

## الحملة الانتخابية أداة تفعيل المنافسة السياسية

### La campagne électorale est un outil pour activer la compétition politique

تاريخ قبول المقال للنشر : 2018/05/15

تاريخ إرسال المقال : 2018/04/02

ط.د. جدونوال / جامعة الجزائر1

#### ملخص:

يعد الحق في الترشح أحد أهم وسائل مشاركة المواطن في الحياة السياسية، من خلال اسهام التشكيلات السياسية بعرض أفكارهم وبرامجهم حتى يتسنى للناخبين التمييز بينها واختيار أكفها وأكثرها توافقا مع تطلعاتهم ويكون ذلك خلال فترة زمنية محددة يطلق عليها اسم الحملة الانتخابية .

لذلك فإن للمشروع دور هام في حماية مبادئ الديمقراطية ، ولما كان نظام الانتخاب من أهم مميزاتهما ، فكفيل بالمشروع الجزائري أن يولي هذا النظام الانتخابي ويحفه بمجموعة من النصوص القانونية لضمان السير الحسن للعملية الانتخابية .

الكلمات المفتاحية: الحملة الانتخابية ، الممارسة السياسية ، الترشح .

#### Résumé :

Le droit à la candidature est l'un des moyens les plus importants de participation des citoyens à la vie politique, grâce à la contribution des formations politiques à la présentation de leurs idées et de leurs programmes, leur permettant de choisir les plus compatibles avec leurs aspirations.

Par conséquent, le législateur joue un rôle important dans la protection des principes de la démocratie et le système électoral étant l'un de ses aspects les plus importants, il aide le législateur algérien à donner à ce système électoral un ensemble de textes juridiques pour assurer le bon déroulement du processus électoral.

**Mots-clés:** campagne électorale, pratique politique, candidature.

## مقدمة:

إن الوصول للسلطة هو هدف كل تشكيلة سياسية حزبية مهما كانت توجهاتها وايدولوجياتها لذلك نجد أنه بمناسبة كل انتخاب يقوم المرشحون بعرض أفكارهم وبرامجهم حتى يتسنى للناخبين التمييز بينها واختيار أكفئها وأكثرها توافقا مع تطلعاتهم ويكون ذلك خلال فترة زمنية محددة يطلق عليها اسم الحملة الانتخابية التي عنت التشريعات باختلافها بها وحددت الإطار الذي يحكمها بإحكام كما أحاطتها بمجموعة من الضوابط، حيث يعد هذا الإطار الذي يحدد تنظيمها وطريقة سيرها مؤشرا أساسيا لحرية ومصداقية المسار الانتخابي برمته مما يعكس الأهمية التي يتمتع بها هذا الإجراء الممهّد للمشاركة السياسية في بعدها التمثيلي انطلاقا من الأساليب و الوسائل المشروعة التي يرخص المشرع باستعمالها للإقناع ( المبحث الأول) والتي يُفترض مراعاة الحرية والمساواة بين المتنافسين السياسيين أثناء استعمالها، حيث يمكنها أن تؤدي إلى اختلال التوازن إذا كانت حرية مطلقة وإلى إجحاف في توزيع الأموال المخصصة لتمويلها إذا لم يكن عادلا (المبحث الثاني)، كما أن ممارسة حق الترشح من خلال مرحلة الحملة الانتخابية تفرز تجاوزات تعتبر خروجاً عن الإطار التنظيمي الذي يحكم هذه العملية مما أدى بالمشرع إلى تجريمها رغبة منه في توفير الحماية الجنائية اللازمة في هذا الخصوص (المبحث الثالث).

## المبحث الأول : أساليب ووسائل الحملة الانتخابية

تناول الفقه الحملة الانتخابية بالعديد من التعاريف يتمحور معظمها حول كونها الوسيلة التي تمكن من كسب أصوات الناخبين، مع تطرق بعض تلك التعاريف إلى مكونات الحملة الانتخابية أو الأسس التي تقوم عليها أو التقنيات التي تتبعها، حيث ينصرف اصطلاح الحملة الانتخابية إلى تلك العملية الدعائية المنظمة، والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح، أو الحزب، لاستخدام كافة وسائل الإعلام المتاحة، وأساليب الإقناع المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف، والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثلها<sup>1</sup>، كما أنها تعبر عن الفترة التي تسبق موعد الانتخابات والتي يتقدم خلالها المرشحون للانتخابات بعرض برامجهم على الناخبين ويكون ذلك باستخدام وسائل وأساليب متنوعة منها ما هو تقليدي تضمنه التشريع الانتخابي الجزائري (الفرع الأول)، و الآخر حديث الاستعمال في الحقل الانتخابي غاب عن القوانين الانتخابية السابقة وتضمنه القانون العضوي 12/01 (الفرع الثاني)، إضافة إلى أساليب أخرى محظورة الاستعمال حددها المشرع سيتم التطرق إليها ضمن الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية.

## المطلب الأول : الأساليب التقليدية للدعاية الانتخابية

لم يختلف الأسلوب ولا الصياغة التي نظم بها القانون العضوي 12/01 المتضمن نظام الانتخابات وسائل الدعاية التقليدية عن تلك الواردة سواء في القانون 89/13 المؤرخ في 07

أوت 1989 أو في الأمر 97/07 المؤرخ في 06 مارس 1997، حيث نجده تضمن أحكام خاصة باستعمال وسائل الاعلام التلفزيونية والاذاعية (أولا) ثم أشار إلى الوسائل الأخرى للإشهار (ثانيا) كما تناول التجمعات والاجتماعات الانتخابية (ثالثا).

