلاث مصادر ذكرها على سبيل الحصر في المادة 190 من القانون العضوي للانتخابات 16-10 وهي:

- مساهمة الأحزاب السياسية .
- مساعدة محتملة من الدولة تقدم على أساس الإنصاف.
- مداخيل المترشح.

¹- الأمر رقم 07/97 المؤرخ في 06 مارس 1997 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية ، العدد 12، 1997.

الفرع الأول: مساهمة الأحزاب السياسية

يتم تمويل الحملة الانتخابية من قبل الأحزاب السياسية بواسطة الموارد الخاصة لها وتكون هذه الموارد متنوعة مثل حقوق الاشتراكات للأعضاء المنخرطين في الحزب وكذا الهيآت والوصايا والتبرعات وكذا العائدات المرتبطة بنشاطها والمساعدات المحتملة التي تقدمها الدولة في هذا المجال.

إلا أن هذه المساعدات أحاطها المشرع بعدة شروط تتمثل في:

- يجب أن تدفع الاشتراكات من الأعضاء المنخرطين في الحزب السياسي بما فيهم المقيمين في الخارج في الحساب المنصوص عليه في المادة: 62 من القانون العضوي للأحزاب السياسية وتحدد هيئات المداولة التنفيذية للحزب مبلغ الاشتراكات.¹
- وبخصوص الحساب المذكور يتعين على الحزب السياسي أن يكون له حساب مفتوح لدى مؤسسة مصرفية أو مالية وطنية في مقرها أو لدى فروعها المتواجدة عبر التراب الوطني.
- لا يمكن أن ترد الهبات والوصايا والتبرعات إلا من أشخاص طبيعيين معروفين ولا يمكن أن تتجاوز ثلاثمائة (300) مرة الأجر الوطني الأدنى المضمون لكل هبة وفي السنة الواحدة و تدفع في الحساب المنصوص عليه في المادة 62 من القانون العضوي للأحزاب السياسية.
- يمنع على الحزب السياسي أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة دعما ماديا أو ماليا من جهة أجنبية بأي صفة كانت وبأي شكل كان.²
- أما بخصوص الموارد التي أباح المشرع للأحزاب السياسية تمويل نشاطاتها بها والمتعلقة بالعائدات المرتبطة بنشاطها، أوجب المشرع أن تكون نتيجة استثمارات غير تجارية، ويمنع على الأحزاب السياسية ممارسة أي نشاط تجاري.¹

¹- انظر المادة:52 من القانون العضوي 12-04 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالأحزاب السياسية ، الجريدة الرسمية، عدد 02، 2012.

²- انظر المادة:53 من القانون نفسه.

الفرع الثاني: مساعدة محتملة من الدولة تقدم على أساس الإنصاف

لم ينص القانون الجزائري على إلزام الدولة بتقديم مساعدات لتمويل الحملات الانتخابية للمترشحين أو الأحزاب السياسية، و إنما جعل هذا الإجراء يخضع لتقديرها، كما أن هذا التقدير ليس مطلقا بل مقيد بشرط الإنصاف بين المترشحين كما هو واضح في نص المادة 190 المذكورة سابقا، وبالرجوع إلى نص المادة 58 من القانون العضوي 12-04 المتعلق بالأحزاب السياسية والتي نصت على أن: "يمكن للحزب السياسي المعتمد أن يستفيد من إعانة من الدولة حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد منتخبي في المجالس. يقيد مبلغ الإعانة المحتملة التي تمنحها الدولة للأحزاب السياسية في ميزانية الدولة".

كما يمكن أن تكون المساعدات التي تمنحها الدولة للحزب السياسي محل مراقبة فيما يخص وجهة استعمالها، كما سيأتي عند التطرق لرقابة المجلس الدستوري لنفقات الحملة الانتخابية في نهاية المبحث.

الفرع الثالث: مداخيل المترشح

تعتبر مداخيل المترشح مصدر من مصادر تمويل الحملة الانتخابية طبقا للمادة 190 السالفة الذكر من القانون العضوي للانتخابات 16-10 كما هو الحال في إشهار الترشيحات، فعلى المترشح أن يتحمل نفقات إشهار ترشيحه زيادة على أنواع الإشهار والأخرى سواء كان ذلك بالملصقات أو بالتعليق أو بكل الوسائل القانونية لسير الحملة الانتخابية، وفي سبيل ضبط الإنفاق على الحملة الانتخابية وشفافيته وحماية البلاد من أي خطر قد تتعرض له جراء قبول مرشحها للهبات والتبرعات من أي جهة أجنبية، منع المشرع على كل مترشح

¹- انظر المادة:56 من القانون نفسه.

لأي انتخابات وطنية أو محلية تلقى تلقي أو قبول هبات نقدية أو عينية مباشرة أو غير مباشرة من أي دولة أجنبية أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية.¹ إن الحظر الواقع على التمويل الأجنبي للحملة الانتخابية من قبل المشرع يفهم منه جواز تلقي مثل هذه الهبات والتبرعات العينية والنقدية من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين ذوي الجنسية الجزائرية أو الوطنيين حتى ولو لم يصرح بذلك، لكن حسب نص المادة 194² من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات يجب أن لا تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية في الانتخابات التشريعية حد أقصاه مليون وخمسمائة ألف دينار (1.500.000) دج عن كل مترشح لكل قائمة انتخابية وهو ما سنفصله عند التطرق لحساب نفقات الحملة الانتخابية.

