

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



النظام القانوني لحملة الانتخاية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص: دولة ومؤسسات

تحت إشراف الأستاذة:

د/ بوالشعور وفاء

من إعداد الطلبة:

• عيدون منار

• رضوان مريم

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. لقشيري فاطمة الزهراء	أستاذ محاضر قسم "أ"	رئيسا
د. بوالشعور وفاء	أستاذ محاضر قسم "ب"	مشرفا ومقررا
أ. صخري طه	أستاذ مساعد قسم "أ"	مناقشا

دورة جوان 2023

دعاء

﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

التوبة الآية 105

«النجاح يحققه فقط الذين يواصلون المحاولة
بنظرة إيجابية للأشياء».

- حكمة -

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى
ما أجمل أن يجود المرء بأعلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي للأغلى
أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى:

من كان نور دربي وذخري إلى الرجل الأبرز في حياتي أبي العزيز حفظه الله
وإلى أُملي في الحياة وقرّة عيني إلى من كان دعائها سر نجاحي أُمي الحبيبة
إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي إلى سندي وقوتي في شدتي إخواني
وإلى أصغر فرد في العائلة ابنة أخي سيلين
إلى من كانتني ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح في مسيرتنا العلمية إلى رفيقة
دربي: رضوان مريم

وختاما إلى كل من ساعدني، وكان له دور سواء من قريب أو بعيد في إنهاء هذا
العمل سائلة المولى عز وجل أن يجزيهم خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

منار-

الإهداء

إذا كان أول الطريق ألم فإن آخره تحقيق حلم، وإذا كانت أول الانطلاقة دمعة فإن نهايتها بسمة، ولكل بداية نهاية، فالحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه الذي وفقني لإتمام هذا العمل.

إلى من وضعت اللجنة تحت أقدامها، التي أوصى بها الرسول ثلاثاً، من ظلت ترسم لنا الطريق من أيام عمرها.

إلى الذي انحنى ظهره لنستقيم، من جعل مني عموداً يصعب كسره، من ابيضت لحيته وهو يحارب مساوئ الدنيا من أجلنا "أمي وأبي".

إلى سندي في الحياة وأحن كتف أضع رأسي عليه، الحائط الصلب الذي يحميني، إخوتي.

إلى صغيرتي أختي التي سأشعل أصابعي لتتير لها عتمة الأيام التي سأكون لها السند والحب والأمان.

إلى روح جدتي.

إلى أخي عبد الرحمان شفاه الله ورعاه.

إلى رفيقة دربي التي ساندتني طول الطريق حتى وصلنا إلى هذا اليوم "عيدون منار"

إلى صديقتي التي آمنت بي ولم تفلت يدي يوماً "رماح".

إليهم جميعاً أهدي هذا العمل.

مريم-

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين الذي وهبنا التوفيق والسداد
ومنحنا الثبات وأعاننا على إتمام هذا العمل والخروج به في هذه الصورة التي نتمنى أن

تنال رضاكم

فبالأمس القريب بدأنا مسيرتنا التعليمية ونحن ننظر إلى يوم التخرج كأنه بعيد،
فراينا أن تخصص القانون هدفا ساميا ومغامرة عظيمة وغاية تستحق السير وتحمل

العناء لأجلها

وإيماننا بمبدأ أنه لا يشكر الله من لا يشكر الناس فإنني أتوجه بالشكر الجزيل
للدكتورة القديرة - بوشعور وفاء - التي ساعدتنا في مسيرتنا لإنجاز هذا البحث
وكان لها دورا عظيما من خلال تعليماتها ونقدها البناء ودعمها لنا.

كما نتوجه بالشكر لعائلاتنا فردا فردا الذين صبروا وتحملوا معنا ومنحونا الدعم
على جميع الأصعدة.

ونوجه الشكر بشكل خاص لصديقة دربنا " مريم بوحدة".

وفي الأخير نشكر كل الأصدقاء والأحباب وكل شخص قدم لنا الدعم المادي
والمعنوي.

- وَلِلّهِ الْحَمْدُ وَالشُّكْرُ مِنْ قَبْلُ وَمِنْ بَعْدُ -

مقدمة

في ظلّ مختلف التطورات السياسية والاجتماعية التي يشهدها العالم، تعدّ الانتخابات من أهم العمليات الديمقراطية التي تسمح للمواطنين من المشاركة في الحياة السياسية وتمكنهم من صناعة قراراتهم لما تتمتع به من أهمية كبيرة في تحديد مستقبل الدول والشعوب وتحديد مسارها السياسي، فهي تعكس إرادة الشعب في اختيار ممثليه ومن يرونه مناسباً وقادراً على تحمّل المسؤولية وتلبية مطالبهم ومصالحهم المختلفة، إذ تعتبر الوسيلة المثلى التي تسمح للأفراد التعبير عن آرائهم وأفكارهم ومتطلعاتهم بكل حرية دون أي خوف، تطبيقاً لمبدأ الشعب هو صاحب السيادة وهو المسؤول عن انتقاء الأفضل ليحكمه في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويمثله أمام مختلف دول العالم أيضاً. ولهذا شهدت العملية الانتخابية تطورات وتغيرات عديدة، كما تضمنت إجراءات تنظيمية وقانونية مختلفة بدءاً من تاريخ الإعلان عن الانتخابات إلى غاية الإعلان عن النتائج النهائية لها بهدف ضمان نزاهة وشفافية هذه العملية.

ونجاح هذه العملية يعتمد بشكل كبير على الحملة الانتخابية التي تعتبر عنصراً حاسماً يمهد الطريق أمام المترشحين من أجل التواصل مع الناخبين، فهي تمثل فرصة للمترشحين من أجل تقديم برامجهم الانتخابية والتعريف بأنفسهم وما سيقومون بإنجازه بكل مصداقية، بهدف التأثير على الناخبين وإقناعهم بمنح أصواتهم وجذب دعمهم من أجل الفوز بمختلف المناصب السياسية، لذلك لا بدّ من إحاطتها بمجموعة من الضوابط لتوفير أكبر عدد من الضمانات سواء للمترشح أو منافسيه حتى نصل إلى سلامة العملية الانتخابية ونزاهتها ونحقق أكبر قدر من المساواة بين المترشحين.

ولهذا اهتم المشرع الجزائري بهذه المرحلة خاصة بعد التجارب التي عرفت الجزائر في انتخاباتها السابقة والتي أظهرت بعض النقائص والعيوب التي يجب تصحيحها، فخصص لها بموجب الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات باباً كاملاً وفصل في أحكامها، وأعطى أهمية كبيرة لعملية تنظيمها وتكريس مبادئها إلى جانب الحرص على رقابتها خاصة من جانب عملية تمويلها.

01- أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الدراسة من خلال اعتبار الموضوع من أهمّ المواضيع الهامة في المجال الانتخابي وهو الحملة الانتخابية باعتبارها تلعب دوراً هاماً في تغيير مسار العملية

الانتخابية، من خلال التأثير الفعال في آراء الناخبين حول مرشح معين، وتمكينه من الوصول إلى المنصب المنشود وتمثيل الشعب وإشراكه في الحياة السياسية، وهذا ما يعزز مبدأ الديمقراطية، إضافة إلى أن الحملة الانتخابية تجسد مبدأ المساواة بين المترشحين حيث بواسطتها يتمكن كل مترشح من إيصال أفكاره وتطلعاته لجمهور الناخبين وبالتالي كسب دعمهم في مرحلة التصويت.

وهو ما يجعل لهذه المرحلة من العملية الانتخابية موضوعاً ثرياً يتوفر على حقائق تُعطي للدراسة أهمية خاصة.

02- أهداف الدراسة:

سنحاول من خلال دراستنا الوصول إلى الأهداف التالية:

- دراسة ماهية الحملة الانتخابية مع التطرق إلى الخصائص والمبادئ.
- شرح الأساليب المشروعة التي نصت عليها النصوص القانونية، والأخرى الغير مشروعة مع تسليط الضوء على العقوبات المنصوص عليها في الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات محل الدراسة كجزء لمرتكبيها.
- دراسة وتحديد كيفية تنظيم المشرع للإطارين الزمني والمكاني للحملة الانتخابية، وكذا تنظيمه للوسائل مرورا بالوسائل المحظورة والعقوبات المسلطة عليها.
- تحديد كيفية ضبط المشرع لمصادر تمويل الحملة الانتخابية من خلال الأمر 01-21 وكيفية مراقبته لتلك المصادر في نفس الوقت.

03- أسباب اختيار الموضوع:

يعود سبب اختيارنا للموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية

الأسباب الشخصية

- الميول والرغبة في دراسة والتعمق في كل ما يمس بصلة مع القانون الدستوري، والحياة السياسية بصفة عامة بحكم التخصص الدراسي.

- الرغبة في معرفة التنظيم القانوني للحملة الانتخابية من طرف المشرع الجزائري وما هي الآليات التي وضعها لضمان شفافية العملية الانتخابية.

الأسباب الموضوعية:

- موضوع الحملة الانتخابية باعتباره موضوعا يستحق الدراسة لأنه المرجع الأساسي في الانتخابات والحياة الديمقراطية.
- ما طرأ على هذا الموضوع من تعديلات وزيادات في التنظيم جراء تعديل قانون الانتخابات الأخير، ووجود أمور مستحسنة للمشرع الجزائري في هذا السياق.
- قلة الدراسات حول هذا الموضوع مما دفعنا لاختياره حيث أنه يجمع بين الجانب النظري. المتعلق بالتعريفات والمفاهيم، وكذا يلامس الجانب التطبيقي من حيث الإجراءات والعقوبات المذكورة في الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات وبعض القوانين الأخرى ولو كان ذلك بشكل سطحي.
- تدعيم المكتبة الجزائرية بهذا البحث، حتى يفيد دارسي القانون بكمّ من المعلومات حول هذا الموضوع.

04- إشكالية الدراسة:

عمل المشرع الجزائري جاهدا بعد الحراك الأخير على تصحيح بعض النقائص الواقعة في بعض التشريعات التي تمس الأمور الهامة في البلاد، حيث بدأ الأمر بالتعديل الدستوري لسنة 2020، مروراً إلى النصوص القانونية الأخرى والتي كان من أهمها الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بتنظيم الانتخابات، حيث هدف من خلاله إلى محاربة كل أشكال الفساد و تحقيق المساواة، وكان ذلك من خلال وضع أسس أخلاقية لكل مراحل العملية الانتخابية ومن بينها مرحلة الحملة الانتخابية، لهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة إلى التطرق لكل ماله علاقة بتنظيم الحملة الانتخابية، وذلك وفقاً للإشكالية التالية: ماهي الضوابط التي أقرها المشرع الجزائري للحملة الانتخابية؟.

5- المناهج المستخدمة:

المنهج هو الخطوات التي يسير عليها العقل الإنساني لاكتشاف الحقيقة أو إثباتها، وفي سبيل الوصول إلى تحقيق مبتغانا في معالجة هذا الموضوع فإننا سنعتمد على منهج يجمع بين المنهج الوصفي والتحليلي، من خلال دراسة المفاهيم النظرية والمعرفية التي توصل للموضوع، وتحليل محتوى النصوص الدستورية والقانونية واستقراء مختلف مضامينها، مع الخروج ببعض الاستنتاجات تمكّنا من اقتراح بعض الحلول التي نراها ضرورية لمعالجة مشكلة الموضوع.

كما أنه لا تكاد تخلو أي دراسة قانونية في البحوث الجامعية من الاعتماد على المقارنة ولم نكن بمنأى عن ذلك أيضا، وهذا ما سنبرزه في هذا البحث من خلال الاعتماد على المنهج المقارن للإشارة إلى مختلف التغييرات التي حدثت على مستوى النصوص القانونية محل الدراسة.

06- صعوبات الدراسة:

- لا يخلو أي بحث علمي من الصعوبات مهما كانت درجته ومستواه، ومن بين الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا هذه ما يلي:
- تعذر الوصول إلى بعض المراجع التي كان ستساهم في إثراء الموضوع بصفة جيدة.
- ضيق الوقت وصعوبة التوفيق بين البحث عن المراجع وإنجاز العمل .

7- الدراسات السابقة:

- تعددت الدراسات التي تناولت موضوع الحملة الانتخابية كحلقة من الحلقات المكونة للانتخابات، إلا أن من أكثر الدراسات المعتمدة عليها في الدراسة نجد:
- ✓ أعمال الملتقى الدولي بعنوان: «الإشراف والرقابة على الانتخابات في الدول المغاربية»، الذي يحمل مجموعة من المداخلات التي تتعلق بالحملة الانتخابية وخصوصا موضوع الرقابة على تمويلها، جامعة الوادي، أبريل 2021.
- ✓ مقال بعنوان: «التنظيم القانوني للحملات الانتخابية في الجزائر دراسة في ظل أحكام الأمر 01-21 المتعلق بالانتخابات»، من إنجاز ليندة أونيسي، جامعة خنشلة،

2022، وتناولت فيها أهم المستجدات التي جاء بها الأمر 21-01 خصوصا فيما يتعلق بموضوع الحملة الانتخابية.

✓ مقال بعنوان: «ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري»، من إعداد سالم قنينة و فيصل انسيغة، جامعة بسكرة، 2021.

08- خطة الدراسة:

تطلبت معالجة إشكالية الموضوع تقسيم الدراسة إلى فصلين، حيث سنتطرق في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية من التعريف بشقيه اللغوي والاصطلاحي، مرورا بالخصائص المميزة للحملة الانتخابية ومبادئها، وأخيرا أساليب الحملة الانتخابية بنوعها المشروعة والمحظورة، وهذا ما يجعل قراءة الموضوع وفهمه بسيطة وسهلة للقارئ.

أما الفصل الثاني فنخصصه للتفصيل في تنظيم الحملة الانتخابية بداية من ضبط الإطار الزمني والمكاني للحملة الانتخابية، مرورا بالوسائل المتاحة، ثم مختلف المصادر التي تعتمد عليها الحملة في عملية تمويلها وكيفية رقابتها. لنختم موضوعنا بخاتمة تلخص لنا موضوع الدراسة، سنحاول من خلالها الخروج بنتائج واقتراحات تهم موضوع الدراسة.

مقدمة:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية

المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية

المبحث الثاني: أساليب الحملة الانتخابية

الفصل الثاني: الضوابط المنظمة للحملة الانتخابية

المبحث الأول: تنظيم الحملة الانتخابية

المبحث الثاني: تمويل الحملة الانتخابية

خاتمة:

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي لحملة
الانتخابية

تُعدّ الانتخابات خطوة أساسية لتحقيق الديمقراطية في الدول التي تؤمن بمبدأ مشاركة الشعب في الحكم، كما تعتبر وسيلة أساسية لتقريب المواطنين من السلطة، وتمكينهم من إبداء رأيهم في الشؤون الخاصة بدولتهم.

تمرّ العملية الانتخابية بالعديد من المراحل، بدءًا بالترشح إلى غاية صدور النتائج النهائية، ولعلّ أهم تلك المراحل والتي أبدى لها المشرع قسطا كبيرا من الاهتمام، هي مرحلة الحملة الانتخابية التي تُعدّ جوهر العملية الانتخابية، لما لها من فضل في تعزيز الثقة بين كل من المترشح والناخبين.

تُساهم الدعاية التي يقدّمها المترشح في إقناع الناخب والحصول على صوته، وبالضرورة تساعد كذلك الناخب على تقرير من الأجدر والأكفأ من بين المترشحين الذي يمكنه تحمل مسؤولية تمثيل الشعب في السلطة، وهنا تكمن أهمية الحملة الانتخابية في إحداث التأثير لدى جمهور الناخبين، مما يساعدهم على تغيير آرائهم نحو الصواب، فنجاح المترشح وحصوله على المنصب يعتمد كلياً على نجاح حملته ومدى تأثيرها في الرأي العام.

وللتفصيل أكثر في موضوع الحملة الانتخابية والتطرق إلى جميع جوانبها، سنتعرض إلى تعريف الحملة الانتخابية وخصائصها التي تميزها عن باقي النشاطات السياسية وذلك من خلال المبحث الأول، ثم نتناول الأساليب التي نص عليها التشريع الجزائري (المبحث الثاني).

