

جامعة غرداية

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



النظام القانوني للحملة الانتخابية في الجزائر

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي حقوق قانون إداري.

إشراف الأستاذ الدكتور:

- البرج محمد

إعداد الطالب:

- بوشن عبد العزيز.

الصفة	الأستاذ
رئيسا	الدكتور زرباني عبد الله
مشرفا ومقررا	الدكتور البرج محمد
مناقشا	الدكتور بن حمودة مختار

السنة الجامعية: 1443-1444هـ/2022-2023م

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة
وأعانني على أداء هذا الواجب ووفقني إلى إنجاز
هذا العمل.

ثم الشكر والامتنان إلى كل من ساعداني من قريب
أو من بعيد على إنجاز هذا العمل وفي تذليل ما
واجهته من صعوبات، وأخص بالذكر الأستاذ
الدكتور المشرف البرج محمد الذي لم يبخل علي
بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لي في
إتمام هذه المذكرة.

ولا يفوتني أن أشكر كل أساتذة قسم الحقوق.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى الوالدين الكريمين، وإلى
جميع الأقارب والأصدقاء، الذين ساهموا في إنجاز
هذا العمل.

إلى كل من تمنى لي النجاح والتوفيق في مسيرتي
الدراسية.

إلى زملائي في الدراسة.

مقدمة

مقدمة

للوصول إلى الحكم في الدول الديمقراطية لا بد هناك من انتخابات، ونظرا لترابط الديمقراطية بالانتخابات فإنها تُعتبر الوسيلة الوحيدة للمواطنين التي يمكنهم من خلالها التعبير عن إرادتهم في اختيار من يمثلهم في المجالس الولائية والوطنية وكذا رئاسة الجمهورية، والانتخابات هي عملية كبيرة تضم عدة مراحل وتتم عليها حيث نجد أن هناك مرحلة الحملة الانتخابية أو الدعاية الانتخابية وهي من أهم المراحل وتكون في مدة زمنية طويلة، والتي هي موضوع دراستنا ونحن بصدد عرضها والتفصيل فيها.

تُعتبر الحملة الانتخابية حقا لكل مترشح، فيها يعرف نفسه لجمهور الناخبين ويعرض سياسته وبرنامجه الذي يراعي فيه معظم أو كل مشاكل الجمهور من خلال محاولة التقرب إليهم ووعدهم بإيجاد حلول لمشاكلهم وهذا ما سيجذب له إقبالا واسعا من طرف الناخبين والحظي بأصواتهم قصد إنجاحه للفوز بالانتخابات وتطبيق برامجه التي وعدهم بها هذا من جهة المترشح، أما من جهة الناخب فتعتبر مرحلة أو فترة فرز واختيار وتمييز بين المترشحين وأيهم أحق وأجدر بصوته حسب معيشتته من خلال النظر إلى مشاكله ونقائصه ومدى واقعية برامجه وحلها لمشاكله.

وتخضع الحملة الانتخابية وترضخ لبعض القواعد والنصوص القانونية التي تنظم سيرها لضمان سيرها الحسن وعدم انحرافها عن مسارها وبهدف سلامة العملية الانتخابية ونزاهتها وتحقيقها لمبدأ المساواة، فنجد أن الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات فرغَّ وخصص بابا كاملا للحملة الانتخابية واهتم بتنظيمها وضبطها من حيث الزمان والمكان والمبادئ وتحديد أماكنها ووسائلها ، كما خصص لتمويلها نصيبه أيضا، وترك للسلطة المستقلة للانتخابات مجالا واسعا لتنظيمها وتطبيق الأمر الذي يحكمها، كما استحدثت لجنة جديدة هي لجنة مراقبة تمويل الانتخابات، وأسند لها مهمة ولأول مرة وهي مراقبة حسابات الحملة الانتخابية.

ونظرا لأهمية التمويل في الحملة الانتخابية فإن المشرع سن ونص على عقوبات وأحكام جزائية لكل مخالف لقوانين وقواعد الأمر كون المال يعد العنصر الأهم والحساس الذي به يمكن أن تتحرف أهداف الحملة عن مسارها أو يخل بمبدأ المساواة وتكافؤ الفرص، ويتم به التحكم في المترشح، وتسييره من طرف صاحب المال.