المطلب الثاني: حسابات الحملة الانتخابية و رقابة نفقاتها

عادة ما تلجأ الدول من خلال التشريعات التي تسنها إلى وضع سقف محدد لنفقات الحملات الانتخابية قصد تحقيق المساواة في الإنفاق بين كافة المرشحين وكذا منع الفساد الانتخابي الناتج عن الإفراط في صرف الأموال في الحملات الانتخابية، الشيء الذي يؤثر على نزاهة ومصداقية الانتخابات ومن أجل معرفة مصادر تمويل حملات المرشحين وتقدير النفقات، تم وضع قواعد من أجل تدخل المجلس الدستوري ومراقبة حسابات المرشحين خاصة الانتخابات التشريعية والرئاسية.

الفرع الأول: حسابات الحملة الانتخابية

حدد المشرع الجزائري الحد الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية والتي لا يجوز لأي مترشح سواء للانتخابات الرئاسية أو التشريعية تجاوزها، فبالنسبة للانتخابات الرئاسية لا يمكن تجاوز الحد الأقصى للنفقات في الدور الأول مائة مليون دينار جزائري (100.000.000)

¹- انظر المادة:191 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

²- انظر المادة:194 من المرجع نفسه.

دج، ويرفع هذا المبلغ إلى مائة و عشرون مليون دينار جزائري (120.000.000) دج في الدور الثاني و هذا حسب نص المادة 192 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات.¹ أما بالنسبة للانتخابات التشريعية فالحد الأقصى المسموح به للإنفاق على الحملة الانتخابية يقدر بمليون و خمسمائة ألف دينار جزائري (1.500.000) دج عن كل مترشح حسب المادة 194 من القانون نفسه.

-تعويض النفقات الانتخابية: نظم المشرع الجزائري عملية الاسترداد الجزافي لنفقات الحملة الانتخابية في الحالات التي يلتزم فيها المترشح بتقديم الوثائق القانونية الخاصة بالحملة الانتخابية، وتتمثل في كشف حسابات الحملة الانتخابية للمرشح من طرف محاسب معتمد متضمنا مجموع الإيرادات المحصل عليها وتقديم النفقات التي أنفقت في الحملة الانتخابية، حيث جاء في المادة 196 من القانون العضوي 16-10 للانتخابات² على انه ينبغي على كل مترشح لانتخاب رئيس الجمهورية أو قائمة المترشحين للانتخابات التشريعية أن يقوم بإعداد حساب الحملة يتضمن مجموع الإيرادات المتحصل عليها والنفقات الحقيقية وذلك حسب مصدرها وطبيعتها.

يسلم هذا الحساب المقدم من قبل محاسب خبير أو محافظ حسابات إلى المجلس الدستوري، وفي حالة رفض حساب الحملة الانتخابية من طرف المجلس الدستوري لا يمكن القيام بالتعويضات المنصوص عليها في المادتين 193 و 195 من هذا القانون العضوي، وبالرجوع إلى المادة 193 من القانون نفسه نجدها تحدد طريقة التعويض بالنسبة لنفقات الحملة الانتخابية الرئاسية، ويكون التعويض الجزافي بنسبة:

1- عشرة في المائة (10%) من قيمة النفقات الحقيقية.

¹- انظر المادة:192 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

²- انظر المادة:196 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

يرفع التعويض الجزائي إلى عشرين في المائة (20%) من النفقات الحقيقية وضمن الحد الأقصى المرخص به إذا أحرز المترشحون للانتخابات الرئاسية على نسبة تفوق عشرة في المائة (10%) وتقل أو تساوي عشرين في المائة (20%) من الأصوات المعبر عنها.

2- ترفع نسبة التعويض إلى ثلاثين في المائة (30%) في حالة الحصول على أكثر من (20%) من الأصوات المعبر عنها.

و في كل الحالات لا يتم التعويض إلا بعد إعلان المجلس الدستوري للنتائج، أما طريقة التعويض الجزائي لنفقات الحملة الانتخابية المتعلقة بالانتخابات التشريعية، فقد نصت عليها المادة 195 من القانون العضوي للانتخابات 16-10.¹

كما تسترد قوائم المترشحين للانتخابات التشريعية نسبة خمسة وعشرين في المائة (25%) من النفقات المصروفة حقيقة وضمن الحد الأقصى المرخص به إذا أحرزت عشرين في المائة (20%) على الأقل من الأصوات المعبر عنها، ويمنح هذا التعويض إلى الحزب السياسي الذي أودع الترشح تحت رعايته، كذلك لا يتم تعويض النفقات إلا بعد إعلان المجلس الدستوري للنتائج.

الفرع الثاني: رقابة المجلس الدستوري على نفقات الحملة الانتخابية

بعد إعلان النتائج النهائية والفصل في الطعون، يواصل المجلس الدستوري مباشرة صلاحياته في مجال الانتخابات التشريعية على أن يقدم كل مترشح حسابات حملته الانتخابية، ويتضمن هذا الحساب مجموع الإيرادات المتحصل عليها والنفقات التي تمت وذلك حسب مصدرها وطبيعتها.²

¹- انظر المادة:195 من المرجع نفسه.

²- انظر المادة:196 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

يبت المجلس الدستوري في حساب الحملة الانتخابية و يبلغ قراره إلى كل مترشح، وينشر القرار في الجريدة الرسمية، كما يحدد هذا القرار قبول حساب الحملة الانتخابية أو رفضه، ولا يمكن للمترشح الذي رفض حساب حملته الانتخابية أن يطالب بتسديد المصاريف الحقيقية التي أنفقها.