### أولا : الوسائل السمعية البصرية

بناء على الدستور لا سيما المادتين (36) و (41) منه وكذا المادة (2) فقرة 9 من القانون العضوي 12/05 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام، التي تقر بحق المواطن في إعلام كامل وموضوعي تم تسخير الوسائل السمعية البصرية لغرض الدعاية الانتخابية بغية تمكين الناخب من تشكيل قناعات تمكنه من الاختيار أثناء ممارسة حقه في التصويت من جهة و إتاحة الفرصة للمرشح ليقوم بالتأثير على إرادة الناخب لتوجيهها إلى التصويت لصالحه من جهة أخرى وفي هذا الصدد كرست المادة (191) من القانون العضوي 12/01 على غرار المادة (175) من الأمر 97/07 و المادة (126) من القانون 89/13 حق استعمال وسائل الاعلام السمعية البصرية خلال الحملة الانتخابية وأقرت قاعدة المساواة بين المترشحين التي تعتبر من الضمانات الجوهرية لسلامة العملية الانتخابية بالنظر إلى كونها من أقوى وأخطر الوسائل الدعائية على الاطلاق حيث يتم تخصيص فترات إعلامية للمترشحين بالتساوي وهذا بالنسبة للانتخابات الرئاسية دون الانتخابات التشريعية التي تكون خلالها الحصص الممنوحة تبعا لعدد المترشحين الذين يرشحهم كل حزب أو مجموعة أحزاب ذلك أن بعض الأحزاب قد يكون لها تواجد أكبر في بعض الدوائر الانتخابية مقارنة بأحزاب أخرى مما يعطي أفضلية لتلك التي تتمتع بحضور واسع في الساحة السياسية وهو ما يجعل حصص بعض الأحزاب أكثر من غيرها.

إضافة إلى قاعدة المساواة التي أقرها المشرع، نجده حسم مسألة الحق في استعمال الوسائل السمعية البصرية بإنصاف حيث أنه لم يمنح المؤسسات الإعلامية التلفزيونية والإذاعية صلاحية توزيع مدد البث و الإرسال بل أحالها على التنظيم الذي ضبط الحجم الزمني اليومي المخصص للتدخلات وتوقيت بثها<sup>2</sup>، كما حدد ثلاث أشكال للتعبير المباشر ويتعلق الأمر بالتصريح الذي يتمثل في تقديم الرسالة بصوت واحد في شكل خطاب موجه إلى الجمهور المستمع أو المشاهد بغرض شرح برنامج الحزب أو المرشح أو القائمة أو توضيح مكان الغموض فيه، الحوار الذي يتضمن الإجابة على أسئلة تطرح على مشارك أو عدة مشاركين وأخيرا هناك النقاش الذي لا يتم به الاكتفاء بالإجابة على الأسئلة المطروحة بل يحاول المخاطب إبراز نقائص البرامج المنافسة قصد استمالة الناخبين للبرنامج الذي يقدمه<sup>3</sup>.

وعلى هذا الصعيد اتفقت غالبية التشريعات الانتخابية على إسناد مهمة مراقبة احترام استعمال وسائل الحملة الانتخابية إلى هيئة محايدة تشرف على توزيع ومراقبة بث برنامج المرشحين وتضمن احترام مبدأ المساواة في التعامل معهم.

بالنسبة للجزائر أوكلت هذه المهمة إلى اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات التي منحها المشرع صلاحيات واسعة في مجال مراقبة كل العمليات المسجلة في إطار الجهاز التنظيمي للمسار الانتخابي أثناء كل مرحلة من مراحل إعداد هذه العملية معتبرا الرقابة التي تمارسها رقابة متعددة الأشكال (un controle multiforme)<sup>4</sup>، كما أسند لها مهمة الإشراف على حسن سير الحملة الانتخابية من خلال التحسيس والتوعية وتوزيع أوقات استعمال وسائل الإعلام العمومية في إطارها وذلك تجنباً ودحضا للشكوك التي قد تساور بعض الأطراف حول التحيز لمرشح دون الآخر.

وفي هذا الصدد تقوم بإرسال ملاحظاتها إلى كل حزب سياسي أو مرشح تصدر عنه مبالغات أو تجاوزات أو مخالفات، كما يمكنها إحالة بعض القضايا على اللجنة الوطنية للإشراف على الانتخابات التي أنشئت بموجب المادة (168) من قانون الانتخابات والمشكلة حصريا من قضاة يتم تعيينهم من طرف رئيس الجمهورية، في إطار تعزيز مكانة ودور القضاء في تنظيم العملية الانتخابية.

إن تنظيم الوسائل المستخدمة خلال فترة الحملة الانتخابية يجب أن يمتد إلى المرحلة التي تسبقها (la pré-campagne) التي قد تبث فيها برامج للجمهور يكون لها بالغ التأثير على اختياراته يوم الاقتراع<sup>5</sup> بحيث يتم تناول مواضيع سياسية منحازة للحزب الحاكم في إطار ما يعرف بالبرامج الموحية وهي مسألة تناولها المشرع الفرنسي باعتماد القاعدة الثلاثية (la règle des trois tiers) والتي تكمن في تقسيم البرامج السياسية المبرمجة في وسائل الاعلام خلال التسعين (90) يوم التي تسبق الاقتراع بالتساوي بين الحكومة والأغلبية والمعارضة والتي استبدلت منذ عام 2009 بمبدأ التعددية (le principe de pluralisme)<sup>6</sup>.

### ثانيا : تعليق الملصقات وتوزيع المناشير

أحالت المادة (191) من القانون العضوي 12/01 في فقرتها الأخيرة على التنظيم مسألة تحديد طرق وكيفيات الاشهار الأخرى التي لم يتم تناولها ويتعلق الأمر بإشهار الترشيحات وتعليق الملصقات و اللافتات التي تقوم إدارة البلدية بتحديد أماكن إلصاقها تحت إشراف الوالي ورقابته وذلك قبل تاريخ بداية الحملة الانتخابية بثمانية (8) أيام<sup>7</sup>، حيث تثبتت في هذه الأمكنة لوحات إلصاق يستعملها المرشحون لتعليق ترشيحاتهم، وبالنسبة للدوائر الانتخابية في الخارج تتولى مصالح المراكز الدبلوماسية والقنصلية تعيين المواقع المخصصة للإلصاق على مستواها.