وكذلك احتواء الحملة الانتخابية على بعض الجرائم سواء المتعلقة بالتمويل او بمراقبة الحسابات أو بمخالفة أحد قواعد الأمر كالضوابط الزمانية والمكانية أو استعمال أساليب غير مشروعة أو غير منصوص بها أو القيام بالحملة أو التجمعات والتظاهرات في أماكن غير مخصصة لذلك، وما غير ذلك من تجاوزات تتحول إلى جرائم، التي شدد فيها المشرع وخصص لها بابا كاملا للفصل فيها.

أما عن أهمية الموضوع فهذا أمر راجع لكل باحث أو قارئ مهتم بهذا الموضوع ومدى أهميته له واهتمامه بهذا الموضوع سواء من الناحية العلمية أي تثقيف نفسه في هذا المجال، أو من الناحية العملية التطبيقية التي تهتم المترشحين المقبلين على هذه العملية لمعرفة مآلهم وما عليهم حتى تكون لهم صورة ورؤيا واضحة عما يستقبلهم وينتظرهم، كما تبرز أهمية الموضوع في ارتباطه الوثيق بالانتخابات وشرعيتها وشفافيتها، والتي تظهر بصورة علنية وواضحة أمام الجمهور، ومما يزيد من أهمية هذه الدراسة إظهار وإبراز أبعاد الضمانات القانونية التي وفرها المشرع للمحافظة على شفافية ونزاهة الحملة الانتخابية وسيرها على أحسن حال.

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى الميول الذاتية والموضوعية، أما الذاتية فهي باعتبار الحملة الانتخابية عنصرا مهما في الانتخابات التي بدورها مهمة أيضا بالنسبة للقانون الدستوري لذلك تولدت لنا رغبة في التدقيق والتفصيل بعناية في القانون المنظم للانتخابات عامة بالخصوص في موضوع الحملة الانتخابية من حيث ضبطها وتنظيمها وكذلك مبادئها، وأيضا لعلنية عملية الحملة الانتخابية والجو التنافسي المثير الذي تنشؤه بين المترشحين والأحزاب وهو الدافع للبحث في هذا الموضوع للإحاطة والإلمام به، كذلك

واقعيته في حياتنا اليومية لأنه شيء عشناه ونعيشه ونلاحظه ونراه أثناء كل انتخابات، وكذلك كون أن هذا الموضوع لم يحض بدراسة معمقة من طرفنا أثناء المسار الجامعي لهذا أردت أن أجعله موضوع مذكرتي في نهاية مساري الجامعي لأستفيد به وأفيد به غيري، وأما عن الميول الموضوعية فيمكن في وفرة المراجع والمصادر وكذلك إقبال الباحثين والكتاب عليه خاصة وأنه موضوع جديد.

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة والإلمام بجميع حيثيات وتفاصيل الحملة الانتخابية واستكشاف النقائص والثغرات المتعلقة بهذا الموضوع، خاصة وأن هذا القانون العضوي حديث، وكذلك رداً لجميل الجامعة وإضافة وإثراء للمكتبة الجامعية وخاصة بمثل هذه المواضيع حتى يتسنى لكل باحث ودارس للقانون الاطلاع على هذا الموضوع.

موضوع دراستنا منصب على القانون العضوي الجديد 01/21 المتعلق بنظام الانتخابات وبالتالي كل الدراسات والبحوث كانت في ظل القانون العضوي السابق 10/16 الملغى، وهو الأمر الذي أدى إلى صعوبة هذا البحث، كذلك نقص الكتب والمؤلفات فيه حتى وإن وجدت فهي سطحية غير معمقة.

ولأجل التعمق أكثر في الموضوع والغوص في غماره نطرح الإشكالية التالية:

ماهي الأحكام القانونية التي تضبط الحملة الانتخابية في الجزائر؟

إن المنهج المتبع في دراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي، والنقدي في بعض الأحيان، ذلك كون دراستنا قانونية لتنظيم وضعه المشرع، الشيء الذي يلزمنا بالاعتماد عليه وعدم تجاوزه، فنلاحظ المنهج الوصفي في التعاريف والمبادئ والمصادر وكيفية تنظيم المشرع لهذا القانون، أما المنهج التحليلي فيتجلى في تحليل بعض المواد أو الضوابط، أما عن النقد فيأتي في بعض التوجهات العديدة المختلفة، والتغييرات خاصة الجديدة منها أو الناقصة أو السطحية غير المفصلة.