وعليه يباشر المجلس الدستوري صلاحياته في المجال الانتخابي ويتعلق الأمر بالدور الثاني الذي أوكله المشرع للمجلس الدستوري فيما يخص الجانب المالي لحساب الحملة الانتخابية، و حرصا على تجسيد مبدأ المساواة المكرس دستوريا بين المترشحين حدد المشرع الجزائري مصادر تمويل الحملة الانتخابية و سقف النفقات المتعلقة بها وذلك بالنسبة لكل مترشح لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، بغض النظر عن انتمائه السياسي ومركزه الاجتماعي.¹

و حسب تصريح كل من المجلس الدستوري ومجلس الدولة بأنه لا يعد من قبل حساب الحملة وثيقة مختصرة لا تشمل إلا على حالات معينة من التبرعات، ولا تتضمن أي إشارة عن النفقات، كما لم يعتبر مجلس الدولة كذلك من قبيل حساب الحملة الانتخابية مجموعة من الأوراق أو مستند لمجموع الإيرادات والنفقات.

1- مضمون حساب الحملة الانتخابية:

تنص المادة 196 من القانون العضوي 16-10 المتعلق بالانتخابات حسب فقرتها الأولى على أنه ينبغي على كل مترشح لانتخاب رئيس الجمهورية أو قائمة المترشحين للانتخابات التشريعية أن يقوم بإعداد حساب حملة يتضمن مجموع الإيرادات المتحصل عليها والنفقات الحقيقية، و ذلك حسب مصدرها وطبيعتها.

¹- انظر المادة:195 من المرجع نفسه.

2- إجراءات إيداع حساب الحملة الانتخابية

تجسيدا لمبدأ العلانية يسلم حساب الحملة الانتخابية إلى المجلس الدستوري، وذلك بعد أن يقدم من قبل محاسب خبير أو محاسب معتمد عن طريق تقرير مختوم وموقع عليه، وفي كل الأحوال يتعين على المجلس الدستوري أن يبين في حساب الحملة الانتخابية للمترشحين بالنسبة لانتخابات المجلس الشعبي الوطني ترسل إلى مكتب هذا الأخير.¹

وحسب النظام المحدد لقواعد عمل المجلس الدستوري² خصوصا المواد 44 و 45 و 46 الخاصة بإجراءات حساب الحملة الانتخابية لانتخاب رئيس الجمهورية فإن المجلس الدستوري له أن يستعين بأي خبير في دراسة الحملة الانتخابية، كما يبت المجلس الدستوري في حسابات الحملة الانتخابية ويبلغ قراره إلى المترشح والسلطات المعنية ويرسل القرار المتضمن حساب الحملة الانتخابية الخاص برئيس الجمهورية إلى الأمين العام للحكومة لنشره في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية طبقا لأحكام القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، للإشارة فإن المدة القانونية لتقديم حساب الحملة الانتخابية من طرف المترشح إلى المجلس الدستوري هي ثلاثة أشهر (03) من تاريخ نشر النتائج النهائية هذا بالنسبة للمترشحين لمنصب رئيس الجمهورية.

أما المواد من 58 إلى المادة 61 فتخص إجراءات حساب الحملة الانتخابية للمترشحين لانتخاب المجلس الشعبي الوطني، وهي نفس إجراءات حساب الحملة الانتخابية لانتخاب رئيس الجمهورية مع وجود فارق في المدة المحتسبة في حالة وجود دور ثاني في الرئاسيات وكذلك ما تعلق بإرسال حسابات الحملة للمترشحين المنتخبين

¹ - مليكة بن دني، المجلس الدستوري و الانتخابات التشريعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع إدارة و مالية، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي 2011/2012، ص15.

² - النظام المحدد لقواعد عمل المجلس الدستوري المؤرخ في 11 ماي 2016، ج ر عدد 29 سنة 2016.

في المجلس الشعبي الوطني إلى مكتب المجلس، وتقدم حسابات الحملة الانتخابية خلال الشهرين التاليين لنشر النتائج النهائية لانتخابات المجلس الشعبي الوطني.

المطلب الثالث: الجزاءات المقررة على المخالفات المالية للحملة الانتخابية

قبل التطرق إلى جزاء الإخلال بإيرادات الحملة الانتخابية من جهة، وجزاء الإخلال بإعداد حساب الحملة الانتخابية من جهة أخرى، فلا بد من الإشارة لشروط ضبط حسابات الحملة الانتخابية، أي التزامات المترشح اتجاه حسابات حماته الانتخابية.¹

وعليه أهم التزام يقع على عاتق المترشح للانتخابات التشريعية، سواء كان في قائمة حزبية أو قائمة حرة أن يقدم حساب حملته الانتخابية في آجال قانونية إلى المجلس الدستوري كما ذكرنا سابقاً، والهدف من ذلك هو تمكين المترشحين من إعداد تقرير مفصل ودقيق حول حسابات الحملة، ولذلك سنحاول التطرق إلى جزاء الإخلال بإيرادات الحملة الانتخابية في الفرع الأول ثم جزاء الإخلال بإعداد حساب الحملة الانتخابية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: جزاء الإخلال بإيرادات الحملة الانتخابية

نص المشرع الجزائري صراحة في كل من المادتين 185 و186 من الأمر 07/97 المتعلق بالانتخابات الملغى والتي تقابلها المادتين 203 و204 من القانون 01/12 المعدل بالقانون 10-16² على عملية تمويل الحملة الانتخابية والموانع الواجب تجنبها من طرف المرشح والحزب السياسي فيما يخص الحصول على إيرادات من جهات أجنبية.