المبحث الأول:**ماهية الحملة الانتخابية**

كما هو معروف أن الحملات الانتخابية تمثل الحجر الزاوية في العملية الانتخابية، وأن الانتخابات لا تقوم بدون دعاية من قبل المترشحين وذلك ليتمكن الشعب من اختيار ممثليه، وبالضرورة ليتسنى للمترشح عرض أفكاره وتطلعاته لخدمة الصالح العام، وبالنظر لأهمية هذه العملية بكل مراحلها، فإنه يجب علينا معرفة ما تعنيه الحملة الانتخابية بمختلف جوانبها، لهذا سنتعرض من خلال هذا المبحث إلى تعريف الحملة الانتخابية بشقيها اللغوي والاصطلاحي، مروراً بالخصائص المميزة لهذا المصطلح عن غيره، ولاكتمال عملية التعريف وجب علينا التطرق إلى مبادئ الحملة الانتخابية.

المطلب الأول:**مفهوم الحملة الانتخابية**

ولقد أولى المشرع الانتخابي أهمية كبيرة ولأول مرة لمرحلة حساسة ضمن سير العملية الانتخابية وهي الحملة الانتخابية، وذلك بتخصيص باب كامل لها ولتمويلها بشكل مفصل نصت عليه المواد من 73 إلى 122 من الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

الفرع الأول:**تعريف الحملة الانتخابية**

توجد العديد من التعريفات للحملة الانتخابية وذلك نظراً لأهميتها لدى الفقهاء والباحثين، فضلاً عن التشريعات الانتخابية المختلفة، ويرجع ذلك إلى رغبة واهتمام كل فرد ووجهة نظرهم المختلفة حول هذا الموضوع.

أولاً- التعريف اللغوي

لقد تم تفسير مصطلح الحملة الانتخابية بمعناه اللغوي في العديد من المعاجم والقواميس، ومن بين التعاريف الرئيسية لهذا المصطلح يمكن ذكر ما يلي:

لقد جاء في لسان العرب لابن منظور حَمَلَهُ على أمرٍ يَحْمِلُهُ حَمَلًا أغراه به وتَحَامَلَ في الأمر وبه تكلفه على مشقة وإعياء وتحامل عليه أي كلفه على ما لا يطيق (1).

وتعني الحملة في اللغة العربية الضغط والمشقة والإجهاذ والمنازلة؛ جاء في المصباح المنير حَمَلَتْ المرأة وَلَدَهَا وَحَمَلَتْ المرأة حَمَلًا أي حَبَلَتْ وَحَمَلَتْ الشجرة حَمَلًا أي؛ أخرجت ثمارها.

كما تعني كلمة الحملة كما يقول المصباح المنير؛ الحَرْب والغزو والإغارة أو بمعنى آخر الاقتحام والهجوم على العدو بكل الإمكانيات المتاحة من بشر وسلاح ومعدات لتحقيق الهدف من الاقتحام.

في القواميس الأجنبية يطلق على الحملة في اللغة الانجليزية كلمة campaign ومعناها الحملة وغزوة وتوضح دائرة المعارف البريطانية معنى campaign بأنها من الحرب وفي عام 1980 أصبح المعنى المجازي للكلمة: أية كلمة عسكرية، أو معنوية مشابهة للحملة العسكرية مثل الحملات السياسية أو الاجتماعية أو التجارية (2).

وجاء أيضا في معجم الصحاح للجوهري: « حمل عليه في الحرب حملة قال أبو زيد يقال: حملت على بني فلان إذا أرشت وحمل على نفسه في السير أي أجهدتها فيه» (3).

ثانيا: التعريف الاصطلاحي

أصبح مصطلح الحملة الانتخابية من بين المصطلحات الشائعة والمنتشرة في الوقت الحاضر، لذلك تم تقديم العديد من التعاريف المختلفة حوله ومن بين هذه التعريفات ما يلي: تعتبر الحملة الانتخابية وسيلة اتصال بين المترشح والناخب قصد التأثير الايجابي على هذا الأخير، بهدف إظهار صورة حسنة توضح البرامج الانتخابية التي سيقوم بها المترشح وهذا ما يدفع الناخبين للتصويت عليه (4).

1 - أنظر: أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، لبنان، ص 784.
2- محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك للفوز في الانتخابات، الطبعة الأولى، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2007، ص 15.
3- أنظر: إسماعيل ابن حماد الجوهري، معجم الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الطبعة الرابعة، الجزء 04، القاهرة، سنة 1987، ص 1677.
4 - زكرياء بن الصغير، الحملات الانتخابية: مفهومها ووسائلها وأساليبها، دون طبعة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 15.

كما تعرّف الحملة الانتخابية على أنها: « مجموعة النشاطات المنظمة التي يقوم بها المرشحون بقصد التأثير على إرادة الناخبين لتوجيههم إلى التصويت لصالحهم بإتباع آليات وتقنيات متعددة» (1).

كما تعرّف أيضًا على أنها: « جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية معينة ومحددة تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت» (2). وتعرف كذلك بأنها: « نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وأن مفهوم إعادة التشكيل يُعدّ من أهم السمات التي تميزها لوصفها نشاطا اتصاليا سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى الحياة الفردية» (3).

تعتبر الحملات الانتخابية ركيزة أساسية لنجاح أي عملية انتخابية ديمقراطية، ويكمل أساس نجاحها في تحقيق المساواة بين المرشحين، لذلك نجد أن معظم القوانين والتشريعات الانتخابية تنظمها من خلال وضع الشروط والمبادئ التي تحكمها والقيود التي لا يجوز للحملات الانتخابية تجاوزها، كذلك من خلال اشتراط العقوبات على من يخالف هذه الشروط والقيود التي تضعها القوانين الانتخابية (4).

فهي تلك العملية الدعائية المنظمة والمستمرة والمخططة تخطيطا دقيقا سواء من المرشح بحد ذاته أو من الحزب أو الكيان السياسي، من أجل استخدام جميع وسائل الإعلام

¹ - سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها و نزاهتها، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 204.

² - ليندة أونيسي، « التنظيم القانوني للحملة الانتخابية في الجزائر، دراسة في ظل أحكام الأمر 21-01 المتعلق بالانتخابات»، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد 08، العدد 01، 2022، ص 393.

³ - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص ص 11-12.

⁴ - حمودي محمد، الضوابط الموضوعية والإجرائية للعملية الانتخابية في الجزائر دراسة في إطار القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات 10-16، دون طبعة، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2018، ص 84.

المتاحة وطرق الإقناع المختلفة، بهدف إيصال رسائل محددة إلى الجماهير المستهدفة والتأشير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثلها (1).

الفرع الثاني:

خصائص الحملة الانتخابية

تتميز الحملة الانتخابية بجملة من السمات التي تميزها عن حملات الإعلام الأخرى، نظرا لكونها حملة سياسية تحمل رسائل دعائية محدّدة ومن بين أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

أولاً- الحملة ذات أهداف سياسية

نظرا لكون الحملة الانتخابية هي نشاط اتصالي سياسي، ومع وجود الاتصال السياسي كمجال دراسي يستكشف النشاطات والفعاليات التي يتعامل بها المشاركون في العملية الاتصالية، فالحملة الانتخابية تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية تهّم المترشحين على المستوى الشخصي، وكذلك تحقيق النجاح في الانتخابات عن طريق تحقيق وتحصيل النسبة المطلوبة من الأصوات وفقا للمتطلبات الدستورية والقانونية (2).

ثانياً- استخدام كافة وسائل الاتصال

تعدّ وسائل الاتصال من العوامل المؤثرة في عملية التواصل والتفاعل في المجتمع، إذ تنوعت هذه الوسائل بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي، ويلاحظ أن الاتصال الجماهيري يعتبر الأكثر تأثيراً وانتشاراً في الدول المتقدمة، نظرا لاعتماده بشكل كبير على المستوى الثقافي والتعليمي السائد في المجتمع، فمن خلاله يتم إيصال الرسائل والأفكار إلى شريحة واسعة من المجتمع وهذا يمكن من التأثير على الرأي العام (3).

ثالثاً- ذات مدة زمنية محددة

وتتمثل في المدة التي يمنحها القانون للناخبين من أجل التفكير وتشكيل قناعاتهم السياسية والتي تمتد من تاريخ دعوة الناخبين للتصويت وتستمر حتى يوم الانتخاب،

¹ - شوقي يعيش تمام، «الضمانات القانونية لنزاهة الحملة الانتخابية في ضوء القانون الانتخابي الجزائري 97-01 -

دراسة مقارنة -»، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 01، العدد 02، 2013، ص 70.

² - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 16.

³ - المرجع نفسه، ص 17.

ويشترط أن تكون هذه المدة كافية لتمكين الأفراد من التفكير واتخاذ قراراتهم الانتخابية بشكل مستنير ومنصف ومنح حق التصويت للمرشح الذي يستحقه (1).

وقد حدد المشرع الجزائري في المادة 73 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات «... تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل ثلاثة وعشرين (23) يوما من تاريخ الاقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة (3) أيام من تاريخ الاقتراع...» (2).

رابعا - كثافة التغطية

تعد كثافة التغطية واحدة من أهم السمات التي تميز الحملة الانتخابية الناجحة، ويتجلى ذلك في الجهود المكثفة والمستمرة التي يبذلها فريق الحملة على مدار فترة زمنية محددة مع استخدام مختلف الوسائل والطرق من أجل الوصول إلى الهدف المرجو، وتتضح أهمية هذه الكثافة من خلال محاولة الوصول إلى عدد كبير من الجماهير، وإيقاظ اهتمامهم وإثارتهم بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالعملية الاتصالية (3).

خامسا - ذات إدارة منظمة

تقوم الحملة الانتخابية على إدارة محكمة وجهود منظمة تضبط العمل الدعائي من أجل رسم الطريق المؤدي إلى الهدف الأساسي المتمثل في فوز المرشح، مع ضرورة التخطيط الجيد للعمل من خلال جمع المعلومات والبيانات لمضمون نشاط الحملة وإمكانية وضع إستراتيجية دعائية سليمة.

فعلى سبيل المثال قد تتعلق هذه البيانات بالجمهور وفئاته وتقسيماته ونوع الأفكار السائدة فيه، وكذلك المستوى التعليمي والثقافي والتكوين الاجتماعي والحضاري والسيكولوجي له، فلكل فئة اجتماعية طريقتها وأسلوبها الخاص في فهم القضايا والمسائل العامة (4).

1 - محمد كمال القاضي، الحملة الانتخابية والنظام البرلماني المصري، دون طبعة، مكتبة مذبولي، القاهرة، مصر، 1987، ص 141.

2- الأمر رقم 01-21 المؤرخ في 10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، ج ر عدد 17، الصادرة بتاريخ 10 مارس 2021

3 - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 21.

4 - المرجع نفسه، ص 22.

المطلب الثاني:

مبادئ الحملة الانتخابية

باعتبار أن الحملة الانتخابية تشكل خطوة حساسة في المسار الانتخابي، وتُعدّ فرصة حاسمة للمرشحين من أجل تقديم أنفسهم وعرض برامجهم السياسية للناخبين، فقد قام المشرع الجزائري بتنظيم وضبط أهم المبادئ التي تقوم عليها الحملة الانتخابية من أجل تحقيق الغاية الأساسية ألا وهي كسب ثقة وصوت أكبر قدر ممكن من الجماهير والسعي لإقناعهم و التأثير عليهم، وللتفصيل أكثر وبشكل أوضح فقد فصلنا هذا فيما يلي:

الفرع الأول:

مبدأ حياد الإدارة

من المبادئ المهمة للانتخابات الديمقراطية النزاهة والشفافية أن تكون السلطة الإدارية محايدة في الانتخابات بشكل عام وفي الحملات الانتخابية بشكل خاص⁽¹⁾، حيث أنه يعتبر امتداداً لمبدأ المساواة.

فهو يقضي بامتناع كل الأعوان المكلفين بالعمليات الانتخابية عن القيام بأي سلوك أو تصرف يعتبر حيادياً لأحد الأطراف من أحزاب ومرشحين حتى تكون الحملة عادلة ومنصفة، كما يفترض أن يتمتع المرشحون جميعاً بنفس الحظوظ على قدم المساواة كما ينبغي على الإدارة أن تلتزم بأقصى درجات الحياد والتجرد في العملية الانتخابية، وذلك لتجنب استغلال بعض الأحزاب لقربها من السلطة أو تواجدها فيها، والتي يمكن أن تستغل نفوذها لصالحها أو لصالح مرشحها عن طريق تقديم خدمات أو استغلال مرافق عامة أو توظيف وسائل الإعلام، ويجب تجنب هذا الأمر حتى لا يتم الإضرار بحقوق المشاركين الآخرين وانخفاض درجات مصداقية ونزاهة العملية الانتخابية⁽²⁾.

إذ يُعدّ تحقيق مبدأ الحياد أمراً صعباً علمياً، حيث أظهرت التجارب الانتخابية في الجزائر والعديد من الدول انتهاك هذا المبدأ، ويُعدّ من بين أمثلة هذه الانتهاكات، اللجوء إلى الدعاية لصالح الحكومة والمرشحين وأنصارهم، وعقد الاجتماعات لصالحهم، وعلى الجانب

¹ - عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، الطبعة الأولى، لبنان، 2014، ص 66.

² - حمودي محمد، المرجع السابق، ص ص 89 - 90.

المعاكس تحجز الحكومة المنشورات الخاصة بمنافسيها السياسيين وتمنع اجتماعاتهم بحجج واهية وربما تحبسهم أو تمنع أنصارهم بحجة مخالفتهم للتعليمات المتعلقة بالحملة الانتخابية (1).

الفرع الثاني:

مبدأ المساواة بين المترشحين

إذا كانت الديمقراطية لا تقوم بدون الحرية فهي لا تقوم - ومن باب أولى - بدون تحقيق المساواة بين الأفراد (2)، وباعتبار أن المساواة هو حق مكفول دستوريا (3)، فهو يقتضي عدم التمييز بين المواطنين بصرف النظر عن أي سبب سواء كان شخصي أو اجتماعي، وهذا ما يلزم الدولة بتوفير مختلف الطرق لتمكين جميع المواطنين دون تمييز من تقلد الوظائف العامة، وكذا تسخير كافة الوسائل التي تضمن وصولهم إلى أعلى المراتب في السلطة.

إن هذا المبدأ يهدف أساسا إلى تحقيق المساواة بين المترشحين وذلك دون تفضيل أحد على حساب الآخر سواء كان ذلك بسبب ثقل المركز القانوني أو المالي أو حتى التأييد الحكومي لبعض المترشحين من أحزاب سياسية أو غيرهم (4).

كما تجدر الإشارة إلى أن مبدأ المساواة يقتضي تحقيق تكافؤ الفرص بين المترشحين والأحزاب السياسية ويتجسد ذلك من خلال:

✓ التوزيع المنصف للحيز الزمني لاستفادة المترشحين من وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية.

1 - يعيش تمام شوقي، المرجع السابق، ص 73.

2 - عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، مرجع سابق، ص 65.

3 - نصت المادة 37 من التعديل الدستوري لسنة 2020 على أن: «كل المواطنين سواسية أمام القانون، ولهم الحق في حماية متساوية، ولا يمكن أن يتدرج بأي تمييز يعود سببه إلى الولد، أو العرق، أو الجنس، أو الرأي، أو أي شرط أو ظرف آخر، شخصي أو اجتماعي...» .

4 - ليندة أونيسي، المرجع السابق، ص 394.

✓ تيسير وظيفة المؤسسات الإعلامية والصحافيين حتى يتسنى لهم متابعة مختلف العمليات الانتخابية (1)

وعلى هذا يجب إتباع المساواة في المنح المالية التي تُقدمها الحكومة على شكل تمويل حكومي سواء كان التمويل نقدياً أو عينياً، وكذلك المساواة في استخدام وسائل الإعلام وذلك بتشكيل لجنة لمراقبة الحملات الانتخابية، واستخدام وسائل الإعلام بين المرشحين والأحزاب بمنحهم فرص متساوية في الكم والنوع في استخدام وسائل الإعلام بكافة أنواعها(2).