ومن أجل الإحاطة الكاملة والإلمام الشامل بهذا الموضوع ارتأينا اعتماد الخطة الثنائية

الآتية:

- الفصل الأول: تسيير الحملة الانتخابية وذلك من خلال التطرق إلى مفهوم ومبادئ الحملة الانتخابية في المبحث الأول، حيث قسمناه على مفهوم الحملة الانتخابية كمطلب أول، وعلى مبادئ الحملة الانتخابية كمطلب ثان، وإلى ضوابط ووسائل الحملة الانتخابية في المبحث الثاني، حيث قسمناه على الضوابط الزمانية والمكانية للحملة الانتخابية كمطلب أول، وعلى وسائل الحملة الانتخابية كمطلب ثان، نحو إتمام هذا الجانب من الموضوع.

- الفصل الثاني: تمويل الحملة الانتخابية والرقابة عليها وذلك من خلال التطرق إلى مصادر وضوابط تمويل الحملة الانتخابية في المبحث الأول، حيث قسمناه على تمويل الحملة الانتخابية كمطلب أول، وعلى ضوابط تمويل الحملة الانتخابية كمطلب ثان، وإلى الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية في المبحث الثاني، حيث قسمناه على تشكيل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية كمطلب أول، وعلى الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية وتمويلها كمطلب ثان.

الفصل الأول

تسيير الحملة الانتخابية

تمهيد:

حتى تُتاح لنا فرصة الإحاطة والإلمام الشامل بموضوع النظام القانوني للحملة الانتخابية وجب علينا معالجة وتناول مفهوم الحملة الانتخابية، وذلك من خلال التطرق إلى تعريفها وخصائصها وأهميتها، وكذا مبادئها وذلك في المبحث الأول من هذا الفصل، وتنظيم سيرها من خلال التطرق إلى ضوابطها الزمانية والمكانية وكذلك وسائلها وذلك في المبحث الثاني من هذا الفصل أيضا.

المبحث الأول: مفهوم ومبادئ الحملة الانتخابية

لم يعرف المشرع الجزائري ولا المواد القانونية مصطلح الحملة الانتخابية على عكس ما هو الأمر على مبادئ الحملة الانتخابية التي تطرق لها في بعض المواد من القانون العضوي للانتخابات، وسنحاول في هذا المبحث الوصول إلى تعريف الحملة الانتخابية من خلال الوصول إلى بعض التعاريف الفقهية ومفهوم الحملة الانتخابية إجمالاً في المطلب الأول كما سنتطرق ونبرز مبادئ الحملة الانتخابية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية

تعد الحملة الانتخابية آخر فرصة للمرشح من أجل استخدام التقنيات المتاحة له للتأثير على سلوك الناخبين وذلك باستعمال ما يسمى بالدعاية أو الإقناع السياسي، وهو التعبير المستعمل من طرف المشتغلين والأساتذة في هذا المجال.

لم يرد لها ولا تعريف مباشر في الأمر 01/21 حتى في المادة 2 منه وإنما حدد ضوابطها والمدة الزمنية لها ومحظوراتها في الفصل الأول من خلال المواد من 73 إلى 86 وتمويلها ومراقبة تمويلها في الفصل الثاني من خلال المواد من 86 إلى 122، فيما يلي سنتطرق إلى بعض التعاريف المقدمة لها.

تعددت التعاريف واختلفت وهذا لاختلاف وجهات النظر وعلى حسب الجوانب التي يمسها كل تعريف.

يعرفها الفقه الدستوري بكونها تلك الفترة الزمنية التي يحددها المشرع، بغية تقديم البرامج الحزبية في الانتخابات للمواطنين، بحيث يتضمن كل حزب مشارك في الانتخابات تشخيصا دقيقا للقضايا والإكراهات التي يمر بها البلد، مع إعطاء حلول لمختلف القضايا¹.