حيث تم تجريم فعل تمويل الحملات الانتخابية بالمصادر الأجنبية وعدم الالتزام بإعداد حساب عن الحملة الانتخابية وذلك حفاظاً على سيادة الدولة وتجنباً لأي شكل من أشكال التبعية للمصالح الخارجية.

¹- مليكة بن دني، المرجع السابق، ص 93.

²- الأمر رقم 97-07 المؤرخ في 07/03/1997 المتضمن القانون العضوي و المتعلق بنظام الانتخابات، ج ر، عدد 12، 1997 المعدل و المتمم، الملغى.

وبالرجوع إلى القانون العضوي 16-10 المتعلق بنظام الانتخابات في مادته 191¹ التي تحظر على كل مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة، هبات نقدية أو عينية أو أي مساهمة أخرى مهما كان شكلها من أي دولة أجنبية أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية.

ثم أورد المشرع عقوبة المرشح الذي يتلقى أموالا من مصادر أجنبية لتمويل حملته الانتخابية و ذلك في المادة 218 من القانون العضوي للانتخابات 16-10 بالحبس من سنة (01) إلى خمس (05) سنوات و بغرامة من 40.000 دج إلى 200.000 دج.²

الفرع الثاني: جزاء الإخلال بإعداد حساب الحملة الانتخابية

نصت المادة 215 من الأمر 07/97 الملغى على عقوبة كل من خالف ما جاء في نص المادة 191 منه، وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في القانون الانتخابي 01/12 في نص المادة 232، ثم جاء القانون العضوي الجديد المنظم للانتخابات رقم 16-10 حيث في مادته 196 ضرورة تقديم حساب الحملة الانتخابية يتضمن الإيرادات المتحصل عليها والنفقات الحقيقية حسب مصدرها وطبيعتها، كما يسلم التقرير من طرف محاسب خبير أو محافظ حسابات إلى المجلس الدستوري، وفي حالة رفض حساب الحملة الانتخابية من طرف المجلس الدستوري لا يمكن تعويض المترشحين المخالفين، هذا إضافة للعقوبة الواردة ضمن المادة 219 من القانون العضوي 16-10 للانتخابات.

وهذه العقوبة خاصة بالجميع سواء كانت تلك الأحزاب التي تحصلت على عدد كبير من المقاعد أو لم تحصل إطلاقا على أي مقعد، المهم أن الجميع ملزم بإيداع ملفه المتضمن نفقاته المالية الخاصة بحملته الانتخابية للمجلس الدستوري، فإنه سيعاقب بعدم قبوله للانتخابات المقبلة³، وحسب الإجراءات يتم إيداع الحسابات المتعلقة بالحملة الانتخابية لكل

¹- انظر المادة: 191 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

²- انظر المادة: 218 من القانون العضوي 16-10 المرجع السابق .

³- مليكة بن دني، المرجع السابق، ص 98.

مترشح لدى الأمانة العامة للمجلس الدستوري في شكل تقرير مرفق بوثائق ومستندات ثبوتية لإيرادات و نفقات الحملة. فبعد فحص المجلس الدستوري لحسابات الحملة الانتخابية ترسل منها فقط تلك المتعلقة بالمرشحين المنتخبين في المجلس الشعبي الوطني دون غيرهم إلى مكتب هذا الأخير، ولم يشر أي نص قانوني إلى بقية المرشحين وفي حالة مخالفة أحكام المادة 196 من القانون العضوي رقم 16-10 والمتعلقة بإيداع حساب الحملة الانتخابية، فإن العقوبة واردة ضمن المادة 219 من نفس القانون بغرامة 40.000 دج إلى 200.000 دج وبحرمانه من حق التصويت وحق الترشح لمدة ست (06) سنوات على الأكثر. بالإضافة إلى كل هذا فقد تحول المجلس الدستوري إلى أمر بالصرف بعد حسابه لنسبة التعويض الممنوحة وبعد التحقق من سلامة التقرير وتطابقه مع قانون الانتخابات.¹ والجدير بالملاحظة في هذا المجال هو أن المجلس الدستوري لم يصدر عنه لحد الآن أي قرار يقضي برفض حسابات حملة مترشح ما، ولم يتم نشر الحسابات المتعلقة بالمرشحين للانتخابات التشريعية، حيث يكتفي المجلس الدستوري بإرسال حساباتهم إلى مكتب المجلس الشعبي الوطني، مما قد ينقص من الضمانات المطلوبة في مجال تمويل الحملات الانتخابية.

¹- نذير زربي، مناهج عمل المجلس الدستوري من خلال مراقبة صحة عمليات التصويت لانتخاب أعضاء البرلمان، مقال بمجلته "الفكر البرلماني" العدد الثاني عشر، أبريل 2006، ص 78.