الفرع الثالث:

مشروعية وسائل وأساليب الحملة الانتخابية

لقد حرص المشرع الجزائري على إعطاء الحرية للمرشحين والأحزاب السياسية في استعمال كافة الوسائل المشروعة لإخراج حملة دعائية ناجحة ومنظمة بهدف التأثير على آراء الناخبين وكسب أصواتهم، 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 (3).

لكن هذه الحرية جاءت مقيدة ببعض الشروط التي نص عليها المشرع في نصوصه القانونية والتي تتمثل في:

منع استخدام خطابات الكراهية أو أي طريقة من طرق التمييز (4)، وهذا تطبيقاً لما جاء في قانون الانتخابات، إلى جانب ما جاء في القانون 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، وسيتم التفصيل في ذلك لاحقاً.

1 - سالم قنينة، فيصل انسيغة، «ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري: -دراسة تحليلية مقارنة-»، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 13، عدد 01، 2021، ص939.

2 - أنظر: المادتين 77-78 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

3- محمد بوطرفاس، الحملات الانتخابية -دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص102.

4 - ليندة أونيسي، مرجع سابق، ص396

المبحث الثاني:**أساليب الحملة الانتخابية**

الحملة الانتخابية باعتبارها الوسيلة الوحيدة للتعريف بالمرشحين وبرامجهم السياسية، التي لا بد أن تتال إعجاب الناخبين وتأثر فيهم بالإيجاب للحصول على نتائج مرضية وقت التصويت، لدى من الضروري أن يبذل المترشح قصارى جهده من أجل تحقيق الهدف المنشود، وذلك من خلال بعض الأساليب التي تدخل المشرع في محاولة ضبطها وتحديد القواعد اللازمة لتنظيمها حفاظا على المساواة في الفرص بين جميع المترشحين، وكذا لمنع حالات الفساد، حيث ميز بين أساليب مشروعة وأخرى غير مشروعة وغير أخلاقية ومنع استخدامها، كونها تمثل خرقا واضحا لمبدأ المساواة الذي يعتبر جوهر العملية الانتخابية، وهو ما سنحاول تفصيله من خلال المطالب الآتية.

المطلب الأول:**الأساليب المشروعة للحملة الانتخابية**

الدعاية الانتخابية هي جزء حيوي من العملية الانتخابية، ومن البديهي أنه كلما زاد استخدام الأساليب الدعائية في الحملة الانتخابية، كلما زادت فرص المرشح في كسب أصوات أكثر لصالحه، حيث يستخدم المترشحون والأحزاب السياسية مجموعة متنوعة من الأساليب يسعون من خلالها لجذب وتحفيز الناخبين، وقد تعددت تلك الأساليب وتنوعت، ومن خلال ما يلي سنشرع في ذكر بعض الأساليب المشروعة التي تتماشى مع مقتضيات القانون.

أولاً:**أسلوب التبسيط**

وفيه يتم تبسيط البرنامج الانتخابي وتجزئته في شكل نقاط محددة وواضحة وهذا من طرف القائم بالعملية الاتصالية في الحملة الانتخابية⁽¹⁾، حيث يقوم بصياغة نص مختصر

¹ - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 28

وواضح مشتملا على كل البيانات والنقاط والبرامج والتصريحات لعرضها على هيئة الناخبين (1) .

ثانيا:

أسلوب التكرار

يُعدّ التكرار من أكثر الأساليب استخدامًا في الدعاية السياسية، خاصة في الحملات الانتخابية، من أجل فهم حالة التكرار من الضروري تحليل العمليات النفسية المختلفة التي تؤثر على سلوك الناخبين، من خلال إقناعهم بقبول محتوى الرسالة (2) .
ومن أهم الأدوار التي يؤديها التكرار ما يلي:

- استهداف فئة الناخبين الذين لم يلفت انتباههم برنامج المرشح خلال التقديم السابق ودفعهم إلى إدراكه.
- يهدف أيضا إلى التذكير ببرنامج المرشح في الحملة الانتخابية بغرض ترسيخه في ذهن جمهور الناخبين (3) .
- إن فعالية التذكير لا تقتصر فقط على التقديم والتذكير حيث لا يكون كافيا أن يقدم المرشح برنامجه الانتخابي فقط، بل يجب عليه الإلمام بكل فئات المجتمع.

ثالثا:

أسلوب المناظرات الانتخابية:

المناظرة عبارة عن مواجهة لفظية علنية بين المترشحين يهدف من خلالها كل واحد لإبراز نقطة التغيير التي يمكن أن يحدثها، إضافة إلى الإجابة عن أسئلة وانتقادات الخصم بطريقة محنكة، حيث تعتبر المناظرة كوسيلة لتوضيح مدى نجاح المرشحين أو فشلهم في التأثير على جمهور الناخبين (4) .

1 - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 107.

2 - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 28-29.

3 - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 108.

4 - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 159.

رابعاً:

أسلوب البرامج الانتخابية

يعتبر أسلوب تقديم البرامج الانتخابية من أهم الأساليب الانتخابية في الدول الديمقراطية ويعد الأسلوب الحاسم في الفوز بالانتخابات (1)، حيث يقوم جمهور الناخبين باختيار المرشح أو الحزب الذي يقدم أفضل برنامج الذي يُرضي تطلعاتهم ويكون مميزاً عن بقية برامج الخصوم، إلا أنّ هذا الأسلوب وبالرغم من قدرته على معالجة المشاكل العامة في مختلف المجالات، إلا أنه لا يُعدّ من الأساليب المؤثرة في هيئة الناخبين لدى معظم دول العالم الثالث (2).

خامساً:

أسلوب الإسقاط

ويقوم من خلاله مرشح بإسقاط اتهامات وانتقادات إلى خصمه أو خصومه بشكل غير مباشر بغية تحقيق الفوز، فإما يقوم بتوجيه النقد دون تحديد لاسم المعني بالتحديد، بل يكتفي بذكر صفات هذا الأخير مما يجعل معرفة الجمهور للمترشح المقصود سهلة، أو أن يقوم مثلاً بتوجيه انتقادات للبرنامج الانتخابي للمترشح أو الحزب الخصم دون تحديد للأسماء (3).

سادساً:

أسلوب الإشعاع

والهدف من هذا الأسلوب هو حصول المترشح على تأييد ودعم الجمهور لحملته الانتخابية، حيث يجب أن يحرص على التوازي بين هدف الحملة المنشود ورغبات الجمهور المختلفة وتطلعاتهم، حتى يكون هناك تنظيم خلال الحملة الدعائية الخاصة به، حيث ينطلق استخدام هذا الأسلوب من فئة معينة من المؤيدين، وانطلاقاً منهم تنتسج الدائرة أين يتولون

1 - محمد كمال القاضي، المرجع السابق، ص 127.

2 - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 110.

3 - صفوت محمد العالم، المرجع السابق، ص 65.

بدورهم مهمة إقناع فئات أخرى من المقربين منهم، وهكذا إلى حين اكتمال الدائرة والوصول إلى الهدف المنشود⁽¹⁾.

المطلب الثاني:

الأساليب المحظورة

من الضروري أن تكون الحملة مبنية على أسس صحيحة ومعتمدة على الأخلاق والقيم الديمقراطية، لكن بالرغم من ذلك فإن بعض الفئة من المترشحين يلجؤون إلى استخدام طرق ملتوية للتعبير عن برامجهم السياسية، بناءً على ذلك حرص المشرع على وضع بعض الأساليب ضمن قائمة المحظورات وقام بتسليط عقوبات على كل من يلجأ إلى القيام بها خلال حملته الانتخابية، ومن هذا المنطلق سنتطرق إلى شرحها في هذا المطلب مع ذكر الجزاءات المنصوص عليها في القانون.

أولاً:

شراء الأصوات

وهو من بين الأساليب اللاأخلاقية التي تعرف انتشاراً واسعاً في الجزائر لاسيما في المناطق النائية والجنوبية وحتى في المناطق الحضرية، حيث يقوم المرشح بإعطاء قيمة مادية أو معنوية للناخب مقابل الإدلاء بصوته له، وتعد صورة من صور الرشوة، وربما يعود سبب انتشار هذه الظاهرة الغير أخلاقية إلى ضعف المستوى الأخلاقي للمرشحين والناخبين معاً، وكذلك انخفاض المستوى الاقتصادي للناخبين مما يدفعهم إلى قبول تلك الرشوة مادية كانت أو معنوية⁽²⁾.

وقد نصّ المشرع على أنه يعاقب بالحبس من سنتين (2) إلى عشرة (10) سنوات وبغرامة من 200.000 د.ج إلى 1.000.000 د.ج، كل من حاول تقديم هبات مالية وعينية بهدف التأثير على الناخب أو الناخبين خلال عملية الانتخاب⁽³⁾.

¹ - صفوت محمد العالم، المرجع السابق، ص 67.

² - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص ص 32-33.

³ - تنص المادة 300 من الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على: «... وكذلك كل من وعد بوظائف عمومية أو خاصة أو مزايا أخرى خاصة، قصد التأثير على ناخب أو عدة ناخبين عند قيامهم بالتصويت
«...»

ثانياً:

الشائعات الانتخابية

كثيراً ما يُستخدم هذا الأسلوب في الأوقات الأخيرة التي تسبق موعد الانتخابات، ولذلك يطلق عليه بحرب الشائعات الانتخابية، ففي غالب الأحيان ما يذيع أحد المرشحين على منافسه شائعة وفاته أو انسحابه من الانتخابات أو إلقاء القبض عليه بسبب ارتكابه جرائم انتخابية، وهذا بغرض إحداث بلبلة في الوسط خصوصاً في الساعات الأخيرة السابقة لإجراء الانتخابات، والتي تُعدّ أكثر الأوقات حرجاً بالنسبة للمرشحين حيث يصعب تكذيب الشائعات وتدارك الأمر، ممّا يضطر الناخب إلى تعديل اتجاهه الانتخابي ومنح صوته إلى مرشح آخر (1).

ثالثاً:

القسم وأخذ العهود

ومؤداه قيام المرشح بأخذ عهد موثق بقسم من قادة الرأي على الإدلاء بأصواتهم لصالحه (2)، حيث جرّم المشرع هذه السلوكات في المادة 300 من الأمر 01-21 المضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات ووضع لها نفس عقوبات أسلوب شراء الأصوات لما لهما علاقة وطيدة ببعض (3). ويرجع سبب انتشار هذه الظاهرة إلى (4):

- استغلال الوازع الديني.
- ضمان الحصول على صوت الناخبين.
- ارتباط هذا الأسلوب بأسلوب شراء الأصوات.
- ضعف ثقة المرشح بنفسه وبالناخبين.

1 - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص ص 111 - 112.

2 - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 33.

3 - أنظر: المادة 300 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

4 - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 112.

رابعاً:

النيل من سمعة ونزاهة المرشحين

نصت المادة 294 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على ما يلي: « يعاقب بالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 6.000 د.ج إلى 60.000 د.ج، كل من حصل على الأصوات أو حولها أو حمل ناخباً أو عدة ناخبين على الامتناع عن التصويت مستعملاً أخباراً خاطئة أو وشايات أو تصرفات احتيالية أخرى»⁽¹⁾.

هذا يعني أن هذا الأسلوب يقوم على توجيه اتهامات صريحة من قبل مجهول أو أحد المرشحين إلى مرشح أو مرشحين منافسين تمس من سمعتهم ونزاهتهم بهدف إفقادهم عنصر الثقة والاعتبار⁽²⁾، وبالتالي انحياز الناخبين عن التصويت عنهم.

خامساً:

أسلوب داقة الأسافين

إن أهم ما يميز هذا الأسلوب عن الأساليب السابقة أنه يستند إلى وقائع وبيانات صحيحة وأحداث دقيقة، لإثارة الشك والشبهات بين المتنافسين، ويمكن استخدام هذا الأسلوب بين المترشح والحزب الذي ينتمي إليه، أو بين الحزب المنافس والمواطنين، أو بين القيادات الحزبية وأعضاء الحزب، ومن المؤكد أن استخدام هذا الأسلوب يعد غير أخلاقياً، كونه يهدف إلى إثارة وخلق الشبهات والتشكيك بين المتنافسين، مما يؤثر على سمعة وشخصية كل فرد يتعرض لهذا الأسلوب⁽³⁾.

سادساً:

أسلوب التشويش على العمليات الانتخابية

يتمثل هذا الأسلوب في قيام أنصار مرشح أو حزب ما بتوجيه مكبرات الصوت وإطلاق الأناشيد والأغاني الانتخابية بالقرب من المقرات الخاصة بالخصوم، وعادة ما يؤدي

¹ - أنظر: المادة 294 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

² - أحمد بنيني، المرجع السابق، ص 243.

³ - المرجع نفسه، ص ص 243-244.

هذا الأسلوب إلى حدوث اضطرابات وأعمال عنف بين المترشحين وأنصارهم، فعند تنفيذ هذه الإستراتيجية، يتعرض الجمهور والعاملون في المقرات التابعة للخصوم للإزعاج والتشويش المستمر⁽¹⁾، وهذا يؤثر على سير العمل بسبب تصاعد التوترات والاحتكاكات بين الأنصار، حيث يمكن أن يتحول إلى مواجهات عنيفة واشتباكات جسدية تؤثر على سلامة وأمن المترشحين وأنصارهم والناخبين على حد سواء.

سابعاً:

خطاب الكراهية والتمييز

لم يُرسخ الفقه والقوانين اسماً أو مفهوماً موحداً لخطاب الكراهية والتمييز، لا على المستوى الدولي ولا على المستوى الوطني، كونه يعد من أكثر المفاهيم اضطراباً وتقلباً في المجال القانوني، ولذلك أطلقوا عليه تسميات متعددة مثل خطاب الكراهية والتحريض على الكراهية، فعلى العموم هو مفهوم تقليدي يشمل معظم صور و أشكال التعبير المسيئة لأي جماعة عرقية أو دينية أو إثنية⁽²⁾.

وعلى أساس هذا يعتبر التعريف الذي جاء به المشرع الجزائري فيما يتعلق بخطاب الكراهية والتمييز من أشمل التعريفات وأوسعها نطاقاً، حيث وضع تعريفاً لكل مصطلح على حدا، وهذا ورد في المادة 2 من القانون رقم 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، فقد عرّف خطاب الكراهية على أنه: « جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تشجع أو تبرر التمييز، وكذا تلك التي تتضمن أسلوب الازدراء، أو الإهانة أو العداء أو البغض أو العنف الموجهة إلى شخص أو مجموعة أشخاص على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الاثني أو اللغة أو الانتماء الجغرافي أو الإعاقة أو الحالة الصحية »⁽³⁾.

¹ - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 113.

² - نواره تريعة، « مكافحة التمييز وخطاب الكراهية و الوقاية منهما في التشريعين الجزائري والإماراتي -دراسة مقارنة-»، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 13، العدد 04، 2021، ص 41.

³ - المادة 1/2 من القانون رقم 20-05 المؤرخ في 28 أبريل سنة 2020، المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، ج ر عدد 25 المؤرخة في 29 أبريل 2020، ص 8.

أما التمييز فقد عرفه في الفقرة الثانية من نفس المادة بأنه: « كل تفرقة أو استثناء أو تقييد أو تفضيل يقوم على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الاثني أو اللغة أو الانتماء الجغرافي أو الإعاقة أو الحالة الصحية، يستهدف أو يستتبع تعطيل أو عرقلة الاعتراف بحقوق الإنسان والحريات الأساسية أو التمتع بها أو ممارستها على قدم المساواة في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو في أي مجال آخر من مجالات الحياة العامة »⁽¹⁾.

1- استخدام خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية جريمة يعاقب عليها القانون

يعتبر المشرع الجزائري مبدأ حرية الرأي والتعبير قاعدة عامة والاستثناء الوارد على هذا المبدأ هو حظر خطاب الكراهية والتمييز، فبالرغم من الحق الذي منحه المشرع للأفراد من خلال حرية التعبير المنصوص عليه في المادة 52 من التعديل الدستوري لسنة 2020⁽²⁾ «حرية التعبير مضمونة»، إلا أنها ليست حرية مطلقة وإنما هي مقيدة، ويظهر هذا من خلال ما نص عليه المشرع في المادة 54 من التعديل الدستوري الأخير أنه: « يحظر نشر خطاب التمييز والكراهية»، ويأتي هذا التقييد من أجل حماية الحقوق والحريات الأساسية المكفولة دستوريا.