وحرصا من المشرع على احترام الإجراءات الإشهارية نجده قد قرر مجموعة من الضوابط في هذا الصدد حيث خصص لهذا الإشهار مساحة زمنية تبدأ من الساعة السابعة نهارا إلى الساعة السابعة مساء، أما عن الأماكن المخصصة لتعليق الملصقات فحددت كالتالي :

- 10 أماكن للبلديات التي يساوي عدد سكانها 20.000 ساكن.
  - 16 مكان للبلديات التي يبلغ عدد سكانها من 20.001 إلى 40.000 ساكن.
  - 24 مكان للبلديات التي يصل عدد سكانها من 40.001 إلى 100.000 ساكن.
  - 30 مكان للبلديات التي يصل عدد سكانها من 100.001 إلى 180.000 ساكن.
- يضاف إلى هذا العدد مكان واحد لكل 10.000 ساكن بالنسبة للبلديات التي يزيد عدد سكانها عن 180.000 ساكن<sup>8</sup>.

كما نجد أنه سمح باستخدام المنادي العمومي للاشهار بالترشيحات داخل الأوساط الريفية من الساعة التاسعة صباحا إلى غاية الرابعة مساء و أجاز توزيع المناشير والمراسلات الانتخابية التي اعتبرها المادة (8) من المرسوم التنفيذي رقم 02/85 المؤرخ في 05 مارس 2002 طريقة من طرق الاشهار الانتخابي دون أن تتطرق إلى شكلها أو محتواها ولا الأجل التي تبعث أو تُوَزَع فيها والكيفية التي يتم بها ذلك، خلافا للمشرع الفرنسي الذي أسند مهمة إرسالها إلى لجنة خاصة تسمى لجنة الدعاية (la commission de la propagande) التي تقوم بمراقبة مدى مطابقة تلك المناشير والمراسلات للمواصفات التي حددها القانون الانتخابي.

رغم أن المشرع لم يتوان في تحديد الضوابط التي تنظم استعمال الوسائل بغرض الدعاية الانتخابية، إلا أن الواقع العملي يظهر أن عملية الإلصاق مثلما تتم في جميع الأماكن واللافات تستعمل خارج الإطار الزمني المحدد لها .

### ثالثا: التجمعات والتظاهرات الانتخابية

لم يخص المشرع التجمعات والتظاهرات الانتخابية بمعاملة خاصة حيث أنه اكتفى بإحالتها إلى القانون 91/19 المؤرخ في 02 ديسمبر 1991 المتعلق بتنظيم التجمعات والمظاهرات العمومية<sup>9</sup> المعدل والمتمم للقانون 89/28، مع أنه أغفل ذكره في مقتضيات القانون العضوي المتضمن نظام الانتخابات، الذي اعتبر أن الاجتماع العمومي هو كل تجمع مؤقت لأشخاص متفق عليه ينظم خارج الطريق العمومي، وفي مكان مغلق بإمكانه استقبال الجمهور قصد تبادل الأفكار، أو الدفاع عن المصالح المشتركة، أما المظاهرات العمومية فهي المواكب والاستعراضات أو تجمعات الأشخاص وبصورة عامة جميع التظاهرات التي تجري على الطريق العمومي<sup>10</sup>.

إن هذه الإحالة تترجم إرادة المشرع في توحيد التأطير القانوني لجميع الاجتماعات بما فيها الانتخابية، رغم أن هذه الأخيرة تتصف بنوع من الليونة يتماشى مع الاندفاع والحماس الذي يرافق الحملات الدعائية الانتخابية مما يدفعنا إلى مشاطرة الرأي الذي يجد في هذا التوحيد نوع من الكبح لحرية التعبير التي غالبا ما تكون في أوجها في مثل هذه المناسبات<sup>11</sup> وفي المقابل تتسع حرية الإدارة إذا ما علمنا أن الاجتماعات والمظاهرات تخضع لتصريح مسبق<sup>12</sup> يمنحه الوالي المختص بالنسبة لبلديات مقر الولايات، أو إلى ممثله المخول قانونا بالنسبة للبلديات الأخرى ويتضمن التصريح مجموعة من المعلومات :

- \* أسماء منظمي الاجتماع وألقابهم.
- \* عناوينهم الشخصية.
- \* أرقام بطاقات هوياتهم وتاريخ مكان إصدارها.
- \* هدف الاجتماع وعدد الأشخاص المنتظر حضورهم.
- \* تاريخ ومكان ومدة الاجتماع.

ويتم إيداعه لدى الإدارة المعنية التي يمكنها رفض منح الترخيص فهي تملك سلطة تقديرية تمكنها من القيام بذلك مما قد يُشكل عائقاً في وجه ممارسة حق الترشح عن طريق الحملة الانتخابية، كما يمكن أن تكون أداة للتمييز بين المرشحين بمنح الترخيص لأطراف دون أخرى بحجة المساس بالنظام والأمن العام وهذا ما استبعده القانون الانتخابي الفرنسي الذي أقرباً للأصل العام هو الحرية المطلقة في عقد الاجتماعات والتظاهرات الانتخابية وجاء به قانون 30 جوان 1881 المتعلق بحرية التجمع وقانون 28 مارس 1907 المتعلق بالتجمعات العمومية.

#### المطلب الثاني : الأساليب الحديث للدعاية....تدارك محتشم بعد إغفال تام

تأثرت الأساليب المستعملة في الحملات الانتخابية بالثورة التكنولوجية الحديثة التي عرفت وسائل الاتصال فلم تعد تنحصر في الوسائل التقليدية وهذا يعود للقوة التأثيرية التي تميزت بها في توجيه الرأي والسلوك الانتخابي كتقنية سبر الآراء واستطلاعات الرأي.

يعرّف سبر الآراء بأنه تحقيق يعتمد على توجيه أسئلة لشريحة محددة من المجتمع يطلق عليها اصطلاحاً تسمية النموذج وهو يهدف إلى معرفة رأي هذه الفئة حول مشكلة قائمة<sup>13</sup>، وفي المجال السياسي نجده يأخذ طابعاً مميزاً خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمسائل الانتخابية لأن الهدف يتحول إلى التكهن بنتائجها عن طريق محاولة استكشاف نوايا التصويت لدى الناخبين لاستغلالها في تحديد حظوظ كل مرشح في الظفر بمقعد انتخابي.