• ملخص الفصل الثاني:

الحملة الانتخابية هي الإطار المناسب لعرض البرامج الانتخابية وإقناع الناخبين بالوسائل المشروعة للوصول إلى الفوز بالانتخابات، لذلك وضع المشرع حملة من الضوابط والآليات لحسن سير الحملة الانتخابية بطريقة نزيهة وشفافية منها ما هو مذكور في القانون العضوي للانتخابات، هذه الضوابط مرتبطة بالجانب المكاني والزمني للحملة الانتخابية كالمصقات وأماكن إقامة التجمعات والتظاهرات الانتخابية، وقد رتب المشرع عقوبات في حلة خرقها، كما قام بضبط الوسائل المستخدمة في إدارة الحملة الانتخابية هذه الوسائل منها السمعية البصرية، كما ألزم المترشحين بالامتناع عن القيام بتصرفات محظورة منافية لطبيعة الحملة الانتخابية، ومن أجل فرض احترام هذه الضوابط تم إنشاء هيئة رقابة تتمثل في الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بموجب التعديل الدستوري لسنة 2016 مهمتها التدخل والتبنيه واتخاذ الإجراءات في مواجهة المترشحين أو الأحزاب بغية تصحيح الخروقات أو إخطار النيابة العامة في حالة حصول مساس جسيم بقواعد سير الحملة الانتخابية، إضافة إلى ذلك وحفاظا على مبدأ المساواة بين جميع المترشحين في الوصول إلى مناصب الهيئات المنتخبة خاصة ما تعلق بالجانب المالي للحملة الانتخابية، حيث أوكل المشرع مهمة مراقبة نفقات الحملة الانتخابية ومصادر تمويلها للمجلس الدستوري حتى لا تكون المناصب السياسية في الدولة عرضة لأصحاب الأموال، وحتى تؤدي هذه الضوابط إلى سير الحملة الانتخابية بصفة شفافة وضع المشرع الجزائري إجراءات تتناسب مع طبيعة الخروقات الحاصلة.

الخطبة

خاتمة

من خلال التطرق التفصيلي لكل عناصر البحث سواء بالنسبة للفصل الأول الخاص بتنظيم الحملات الانتخابية، والفصل الثاني الخاص بالضوابط التي تحكم سير الحملة الانتخابية، حيث تمكننا من خلال هذا العرض من الإجابة عن الإشكالية التي طرحناها في مقدمته والمتعلقة بمدى توفيق المشرع الجزائري في وضع الضوابط اللازمة لحسن سير الحملة الانتخابية بصفة نزيهة وشفافة في ظل احترام مبادئ المساواة بين المترشحين ومحاولة إبعاد الإدارة وتقليل تأثيرها في مسار الحملة الانتخابية لصالح مرشح معين، ورغم اجتهاد المشرع الجزائري عبر التعديلات في قوانين الانتخابات المتعاقبة، وكذلك استحداث الآليات اللازمة لتعزيز شفافية العملية الانتخابية ككل وخاصة أثناء سير الحملة الانتخابية من خلال إنشاء الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بموجب التعديل الدستوري لسنة 2016 وكذلك ضبط المجال السمعي البصري على المستوى الإعلامي نظرا لدوره الكبير في نقل الأحداث السياسية المختلفة وتوجيه الرأي العام حول منظومة الحكم في الدولة، إضافة للهيئات الرقابية المختلفة المكلفة بمتابعة الجانب المالي المستعمل في تنشيط الحملة الانتخابية، وبسبب ظهور دور المال في الحياة السياسية و تأثيره في مراكز القرار كان لابد من ضبط هذا الجانب من طرف المشرع حتى لا تصبح المنافسة الانتخابية حكرا على أصحاب المال وإقصاء الكفاءات العلمية ممن تولى المناصب في مختلف المركز وهو ما يؤدي في النهاية إلى خطر يهدد كيان الدولة.

وعلى العموم ومن خلال بحثنا هذا نستنتج أن نية المشرع من خلال النصوص التي أصدرها تهدف في مجملها لتنظيم الحملات الانتخابية ومحاولة إضفاء روح التنافس النزيه بين المرشحين لكل استحقاق انتخابي وتكريس مبدأ المساواة بينهم، بحيث عمد إلى وضع إطار زمني وحدده وحصر الوسائل التي تستخدم في الحملة

الانتخابية، كما أوقع عقوبات على أي تجاوز بهذه الحدود، بالإضافة إلى تنظيمه لمصادر تمويل الحملة الانتخابية و تحديدها.

وفي آخر بحثنا هذا المتواضع يمكن الخروج بالنتائج المتوصل إليها وكذا تقديم بعض التوصيات من أجل تدارك بعض النقائص المسجلة وعليه تتطرق للنتائج وبعد ذلك التوصيات كما يلي:

• النتائج:

1- وضع المشرع حدود وضوابط للحملة الانتخابية لعدم وقوع تجاوزات خلال هذه المرحلة من خلال رقابتها من الناحية العملية (ملصقات وتجمعات) وحدد كذلك كيفية عقد الاجتماعات و التظاهرات الانتخابية .

2- كما حدد المشرع الجزائري ومنع استعمال الأماكن العامة والوسائل التابعة للدولة وأماكن العبادة ، بالإضافة إلى منع الإساءة إلى رموز الدولة أثناء الحملة الانتخابية.

3- وجود إدارة انتخابية محايدة وشفافة من أهم العوامل التي تساعد للوصول إلى انتخابات حرة و نزيهة.

4- إنشاء الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات بدلا من اللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات يعد بمثابة نقلة نوعية نحو سعي المشرع في إضفاء النزاهة والشفافية على الانتخابات بمختلف مراحلها.

5- تتبع الهيئة العليا لمجريات الحملة الانتخابية و تتدخل في حالة وقوع تجاوزات تلقائيا أو بناء على إخطار من الأطراف المشاركة في الانتخابات كتابيا.

6- تحديد النفقات المتعلقة بالحملة.

7- بعد انتهاء المجلس الدستوري من الفصل في الطعون الانتخابية وإعلان النتائج الخاصة بالانتخابات التشريعية النهائية، يعمد مباشرة إلى البت في حسابات الحملة الانتخابية و يبلغ قراره إلى كل مترشح مع نشره في الجريدة الرسمية وهو اختصاص أصيل للمجلس الدستوري.