وقد اعتبر المشرع الجزائري استعمال خطاب الكراهية و التمييز جريمة ويعاقب عليها القانون من خلال أحكام القانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها حيث جاء هذا التجريم في إطار عام، في حين أن الأمر 21-01 المتعلق بنظام الانتخابات نص على العقوبات التي تفرض على مستخدمي خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية من خلال ما نصت عليه المادة 293 منه⁽³⁾، إضافة إلى المادة 75 من

¹ - أنظر: المادة 2/2 من القانون نفسه.

² - المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2020، يتعلق بإصدار التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رقم 82 المؤرخة في 30 ديسمبر سنة 2020.

³ - يمينة دحمري، أحمد سعود، «حظر خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري دراسة على ضوء القانون رقم 20-05 والأمر 21-01»، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2022، ص 132.

الأمر نفسه التي نصت بصريح العبارة أنه يمنع كل مترشح أو أي شخص يشارك في الحملة الانتخابية عن استعمال كل خطاب كراهية وكل شكل من أشكال التمييز⁽¹⁾.

وهو ما يقودنا إلى القول إن المشرع الجزائري يعتبر استخدام خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية انتهاكاً للحق في حرية الرأي و التعبير، وقد جاء حكمه صارماً في هذا الأمر من خلال التجريم⁽²⁾.

2- العقوبات المسلطة على مستخدمي خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية

إن الإجراءات التي اعتمدها المشرع الجزائري في المعاقبة على خطاب الكراهية والتمييز من أجل الردع لمستخدميه في إطار الحملة الانتخابية، هي نفسها المعتمدة في الإطار العام والتي نص عليها القانون رقم 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها⁽³⁾، فقد جاء في نص المادة 293 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على أنه: « يعاقب كل شخص يشارك في الحملة الانتخابية ويستعمل خطاب الكراهية أو كل شكل من أشكال التمييز وفقاً لأحكام المواد من 30 إلى 42 من القانون رقم 05-20 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق 28 أفريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها».

ونستخلص من هذا أن المشرع قد أحال في الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات إلى تطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، إذ تتعدد العقوبات حسب درجة كل حالة كالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وبغرامة من 60.000 إلى 300.000 دج⁽⁴⁾، وقد ترفع العقوبة إلى حد 10 سنوات إذا استعملت حسابات أو مواقع الكترونية في عملية التحريض أو الإثارة على الكراهية والتمييز⁽⁵⁾.

1 - أنظر: المادة 75 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

2 - يمينة دحمري، أحمد سعود، المرجع السابق، ص 132.

3 - علي بورويس، وقاف جمال، «أخلاق الحياة السياسية على ضوء القانون 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات»، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص دولة ومؤسسات، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2022، ص 46.

4 - أنظر: المادة 30 من القانون 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها.

5 - أنظر: المادة 34 من القانون نفسه.

ولهذا فتجنب هذا الأسلوب يحافظ على المبادئ الأخلاقية والقيم الإنسانية والديمقراطية التي يجب أن تكون عنوانا لكل من يرغب في الترشح للمناصب السياسية⁽¹⁾.

¹ - ياسمين رقيق، «الرقابة على سير الحملة الانتخابية ومضمونها في التشريع الجزائري»، مجلة صوت القانون، جامعة الجبالي بونعامة، خميس مليانة، المجلد 08، العدد 02، 2022، ص915.

ملخص الفصل الأول:

من خلال النظرة العامة التي قدمناها سابقا، يتضح لنا أن هناك تعددًا في تعريف الحملة الانتخابية، ومع ذلك فإن جميعها تتلاقى في إطار واحد وتحمل معنى شامل يتلخص في أن الحملة الانتخابية هي فترة زمنية تستمر لعدة أسابيع أو أشهر قبل الانتخابات، وتهدف إلى إقناع الناخبين من أجل التصويت على مرشح معين، تتميز بجملة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من العمليات السياسية الانتخابية، و تقوم على ثلاثة مبادئ أساسية لا بد من تحقيقها لضمان نجاحها وفعاليتها، وهي مبدأ المساواة، مبدأ حياد الإدارة ومبدأ مشروعية الوسائل والأساليب المستخدمة.

كما تتبنى مجموعة متنوعة من الأساليب بعضها مشروع ومقبول قانونا، وبعضها الآخر محظور نص القانون على ضرورة تجنبه وفرض عقوبات على كل من يرتكبه.

الفصل الثاني:

الضوابط المنظمة لحملة الانتخابية

تُعتبر الحملة الانتخابية أحد أهم المحطات في رحلة الفوز بالانتخابات وتحقيق الدعم الشعبي، حيث توفر رؤية أوضح حول أهداف وغايات المترشح وتساهم في توعية الناخب وتعزيز مشاركته الديمقراطية، وبما أنّ هذه المرحلة تحظى بأهمية كبيرة فإن خطورتها ستتزايد ولذلك اتخذ المشرع الجزائري تدابير قانونية لضمان تحقيق تكافؤ الفرص بين المترشحين خلال هذه العملية الحرجة.

حيث تُعدّ الحملة الانتخابية أهم مناسبة يمكن للمترشح خلالها تقديم أفكاره وبرامجه للناخبين والتأثير على توجهاتهم، فهي تُمثل مرحلة حاسمة للمرشح من أجل التواصل معهم ومقابلة احتياجاتهم ومطالبهم بغية الفوز بدعمهم وكسب ثقتهم.

ونظرا لحساسية هذا الموضوع فقد وضع المشرع الجزائري تشريعات لتنظيم أنشطة الحملة وتوجيهها بشكل يضمن المنافسة العادلة بين المرشحين، وتجنب أي تلاعب أو تجاوزات من شأنها المساس بشفافية و نزاهة العملية، إذ تشمل هذه التشريعات تحديد مواعيد الحملة الانتخابية وكذلك تنظيم أماكن ممارستها وحتى الوسائل المستعملة خلال العملية فقد تم تحديدها من قبل هذه التشريعات.

ومن جانب آخر يتم ضبط تمويل الحملة الانتخابية بموجب التشريعات الخاصة والهدف منها ضمان عدم تأثر استقلالية المترشحين بسبب التمويل السياسي السيئ والغير شفاف.

بناءً على ما سبق سنقوم بتناول محتويات هذا الفصل من خلال مبحثين، تنظيم الحملة الانتخابية (المبحث الأول)، وكذلك تمويلها (المبحث الثاني).

المبحث الأول:

تنظيم الحملة الانتخابية

يُعدّ تنظيم الحملات الانتخابية جزءاً حيوياً لأي حزب سياسي أو مترشح يسعى إلى الفوز بالانتخابات، إذ يتضمن التنظيم الفعال للحملة الانتخابية مجموعة من العوامل الرئيسية والتي تساهم في ضمان المساواة بين المرشحين والتي تشمل تحديد أماكن ممارسة الحملة الانتخابية، فمن الضروري اختيار الأماكن التي تضمن حضور أكبر عدد من الناخبين

لتبادل الأفكار والآراء ويتمّ فيها إجراء الأنشطة والفعاليات السياسية المتعلقة بالحملة، إضافة إلى تحديد المدّة التي يسمح فيها بممارسة الدعاية الانتخابية، ولهذا يجب أن يكون الموعد مناسباً وملائماً لتواجد الناخبين، وأن يكون الوقت كافي حتى يتسنى للمرشحين التعبير عن آرائهم وبرامجهم والتفاعل مع الناخبين، مع مراعاة مواعيد المناسبات الوطنية والدينية والثقافية الهامة، أما بالنسبة لتنظيم وسائل الحملة فيجب على المترشحين اختيار الوسائل الدعائية الأكثر فعالية لجذب انتباه الناخبين والتواصل معهم.

ومن خلال هذا سنحاول التفصيل بشكل أوضح ضمن مطلبين الأول يشمل تنظيم الإطار الزمني والمكاني للحملة الانتخابية، والثاني حول وسائل الحملة الانتخابية.

المطلب الأول:

تنظيم الإطار الزمني والمكاني للحملة الانتخابية

ضماناً للسير الحسن للحملة الانتخابية وعدم حدوث فوضى وضع المشرّع ضوابط وقواعد تنظيمية يتمّ من خلالها ضبط التصرفات المسموح للمرشحين القيام بها خلال فترة الحملة الانتخابية المحددة قانوناً، والتي يتسنى لهم من خلالها عرض برامجهم السياسية بطريقة منظمة ومتوازنة، نفس الأمر بالنسبة لتنظيم الأماكن المتاحة لممارسة الحملة الانتخابية وهذا من أجل تكريس مبدأ المساواة بين المترشحين.

الفرع الأول:

تنظيم الإطار الزمني للحملة الانتخابية

تتميز الدعاية الانتخابية عن الأنواع الأخرى من أنواع الدعاية من حيث تحديدها ضمن إطار زمني، ممّا يعني أن بدايتها ونهايتها لا تعتمد على إرادة المرشحين أو الأحزاب السياسية بل تلتزم بالمهلة المحددة قانوناً⁽¹⁾، ولهذا حرص التشريع الانتخابي على تحديد مدّة الحملة الانتخابية بتحديد موعد بدئها وموعد انتهائها، تحقيقاً لمبدأ المساواة المشار إليه مسبقاً لأن ترك الحملة مفتوحة أو لفترة طويلة يخالف مبدأ المساواة بين المرشحين والأحزاب بسبب القدرات المالية الكبيرة التي تتطلبها الحملة الانتخابية، واختلاف المرشحين في قدرتهم على

¹ - وائل منذر البياتي، للإجراءات السابقة على انتخابات المجالس النيابية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2015، ص 243.

تحمل أعبائها بسبب اختلاف ثقلهم المالي، وعليه لا يجوز لأي حزب أو مرشح القيام بأي نشاط يتعلق بالحملة الانتخابية قبل أو بعد بدء مدتها (1).

إنّ الهدف الرئيسي من تحديد فترة زمنية للحملة الانتخابية هو إضفاء الطابع الرسمي على هذه العملية من أجل تحقيق مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص بين كل المرشحين في عرض أفكارهم ومقترحاتهم على جمهور الناخبين بغرض الحصول على أصواتهم (2)، وهو ما حاول المشرع الجزائري الحرص على تطبيقه من خلال تحديد المدة الزمنية لبداية الحملة الانتخابية ونهايتها (3)، كما نص على أنه يحظر على كل شخص أن يقوم بالدعاية خارج المدة القانونية المنصوص عليها (4).

بل ويصل الأمر إلى تطبيق العقوبات على كل مترشح أو حزب يخالف ذلك وهو ما نصت عليه المادة 303 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات: « يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 400.000 دج، المترشح أو الحزب الذي يخالف أحكام المادة 74 من هذا القانون العضوي » (5).

بعد الانتهاء من مرحلة الدعاية الانتخابية تأتي فترة الصمت الانتخابي، والتي تعرف بأنها اليوم الذي يستخدم في العادة من أجل الإشارة إلى اليوم الذي يسبق على عملية الاقتراع والذي يُمنع فيه نشر الدعاية الانتخابية على أساس أنه يجب إتاحة الوقت الكافي للناخبين لاستيعاب كافة المعلومات التي تلقوها خلال الحملة الانتخابية، وبالتالي اتخاذ قرار التصويت بدون أي ضغوط (6).

1- سالم قنينة، فيصل أنسيغة، المرجع السابق، ص 946.

2- ليندة أونيسي، المرجع السابق، ص 397.

3- أنظر: المادة 73 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

4- أنظر: المادة 74 من الأمر نفسه.

5- أنظر: المادة 303 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

6- عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص 117.

الفرع الثاني:

تنظيم الإطار المكاني للحملة

يعتقد المختصون في دراسة وتحليل العملية الانتخابية أن لقاء الجماهير والتواصل الشخصي معهم لا يزال يمثل أهم وسيلة من أجل كسب ثقتهم، ولهذا أعطى المشرع الجزائري الضوء الأخضر وسمح للمرشحين بتنظيم التجمعات والاجتماعات الانتخابية التي تُعد وسيلة ربط بين المرشح وجماهير الناخبين حتى يتسنى له عرض أفكاره بشكل واضح وكذا شرح برنامج الانتخابية بطريقة مباشرة وتسمح لجميع الفئات باستيعاب ما يتضمنه هذا البرنامج⁽¹⁾، وقد أحال المشرع الجزائري مسألة تنظيم التجمعات والاجتماعات الانتخابية للقانون 89-28 المعدل والمتمم بالقانون 91-19 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية، إذ عرّف هذا الأخير التجمعات الانتخابية في مادته الثانية على أنها: «تجمع مؤقت لأشخاص متفق عليه ينظم خارج الطريق العمومي وفي مكان مغلق سهل على عموم الناس الالتحاق به قصد تبادل الأفكار أو الدفاع عن مصالح مشتركة»⁽²⁾.

يخضع عقد التجمعات الانتخابية لإجراءات رقابية مفصلة في أحكام القانون 89-28 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية المعدل بالقانون 91-19، ومن أهم هذه الإجراءات الإعلان عن تنظيم الاجتماع أو التجمع العام قبل ثلاثة أيام من موعد انعقاده أمام الوالي أو من يخوّله، ويستوجب أيضًا توقيع التصريح من قبل ثلاثة أشخاص يكون مواطنهم الولاية التي يقع على أراضيها المكان الذي يعتمزم التجمع فيه، ويُشترط أيضًا تمتعهم بجميع حقوقهم الوطنية والمدنية⁽³⁾، إضافة إلى ما جاء في المادة 4 من القانون نفسه بأن كل تجمع أو اجتماع عام يجب أن يسبق أولاً بتصريح إذ يتضمن هذا الأخير الهدف والغاية التي يسعى إليها وراء هذا الاجتماع، وكذلك المكان واليوم وحتى الساعة الذين سيعقد فيهم

¹ - محمد نعورة، « نظام الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري»، مجلة العلوم القانونية، معهد العلوم القانونية والإدارية المركز الجامعي بالوادي، العدد 03، جوان 2011، ص 164.

² - أنظر: المادة 02 من القانون رقم 89-28 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة بتاريخ 24 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالقانون رقم 91-19 المؤرخ في 21 ديسمبر 1991، الجريدة الرسمية العدد 62، الصادرة بتاريخ 04 ديسمبر 1991، ص 163.

³ - سالم قنينة، فيصل أنسيغة، المرجع السابق، ص 949.

إضافة إلى تحديد المدة التي سيستغرقها الاجتماع وعدد الأشخاص الذين سيحضرون وحتى الهيئة المعنية به إذ استدعى الأمر ذلك⁽¹⁾.

كما ورد في الأمر ذاته أنه وبهدف الحفاظ على الأمن العام والنظام العام يحق للوالي أن يطلب من المعنيين تغيير مكان الاجتماع بحيث هو من يقترح عليهم مكانا آخر يحتوي على كافة الضمانات اللازمة من أجل السير الجيد للاجتماع من حيث النظافة والأمن والأمان والطمأنينة العامة، وهو مُلزم بإخطار الأشخاص المعنيين بالأمر خلال مدة أربع وعشرين ساعة(24) من تاريخ تقديم التصريح إليه⁽²⁾.

والجدير بالذكر أن الاجتماعات الانتخابية العامة الخاصة بالحملة الانتخابية تعقد في القاعات والأماكن التي يتم الموافقة عليها وتأمينها مسبقا، وقد أوكلت مهمة تعيين أماكن الاجتماعات العمومية المعتمدة إلى منسقي المندوبيات الولائية للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات والتي ستمنح مجانا وبدون أي مقابل للمرشحين وبطريقة عادلة خلال الحملة الانتخابية وستكون خاضعة للحماية الأمنية الملائمة، حيث يتم استخدام هذه القاعات والأماكن عن طريق عملية القرعة، ويتم توزيعها أيضا من قبل منسق المندوبية الولائية للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات وهذا يتم بالتشاور مع ممثلي المترشحين، وقد تمّ تحديد وقت لانتهاء الاجتماعات العمومية على الساعة السابعة مساءً، إلا أن الأمر متروك في يد منسقي المندوبيات الولائية للسلطة الوطنية المستقلة في تكييف هذا الإجراء حسب ما يكون مناسب فله سلطة تأخيره ولكن بساعة واحدة فقط⁽³⁾.