وهناك من يرى أن الحملة الانتخابية هي إشهار نموذجي تقوم به الأحزاب السياسية والمرشحين الأحرار، لخوض غمار الانتخابات باستعمال إمكانياتهم المادية والمعنوية، للوصول إلى ترشيد فعال يؤدي إلى وصول الرسالة المستهدفة والمخطط لها إلى المستقبل الآخر².

وهناك من عرف الحملة الانتخابية بأنها الأنسقة الاتصالية السياسية المخططة والمنظمة الخاضعة للمتابعة والتقويم، يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة، وتمتد بمدة زمنية معينة محددة تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا (قصير المدى)، بهدف تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد من الأصوات، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وأساليب استمالة مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين³.

كما ينصرف اصطلاح الحملة الانتخابية إلى تلك العملية الدعائية المنظمة، والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح نفسه، أو الحزب أو الكيان السياسي، لاستخدام كافة وسائل الإعلام المتاحة، وأساليب الاقناع المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف، والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثلها⁴.

1 لعبادي سماعين، المنازعات الانتخابية، دراسة مقارنة لتجربتي الجزائر وفرنسا في الانتخابات الرئاسية والتشريعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة بسكرة، السنة الجامعية 2012/2013، ص282.

2 قبيلي لخضر، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في القانون الإداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة ورقلة، السنة الجامعية 2013/2014م، ص11.

3 بن صغير زكرياء، الحملات الانتخابية مفهومها ووسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص15.

4 محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك إلى الفوز في الانتخابات، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص11.

وعُرفت أيضا بأنها مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه و سياسته و أهدافه و محاولة التأثير فيهم بكل الوسائل و الأساليب و الإمكانيات المتوفرة من خلال جميع قنوات الاتصال و الإقناع بهدف الحصول على أصوات الناخبين و تحقيق الفوز في الانتخابات¹.

كما يمكن تعريفها أنها المدة الزمنية أو الفترة التي تسبق الانتخابات التي يُحدد موعدها رسميا بموجب القانون التي يكون فيها المترشح يعرض ويسرد برامجه وسياسته على جمهور الشعب وهذا لكسب ثقتهم و ولأنهم حيث يسعى لإقناع أكبر عدد ممكن من الناس للتصويت عليه أيام الاقتراع ليظفر و يحظى بالفوز في الانتخابات وهنا تبرز وتظهر الفروقات و الاختلافات بين كل المترشحين في سبل و طرق الإقناع ، لأن المشرع وضع بعض المبادئ التي ينبغي على جميع المترشحين تطبيقها و الالتزام بها وعدم تجاوزها كالمساواة مثلا لضمان تكافؤ الفرص.

تُعتبر الحملة الانتخابية المجال الذي يسبق الموعد الانتخابي والذي يقدم خلاله المترشحون والأحزاب أفكارهم و برامجهم قصد إقناع هيئة الناخبين و التأثير على الرأي العام².

وبالتالي فإن الأهداف الأساسية من تنشيط الحملة الانتخابية تتمثل في التعريف بالمترشحين وبرامجهم، والتأثير عليهم وتوجيههم وجهة سياسية معينة قصد الفوز بأصواتهم، كما تهدف إلى زيادة الوعي السياسي لدى الناخب³.

1 فاطمة بن سنوسي، المنازعات الانتخابية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2011/2012، ص81.

2 مزياني فريدة، الرقابة على العملية الانتخابية، مجلة الفكر، جامعة بسكرة، العدد 5، 2007 ص 76.

3 بليل نونة، ضمانات حرية ونزاهة الانتخابات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الدستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2018/2019، ص176.

يُعرف دنيس ماكويل الحملة الانتخابية بأنها جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية معينة محددة تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت¹.

الحملة الانتخابية هي التي تشتمل مجموعة تدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم، واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية، أو في مجال نشر التحديدات ويكون لها أهداف محددة، غالبا ما تكون وجيزة، ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة².

الحملة الانتخابية هي مجموعة الإجراءات التي يتخذها الكيان السياسي لاستمالة الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه³.

الحملة الانتخابية عبارة عن جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية معينة ومحددة تستند على سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت⁴.

وهي مجموعة الوسائل وأساليب الاتصال التي يستعملها الحزب أو المرشح المستقل في فترة زمنية معينة وبمناسبة انتخاب معين بقصد استمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين والحصول على أصواتهم الانتخابية¹.