• التوصيات:

1- إذا كان القانون الانتخابي قد حدد مدة الحملة الانتخابية وتاريخ بدايتها ونهايتها، كما ألزم المترشحين بفترة الصمت الانتخابي قبل الاقتراع ، فماذا عن مواصلة الدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك وسائل الإعلام غير المرخص لها رغم ما تحدثه من تأثير في توجيهات الناخبين وكذا النتائج النهائية للانتخابات.

2- كذلك ألزم القانون بعقد التجمعات والتظاهرات الانتخابية في أماكن يتم تحديدها مسبقا بالتنسيق بين مصالح البلدية والمداومات الولائية التابعة للهيئة العليا المستقلة للانتخابات، غلا انه في المناطق التي يغلب عليها الطابع العشائري والقبلي و الجهوية تفقد التجمعات في الأماكن غير المقررة قانونا.

3- رغم الضمانات القانونية المتعلقة بحياد الإدارة تجسيدا لمبدأ المساواة بين جميع المترشحين، وكذلك تعليمة رئيس الجمهورية حول حياد الإدارة، إلا انه ما يلاحظ عمليا ومن خلال الاستحقاقات الانتخابية السابقة هو تسخير وسائل الدولة وكذلك الأموال العمومية في خدمة جهة معينة وهو ما يتطلب مزيدا من الضمانات و تفعيلًا للآليات القانونية الموجودة للحد من تدخل الإدارة في توجيه العملية الانتخابية.

4- تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية بالنسبة للمترشحين وقوائم المترشحين، حيث هناك التفاوت في عدد المقاعد بين ولايات الوطن، مثلا عدد مقاعد ولاية الجزائر العاصمة وولاية أدرار أو تامنراست، فلا يستطيع المترشح تغطية نفقات الحملة الانتخابية حسب السقف المحدد للنفقات وهو مليون وخمسمائة ألف دينار جزائري لكل مترشح (في ولاية الجزائر العاصمة مقارنة بولاية أدرار مثلا).

5- والجدير بالملاحظة في هذا المجال أن المجلس الدستوري لم يصدر عنه لحد الآن أي قرار يقضي برفض حسابات حملة لمترشح ما، ولم يتم نشر الحسابات المتعلقة بالمترشحين للانتخابات التشريعية لا من قبل المجلس الدستوري الجزائري ولا من قبل جهة أخرى بما في

ذلك حسابات المترشحين المنتخبين الفائزين، حيث يكتفي المجلس الدستوري الجزائري بإرسال حساباتهم إلى مكتب المجلس الشعبي الوطني، مما قد ينقص من الضمانات المطلوبة في مجال تمويل الحملات الانتخابية.

وبعد التطرق للتوصيات المقدمة لتدارك الخلل المسجل، لا بد من إعادة النظر من طرف المشرع الجزائري في حالة تعديل قانون الانتخابات مستقبلا.

خلاصة الموضوع

الموضوع

ملخص موضوع ضوابط الحملة الانتخابية:

تعتبر الحملة الانتخابية الفترة التي تسبق مرحلة التصويت لاختيار المترشحين لشغل المناصب في الهيئات المنتخبة، وقد تناولها فقهاء القانون والمهتمين في مجال اللغة بشيء من التفصيل، سواء ما تعلق بمفهومها أو أنواعها وكذا خصائصها التي تميزها عن غيرها من الحملات، كما أنها تتطلب استخدام أساليب شرعية لخوض غمارها و كسب تأييد الناخبين، إلا أن هناك من المترشحين من يستخدم أساليب غير مشروعة للحصول على أهدافهم، وحتى تحقق الحملة الانتخابية أهدافها لا بد لها من مبادئ تحكمها تتجسد في المساواة بين المترشحين في الحصول على الفرص الممكنة للوصول إلى الناخبين بعيدا عن تدخل الإدارة وانحيازها إلى أي طرف في اللعبة الانتخابية إضافة إلى صحة وسلامة الوسائل والإجراءات المتعلقة بالحملة الانتخابية، وحرصا من المشرع على حسن سير الحملة الانتخابية بكل شفافية ونزاهة كان لا بد من وضع الضوابط اللازمة سواء ما تعلق بالجانب الزمني والمكاني وحتى لا تخرج الحملة عن إطارها المرسوم، كما حدد الوسائل المختلفة بالنسبة للملصقات وأماكن التجمعات والتظاهرات الانتخابية وضبط نفقات الحملة الانتخابية تحت رقابة المجلس الدستوري حتى لا تصبح اللعبة السياسية بين أيدي أصحاب المال، إضافة لذلك استحدثت المؤسسة الدستورية الآلية اللازمة للوقوف على مدى احترام المترشحين والأحزاب لهذه الضوابط وهي الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات، وذلك حرصا من المشرع على نجاح العملية الانتخابية في ظروف تتسم بالشفافية والنزاهة المنشودة.

ترجمة ملخص موضوع ضوابط الحملة الانتخابية للغة الفرنسية:

Résumé Final

La campagne électorale est la période antérieure aux élections pour choisir les candidats aptes à occuper les postes dans les structures élues.

Les savants de littérature ont procédé à donner une définition exacte à la campagne électorale, ses spécificités et ses différents genres.

Aussi elle nécessite les candidats à utiliser les moyens légaux pour arriver aux électeurs et gagner leurs voix, bien qu'on remarque que certains d'eux pratiquent des moyens hors la loi pour atteindre leurs objectifs et gagner la campagne électorale.