فبالرغم من المساحة التي منحها التشريع الانتخابي للمرشحين من أجل الترويج لدعايتهم وممارسة الحملة الانتخابية، إلا أنّ هذا لا ينسبنا بأنه قد جعل بعض الأماكن محظورة وغير مسموح ممارسة الدعاية الانتخابية فيها، والدليل على ذلك المادة 84 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات التي نصت بصريح العبارة بأنه يمنع استعمال دور العبادة والمساجد كونها أماكن لممارسة الشعائر الدينية وليس لمثل هذه الأمور، وكذلك المؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين

¹ - أنظر: المادة 04 من القانون 89-28 المعدل والمتمم المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية .

² - محمد نعورة، المرجع السابق، ص164.

³ - ليندة أونيسي، المرجع السابق، ص398.

باعتبار أنها مجالات للعلم والتعليم والثقافة وليس للتفكير في السياسة أن يمارس فيها أي شكل من أشكال الدعاية الانتخابية⁽¹⁾.

كما نص المشرع في المادة 82 من الأمر المذكور أعلاه على ضرورة تخصيص مساحات عامة داخل الدوائر الانتخابية من أجل وضع الترشيحات ونشرها، بحيث تُوزع هذه المساحات بشكل عادل ومنصف مع حظر استخدام أي شكل آخر من أشكال الإعلان خارج المناطق المخصصة لهذا الغرض⁽²⁾، والمقصود بها الإلصاق العشوائي في الأماكن الغير مخصصة للإلصاق⁽³⁾.

والجدير بالذكر أن المشرع قد نص في المادة 305 من الأمر 01-21 المتعلق بنظام الانتخابات على: «يعاقب بالحبس من سنتين (2) إلى خمس (5) سنوات وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج، كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها في المادتين 83 و84 من هذا القانون العضوي».

المطلب الثاني:

تنظيم وسائل الحملة الانتخابية

إن تنظيم وسائل الحملة الانتخابية من المسائل المهمة التي تساهم بشكل كبير في نزاهة ومصداقية الحملة الانتخابية، وهي من أهم عوامل نجاح المترشحين حيث تساعدهم على الوصول إلى الناخبين وعرض برامجهم الانتخابية بطرق شفافة ومشروعة، ونظرًا لتزايد أهمية وسائل الإعلام والتكنولوجيا وجب تنظيم وضبط استعمال هذه الوسائل بشكل عادل ومنصف حتى يكون لكل مترشح فرصة متساوية للوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت تلفزيونية أو إذاعية أو صحفية أو عبر الانترنت دون تمييز أو تفضيل مرشح على آخر.

¹- أنظر: المادة 84 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

²- ليندة أونيسي، المرجع السابق، ص398.

³- إيمان طالبي، ميلود مباركي، المرجع السابق، ص1375.

الفرع الأول:

وسائل الإعلام

من الضمانات الجوهرية لجدوى الانتخابات ونزاهتها أن يكون من حق المرشحين أن يتعامل مع الناخبين أمام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة بعدالة⁽¹⁾، ولعلّ من أهم هذه الوسائل هو التلفزيون حيث يُمثل استخدام هذا الأخير خطوة رئيسية في نشر الخطاب السياسي وتقريب المرشح من الناخبين وهو يعد أهم الوسائل تأثيراً في الجمهور، وتكمن أهميته في نقل وتغطية الحملات الانتخابية طيلة الفترات الانتخابية وذلك بوصف أماكن تنقلاتهم وخطاباتهم السياسية، وحتى مدى تجاوب الجمهور مع المرشحين، وقد برز استخدام التلفزيون في الحملات الانتخابية كوسيلة للدعاية لأول مرة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 1960 بين (تكسون وكندي) أما في الجزائر فكان ذلك سنة 1999⁽²⁾.

أما بالنسبة للإذاعة فنظراً للحيز الذي تغطيها الأمواج الإذاعية فهذه الميزة جعلتها من أهم الوسائل التي تمكن من إيصال الرسالة الإعلامية إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير بغض النظر على موقعهم، كما أثبتت الدراسات السنوية أن الإذاعة تحتل مرتبة بالغة في مصداقية الجمهور سواء في بلداننا العربية أو بلدان أجنبية⁽³⁾، وقد نص المشرع الجزائري على حق استعمال والوصول إلى وسائل الإعلام السمعية والبصرية خلال الفترة الانتخابية⁽⁴⁾، كما نص على مبدأ المساواة وعدم التمييز بين المترشحين ولكن بشكل غير مطلق حيث نجد أن الانتخابات التشريعية لا تدخل ضمن حيز المساواة في الحصص على غرار الانتخابات الرئاسية⁽⁵⁾.

¹ - عبد الرحمان حملة، المنازعات الانتخابية في الجزائر، بدون جزء، بدون طبعة، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر، 2018، ص 78.

² - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص 37.

³ - زكرياء بن صغير، المرجع السابق، ص ص 39-40.

⁴ - أنظر: المادة 77 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات

⁵ - عبد المؤمن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية في الجزائر: مقاربة حول المشاركة والمنافسة في النظام الانتخابي الجزائري، دار الأملية، قسنطينة، الجزائر، 2011، ص 14.

وفي نفس السياق أكد المشرع على ضرورة مشاركة كل وسائل الإعلام السمعية البصرية في تغطية الحملة الانتخابية وضمان التوزيع العادل للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين⁽¹⁾.

الفرع الثاني:

الملصقات

الملصق من الوسائل الشائعة الاستخدام في الحملات الانتخابية حيث يهدف إلى استقطاب أكبر عدد من الناس للالتفاف حول موقف معين أو برنامج معين⁽²⁾. تُعرّف الملصقات على أنها تصميم منتهي ومفكر فيه يصمم بهدف جذب أكبر عدد من الناس وجعلهم ينجحون للمرشح صاحب الملصق وإعطاء صوتهم له خلال عملية الانتخاب⁽³⁾، ويُشترط في الملصق أن يكون جذاباً وبسيطاً ليمسّ كافة فئات الجمهور بمختلف مستوياتهم الثقافية. وقد منع المشرع في القانون العضوي المتعلق بتنظيم الانتخابات أن تعلق الملصقات خارج حدود المساحات المخصصة لذلك الغرض⁽⁴⁾.

ولم يقف عند ذلك فحسب بل وضع جزاءات مالية مقدرة من 20.000 دج إلى 50.000 دج على كل من يقوم بوضع ملصقات خارج الأماكن المخصصة لها⁽⁵⁾.

الفرع الثالث:

المنشورات والكتيبات

هي عبارة عن مطبوعات من تصميم المرشح وتعبّر عن ذاته وتشتمل على كل ما فات في حياته من تعليم ودراسات وإنجازات وما يملكه من مؤهلات وحتى المناصب والوظائف التي تقلدها خلال مسيرته حتى يوم ترشحه، كما تشتمل أيضاً على ما سيقدمه خلال فترة عهده من أنشطة وخدمات وهو ما يسمى بالبرنامج الانتخابي، حيث يُعبّر فيه المرشح عما

¹ - أنظر: المادة 78 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

² - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 163

³ - محمد حمودي، المرجع السابق، ص 163.

⁴ - أنظر: المادة 82 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

⁵ - أنظر: المادة 290 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

سيوجهه للجمهور والأمور التي يمكن أن يقدمها وتكون مميزة عن غيره من المرشحين، ويقوم بتوزيعها على سكان الدائرة الانتخابية الخاصة به⁽¹⁾.

الفرع الرابع:

التجمعات الانتخابية

وتتمثل في اللقاء بين المرشح وجمهور الناخبين مباشرة ليقوم المرشح بطرح برنامجة الانتخابية إضافة إلى تقديم جميع أفكاره بهدف التأثير على الناخبين وكسب أصواتهم، كما يقوم أيضًا بالإجابة على أية تساؤلات قد تتبادر إلى ذهن جمهوره.

ويتم عقد مثل هذه التجمعات في الدوائر الانتخابية الخاصة بكل مرشح، وبما أن هذه اللقاءات تقوم على الخطاب فمن الضروري أن يتمتع المرشح بمهارة فن الخطابة والإلقاء للتأثير في المخاطبين⁽²⁾، والوسيلة البديهية لتحقيق هذه الغاية هي اللغة والمنطق بمعناها العام، فكل خطاب يلقيه يعتبر كرسالة سياسية يرسلها المتكلم السياسي ويتلقاها جمهور الناخبين، حيث نصت المادة 79 من قانون الانتخابات على ضرورة تنظيم التجمعات والاجتماعات العمومية بمناسبة الانتخابات⁽³⁾.

الفرع الخامس:

الانترنت

هي مختصرة لعبارة (international net work)، والانترنت شبكة عالمية وهي ليست وليدة أعوام قليلة، وقد أصبح استخدام الانترنت في الفترة الأخيرة شائعًا حيث أصبح يشهد انتشارًا واسعًا في جميع أنحاء العالم، وهذا راجع إلى التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات⁽⁴⁾.

يُعدّ الانترنت مجالًا حيويًا مفتوحًا لتقديم الصورة الشخصية للمرشح والتعريف به وبحزبه وبرامجه السياسية، وذلك من خلال الصفحات الشخصية والمدونات والمواقع

¹ - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص 144.

² - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 158.

³ - نصت المادة 79 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على: «... تنظم التجمعات والاجتماعات العمومية بمناسبة الانتخابات والاستفتاءات طبقًا لأحكام هذا القانون العضوي».

⁴ - عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص 83.

الإلكترونية، وما يميز هذا المجال بشكل خاص أنه يعتبر البوابة المثالية للتواصل مع فئة مهمة من الناخبين والتأثير فيهم وإقناعهم من أجل المشاركة السياسية ألا وهي فئة الشباب⁽¹⁾.

لكن حرية استعمال الوسائل في الحملة الانتخابية جاءت مقيدة من قبل المشرع الجزائري حيث نص على بعض الوسائل التي يحظر استعمالها: يمنع استخدام اللغات الأجنبية في الحملات الانتخابية وفقا لما جاء في المادة 76 من الأمر 01-21 المتعلق بنظام الانتخابات، هذا يعني أن الحزب السياسي أو المرشحين يجب أن يستخدموا اللغة العربية أو الأمازيغية فقط أثناء تواصلهم مع الناخبين، وهذا يعكس الأهمية التي توليها الجزائر والتشريع الانتخابي للغة والثقافة الوطنية في عملية الانتخابات⁽²⁾، ولهذا فرض المشرع عقوبات صارمة على كل من يخالف أحكام المادة التي سبق ذكرها بحيث تتضمن هذه العقوبة غرامة مالية بين 400.000 دج إلى 800.000 دج بالإضافة إلى حرمان المخالف من حق التصويت والترشح لمدة تصل إلى خمس سنوات على الأكثر، مما يدلّ على حرص الحكومة الجزائرية على حماية اللغة الوطنية والترويج لها خلال الحملة الانتخابية⁽³⁾.

يتبين لنا من خلال ما جاء في نص المادة 80 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات بأنه يحظر استعمال أي طريقة إعلانية تجارية خلال الحملات الانتخابية، مما يعني أنه يجب على الحزب أو المرشح استخدام وسائل إعلانية تتماشى مع الأنظمة القانونية والأخلاقية والاجتماعية المرتبطة بالحملة، وعدم اللجوء إلى أي طريقة إعلانية تجارية، والغاية الأساسية من وراء هذا هي تحقيق النزاهة والشفافية في العملية الانتخابية وضمان تركيز الحملة بشكل رئيسي على الرسائل السياسية وليس على الدعاية التجارية⁽⁴⁾، إذ أنه وفي حالة مخالفة هذا فسيتعرض إلى عقوبات طبقا لما نصت عليه المادة 292 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات «يعاقب

¹ - محمد حمودي، المرجع السابق، ص 100.

² - أنظر: المادة 76 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

³ - أنظر: 304 من الأمر نفسه.

⁴ - أنظر: المادة 80 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

بغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج كل من قام بإشهار تجاري لأغراض دعائية خلال فترة الحملة الانتخابية».

كما منع الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات في مادته 83 استخدام الممتلكات والوسائل التابعة للأفراد أو الهيئات أو الشركات الخاصة لأغراض الدعاية الانتخابية، مالم تكن هناك أحكام ونصوص تشريعية صريحة تسمح بذلك إذ يهدف هذا الحظر إلى ضمان تكافؤ الفرص بين المترشحين وعدم استغلال الأموال العامة والممتلكات لصالح الحملات الانتخابية⁽¹⁾، ولهذا تفرض المادة 289 من نفس الأمر عقوبة الحبس من ستة أشهر وتصل إلى ثلاث سنوات وغرامة مالية تتراوح بين 6.000 دج إلى 60.000 دج على أي شخص يستخدم أملاك ووسائل الإدارة والأملاك العامة لصالح حزب أو مرشح أو قائمة مرشحين⁽²⁾.

المبحث الثاني:

تمويل الحملة الانتخابية

إن الحملة الانتخابية من المسائل التي تحتاج إلى قدر كبير من الاهتمام والتخطيط الدقيق لضمان نجاحها، وبما أن الحملة تتطلب تكاليف مادية كبيرة فإن المترشحين ملزمين بصرف مبالغ طائلة من أجل الخروج بنتائج مرضية لجميع الأطراف المعنية. وعلى الرغم من الشكوك والتساؤلات المثارة بشأن مصادر تمويل المرشحين لحملاتهم الانتخابية، إلا أن المشرع الجزائري قد تولى الإجابة عنها بشكل واضح من خلال سنّ قوانين لتنظيم تلك المصادر بأنواعها والرقابة عليها. وقد قام المشرع بوضع قيود وتوجيهات تحكم في جمع التبرعات والمساهمات المالية المقدمة من أجل تمويل الحملة، ولهذا يتعين على المرشحين تحديد مصادر تمويل حملاتهم بشكل دقيق وشفاف يتماشى مع القوانين والتشريعات. واستنادًا لما سبق سنشرع في تحديد مصادر التمويل (مطلب أول) وصولًا إلى الرقابة على تلك المصادر (مطلب ثاني).

¹ - أنظر: المادة 83 من الأمر نفسه.

² - أنظر: المادة 289 الأمر نفسه.

المطلب الأول:

ضبط مصادر تمويل الحملة الانتخابية

لقد ضبط المشرع الجزائري في قانون الانتخابات تمويل الحملة الانتخابية كونها من الأمور المهمة لتسيير المرشح لحملة الانتخابية وكذا تحقيقاً لمبدأ تكافؤ الفرص، حيث تعرّض لمصادر التمويل المتاحة في مادته 87 وهذا ضماناً لمشروعيتها من جهة، وتسيير مراقبة إنفاقها من جهة أخرى، حيث ميزنا بين مصادر التمويل الخاصة في فرع أول، ومصادر التمويل العامة في فرع ثاني، والتي تتمثل مجملًا في:

الفرع الأول:

مصادر التمويل الخاصة

وتتمثل في:

أولاً- مساهمة الأحزاب السياسية

وتشمل كل المساهمات التي يقدمها الحزب للمترشح سواء كانت تلك المساهمة نقدية أو عينية، والجدير بالذكر أن المشرع أشار في نص المادة 87 من الأمر 01-21 المتعلق بنظام الانتخابات إلى مساهمة الأحزاب السياسية كمصدر لتمويل الحملة الانتخابية إشارة عابرة دون تحديد لسقفها، وما يفهم منه أن مساهمة الحزب السياسي ما هي إلا مشاركة فقط في التمويل وليس التمويل الكلي للحملة⁽¹⁾.