يساهم أسلوب استطلاع الرأي في التأثير على الرأي العام بمجرد الإفصاح عن النتائج التي تم التوصل إليها مما يشكل مساساً بمبدأ المساواة بين المرشحين وهنا تبرز أهميته كأسلوب من الأساليب التي يمكن استعمالها أثناء الحملة الانتخابية وهو ما أدى بمعظم الديمقراطيات الحديثة إلى تنظيمه بكثير من الصرامة كما هو الحال بالنسبة للمشرع الفرنسي الذي وضع ضوابط تتحكم في نشر التحقيقات والاستطلاعات التي تفصح عن نوايا الناخبين تقضي أساساً بمنع عرضها على الرأي العام خلال الأسبوع الذي يسبق إجراء الاقتراع، بهدف أخلاقية استعماله وبسط الرقابة عليه حيث تم إنشاء هيئة مستقلة تدعى لجنة الاستطلاعات التي تتشكل من قضاة<sup>14</sup>.

بالنسبة للوضع في الجزائر، نلاحظ اغفال المشرع لهذه الوسيلة وعدم حرصه على تنظيمها قانونيا قبل صدور القانون العضوي 12/01 المتضمن نظام الانتخابات وقد يعود سبب ذلك إلى عدم رواج استعمالها من جهة وعدم تعود الجمهور عليها من جهة ثانية، إلا أن هذا لا ينفي الوجود الفعلي لها الذي يتميز بالبدائية و البعد عن القواعد العلمية<sup>15</sup> وهذا ما يبرر التفاتة المشرع إليهما من خلال المادة (194) التي نصت على " منع استعمال وسيلة سبر الآراء واستطلاع نوايا الناخبين قبل اثنين وسبعين ساعة (72) من تاريخ الاقتراع وخمسة (5) أيام بالنسبة للجالية الجزائرية "

إلا أن صدور النصوص التنظيمية التي توطر هذه الوسيلة في مختلف جوانبها من إعداد ونشر وتبليغ للجمهور مسألة ملحة تفرضها الخطورة التي قد تنجم عن سوء استعمالها وهذا في ظل عدم استجابة النص التنظيمي المتمثل في المرسوم التنفيذي 02/85 المؤرخ في 05 مارس 2002، المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات لهذا التحول وانطلاقا من صياغة المادة (191) التي لم تحدد على سبيل الحصر الأساليب المستعملة خلال الحملة الانتخابية بل أحالت على التنظيم مسألة تحديد الكيفيات الأخرى لذلك.

### المبحث الثاني : تمويل الحملة الانتخابية

أدى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الدعاية الانتخابية في حسم نتائج المنافسة الانتخابية التي تشتعل بين المرشحين إلى تزايد منقطع النظير في النفقات المالية التي تخصص لغرض تمويلها، الأمر الذي قد يؤدي إلى المساس بمبدأ المساواة نتيجة التباين في القدرة على تغطية النفقات التي تنجم عن الاستعمال المكثف لوسائل الدعاية التي كما سبق ورأينا لم تعد تقتصر على الأساليب التقليدية.

وأمام هذه الوضعية يلجأ غالبية المرشحين إلى البحث عن التغطية المالية التي تؤدي في أغلب الأحيان إلى تشويه العملية الانتخابية وتفشي مظاهر غير ديمقراطية تصل إلى حد شراء أصوات الناخبين.

بالنظر إلى هذه الخطورة وسعيا إلى القضاء على التفاوت الذي قد يطغى على المرشحين من حيث امكانياتهم التمويلية للحملة الانتخابية وبالتالي تجنب التأثير الكبير للمال على المنافسة السياسية، تدخل المشرع ليضع ضوابط تضمن خلق توازن بين التحكم في النفقات الانتخابية (الفرع الأول) وتمويلها العمومي (الفرع الثاني).

### المطلب الأول : ضوابط تمويل الحملة الانتخابية

يشكل ازدياد دور المال في المنافسة السياسية باعثا لإخضاع الأموال التي ينفقها المرشح أثناء الحملة الانتخابية إلى جملة من الضوابط تهدف أساسا إلى تحقيق التحكم في كل ما

يُصرف على التعريف بالبرامج الانتخابية المقدمة مما يكرس حماية لحقي الانتخاب والترشح على اعتباره أنه من حق كل مرشح أن يُبلِّغ أفكاره وتوجهاته للناخب الذي يملك بدوره الحق في الاختيار بين ما يعرض عليه وبالتالي فإن أي تأثير قد ينجم عن التعاضم في استعمال المال لغرض الدعاية الانتخابية يمس بممارسة الحَقِّين معا، وبغية التصدي لذلك حدد القانون الانتخابي الجزائري مصادر تمويل النفقات الانتخابية (أولا) ووضع لها حدا أقصى (ثانيا).

### أولا : تحديد مصادر تمويل الحملة الانتخابية

نظَّم القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات مصادر تمويل الحملة الانتخابية حيث حددتها المادة (203) منه بمساهمة الأحزاب السياسية، مداخيل المرشح و أخيرا مساعدة محتملة من الدولة وهو ما ستم معالجته في النقطة الموالية، أما بالنسبة للمؤردين الآخرين فيشوهما نوع من الغموض بسبب غياب ضوابط متعلقة بتحديد النسبة التي لا يجوز تجاوزها سواء تعلق الأمر بالمساهمات أو بالمداخيل، خاصة مع غياب النص التنظيمي الذي أحالت عليه المادة، نفس الاشكال يمكن أن يثار بالنسبة للتبرعات الخاصة التي نظمتها المادة (204) من نفس القانون والتي أقرت حظر تلقي المرشح لهبات عينية أو نقدية او مساهمات من أي دولة أجنبية او شخص أجنبي طبيعي كان أو معنوي مما يدفعنا للتساؤل حول موقف المشرع الجزائري من التبرعات الخاصة؟

الظاهر من قراءة نص المادة (203) أن تحديد مصادر تمويل الحملة الانتخابية جاء على سبيل الحصر وبالتالي فالتبرعات الخاصة تعتبر ممنوعة، لكن مع غياب نص صريح يُقَر المنع بالنسبة لتلك التي تقدمها جهات وطنية أو محلية يمكن التصريح بجواز الحصول عليها دون قيد يذكر مستلهمين ذلك مما نص القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية الذي يجيز لهذه الأخيرة تلقي الهبات والتبرعات.