Pour assurer le bon déroulement de la campagne électorale il faut :

- Neutralisation de l'administration envers tous les candidats.
- L'égalité entre les candidats.
- La transparence du déroulement de la campagne électorale.
- -respect des dispositions relatives au temps et au lieu de la campagne électorale de la part des candidats.
- L'organisation des regroupements et des manifestations électorales et leurs moyens tels que les affiches, il faut qu'elle soit soumise à la réglementation en vigueur.
- Les frais et le financement de la campagne électorale sont sous la gestion et le contrôle du conseil institutionnel, pour éloigner les hommes d'affaires (les gens qui possèdent des fortunes) électorale.
- Pour assurer la transparence, la haute structure de contrôle des élections a mis des dispositions fermes selon la réglementation en vigueur, doit être respectés par les candidats.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

1- دستور الجزائر المعدل لسنة 2016 الصادر بموجب قانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016، ج ر عدد 14 المؤرخة في 07-02-2016.

2- النصوص القانونية:

• الأمر رقم 97-07 المؤرخ في 07-03-1997 المتضمن القانون العضوي والمتعلق بنظام الانتخابات، ج ر عدد 12 المؤرخة في 06-03-1997 المعدل والمتمم الملغى.

• القانون العضوي رقم 16-10 المؤرخ في 25-08-2016 والمتعلق بنظام الانتخابات، ج ر عدد 50 المؤرخة في 28-08-2016.

• القانون العضوي رقم 16-11 المؤرخ في 25-08-2016 والمتعلق بالهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات، ج ر عدد 50 المؤرخة في 28-08-2016.

• القانون رقم 91-19 المؤرخ في 02-12-1991 المعدل والمتمم للقانون 89-28 المؤرخ في 31-12-1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية، ج ر عدد 62 لسنة 1991.

• القانون العضوي رقم 12-04 المؤرخ في 12 يناير 2012 والمتعلق بالاحزاب السياسية، ج ر عدد 02.

• المرسوم التنفيذي رقم 12-29 المؤرخ في 06 فبراير سنة 2012 يحدد كفاءات إشهار الترشيحات ج ر عدد 08.

• المرسوم التنفيذي رقم 97-138 المؤرخ في 28 أبريل سنة 1997 يحدد شروط إنتاج حصص التعبير، ج ر عدد 26.

• النظام المحدد لقواعد عمل المجلس الدستوري المؤرخ في 11 ماي 2016 كفاءات

ج ر عدد 29 لسنة 2016.

ثانيا: المراجع و المؤلفات:

1-الكتب:

- إسماعيل ابن حماد الجوهري: معجم الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الطبعة الرابعة، القاهرة، ج4 سنة 1987.
- ابن منظور: لسان العرب، الجزء الأول، دار صادر، بيروت.
- د/ زكرياء بن صغي: الحملات الانتخابية الرئاسية في الصحافة الجزائرية، جامعة بغداد، 2002.
- د/سامية محمد جاب: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، الإسكندرية، دار المعارف الجامعية، 1984.
- د/سليمان الطماوي: القضاء الإداري قضاء تأديب، الكتاب الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- أ/علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، ط1/1983.
- د/ عمر حلمي فهمي:الانتخاب وتأثيره في الحياة السياسية والحربية، ط2، 1991.
- د/ عفيفي كامل عفيفي: الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية والقانونية، دراسة مقارنة.
- د/محمد كمال قاضي: الحملة الانتخابية والنظام البرلماني المصري، مكتبة مصر 1987.
- د/محمد كمال قاضي: الحملة الانتخابية، دراسة نظرية وتطبيقية، دار النهضة للطباعة، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 1995.

- د/ محمد فرغلي محمد علي: نظم وإجراءات انتخاب أعضاء المجالس المحلية في ضوء القضاء والفقهاء، دراسة تأصيلية وتطبيقية لنظام الانتخابات المحلية في مصر والدول العربية، دار النهضة العربية، 1998.
- محمد منير حجاب: إدارة الحملات الانتخابية، طريقك للفوز بالانتخابات، دار النشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
- د/ محسن عبود كشكول: أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية مع نموذج تطبيقي، دار الكتاب الجامعي، ط2، 2015.
- معلم بطرس البستاني: محيط المحيط، قاموس للغة العربية، مكتبة بيروت.
- كمال رحماوي: تأديب الموظف العام في القانون الجزائري، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- د/صلاح الدين فوزي: النظم والإجراءات الانتخابية، دراسة مقارنة، دار النهضة، 1985.

2- الرسائل الجامعية:

- الدكتوراه:
- الأستاذ /محمد بوفراطس:الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي، اطروحة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة 2010/2011 ص96.
- عبد السلام احمد : الحملة الامريكية في العراق 1945-1958، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الآداب 1998 ص32.
- أحمد بنيني: الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 2005/2006 ، ص236.

- أحمد صالح احمد العميسي: النظام القانوني للمشاركة السياسية من خلال الانتخابات العامة في الجزائر واليمن، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2011/ 2012.

• رسائل الماجستير:

- قبيلي لخضر: التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، رسالة ماجستير أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2013-2014.

• رسائل الماجستير:

- مليكة بن دني: المجلس الدستوري و الانتخابات التشريعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع إدارة و مالية، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي 2011/2012.

3- المقالات:

- جيموي نبيلة: الإشراف القضائي على العملية الانتخابية في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية ،العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي، الأغواط جوان 2016.

- دندن جمال الدين: القواعد المتعلقة بنزاهة العملية الانتخابية في القانون الانتخابي الجزائري، مجلة الفقه والقانون، العدد الثالث، المملكة المغربية 06 جانفي 2013.