ومن مساهمات الحزب السياسي كذلك الهبات والوصايا والتبرعات من مصدر وطني والتي تدفع في الحساب الخاص به ويشترط في هذه الهبات والوصايا والتبرعات أن تقدم من أشخاص معروفين، وتدفع في الحساب المنصوص عليه في المادة 62 من القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية⁽²⁾، ثم إن مساهمة الأحزاب السياسية في تمويل الحملة الانتخابية للمترشح تحت رعايتها لها العديد من المزايا ومن أهمها تقوية العلاقات بين الحزب وأعضائه.

¹- نور الدين رداد، «الرقابة على حسابات الحملة الانتخابية (قراءة في الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات)»، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق جامعة الإخوة منتوري قسنطينة1، المجلد 33، العدد 04، سنة 2022، ص413.

²- ليندة أونيسي، المرجع السابق، ص401.

وبخصوص 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⁾.

وأخيرا تُعدّ من مساهمة الأحزاب السياسية الإعانة المالية التي تقدمها الدولة من ميزانيتها، حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد المنتخبين في المجالس المحلية⁽²⁾.

ثانيا - المساهمة الشخصية

من البديهي أن يكون لكل مرشح تطلعات وأفكار مميزة يريد تطبيقها في حملته بهدف كسب أصوات الناخب، وهذا لا يمكن أن يتأتى إلا بوجود وسائل للمساعدة منها المنشورات والملصقات والاجتماعات... إلخ، وهذه الأخيرة تتطلب تكاليف ضخمة لعملية تسييرها⁽³⁾، لذا مكن المشرع الجزائري في المادة 87 فقرة 02 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، أن يقوم المرشح بتمويل حملته بنفسه وأن يتكفل بمصاريفها.

وبهذا يمكن للمرشح أن يسخر ذمته المالية، النقدية والعينية أو جزء منها لتحقيق تطلعاته في حملته الانتخابية شريطة أن تكون تلك الأموال مشروعة المكسب معروفة المصدر⁽⁴⁾، فلا يعقل أن تكون من عائدات إجرامية.

ثالثا - الهبات المقدمة من المواطنين

من الأمور المتجددة في القانون العضوي المتعلق بالانتخابات هي إضافة المشرع الهبات كمصدر من مصادر تمويل الحملات الانتخابية وقد جاء ذلك في الفقرة الثالثة من المادة 87 منه.

¹- لخضر قبيلي، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في القانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، ص22.

²- إلهام فاضل، «مستجدات الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية في قانون الانتخابات 21-01»، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المركز الجامعي بلايكة، باتنة، المجلد 05، العدد 01، 2022، ص1019.

³- زوييدة عرافة، «ضوابط تمويل الحملة الانتخابية»، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، المجلد 04، العدد 02، 2021، ص107.

⁴- رداد نور الدين، المرجع السابق، ص414.

حيث أن الهبة هي طريق قانوني لتمويل الحملة الانتخابية، لكن يجب أن تكون واضحة ومثبتة بشكل رسمي إما عن طريق التحويل من حساب إلى حساب يمكن الاستدلال عليه أو عن طريق الشيك أو البطاقة الالكترونية⁽¹⁾.

دون إغفال أنّ المشرع استبعد أن تكون الهبات المقدمة من أطراف أجنبية طبقاً لنص المادة 88 من القانون 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، حيث جاء نصها: « يُحظر على كل مرشح 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»⁽²⁾، والملاحظ هنا أن المادة تتعلق بكل الانتخابات سواء كانت محلية أو وطنية.

مع ضرورة الإشارة أن المشرع الجزائري قد أعفى فئة المغتربين من هذا الحظر حيث نصت المادة 90 من القانون 01-21 على أنه: «لا يعد تمويلاً أجنبياً، الهبات المقدمة من الجزائريين المقيمين في الخارج من أجل تمويل الحملة الانتخابية المتعلقة بالمرشحين أو قائمة المترشحين في الدوائر الانتخابية في الخارج...»، والمفهوم من هذه المادة أن كل هبة مقدمة من شخص طبيعي أو معنوي جزائري مقيم في دولة أجنبية هو أمر مسموح به ولا تعتبر هبة أجنبية.

الفرع الثاني:

مصادر التمويل العمومية

أولاً- مساعدات الدولة

من أجل تحقيق المساواة والتوازن بين المترشحين منح المشرع من خلال المادة 87 من الأمر رقم 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات للدولة إمكانية التدخل بمساعدات للمترشحين الشباب في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات المحلية أو التشريعية.

¹ - زوييدة عرافة، المرجع السابق، ص ص 107-109.

² - المادة 88 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

كما أضافت المادة 122 من نفس الأمر أنه يُمكن أن تتدخل الدولة في تمويل الحملة الانتخابية للمرشحين الشباب في إطار تشجيعهم على المساهمة في الحياة السياسية وذلك من خلال التكفل ببعض المصاريف التي حددها المشرع في المادة 122 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات والتي تتعلق بـ: مصاريف طبع الوثائق، مصاريف النشر والإشهار، مصاريف إيجار القاعات ومصاريف النقل، من خلال نص المادة يتبين أن الدولة تتدخل بتلك المساعدات وفقاً لشرطين.

أولهما أن تكون قوائم المرشحين للانتخابات التشريعية أو المحلية مستقلة، أما بالنسبة للشرط الثاني أن تكون هذه القوائم مشكلة من فئة الشباب، مع ضرورة التنويه إلى الأمر الذي حدّده المرسوم التنفيذي 21-190 المتعلق بكيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المرشحين الأحرار، حيث حدّد الفئة العمرية التي تتدخل الدولة بمساعداتها في تمويل حملتها الانتخابية وهي قوائم المرشحين الأحرار الذي تقل أعمارهم عن 40 سنة يوم الاقتراع⁽¹⁾.

ثانياً - تعويض الدولة لجزء من نفقات الحملة

أقرّت الفقرة الأخيرة من المادة 87 من الأمر رقم 01-21 المتعلق بالانتخابات على إمكانية تعويض الدولة لجزء من نفقات الحملة الانتخابية، حيث يمكن للدولة أن تعوض جزءاً من نفقات الحملة الانتخابية، إلا أن هذا التعويض لا يُعدّ تمويلاً مباشراً بل نوعاً من رقابة الدولة على تمويل الحملات الانتخابية، كون هذا التمويل يأتي محمولاً بمجموعة من الشروط أهمها إعلان المحكمة الدستورية النتائج النهائية، واعتماد الحسابات من طرف لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية⁽²⁾.

الفرع الثالث:

تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية

عادة ما تلجأ الدول إلى وضع سقف محدد للنفقات الانتخابية من أجل تحقيق المساواة في الإنفاق بين جميع المرشحين دون تمييز أحد على الآخر، وكذلك لمنع الفساد الانتخابي

¹ - أنظر: المادة 4 من المرسوم رقم 21-190 المؤرخ في 5 مايو 2021 المتعلق بكيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة

الانتخابية للشباب المرشحين الأحرار، الجريدة الرسمية، العدد 33، لسنة 2021.

² - نور الدين رداد، المرجع السابق، ص 415.

الناتج عن الإنفاق المفرط للأموال في الحملات الانتخابية، مما يؤثر سلباً على نزاهة ومدى مصداقية الانتخابات بشكل خاص⁽¹⁾، وبناءً على هذا فقد قام المشرع الجزائري بموجب الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات بوضع القواعد المنظمة لنفقات وهبات الحملة الانتخابية حيث قام بتحديد الحد الأقصى لها إذ لا يمكن لأي مترشح تجاوزه.

أولاً- الهبات

بالنسبة للهبات فقد حُدّد المبلغ الأقصى بالنسبة لكل شخص طبيعي في حدود أربعمئة ألف دينار (400.000 دج) فيما يخص الانتخابات التشريعية، وفي حدود ستمائة ألف دينار (600.000 دج) فيما يخص الانتخابات الرئاسية وهذا طبقاً لما جاء في الأمر رقم 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات⁽²⁾، فكل هبة تفوق قيمتها ألف دينار 1000 دج يستوجب دفعها إما عن طريق الشيك أو الاقتراع الآلي أو البطاقة البنكية⁽³⁾.

إذ تكمن أهمية هذا التحديد في ضمان تحقيق استقلال المترشح الذي تكون إرادته الانتخابية ناشئة ونابعة من سقاء عدد محدود من الأشخاص الواهين من ناحية ولتسهيل عملية الإشراف على إيرادات المرشحين من ناحية أخرى⁽⁴⁾.

ولكن لا يفوتنا أن ننوه بأنه لم يكن سابقاً مسموح للمرشحين بالحصول على الهبات سواء كانت عينية أو نقدية من الأشخاص الطبيعيين، إلا بعد صدور القانون العضوي الأخير الذي سمح وأجاز لهم الحصول على الهبات والإعانات.

ثانياً- النفقات

المقصود بالنفقات الانتخابية هي تلك المصاريف التي يتحملها المترشح أو الحزب من الحملة الانتخابية، والهدف من ذلك هو استمالة عدد من أصوات الناخبين، كما عرّفها

¹ - محمد بوطرفاس، المرجع السابق، ص155.

² - قارة تركي إلهام، «أخلقة تمويل الحملات الانتخابية وأثره في الوقاية من الفساد الانتخابي في التشريع الجزائري-دراسة تحليلية-»، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد14، العدد29، مارس 2022، ص227.

³ - أنظر: المادة 91 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

⁴ - رداد نور الدين، المرجع السابق، ص416

البعض أيضا بأنها النفقات التي تتضمن المدفوعات التي تقوم بها الحملات الانتخابية للخدمات أو الأغراض المرادة من أجل التأثير على نتيجة الانتخابات⁽¹⁾، ولهذا نجد أن المشرع الجزائري وضع حدا أقصى لنفقات الحملة الانتخابية، بحيث لا يمكن لأي مترشح أن يتعداه، إلا أن هذا الحد يختلف باختلاف طبيعة الانتخابات بناء على ما هو منصوص عليه في المادتين 92 و 94 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

1- فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية:

حدّد المشرع الجزائري من خلال ما تضمنه القانون العضوي السالف الذكر أعلاه في مادته 92 الحدّ الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية فيما يتعلق بمرشحي الانتخابات الرئاسية بمبلغ مائة وعشرين مليون دينار جزائري (120.000.000 دج) لكل مترشح في الدور الأول، ويرتفع هذا المبلغ إلى مائة وأربعين دينار جزائري (140.000.000 دج) لكل مترشح في الدور الثاني⁽²⁾.

والجدير بالملاحظة أنّ المشرع زاد وبشكل كبير في هذا المبلغ مقارنة بقوانين الانتخابات السابقة، إلا أن هذه الزيادة كانت متوقعة من قبل الباحثين في هذا المجال، فقد كان الحد الأقصى لنفقات الانتخابات الرئاسية مائة مليون دينار جزائري (100.000.000 دج) لكل مترشح في الدور الأول ويرتفع هذا المبلغ إلى مائة وعشرين مليون دينار جزائري (120.000.000 دج) في الدور الثاني حسب ما جاء في المادة 192 من القانون العضوي السابق 10-16⁽³⁾، والسبب وراء هذه الزيادة راجع إلى التغيرات التي تطرأ على المستوى المعيشي وكذا على القوة الشرائية للعملة الوطنية، وزد على هذا المتغيرات المتسارعة والمتزايدة في أسعار مختلف السلع والخدمات ممّا يؤدي دون شك إلى ارتفاع تكاليف الحملة الانتخابية وكل متطلباتها⁽⁴⁾.

1 -فاضل إلهام، المرجع السابق، ص 1021.

2- أنظر: المادة 92 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

3- أنظر: المادة 192 من القانون العضوي 16-10 المؤرخ في 25 غشت 2016، يتعلق بنظام الانتخابات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 50، مؤرخة في 28 غشت 2016.

4- رداد نور الدين، المرجع السابق، ص 416.

ما لفت انتباهنا هو إهمال وإغفال المشرع الجزائري لتحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية فيما يتعلق بانتخابات أعضاء المجالس الشعبية البلدية والولاية بمعنى الانتخابات المحلية.

2- فيما يتعلق بالانتخابات التشريعية:

استنادًا لما جاء في المادة 94 من القانون العضوي للانتخابات 01-21 نجد أنها تنص على: «لا يمكن أن تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة في الانتخابات التشريعية حداً أقصاه مليونان وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) عن كل مترشح».

ثالثاً- التعويض الجزافي

أجاز المشرع الجزائري للمرشحين للانتخابات سواء كانت رئاسية أو تشريعية الحصول على تعويض جزافي وذلك مقابل النفقات التي تم صرفها في الحملة الانتخابية، إلا أنه وضع بعض الشروط حتى يُميز بين الانتخابات الرئاسية والانتخابات التشريعية، وقد ورد هذا في المادة 93 من الأمر 01-21 المتعلق بنظام الانتخابات والتي جاء فيها: «لكل مترشح للانتخابات الرئاسية الحق في تعويض جزافي قدره عشرة في المائة (10%) في حدود النفقات المدفوعة فعلاً.

عندما يحرز المترشح للانتخابات الرئاسية على نسبة تفوق عشرة في المائة (10%) و تقل عن عشرين في المائة (20%) من الأصوات المعبر عنها أو تساويها، يرفع هذا التعويض إلى عشرين في المائة (20%) من النفقات المدفوعة فعلاً وضمن الحد الأقصى المرخص به.

وترفع نسبة التعويض إلى ثلاثين في المائة (30%) بالنسبة للمترشح الذي تحصل على أكثر من عشرين في المائة (20%) من الأصوات المعبر عنها. لا يتم التعويض إلا بعد إعلان المحكمة الدستورية النتائج النهائية واعتماد حسابات الحملة الانتخابية من طرف لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية»⁽¹⁾.

¹- أنظر: المادة 93 من القانون العضوي 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

أما بالنسبة إلى الانتخابات التشريعية واستنادًا لما نص عليه التشريع الجزائري، يجوز لقوائم المرشحين التي حصلت على عشرين بالمائة (20%) على الأقل من الأصوات المدلى بها أن تحصل على تعويض بنسبة عشرين بالمائة (20%) من النفقات المدفوعة فعليًا ضمن الحد الأقصى المصرح والمسموح به، بحيث يُقدّم هذا التعويض إما للحزب السياسي الذي أودع الترشح تحت رعايته أو لقائمة المترشحين الأحرار، ونفس الحال أيضًا بالنسبة للانتخابات التشريعية بحيث لا يمكن منح التعويض إلا بعد الإعلان النهائي للنتائج من قبل المحكمة الدستورية، وكذا اعتماد الحسابات من طرف لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية⁽¹⁾.

الفرع الرابع:

الإجراءات المالية للحملة الانتخابية

أولاً- فتح ومسك حساب للحملة

اشترط المشرع الجزائري طبقاً لأحكام المادة 96 من الأمر رقم 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على كل مترشح للانتخابات الرئاسية و كل قائمة للانتخابات التشريعية إلزامية فتح و مسك حساب للحملة الانتخابية⁽²⁾، إذ يبين من خلاله جميع الإيرادات والنفقات المرتبطة بالحملة الانتخابية كما يتم إعداد الحساب باسم المترشح شخصياً بالنسبة للانتخابات الرئاسية، أما بالنسبة للانتخابات التشريعية فيكون باسم المترشح الموكل من الحزب أو من مترشحي القائمة الحرة استناداً لما جاء في المادة 109 من الأمر نفسه⁽³⁾.

يُعدّ الأمين المالي للحملة الانتخابية المعين من قبل المترشح الموكل من طرف الحزب أو من طرف مترشحي القائمة الحرة هو المكلف بإعداد الحساب الخاص بالحملة والذي يشمل مختلف الإيرادات مهما كانت طبيعتها ومصدرها وجميع النفقات المنفذة والمتعلقة بالحملة الانتخابية⁽⁴⁾.

¹- أنظر: المادة 95 من الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

²- أنظر: المادة 96 من الأمر نفسه.

³- أونيسي ليندة، المرجع السابق، ص 405.

⁴- فاضل إلهام، المرجع السابق، ص 1023.

إن لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية هي التي يتم تقديم حساب الحملة إليها وذلك خلال أجل أقصاه شهرين من تاريخ إعلان النتائج النهائية⁽¹⁾.