1 بوطرفاس محمد، الحملات الانتخابية-دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2011، ص 103.

2 ساميه محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 161.

3 يعيش تمام شوقي و صافي حمزة، ضوابط الرقابة على الحملة الانتخابية في الأنظمة المغربية دراسة مقارنة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، مجلد 12، عدد 3، 200، ص 197.

4 أونيسي ليندة، التنظيم القانوني للحملة الانتخابية في الجزائر دراسة في ظل أحكام الأمر 01/21 المتعلق بالانتخابات، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، المجلد 8، العدد 1، 2022، ص 393.

من خلال التعاريف آنفة الذكر واستنادا عليها يمكن القول بأن للحملة الانتخابية عدة عناصر نذكر منها:

- الحملة الانتخابية ذات أهداف سياسية: تتمحور هذه الأهداف في إحراز نسبة عالية من التصويت لاستحقاق الفوز في الانتخابات حسب ما تقتضيه الدساتير والقوانين لذلك نجد كل مرشح يسارع في استقطاب أكبر عدد من الأصوات.

عادة ما تكون هذه الأهداف مرتبطة بأهداف المنظمة السياسية، وتسعى في النهاية إلى تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق تحقيق نسبة الفوز المطلوبة حسبما تقتضيه الدساتير والقوانين، لذلك نجد أن الحملة الانتخابية في أغلب الأحيان تدور حول الحصول على نسبة كبيرة من أصوات الهيئة الناخبة.

إلا أن الهدف قد يكون من جانب ثان دعائيا فقط، وهو محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم بسلوكهم أو نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر في الأفكار أو السلوكيات أو في كليهما معا.

إلا أن هذه الأهداف ليست قاعدة عامة حيث أن هناك من يستخدم الحملة الانتخابية للدعوة إلى مقاطعة الانتخابات مثلما حدث في الانتخابات الرئاسية سنة 1999، إذ كان حزب العمال بقيادة لوييزة حنون يهدف من خلال الحملة الانتخابية إلى إقناع جمهور الناخبين بمقاطعة الانتخابات، وهذا يعد نوعا آخر من الحملات الانتخابية (الدعاية المضادة).²

- الحملة الانتخابية تستخدم كافة وسائل الاتصال: من خلال التشهير بالمرشح نفسه أو التشهير بحزبه فالواحد يكمل الآخر وكلهم يسعون نحو غاية وهدف واحد.

1 بنيبي أحمد، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2006/2005، ص 235.

2 يعيش تمام شوقي، الضمانات القانونية لنزاهة الحملة الانتخابية في ضوء القانون الانتخابي الجزائري 07/97-دراسة مقارنة-، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد الثاني، 2013، ص 70-71.

إن الاستراتيجية الواقعية والواعية من أجل حملة انتخابية ناجحة لا بد أن تعتمد على وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري معا، فكلاهما يدعم الآخر ويسانده.

لهذا نجد أن وسائل الاتصال الجماهيري في الدول المتقدمة تقوم بدور فعال في الانتخابات البرلمانية والرئاسية، وهي جزء جوهري في العملية السياسية بل إنها تساهم في فوز مرشح وخسارة آخر.

لذلك فإن استخدام وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي معا لا يدع مجالاً للشك بأن أحداً من الجمهور لم تصله الرسالة.

- الحملة الانتخابية تتميز بكثافة التغطية: تكثيف الجهود وتوسيعها طيلة مدة الحملة لضمان توصيل فكرة المترشح لأبعد نقطة ممكنة.

إلا أن الدعاية يجب أن تقتصر على عدد قليل من الأفكار وأن تكررهما دون وهن ولا ملل، فالجماهير لا تتذكر حتى أبسط الأفكار إذا لم تُكرر في مسامعهم عدة مرات، لذلك يجب إغراق الجمهور بأفكار وآراء المترشح أو الحزب من أجل قطع الطريق أمام الخصوم.

ومن ذلك ما استخدمه الحزب الشيوعي السوفياتي، فالموضوعات الرئيسية التي يقوم بها المكتب السياسي كل أسبوع بإعدادها في نص واضح ومختصر توسع من قبل صحافة الحزب وخطبائه وتُكرر على مستوى القاعدة في شكل لافتات وعرائض ودعاية شفوية ومتحدثين باسم الحزب¹.