- بودريوة عبد الكريم: الحياد السياسي للإدارة في المجال الانتخابي، الملتقى الوطني حول "إصلاح النظام الانتخابي في الجزائر-الضرورات والآليات- كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل يومي 08-09 ديسمبر 2010.

- الزاوي محمد الطيب وقندوز عبد القادر: تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، دفاثر السياسة والقانون، عدد خاص بأشغال الملتقى الدولي

- الأنماط الانتخابية في ظل التحول الديمقراطي- ورقلة 03-04 نوفمبر 2010.

- **فنيش جمال:** رئيس الهيئة العليا لمراقبة الانتخابات، عبد الوهاب دربال: 320 ملاحظ دولي أغلبهم أفارقة وعرب لمتابعة سير التشريعات، جريدة الخبر عدد 8472 الخميس 06 أفريل 2017.
- **نذير زربي:** مناهج عمل المجلس الدستوري من خلال مراقبة صحة عمليات التصويت لانتخاب أعضاء البرلمان، مقال بمجلة الفكر العربي، العدد الثاني عشر، أفريل 2006.
- **عبد القادر شريال:** المجلس الدستوري بين النظرية والتطبيق، مقال بالمجلة الجزائرية، العدد الأول مارس 2013.
- **نور الدين كنيوة:** الدولة الجزائرية والمشروع السياسي، مجلة المستقبل العربي العدد 242، 1999.

ثالثا: المراجع باللغة الفرنسية:

Documents :

- 1- **KEBECI Mohamed,** Couverture de la campagne des élections législative de 04 Mai , l'ARAV et la HIISE se concertent, journal le Soir d'Algérie, N° : Lundi le 27 Février 2017.
- 2- **MEDDI Adlène,** « Carnet de Bord des L'égislatives H2 » Journal El Wantan Week end ? N° :404, Vendredi 17 Février 2017.

فارس

رقم الصفحة	المحتوى
01	المقدمة
04	الفصل الأول: تنظيم الحملات الانتخابية
05	المبحث الأول: مفهوم الحملة الانتخابية
05	المطلب الأول: تعريف الحملة الانتخابية
05	الفرع الأول: المعنى اللغوي
06	الفرع الثاني: المعنى الاصطلاحي
08	المطلب الثاني: أنواع الحملات الانتخابية
08	الفرع الأول: حملات الاتصال المباشر
08	الفرع الثاني: الحملات الإعلامية
08	الفرع الثالث: الحملات الالكترونية
09	المطلب الثالث: أساليب الحملة الانتخابية
09	الفرع الأول: الأساليب الشرعية
12	الفرع الثاني: الأساليب غير الشرعية
14	المبحث الثاني: خصائص الحملة الانتخابية ومضمونها
14	المطلب الأول: خصائص الحملة الانتخابية
17	المطلب الثاني: مضمون الحملة الانتخابية
19	المبحث الثالث: المبادئ التي تحكم سياق الحملة الانتخابية
19	المطلب الأول: مبدأ المساواة
22	المطلب الثاني: مبدأ حياد الإدارة
23	المطلب الثالث: سلامة الإجراءات و الوسائل المستخدمة في الحملة
26	الفصل الثاني: الضوابط التي تحكم سير الحملة الانتخابية
27	المبحث الأول: الضوابط الزمانية والمكانية وجزء مخالفتها
27	المطلب الأول: الإطار الزمني للحملة الانتخابية
28	المطلب الثاني: تنظيم تجمعات ومهرجانات الحملة الانتخابية

29	الفرع الأول: التصريح للتجمعات الانتخابية العمومية
30	الفرع الثاني: التصريح المسبق لإجراء التظاهرات الانتخابية
32	المطلب الثالث: الإخلال بالضوابط الزمانية والمكانية وعقوبتها
32	الفرع الأول: الإخلال بالضوابط الزمانية وعقوبتها
33	الفرع الثاني: الإخلال بالضوابط المكانية وعقوبتها
34	المبحث الثاني: الضوابط المرتبطة بوسائل الحملة الانتخابية وجزاء مخالفتها
34	المطلب الأول: الملصقات واللافتات الدعائية في الحملة الانتخابية
37	المطلب الثاني: تنظيم استعمال وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية
39	المطلب الثالث: محظورات الحملة الانتخابية والأحكام الجزائية المتعلقة بها
40	الفرع الأول: محظورات الحملة الانتخابية
41	الفرع الثاني: الأحكام الجزائية المتعلقة بمحظورات الحملة الانتخابية
44	المبحث الثالث: ضوابط تمويل الحملات الانتخابية وعقوبتها
44	المطلب الأول: مصادر تمويل الحملة الانتخابية
45	الفرع الأول: مساهمة الأحزاب السياسية
46	الفرع الثاني: مساعدة محتملة من الدولة تقدم على أساس الإنصاف
46	الفرع الثالث: مداخيل المترشح
47	المطلب الثاني: حسابات الحملة الانتخابية ورقابة نفقاتها
47	الفرع الأول: حسابات الحملة الانتخابية
49	الفرع الثاني: رقابة المجلس الدستوري على نفقات الحملة الانتخابية
52	المطلب الثالث: الجزاءات المقررة على المخالفات المالية للحملة الانتخابية
52	الفرع الأول: جزاء الإخلال بإيرادات الحملة الانتخابية
53	الفرع الثاني: جزاء الإخلال بإعداد حساب الحملة الانتخابية
56	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	ملخص