استنادا إلى ما سبق، نقول أنه من الضروري تدخل المشرع لتنظيم التبرعات الخاصة بصورة واضحة خاصة إذا ما علمنا أن المرشح يبقى عاجزا عن تغطية النفقات الانتخابية بمفرده شأنه في ذلك شأن الأحزاب السياسية التي تبقى غير قادرة على تغطية نفقاتها الانتخابية مما يدفعها إلى الاستعانة بالتبرعات الخاصة التي تقدم لها في ظل وجود فراغ قانوني يخلق وضعيات غير سليمة تؤثر على مصداقية العملية الانتخابية.

### ثانيا : تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية

لا تنحصر الضوابط التي تُقرها غالبية التشريعات الانتخابية في تحديد مصادر تمويل الحملات الانتخابية فحسب إنما نجدها تحرص على اقران ذلك بوضع سقف للنفقات الانتخابية وذلك حرصا منها على كفالة احترام مبدأ المساواة بين المترشحين من حيث استخدام الوسائل المالية المتاحة وتقليصا لمكانة المال في الحياة السياسية تجنبنا لخطر سلطة المال أو



حكم المال (Ploutocratie) الذي يجعل الفوز من نصيب أكبر المنفقين بدل أن يكون من نصيب أفقر وأكفء المرشحين رغم أن متطلبات التمثيل الناجع سواء على مستوى المجالس المنتخبة أو الرئاسة لا تكثرت بالمال بقدر ما تحتاج للكفاءات القادرة على ممارسة الوظيفة التمثيلية وبالتالي تكون قادرة على التعبير عن إرادة الأمة بكل صدق.

اشتراط المشرع على المرشح للانتخاب رئيس الجمهورية أن لا تتجاوز نفقات حملته الانتخابية ستين مليون دينار (60.000.000.00 دج) بعدما كانت في ظل الأمر 07/97 خمسة عشر مليون دينار (15.000.000.00 دج) في الدور الأول ويرفع هذا المبلغ إلى (80.000.000.00) مقابل (13.000.000.00 دج) في الدور الثاني، حيث يستجيب هذا الرفع لمتطلبات السوق وانخفاض قيمة الدينار.

تجدر الإشارة إلى أن حظر تجاوز الأسقف المحددة للنفقات لم يقترن بعقوبة لأن قيام المرشح بذلك يقصيه من الاستفادة من التعويضات التي تمنحها الدولة وهو ما نصت عليه المادة (206) من القانون الانتخابي في فقرتها الثانية.

أما عن سقف نفقات الحملة الانتخابية في إطار الانتخابات التشريعية فقد حدد بمليون دينار (1.000.000.00 دج) بعدما كان مقدراً بمئة وخمسين ألف دينار (50.000.00 دج) في حين لم يتم التطرق للانتخابات المحلية وكأن المشرع اعتمد على الطابع الوطني كمعيار لفرض أسقف النفقات الانتخابية وهو ليس بالمعيار السليم بالنظر للأهمية والخطورة التي قد تنتج عن إقصاء هذا النوع من الاستشارات الانتخابية من ذلك، حيث أن هذا قد يدفع بالمرشحين إلى استغلال أموال بعض المتعاملين الاقتصاديين في تمويل حملاتهم مقابل منحهم امتيازات خاصة على حساب مصالح الولاية أو البلدية (صفقات) عند حصولهم على مناصب في المجالس المحلية.

علاوة على ذلك لا يركز السقف المحدد في القانون الانتخابي على معيار واضح لأنه يسوي بين جميع المرشحين دون الأخذ بعين الاعتبار الحجم الديمغرافي للدوائر الانتخابية ولا طابعها الحضري أو الريفي لأن هذه التسوية لا تشكل في حد ذاتها ضماناً لاحترام مبدأ المساواة بقدر ما تعكس اجحافاً في حق المرشحين في الدوائر الحضرية الكبرى وهو ما حرص المشرع الفرنسي على تفاديه من خلال القانون الصادر سنة 1955 الذي يحدد مستويات الحد الأقصى للإنفاق الانتخابي حسب معيار الكثافة السكانية مما ينعكس بطبيعة الحال على حجم النفقات الانتخابية، كما أنه أخذ في الحسبان احتمال تغير الأسعار وارتفاعها فعمد إلى إدراج أسلوب تحيين السقف المحدد للنفقات الانتخابية سنوياً عن طريق مرسوم استناداً إلى المؤشرات الاقتصادية الواردة ضمن التقرير المرفق بقانون المالية السنوي وهذا خلافاً لنظيره الجزائري الذي لم يأخذ في الحسبان التغيرات التي قد تعرفها الأسعار وخير على دليل ذلك هو أنه خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية لسنة 2007 تم تطبيق السقف المحدد في أمر صادر عام 1997 وهذا ما يزيك موقف المشرع الفرنسي بهذا الصدد.

## المطلب الثاني : التمويل العمومي لنفقات الحملة الانتخابية

يأتي تدخل المال العام في مجال الحملة الانتخابية كضرورة فرضها انتشار وتفاقم تأثيرات المصادر الأخرى لتمويل النفقات الانتخابية التي غدت تسيء بشكل كبير للمنافسة السياسية خاصة إذا ما علمنا أن أغلبها يكون غير مشروع، لهذا السبب عنى المشرع بمسألة تغطية بعض نفقات المرشحين الانتخابية واعتبرها أداة لتكريس مبدأ شفافية أموال الحملة الانتخابية وأحاطها بمجموعة من الضوابط في إطار ما يسمى بالتعويض الجزافي لنفقات الحملة الانتخابية.