ثانياً - تعيين الأمين المالي للحملة الانتخابية

يكون الأمين المالي إلزامياً في الحالات التي يشمل فيها تمويل الحملة الانتخابية هبات أو تبرعات أو مساهمات من الدولة، أما في حالة ما إذ اقتضت مصادر التمويل على المساهمات الشخصية والحزبية فقط، توصي لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية بتعيين أمين مالي ويجب أن يكون مستقل عن شخص المرشحين⁽²⁾، وذلك حتى لا يتمكن أي أحد من التأثير عليه بأي طريقة من طرق الفساد في المجال السياسي.

كما أوضحت المادة 97 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات طريقة تعيين الأمين المالي للحملة إذ يتم ذلك بموجب تصريح مدون من المترشح للانتخابات الرئاسية أو من المترشح الموكل من قبل الحزب أو من قبل مترشي القائمة الحرة للانتخابات التشريعية، ويتم إيداع التصريح الذي تم إرفاقه بالموافقة المكتوبة من الأمين المالي للحملة الانتخابية لدى السلطة المستقلة أو مندوبية السلطة المستقلة بالخارج المختصة فيما يتعلق بالانتخابات التشريعية⁽³⁾.

والملاحظ أن المشرع لم يشر في نص المادة السابقة الذكر على ضرورة تعيين أمين مالي بالنسبة للانتخابات المحلية، واكتفى فقط بالتنبيه على تعيينه في الحملة الخاصة بالانتخابات الرئاسية والتشريعية.

كما يتضح من خلال المادة 105 من القانون العضوي ذاته أن الأمين المالي يعتبر الوسيط الوحيد بين المترشح والجهات الأخرى المساهمة في تمويل الحملة الانتخابية، فهو يُعدّ المؤهل الوحيد دون غيره لتحصيل الأموال ودفع النفقات المتعلقة بالحملة الانتخابية⁽⁴⁾.

¹ - المرجع نفسه، ص 1024.

² - نور الدين رداد، المرجع السابق، ص 419.

³ - أنظر: المادة 97 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

⁴ - أنظر: المادة 105 من الأمر نفسه.

ثالثا - فتح حساب بنكي وحيد

من بين الأحكام الجديدة التي جاء بها قانون الانتخابات لعام 2020 هي ضرورة فتح حساب بنكي واحد من قبل الأمين المالي للحملة الانتخابية لغرض تمويل هذه الأخيرة، أما بالنسبة لما يتعلق بقوائم المرشحين عن الدوائر الانتخابية في الخارج فيقوم الأمين المالي للحملة بفتح حساب مصرفي واحد لدى البنوك المراسلة للبنوك الجزائرية من أجل تمويل الحملة على مستوى الدائرة الانتخابية لمكان الترشح⁽¹⁾.

وقد نصت المادة 100 من قانون الانتخابات الجديد على أنه: « يتولى البنك المخاطر فتح الحساب، وتسليم وسائل الدفع والخدمات الضرورية لتسييره في أجل خمسة عشر (15) يوما، إلى الأمين المالي للحملة الانتخابية. إذا لم يفتح هذا الحساب عند انقضاء هذا الأجل، يخطر الأمين المالي بنك الجزائر الذي يعين له المؤسسة البنكية التي تتولى فتح الحساب».

المطلب الثاني:

الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية

لقد أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة للحملة الانتخابية وسلط عليها الضوء في العديد من الأمور من بينها تمويل الحملة الانتخابية وكون الأموال التي تخصص لهذا المجال مختلفة المصدر ومن شأنها أن تمسّ بمصداقية الحملة الانتخابية، فقد قام المشرع بوضع آليات لمراقبة تمويل الحملة الانتخابية حفاظا على شفافية ونزاهة الحملة، وسنقوم فيما يأتي بدراسة آليتين للرقابة على تمويل الحملة الانتخابية أولهما لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية وثانيهما المحكمة الدستورية، أما بالنسبة للرقابة الجزائية فقد خصصنا لكل عنصر تطرقنا له في المذكرة للرقابة المتعلقة به في هذا الشأن.

الفرع الأول:

لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية

استحدث المشرع الجزائري لجنة تابعة للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، وأناط بها بشكل أساسي مهمة الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية، وأطلق عليها تسمية «لجنة مراقبة

¹ - أونيسي ليندة، المرجع السابق، ص 406.

تمويل الحملة الانتخابية»⁽¹⁾، وقد كان هذا لأول مرة بموجب الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات و تفصيلا في المادة 115 منه والتي تنص على: «تتشأ لدى السلطة المستقلة لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية. تتشكل اللجنة من:

- قاض تعينه المحكمة العليا من بين قضااتها، رئيسا.
- قاض يعينه مجلس الدولة من بين قضااته.
- قاض يعينه مجلس المحاسبة من بين قضااته المستشارين.
- ممثل عن السلطة العليا للشفافية و الوقاية من الفساد و مكافحته.
- ممثل عن وزارة المالية.

تعدّ اللجنة نظامها الداخلي و تصادق عليه».

والجدير بالملاحظة أن تشكيلة هذه اللجنة يغلب عليها الطابع القضائي، ولعلّ هذا الاختيار قد تمّ عن قصد وبحرص من قبل المشرع من أجل فرض الرقابة القضائية على حماية المال العام المتعلق بمصادر تمويل الحملة الانتخابية ومجالات الإنفاق فيها وحدودها إذ يُعدّ إدخال القضاة ضمن تشكيلة لجنة مراقبة تمويل الحملة من العوامل القوية لاستقلاليتها وحيادها في ظل ما يتميز به القضاة من ضمانات دستورية وقانونية⁽²⁾.

ومن بين المهام المكلفة بها لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية هي التأكد من مدى التزام المرشحين بإعداد حساب لحملتهم الانتخابية بحيث يودع الحساب لدى لجنة مراقبة تمويل الحملة خلال أجل شهرين إبتداءً من تاريخ إعلان النتائج النهائية، ومن هنا نستنتج أن المشرّع الانتخابي قد تخطى على دور المجلس الدستوري في مراقبة حساب الحملة الانتخابية الذي نص عليه القانون العضوي السابق المتعلق بالانتخابات 10-16، والمادة 56 من النظام المحدد لقواعد عمل المجلس الدستوري وقد نصت على: « يجب على كل

¹ - شوقي يعيش تمام، سفيان عبدلي، مداخلة بعنوان: «تمويل الحملات الانتخابية في أحكام الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات»، أعمال ملتقى دولي بعنوان: «الإشراف والرقابة على الانتخابات في الدول المغاربية» يومي 07-08 أفريل 2021، جامعة الشهيد حمد لخضر، الوادي، ص 149.

² - الصديق ريكلي، «النظام القانوني للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر»، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 13، العدد 01، 2023، ص 419.

مترشح لانتخابات رئيس الجمهورية أن يقدم حساب حملته الانتخابية إلى المجلس الدستوري في أجل أقصاه ثلاثة (3) أشهر من تاريخ نشر النتائج النهائية للاقتراع في الجريدة الرسمية...»⁽¹⁾.

حيث أنه بموجب هذا الإيداع واستناداً على ما جاء في المادة 116 من الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات يتمكن المرشح أو قائمة المرشحين في الاستفادة من تعويض لنفقات حملتهم الانتخابية شريطة أن يتم خلال الأجل المحدد قانوناً، وفي حالة عدم إيداع الحساب وبعد انقضاء المدة أو إيداعه خارج أجل الشهرين يفقد المرشح أو قائمة المرشحين الحق في التعويض⁽²⁾، إذ أنه لا يجوز عرض حساب الحملة الانتخابية وهو في حالة عجز وإنما يجب تصفيته وقت إيداعه وعند الضرورة بمساهمة من المرشح طبقاً للمادة 117 من الأمر نفسه⁽³⁾، حيث أن المشرع قد فرض غرامة تتراوح بين 400.000 دج إلى 800.000 دج على كل مترشح أو قائمة مترشحين لا يقدمون حساب حملتهم أو يقدمون حساباً، ويتم رفضه من قبل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية إضافة إلى حرمانهم من حق الانتخاب وحق الترشح لفترة تصل إلى 5 سنوات⁽⁴⁾.

كما نصت المادة 118 في فقرتها الأولى من الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على أنه: «تراجع لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية صحة ومصداقية العمليات المقيدة في حساب الحملة الانتخابية»، ويتضح من خلال التحديد الوارد في المادة أعلاه أن المشرع يعتبر صحة ومصداقية العمليات والمعاملات المسجلة في حساب الحملة الانتخابية من أهم الصلاحيات العامة للجنة مراقبة تمويل الحملة التي تتلقاها مع المستندات الثبوتية العائدة لها والملحقة بها⁽⁵⁾.

¹- فاضل إلهام، المرجع السابق، ص 1028.

²- عبد الوهاب كسال، «التمويل الانتخابي في ظل أحكام الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي للانتخابات في الجزائر»، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 15، العدد 01، 2022، ص ص 568-569.

³- أنظر: المادة 117 الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

⁴- أنظر: المادة 311 من الأمر نفسه.

⁵- ريكلي الصديق، المرجع السابق، ص 423.

بحيث أن هذه اللجنة تقوم بإصدار قرار وجاهي خلال أجل ستة أشهر إذ أنها تصادق بموجبه على الحساب أو تقوم بتعديله أو رفضه، أما في حالة انقضاء هذا الأجل وسكوت اللجنة وعدم الردّ يُعدّ الحساب مصادق عليه طبقاً لما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة السابقة الذكر⁽¹⁾، وفي حالة قيام اللجنة برفض حساب حملة المرشح فإنه يحق له وفقاً للمادة 121 من قانون الانتخابات الجديد التقدم بطعن ضد هذا القرار أمام المحكمة الدستورية ويجب عليه تقديم الطعن في غضون شهر واحد من تاريخ تلقيه لقرار الرفض⁽²⁾، ولهذا يجب على المرشح التأكد من إتباع جميع الإجراءات اللازمة والمواعيد المحددة بعناية لضمان إمكانية تقديم الطعن بصورة صحيحة وفي الوقت المحدد، كما يجب أن تكون أيضاً جميع الوثائق متاحة ومدعومة بالأدلة المناسبة لدعم الطعن أمام المحكمة الدستورية. ونستخلص من كل هذا أن إنشاء لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية كضمانة جديدة للرقابة على التمويل يهدف إلى تخفيف الأعباء المفروضة على أعضاء السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، وهذا نظراً لأن مراقبة التمويل عملية فنية تتطلب أشخاص أكفاء ومتخصصين لتنفيذها وتحملها، كما يجب الإشارة إلى أن هذه اللجنة قد تم تشكيلها حديثاً قبل الانتخابات التشريعية السابقة والوقت كاف لإظهار مدى فعاليتها في مواجهة الفساد المالي وضمان شفافية ونزاهة عملية تمويل الحملات الانتخابية⁽³⁾.

الفرع الثاني:

دور المحكمة الدستورية في مراقبة تمويل الحملة الانتخابية

لقد تمّ تكليف المحكمة الدستورية بمهمة الفصل في الطعون المتعلقة بقرارات لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، وذلك وفقاً للأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، وفي حال قرّرت اللجنة رفض حساب الحملة الانتخابية بسبب عدم إيداعه أو تجاوز الحد الأقصى المحدد قانوناً أو وجود فائض في الموارد يكون مصدره الهبات، يجوز للمعنيين بالأمر التقدم بطعن أمام المحكمة الدستورية وفقاً لأحكام المادة 121

¹ - أنظر: المادة 2/118 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

² - زوييدة عرافة، المرجع السابق، ص 112.

³ - فاضل إلهام، المرجع السابق، ص ص 1027-1028.

من الأمر المذكور أعلاه⁽¹⁾، حيث نصت هذه الأخيرة على أنه يحق للأشخاص الطعن في قرارات لجنة مراقبة تمويل الحملة أمام المحكمة الدستورية، ويكون ذلك في مدة شهر من تاريخ تلقيها للتبليغ الرسمي لتلك القرارات⁽²⁾.

على الرغم من أن النص الأصلي كان يتيح الاستئناف ضد قرارات اللجنة إلى السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، إلا أن التدخل القانوني للمجلس الدستوري في مراجعة دستورية النص كقانون عضوي، أدى إلى إعادة توجيه الطعون ضد قرارات لجنة المراقبة على تمويل الحملة الانتخابية إلى المحكمة الدستورية، وذلك بناء على حكم المجلس الدستوري الذي يرى أن اللجنة تابعة للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات ولا يمكن أن تكون السلطة نفسها خصما وقاضيا في الوقت نفسه⁽³⁾.

وبما أن المحكمة الدستورية هي التي تدرس الطعون المقدمة إليها فإنها تصدر قرارا يقضي بإلغاء الانتخاب المتنازع فيه، أو رفض الطعن، أو إعادة صياغة محضر النتائج الذي تم إعداده⁽⁴⁾.

والملاحظ أن هناك تكامل فيما يتعلق بالعملية الانتخابية بين السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات والمحكمة الدستورية، بدءا من تسجيل الناخبين في القوائم وحتى الإعلان عن النتائج الأولية، وهذا يتم بواسطة السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، أما فيما يتعلق بالطعون والإعلان عن النتائج النهائية فيتم ذلك بواسطة المحكمة الدستورية سواء كان ذلك في الانتخابات الرئاسية أو التشريعية أو الاستفتاء⁽⁵⁾.

¹ - شادية رحاب، اختصاص المحكمة الدستورية في المادة الانتخابية، مجلة المحكمة الدستورية، المجلد 09، العدد 02، 2021، ص 96.

² - أنظر: المادة 121 من الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

³ - فاضل إلهام، المرجع السابق، ص 1030.

⁴ - زهيرة بن طاع الله، «المحكمة الدستورية في ظل التعديل الدستوري لسنة 2020-تقليد الأنظمة المقارنة أم انتقال حقيقي نحو العدالة الدستورية-» مجلة قضايا معرفية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 02، العدد 04، 2022، ص 37.

⁵ - وفاء أحلام شتاتحة، «المحكمة الدستورية في الجزائر هيئة جديدة للرقابة على دستورية القوانين»، مجلة الفكر القانوني و السياسي، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، المجلد 06، العدد 02، 2022، ص ص 811-812.

ملخص الفصل الثاني:

يتبين لنا من خلال ما تطرقنا إليه آنفا أن المشرع الجزائري قد أدرك تماما أهمية تنظيم الحملة الانتخابية بشكل شامل، فقد بات للمشرع دور حاسم في وضع إطار زمني ومكاني دقيق للحملة الانتخابية حيث تم فرض عقوبات صارمة في حالة مخالفة ما نصت عليه التشريعات، كما اهتم بتحديد وسائل التواصل والإعلان المسموح بممارستها خلال هذه العملية، ووضع قواعد محددة لاستخدام وسائل الإعلام، التلفزيون والإذاعة، بهدف ضمان تكافؤ الفرص بين جميع المرشحين.

علاوة على ذلك سعى المشرع الجزائري إلى تحقيق تنظيم فعال للحملة الانتخابية خلال تحديد الحدود والقيود على عملية تمويلها، إضافة إلى أنه سلط الضوء على مسألة الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية من خلال تشكيله لهيئة مخصصة لهذا الغرض والمتمثلة في لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية مع الإشارة إلى دور المحكمة الدستورية كآلية مستحدثة في مسألة الرقابة.