أقر المشرع الجزائري تغطية بعض النفقات الانتخابية للمرشحين دون أن يضع أساسا للتمييز بينها من حيث الطبيعة إلا أنه ميّز بين ثلاث مستويات في الانتخابات الرئاسية دون التشريعية أولها يعتمد على منح التعويض الجزافي يقدر بـ 10% لجميع المرشحين للانتخابات الرئاسية بغض النظر عن النتائج المحصل عليها والثاني يشمل المرشحين الذين أحرزوا نسبة من الأصوات المعبر عنها تتراوح بين 10% و 20% فقط ، حيث تبلغ نسبة التعويض 20% من النفقات الحقيقية وفي آخر مستوى ترفع النسبة إلى 30% لتمنح للمرشح الذي أحرز على أكثر من 20% من الأصوات، كما هو مبين في الجدول الموالي:

### كيفية ونسب التمويل العمومي للحملة الانتخابية في الانتخابات

#### الرئاسية حسب القانون 01/12

المستفيدون	المبلغ الأقصى للتسديد (**)	الحد الأقصى المرخص به من النفقات الانتخابية (*)	نسبة التسديد الجزافي من النفقات الحقيقية	
جميع المرشحين	6.000.000.00 دج	60.000.000.00 دج	10%	الدور الأول
الحائزين على نسبة بين 10% و 20% من الأصوات	12.000.000.00 دج	60.000.000.00 دج	20%	
الحائزين على أكثر من 20% من الأصوات	18.000.000.00 دج	60.000.000.00 دج	30%	
جميع المرشحين	8.000.000.00 دج	80.000.000.00 دج	10%	الدور الثاني
الحائزين على نسبة بين 10% و 20% من الأصوات	16.000.000.00 دج	80.000.000.00 دج	20%	
الحائزين على أكثر من 20% من الأصوات	24.000.000.00 دج	80.000.000.00 دج	30%	

(\* ) الحد الأقصى المرخص به هو السقف الذي لا ينبغي أن تتجاوزه نفقات الحملة.  
(\*\*) المبلغ الأقصى للتسديد هو المبلغ الذي لا يمكن تجاوزه حتى وإن كانت النفقات الفعلية تتجاوز ذلك.

أما فيما يخص الانتخابات التشريعية فيكون التمويل العمومي مقدر بنسبة 25% من النفقات الحقيقية لقوائم المترشحين الحائزة على 20% على الأقل من الأصوات المعبر عنها كما يوضحه الجدول التالي:

### كيفية ونسب التمويل العمومي للحملة الانتخابية في الانتخابات

#### التشريعية حسب القانون 01/12

المستفيدون	المبلغ الأقصى للتسديد	الحد الأقصى المرخص به من النفقات الانتخابية	نسبة التسديد الجزافي من النفقات الحقيقية
القوائم المتحصلة على 20% من الأصوات المعبر عنها	250.000.00 دج	1.000.000,00 دج	25%

يتم حساب قيمة التعويض انطلاقاً من النفقات الحقيقية التي تحمّلها المرشح مع احترام السقف المحدد، تكون مدونة في حساب الحملة الذي يشكل شرطاً أساسياً للاستفادة من التعويضات الجزافية حيث يتضمن كل موارد المرشح حسب مصدرها وكل نفقاته حسب طبيعتها والتي يشترط تقديمها من طرف خبير محاسب أو محاسب معتمد الذي يتولى إرسالها إلى المجلس الدستوري الذي يقوم بنشرها في الجريدة الرسمية، أما بالنسبة للبرلمانيين فالأمر مغاير حيث تم إغفائهم من نشر حسابات حملاتهم الانتخابية مقابل إرسالها إلى مكتب المجلس الشعبي الوطني.

يراعى عند إعداد الحساب ما تم إنفاقه خلال فترة الحملة الانتخابية التي تتراوح بين عشرة أيام (10) واثنان وعشرين (22) يوماً<sup>16</sup>، رغم أنه من المعلوم أنها تتعدى هذه المدة الرسمية، وأمام هذه الوضعية نجد أن المشرع الفرنسي ألزم المرشحين بتقديم تفاصيل عن نفقاتهم خلال الستة (6) أشهر السابقة للاقتراع بالنسبة للانتخابات الرئاسية وثلاث (3) أشهر فيما يخص البرلمانية وهو ما يتيح إمكانية مراقبة النفقات الانتخابية على أكمل وجه الأمر الذي

من الصعب بلوغه في الجزائر استنادا على اعتماد المعنى الضيق لنفقات الحملة الانتخابية مما يفتح المجال أمام التلاعب بالأرقام قصد الحصول على التعويض الجزائي.

### المطلب الثالث : الجرائم الانتخابية المتعلقة بالحملة الانتخابية

كان للمشرع الجزائري توجه خاص عند تنظيم مسألة الحملة الانتخابية، حينما ألزم المرشح بالإفصاح عن مصادر تمويل حملته الانتخابية كما قام بتنظيم تمويلها و الإنفاق عليها وذلك بأن نص على ضرورة وضع حد أعلى (سقف) معين للنفقات، كما حظر تقديم أي مساهمات غير مشروعة (ثانيا)، وتكفل أيضا بوضع شروط وقواعد يتعين التزام المرشح بها عند استخدامه لوسائل الدعاية وتحقيقا لأهدافها ووضع ضوابط زمنية تحكمها ألزم المرشح باحترامها(أولا)

### المطلب الأول : جرائم مخالفة شروط انضباط المرشحين

اهتمت التشريعات الانتخابية بتنظيم الحملة الانتخابية، وذلك بإخضاعها لمجموعة من القواعد أو المبادئ التي تهدف في مجموعها على الإبقاء عليها في الإطار المخصص لها وتحديد العلاقة التي يجب أن تكون بين المرشحين أنفسهم أو بينهم وبين الدولة والناخبين، فقد تستخدم الحملة بشكل غير مشروع، مما يشكل خروجاً على القواعد المنظمة لها، لذلك نجدها تحظر العديد من السلوكيات التي قد يقوم بها المرشحون أثناء الحملات الانتخابية، وتعاقب مرتكبيها جزاءات جنائية من أجل الحد من ارتكابها، ومن بين هذه السلوكيات تلك المتعلقة بعدم احترام المدة المحددة للقيام بالحملة الانتخابية، وقد انقسمت من حيث تنظيمها للفترة الزمنية المخصصة للحملة الانتخابية على اتجاهين اثنين، الأول يكتفي بالنص على تنظيم زمن الحملة الانتخابية دون تقرير أي عقوبة وهو الاتجاه الذي سلكه المشرع الجزائري<sup>17</sup> والثاني يحدد هذه الفترة الزمنية ويقرر عقوبات ضد من يمارس الحملة خارج نطاقها، والذي أخذت به أغلب التشريعات بحكم أنه يوفر حماية قانونية أكبر للحملة الانتخابية، وبالتحديد لمبدأ المساواة من خلال فرض العقوبات على كل من يخالف أحكامها.

تعد مسألة تحديد أماكن الحملة الانتخابية من بين أهم الموضوعات المتعلقة بها، وذلك عن طريق تخصيص مساحات متساوية لكل المرشحين، ليمارسوا دعايتهم الانتخابية فيها، ويتم تحديد هذه الأماكن من قبل السلطة المختصة في كل دائرة انتخابية، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار مدى حيوية الأماكن وكفايتها لجميع المرشحين عند التحديد والاختيار والمحافظة على المظاهر الجمالية والحضارية للمدن، لأن ترك الأمر لأهواء المرشحين ورغباتهم، يجعل من الأبنية والطرق والساحات العامة، محل تنافس وسباق من أجل استغلالها في مجال الحملة الانتخابية، لذلك نجد المشرع الجزائري حرص على مواجهة الأشكال التي تشكل خروجاً على الضوابط والأحكام المنظمة لأماكن الدعاية، بتجريمها، حيث نجده قد حدد الأماكن

المخصصة لوضع الإعلانات والمنشورات والملصقات الخاصة بالحملة الانتخابية ومنع في نفس الوقت وضعها خارج نطاق هذه الأماكن، وكما هو الشأن بالنسبة لجريمة عدم احترام مواعيد الحملة اكتفى المشرع بإقرار المنع من الأشهر خارج الأماكن المخصصة دون تحديد العقوبات.

بالإضافة إلى هذه الضوابط حرص المشرع الجزائري على ضرورة الالتزام بالسلوك الأخلاقي العالي والاحترام الكامل للقوانين و السهر على حسن سير الحملة، واعتبر أن مخالفة الأحكام والشروط والأهداف التي أقرها يعد خروجاً عن الانضباط الأخلاقي والقانوني للمرشح وبالتالي تترتب عنه عقوبات حددها حسب طبيعة المخالفة المرتكبة، مع الإشارة إلى أنه في بعض الحالات اكتفى بالحظر دون إقراره بعقوبة كمنع استعمال الأساليب الإشهارية التجارية لغرض الدعاية الانتخابية ونشروث سبر الآراء واستطلاع نوايا الناخبين، رغم خطورة هذا السلوك وانعكاساته السلبية من خلال التأثير والضغط على إرادة الناخب قبل أن تستكمل شكلها القانوني بالتصويت الفعلي يوم الانتخاب.

### المطلب الثاني: جرائم مخالفة أحكام تمويل نفقات الحملة الانتخابية

تكلف الحملات الانتخابية نفقات كبيرة، وهي تختلف باختلاف نوع الانتخاب وحجم الدائرة الانتخابية ودرجة المنافسة، ولا شك أن تباين المراكز المالية للمرشحين يؤدي إلى الإخلال بمبدأ تكافؤ الفرص بينهم، ومن هذا المنطلق استعان القانون الانتخابي الجزائري بالعقوبة الردعية كأسلوب للحد من التجاوزات التي قد تظهر بمناسبة الحملات الانتخابية كما أنه أحال البعض منها إلى قانوني العقوبات والوقاية من الفساد ومكافحته.

تمنع المادة (204) من القانون العضوي 12/01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على كل مترشح أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة هبات نقدية، أو عينية، أو أية مساهمة أخرى مهما كان شكلها من أي دولة أجنبية، أو من أي شخص طبيعي، أو معنوي من جنسية أجنبية، ويعاقب كل مخالف بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وغرامة من 2000 إلى 20.000 دج، ويعود سبب هذا التجريم إلى تبعات هذا التصرف على سيادة الدولة التي يهدف المشرع لحمايتها تجنباً لأي شكل من أشكال التبعية للمصالح أو الجهات الأجنبية، ولا أدل على هذا الأمر من عمومية النص، الذي اعتبر أن أي مساهمة مهما كان نوعها، وشكلها معاقب عليها ما دام أن نية المخالف اتجهت إلى إقحام مصالح أو جهات أجنبية في العملية الانتخابية مع علمه بأن القانون يعاقب عليها.

كما ألزم المشرع في المادة (209) من القانون العضوي 12/01 المتعلق بنظام الانتخابات رئيس الجمهورية، ونواب البرلمان بإعداد حساب للحملة الانتخابية يتضمن مجموع الإيرادات المتحصل عليها، والنفقات التي تمت حسب طبيعتها ومصدرها على نحو ما بيناه سابقاً، ويعاقب كل مخالف بعقوبة تتمثل في غرامة من 40.000 إلى 200.000 دج مع الحرمان من حق التصويت

والترشح لمدة 6 سنوات على الأقل.

( أنظر في تفصيل الجرائم الانتخابية الجدول الملحق).

الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية والعقوبات  
المقررة لها وفقا للقانون العضوي 01/12

ملاحظات	العقوبات الأخرى	العقوبات الأصلية المقررة			وصف الجريمة	نص التجريم	الجرائم
		الغرامة	الحبس	السجن			
	الحرمان من حقي التصويت والترشح لمدة (03) سنوات	200 ألف دج إلى 400 ألف دج			جنحة	المادة 190 المادة 227	-استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية
منع بدون عقوبة						المادة 1/195	-استعمال الأشهار خارج المساحات المخصصة له.
		40 ألف دج إلى 200 ألف دج	من 02 سنة إلى 5 سنوات		جنحة	المادة 196 المادة 228	-استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي عام أو خاص أو مؤسسة أو هيئة عمومية خلال الحملة الانتخابية
					جنحة	المادة 197 المادة 228	-استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والادارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم و التكوين مهما كان نوعها أو انتماؤها لأغراض الدعاية الانتخابية.
منع بدون عقوبة						المادة 189	-القيام بالحملة الانتخابية خارج الفترة الزمنية القانونية.
منع بدون عقوبة						المادة 193	-استعمال طريقة اشهارية تجارية لغرض الدعاية الانتخابية.
منع بدون عقوبة						المادة 194	-منع نشر وث سبر الآراء واستطلاع نوايا الناخبين وقياس شعبية المترشحين.