خاتمة

تتطلب العملية الانتخابية الشفافية والنزاهة والمساواة بين كافة المترشحين، ولهذا يجب أن يكون هناك تنظيم قانوني يحظر التمييز والفساد والتعسف في مختلف المراحل التي تمر بها هذه العملية، بما فيها مرحلة الحملة الانتخابية أو ما تعرف أيضا بالدعاية الانتخابية. ومن خلال دراستنا لموضوع النظام القانوني للحملة الانتخابية يمكننا القول أن المشرع الجزائري قد تمكن من تخصيص أحكام جد هامة في هذا المجال أبرزها ما جاء في الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، حيث تناول العديد من التعديلات والإصلاحات التنظيمية لهذه المرحلة الهامة من مراحل العملية الانتخابية. فقد قام بتخصيص فترة زمنية محددة للحملة الانتخابية كما حدد أماكن ممارستها، وكذلك الوسائل المسموح باستعمالها خلال هذه الفترة، بالإضافة إلى تنظيم تمويل الحملة الانتخابية وضبط مصادرها من أجل ضمان حمايتها من أي تأثير سلبي للمال السياسي المشبوه، كما لا ننسى أهمية العقوبات الجزائية على المخالفات والجرائم التي قد تحدث خلال فترة الحملة الانتخابية ودورها في ردع أي سلوكيات أو تجاوزات غير قانونية من شأنها تهديد أمن وسلامة العملية الانتخابية والتأثير على حيادها. ومن خلال هذه الدراسة خلصنا إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات يمكن حصرها على النحو الآتي:

أولاً- النتائج

1. حرص المشرع على تعزيز مبدأ المساواة في كل جوانب مرحلة الحملة الانتخابية من خلال تسخير كل الوسائل اللازمة وإمكانية الوصول إليها دون أي تمييز.
2. تمركز اهتمام المشرع في حظر استخدام خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية وفرض عقوبات على أي فرد يقوم بتبني هذا السلوك بهدف حماية العملية الانتخابية وضمان عدالتها وتعزيز التعايش السلمي والمناخ الديمقراطي في المجتمع.
3. أولى التشريع الانتخابي أهمية كبيرة لتحديد وضبط الإطار الزمني والمكاني لممارسة الحملة الانتخابية، ويتضح ذلك من خلال النصوص القانونية التي تنص على تفاصيل وقواعد تنظيمها إذ تحدد بدقة المدة الزمنية المسموح بها للحملة الانتخابية والأماكن التي يسمح فيها بتنفيذها.

4. يتنوع تمويل الحملة الانتخابية بين مصادر مالية متعددة، تشمل التمويل الخاص والتمويل العام.
5. بالنسبة لتسقيف نفقات الحملة الانتخابية أغفل المشرع تحديد قيمة تلك النفقات بالنسبة للانتخابات المحلية وكان تركيزه على الانتخابات الرئاسية والتشريعية، كذلك هو الحال بالنسبة لمسألة تعيين أمين مالي للحملة الانتخابية حيث لم ينص على طريقة تعيينه بالنسبة للانتخابات المحلية.
6. من الأمور التي تعتبر قفزة نوعية تحسب لصالح المشرع الجزائري هو استحداثه للجنة خاصة مهمتها الرقابة على مصادر تمويل الحملة الانتخابية وجعلها كهيئة تابعة للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات.
7. على الرغم من غلبة الطابع القضائي في تشكيلة لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، إلا أنها تمارس رقابة ذات طبيعة إدارية، وتجدر الإشارة إلى أن قرارات اللجنة ليست نهائية وقابلة للاستئناف أمام المحكمة الدستورية.

ثانيا - الاقتراحات

1. يبدو أن المشرع قد أهمل بشكل صريح قضية تسقيف النفقات فيما يتعلق بالانتخابات المحلية، والحقيقة أن هذه المسألة تعد بيئة مهمة لتغلغل المال الفاسد، ولذلك فإنه من الضروري أن يعيد المشرع النظر في هذا الأمر ووضع نصوص تنظمه بشكل فعال.
2. منح لجنة مراقبة تمويل الانتخابات إمكانية الإخطار المباشر للجهات القضائية المختصة فيما يخص الجرائم المتعلقة بالقانون العضوي المتعلق بالانتخابات.
3. يجب التعجيل في إصدار النظام الداخلي للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، والزيادة في تشكيلتها بحيث تكون لها عدد كاف من الأعضاء لتنفيذ دورها الرقابي في فترة زمنية معقولة.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً- النصوص القانونية.

I- الدساتير:

- المرسوم الرئاسي رقم 20- 442 المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2020، الجريدة الرسمية، العدد 82 الصادرة بتاريخ 30 ديسمبر سنة 2020.

II- القوانين العضوية:

- القانون العضوي 16- 10 المؤرخ في 25 غشت 2016، يتعلق بنظام الانتخابات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية العدد 50، الصادرة بتاريخ 28 غشت 2016.
- الأمر رقم 21- 01 المؤرخ في 10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية العدد 17، الصادرة بتاريخ 10 مارس 2021.

III- القوانين والنصوص التنظيمية:

أ- القوانين:

- القانون رقم 89- 28 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة بتاريخ 24 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالقانون رقم 91- 19 المؤرخ في 21 ديسمبر 1991، الجريدة الرسمية العدد 62، الصادرة بتاريخ 04 ديسمبر 1991.

- القانون رقم 20- 05 المؤرخ في 28 أبريل سنة 2020، المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتهما، الجريدة الرسمية العدد 25، الصادرة بتاريخ 29 أبريل 2020.

ب- النصوص التنظيمية

- المرسوم التنفيذي رقم 21- 190 المؤرخ في 5 مايو 2021 المتعلق بكيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار، الجريدة الرسمية، العدد 33 الصادرة في 05 ماي 2021.

ثانياً- الكتب

- 1- وائل منذر البياتي، للإجراءات السابقة على انتخابات المجالس النيابية(دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2015.
- 2- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، الجزء الأول، دار صادر، بيروت، لبنان، د.س.
- 3- محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك للفوز في الانتخابات، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.
- 4- إسماعيل ابن حماد الجوهري، معجم الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الطبعة الرابعة، الجزء 04 ، القاهرة، سنة 1987.
- 5- زكرياء بن الصغير، الحملات الانتخابية: مفهومها ووسائلها وأساليبها، دون طبعة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
- 6- سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- 7- حمودي محمد، الضوابط الموضوعية والإجرائية للعملية الانتخابية في الجزائر دراسة في إطار القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات 10-16، دون طبعة، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2018.
- 8- محمد كمال القاضي، الحملة الانتخابية والنظام البرلماني المصري، دون طبعة، مكتبة مذبولي، القاهرة، مصر، 1987.
- 9- عبد الرزاق عبد الحميد أحمد، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، الطبعة الأولى، لبنان، 2014.
- 10- عبد الرحمان حملة، المنازعات الانتخابية في الجزائر، بدون جزء، بدون طبعة، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر، 2018.
- 11- عبد المؤمن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في التجربة الدستورية في الجزائر: مقاربة حول المشاركة والمنافسة في النظام الانتخابي الجزائري، دار الألفية، قسنطينة، الجزائر، 2011.

ثالثا - المقالات.

- 1- ليندة أونيسي، « التنظيم القانوني للحمة الانتخابية في الجزائر، دراسة في ظل أحكام الأمر 01-21 المتعلق بالانتخابات»، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد 08، العدد 01، 2022.
- 2- شوقي يعيش تمام، « الضمانات القانونية لنزاهة الحملة الانتخابية في ضوء القانون الانتخابي الجزائري 97-01 - دراسة مقارنة -»، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 01، العدد 02، 2013.
- 3- سالم قنينة، فيصل انسيغة، «ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري: -دراسة تحليلية مقارنة-»، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 13، عدد 01، 2021.
- 4- نواره تريعة، « مكافحة التمييز وخطاب الكراهية والوقاية منهما في التشريع الجزائري والإماراتي -دراسة مقارنة-»، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 13، العدد 04، 2021.
- 5- يمينة دحمري، أحمد سعود، « حظر خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري دراسة على ضوء القانون رقم 20-05 والأمر 21-01»، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2022.
- 6- ياسمين رقيق، « الرقابة على سير الحملة الانتخابية ومضمونها في التشريع الجزائري»، مجلة صوت القانون، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، المجلد 08، العدد 02، 2022.
- 7- محمد نعورة، « نظام الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري»، مجلة العلوم القانونية، معهد العلوم القانونية والإدارية المركز الجامعي بالوادي، العدد 03، جوان 2011.
- 8- نور الدين رداد، « الرقابة على حسابات الحملة الانتخابية (قراءة في الأمر 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات)»، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، المجلد 33، العدد 04، سنة 2022.

- 9- إلهام فاضل، « مستجدات الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية في قانون الانتخابات 01-21»، مخبر الدراسات القانونية البيئية، قالمة، المجلد 05، العدد 01، 2022.
- 10- زوبيدة عرافة، «ضوابط تمويل الحملة الانتخابية»، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، المجلد 04، العدد 02، 2021.
- 11- إلهام قارة تركي، «أخلقة تمويل الحملات الانتخابية وأثره في الوقاية من الفساد الانتخابي في التشريع الجزائري-دراسة تحليلية-»، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 14، العدد 29، مارس 2022.
- 12- الصديق ريكلي، «النظام القانوني للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في الجزائر»، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 13، العدد 01، 2023.
- 13- عبد الوهاب كسال، «التمويل الانتخابي في ظل أحكام الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات في الجزائر»، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 15، العدد 01، 2022.
- 14- شادية رحاب، «اختصاص المحكمة الدستورية في المادة الانتخابية»، مجلة المحكمة الدستورية، المجلد 09، العدد 02، 2021.
- 15- وفاء أحلام شتاتحة، «المحكمة الدستورية في الجزائر هيئة جديدة للرقابة على دستورية القوانين»، مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، المجلد 06، العدد 02، 2022.
- 16- زهيرة بن طاع الله، «المحكمة الدستورية في ظل التعديل الدستوري لسنة 2020-تقليد الأنظمة المقارنة أم انتقال حقيقي نحو العدالة الدستورية-» مجلة قضايا معرفية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 02، العدد 04، 2022.

رابعاً: رسائل الدكتوراه والماجستير

❖ رسائل الدكتوراه:

1- محمد بوطرفاس، الحملات الانتخابية -دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010

2- أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2005-2006.

❖ مذكرات الماستر:

1- علي بورويس، وقاف جمال، أخلقة الحياة السياسية على ضوء القانون 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص دولة ومؤسسات، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2022.

2- لخضر قبيلي، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في القانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014.

خامساً: المداخلات

1- شوقي يعيش تمام، سفيان عبدلي، مداخلات بعنوان: « تمويل الحملات الانتخابية في أحكام الأمر 01-21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات»، أعمال ملتقى دولي بعنوان: « الإشراف والرقابة على الانتخابات في الدول المغاربية» يومي 07-08 أبريل 2021، جامعة الشهيد حمد لخضر، الوادي.

فهرس

أ	مقدمة:
08	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية:
08	تمهيد:
0	المبحث الأول: ماهية الحملة الانتخابية
09	المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية
09	الفرع الأول: تعريف الحملة الانتخابية
09	أولاً- التعريف اللغوي
10	ثانياً- التعريف الاصطلاحي
12	الفرع الثاني: خصائص الحملة الانتخابية
12	أولاً- الحملة ذات أهداف سياسية:
12	ثانياً- استخدام كافة وسائل الاتصال:
12	ثالثاً- ذات مدة زمنية محددة
13	رابعاً- كثافة التغطية
13	خامساً- ذات إدارة منظمة
14	المطلب الثاني: مبادئ الحملة الانتخابية
14	الفرع الأول: مبدأ حياد الإدارة
15	الفرع الثاني: مبدأ المساواة بين المترشحين
16	الفرع الثالث: مشروعية وسائل وأساليب الحملة الانتخابية
17	المبحث الثاني: أساليب الحملة الانتخابية
17	المطلب الأول: الأساليب المشروعة للحملة الانتخابية
17	أولاً: أسلوب التبسيط
18	ثانياً: أسلوب التكرار
18	ثالثاً: أسلوب المناظرة الانتخابية
19	رابعاً: أسلوب البرامج الانتخابية
19	خامساً: أسلوب الإسقاط
19	سادساً: أسلوب الإشعاع
20	المطلب الثاني: الأساليب المحظورة
20	أولاً: شراء الأصوات

21 ثانيا: الشائعات الانتخابية
21 ثالثا: القسم وأخذ العهود
22 رابعا: النبيل من سمعة ونزاهة المرشحين
22 خامسا: أسلوب داقة الأسافين
23 سادسا: أسلوب التشويش على العمليات الانتخابية
23 سابعا: خطاب الكراهية والتمييز
24 01- استخدام خطاب الكراهية والتمييز في الحملة الانتخابية
25 02- العقوبات المسلطة على مستخدمي خطاب الكراهية والتمييز
27 ملخص الفصل الأول:
29 الفصل الثاني: الضوابط المنظمة للحملة الانتخابية
30 المبحث الأول: تنظيم الحملة الانتخابية
30 المطلب الأول: تنظيم الإطار الزمني والمكاني للحملة الانتخابية
31 الفرع الأول: تنظيم الإطار الزمني للحملة الانتخابية
32 الفرع الثاني: تنظيم الإطار المكاني للحملة الانتخابية
35 المطلب الثاني: تنظيم وسائل الحملة الانتخابية
35 الفرع الأول: وسائل الإعلام
36 الفرع الثاني: الملصقات
37 الفرع الثالث: المنشورات والكتيبات
37 الفرع الرابع: التجمعات الانتخابية
38 الفرع الخامس: الانترنت
40 المبحث الثاني: تمويل الحملة الانتخابية
40 المطلب الأول: ضبط مصادر تمويل الحملة الانتخابية
41 الفرع الأول: مصادر التمويل الخاصة
41 أولا- مساهمة الأحزاب السياسية
42 ثانيا- المساهمة الشخصية
42 ثالثا- الهبات المقدمة من المواطنين
43 الفرع الثاني: مصادر التمويل العمومية
43 أولا- مساعدات الدولة

44	ثانيا- تعويض الدولة لجزء من نفقات الحملة
44	الفرع الثالث: تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية
45	أولا- الهبات
45	ثانيا- النفقات
47	ثالثا- التعويض الجزافي
73	الفرع الرابع: الإجراءات المالية للحملة الانتخابية
48	أولا- فتح ومسك حساب للحملة
49	ثانيا- تعيين الأمين المالي للحملة الانتخابية
49	ثالثا- فتح حساب بنكي وحيد
50	المطلب الثاني: الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية
50	الفرع الأول: لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية
53	الفرع الثاني: دور المحكمة الدستورية في مراقبة تمويل الحملة الانتخابية
55	ملخص الفصل الثاني
57	خاتمة
61	قائمة المصادر والمراجع
66	فهرس الموضوعات
		ملخص الدراسة

الملخص

أصبحت الحملات الانتخابية تلعب دوراً حاسماً في عملية الديمقراطية، حيث تعد منبراً لتعزيز المشاركة السياسية وتعبير الناخبين عن آرائهم وأفكارهم، إذ يتضح بأن النظام القانوني للحملة الانتخابية يشكل ملاذاً أساسياً في ضمان نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، من خلال تحديد القواعد والمبادئ التي يجب أن تحكم سلوك المترشحين والأحزاب السياسية، كما يهدف إلى حماية حقوق المترشحين والناخبين على حد سواء، ومنع أي تلاعب أو تجاوز في عملية الانتخابات.

وتشمل عناصر النظام القانوني للحملة الانتخابية تحديد كل ماله علاقة سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالدعاية الانتخابية من مبادئ وأساليب ومدة ومكان ممارسة الحملة وكذلك تحديد مصادر التمويل وقواعد الإعلانات بالإضافة إلى اللوائح المتعلقة بالنزاهة والمصادقية ومراقبة الحملات الانتخابية، ولهذا فمن الضروري أن يكون هذا النظام مرناً وقابلاً للتطوير من أجل مواجهة التحديات المستمرة في مجال الحملات الانتخابية.

Abstract:

Election campaigns have become crucial in the democratic process, serving as a platform to enhance political participation and allow voters to express their opinions and ideas. The legal framework of an election campaign is essential in ensuring the integrity and transparency of the electoral process by establishing rules and principles that govern the behavior of candidates and political parties.

It aims to protect the rights of both candidates and voters, while preventing any manipulation or misconduct in the electoral process. The elements of the legal framework for an election campaign include defining everything related directly or indirectly to election propaganda, such as principles, methods, duration, and locations of campaign activities. It also involves specifying sources of funding, rules for advertisements, and regulations concerning integrity, credibility, and monitoring of election campaigns. Therefore, it is necessary for this system to be flexible and adaptable to address the ongoing challenges in the field of election campaigns.