الحملة الانتخابية أداة تفعيل المنافسة السياسية

			من 05 سنوات إلى 10 سنوات		جنتة	المادة 199 المادة 230	-الاستعمال السيء لرموز الدولة في الحملة الانتخابية.
--	--	--	--------------------------------------	--	------	--------------------------------	---

بإحدى العقوبتين		6000 دج إلى 60.000 دج	من 5 أيام إلى 6 أشهر		جنتة	المادة 198 المادة 229	-قيام المترشح بسلوك أو موقف أو عمل غير مشروع أو مهين أو شائن أو لا أخلاقي أثناء الحملة الانتخابية أو عدم السهر على حسن سيرها.
		2000 دج إلى 20000 دج	من 1 سنة إلى 05 سنوات		جنتة	المادة 204 المادة 231	-تلقي المترشح هبات نقدية أو عينية أو مساهمات مهما كان شكلها من طرف دولة أجنبية أو شخص طبيعي أو معنوي أجنبي.
	الجرمان من ممارسة حقي التصويت والترشح لمدة 6 سنوات	40 ألف دج إلى 200 ألف دج			جنتة	المادة 209 المادة 232	-عدم اعداد المترشح للانتخابات الرئاسية او التشريعية حساب حملة يتضمن مجموعة الإيرادات المتحصل عليها والنفقات التي تمت حسب طبيعتها و مصدرها.
-تطبيق نفس العقوبات على طالب او قابل الهبات او الوعود. -إعفاء قابل الهبات الذي يخطر السلطات المعنية بالوقائع.		200 ألف دج إلى مليون دينار جزائري	سنتين إلى 10 سنوات		جنتة	المادة 224 تحيل إلى المادة 25 من قانون الوقاية من الفساد رقم 1801/06	-التأثير على الناخب بالهبات نقدا أو عينا أو العطايا أو بوعود أو وظائف أو مزايا اخرى خاصة والحصول أو محاولة الحصول على صوت الناخب ولو عن طريق الغير ، وحمل أو محاولة حمل الناخب على الامتناع على التصويت

### الهوامش :

- 1 محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك إلى الفوز في الانتخابات، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص16.
- 2 أنظر: المادتان (3) و(4) من المرسوم التنفيذي 351/97 المؤرخ في 23 سبتمبر 1997، الذي يحدد شروط انتاج حصص التعبير المباشر الخاصة بالحملة الانتخابية لانتخابات 23 أكتوبر 1997 و برمجتها و بثّ المؤسسات العمومية للتلفزيون و الاذاعة، الجريدة الرسمية

الحملة الانتخابية أداة تفعيل المنافسة السياسية

- العدد 62 المؤرخة في 24 سبتمبر 1997، ص 10.
- 3 أنظر: المادة (9) من المرسوم التنفيذي 351/97 المؤرخ في 23 سبتمبر 1997، سالف الذكر، ص 12.
- 4 Rachid TLEMÇANI, Election et élites en Algérie, paroles de candidats, Alger, Chihab Editions, 2003, p.72.
- 5 Jean Claude MASCLLET, Droit électoral, op.cit., p. 239.
- 6 Quentin Epron, « Le temps de parole audiovisuel des personnalités politiques » in :  
[http://www.juspoliticum.com/Le-temps-de-parole-audiovisuel-des.html] consulté en février 2012.
- 7 أنظر: المادة (6) من المرسوم التنفيذي 85/02 المؤرخ في 05 مارس 2002، المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات، الجريدة الرسمية العدد 16 المؤرخة في 05 مارس 2002، ص 6.
- 8 أنظر: المادة (5) من المرسوم التنفيذي رقم 85/02، سالف الذكر، ص 6.
- 9 أنظر: الجريدة الرسمية العدد 62، المؤرخة في 04 ديسمبر 1991، ص 2377.
- 10 أنظر: المادتان (4) و(15) من القانون 21/89 المؤرخ في 03 ديسمبر 1989، الجريدة الرسمية العدد 04 المؤرخة في 24 يناير 1990، ص ص 163-164.
- 11 عبد المؤمن عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 106.
- 12 لم يُخضع الأمر 06/77 المؤرخ في 19 فيفري 1977 المتعلق بالتجمعات العامة، الجريدة الرسمية العدد 16، المؤرخة في 23 فيفري 1977، الصادر في ظل نظام الحزب الواحد التجمعات والتظاهرات العمومية لنظام التصريح المسبق على خلاف المادة (4) من القانون 21/89 المؤرخ في 03 ديسمبر 1989، سالف الذكر، ص 163.
- 13 Paul M, Martine GHAUTHY-SINECHAL, Etudes de marché et sondages d'opinion, outil fondamental de marketing, 2<sup>eme</sup> éd, Bruxelles, édition de Boeck Université, p19.
- 14 تشكل اللجنة من (9) قضاة، (3) منهم من مجلس الدولة، (3) من محكمة النقض، و(3) من مجلس المحاسبة، أنظر في هذا الشأن:
- Claude Albert COLLIARD, les libertés publiques, 7<sup>eme</sup> éd, Paris, Dalloz, 1989, p. 713 .
- 15 Mohamed Reda MEZIOU, « esquisse sur le sondage politique en Algérie, l'opinion publique de l'unanimité au pluralisme » in IDARA, volume 12, n°24, 2002, p. 116.
- 16 أنظر: المادة (188) من القانون العضوي 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012، سالف الذكر، ص 33، التي نصت على أنها تبدأ قبل (25) يوم من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبله بثلاث (3) أيام، وفي حالة اجراء دور ثاني للاقتراع تخفض إلى عشرة (10) أيام.
- 17 تبنت قوانين قليلة هذا الاتجاه، منها قانون مباشرة الحقوق السياسية المصري رقم 73 لسنة 1956 وكذلك المشرع السعودي في القرار الوزاري رقم 54784، حيث اكتفى النصاب بتحديد فترة الحملة الانتخابية دون إقرار عقوبات متصلة بتجاوز المواعيد المحددة.
- 18 أنظر: الجريدة الرسمية العدد 14، المؤرخة في 08 مارس 2006، ص 8.