لذلك نجد من خصائص الحملة الناجحة الاعتماد على كثافة التغطية أي محاولة الوصول إلى عدد كبير من الجمهور، وإغراقه بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالعملية الاتصالية.

1 يعيش تمام شوقي، المرجع السابق، ص 71.

إن ما تقوم به عملية الحملة المكثفة هو أنها تركز على التكرار والإعادة بهدف ترميم صورة المرشح أو تحسين سمعته أو إنشاء صورة للمرشح غير موجودة بغرض إحداث الأثر الإعلامي.

أما ما تقوم عليه الحملة الموسعة فهو التركيز على التغطية، والهدف منها الحفاظ على صورة قوية للمرشح أو لاطلاع أكبر عدد من الجمهور على برنامج المترشح أو الرسائل المخصصة للجمهور¹.

- الحملة الانتخابية تتميز بالتنظيم: هذا يعني إلزامية التخطيط لرسم طريق العمل المؤدي إلى الهدف، ويلزم التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط، وأن تتعلق هذه البيانات على سبيل المثال بالجمهور، وفئاته المختلفة وتقسيماته، ونوع الأفكار السائدة فيه، والمستوى التعليمي والثقافي والتركيب الاجتماعي والحضاري والسيكولوجي².

- الحملة الانتخابية ذات مدة زمنية محددة: هي التي تبدأ من تاريخ دعوة الناخبين للاقتراع حتى يوم إجراء الانتخاب وتلك المدة يجب أن تكون كافية لكل من الناخب والمترشح، ففيما يخص الناخب فحتى يتمكن من التفكير والروية في إعطاء صوته الانتخابي للمرشح الذي يستحقه، وفيما يخص المترشح يجب أن يستوعب مراحل تنفيذ حملته الانتخابية.

كما يجب ألا تزيد تلك المدة على الحد المعقول نظرا لانشغال الناس عن أعمالهم وعن الإنتاج خلال مدة الحملة الانتخابية، وفي الوقت نفسه يجب ألا تقتصر عن المدة المعقولة حتى تتمكن جميع الأطراف من ممارسة الأنشطة الدعائية وعرض برامجهم الانتخابية على الناخبين.

1 يعيش تمام شوقي، المرجع نفسه.

2 زكرياء بن صغير، مرجع سابق، ص16.

مما لا شك فيه أنه مادام كل ووجهة نظره وتعريفه للحملة الانتخابية فإنه حتما ستكون لها أنواعا وتقسم هذه الأنواع حسب عدة معايير سوف نتعرض لها حسب المعيار الأكثر انتشارا وهو تقسيمها على أساس وسائل الاتصال والإعلام:

- حملات الاتصال المباشر: بالتواصل مع الناخبين والجمهور والنزول للواقع والاحتكاك بهم وإنشاء علاقات ودية معهم والتصدق للمحتاجين ك هذا لكسب ثقة الناخبين والجمهور.

- الحملات الإعلامية: باستخدام الإذاعة أو التلفزيون ونشر الملصقات في الشوارع بين الناس والتصريحات أو الحصص التلفزيونية.

- الحملات الإلكترونية: من خلال إنشاء مواقع إلكترونية ونشر صور الحزب أو المترشح وبرنامجهم في ذلك الموقع، وكذلك النشر في مواقع التواصل الاجتماعي¹.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن للحملة الانتخابية أهمية كبيرة جلية وواضحة بالنسبة للمترشح والجمهور كذلك إذ أن الجمهور يرى أه من الواجب عليه أن يتبع كل مترشح ويستمتع لبرامجه وسياسته ويرى مدى واقعية برامجه ومصداقيتها ونسبة احتياجه لها في واقعه المعاش ومدى مساهمتها في تحسين حياته اليومية وظروفه المعيشية بغض النظر عن فئته داخل المجتمع لأن الحال ينطبق مع جميع أصناف الجمهور وكل وتحليله وتفسيره ونقائمه ونظراته للمترشح أو برنامجهم وسياسته.

المطلب الثاني: مبادئ الحملة الانتخابية

يسعى المرشحون بمختلف الوسائل كي تكون الحملة مقنعة وناجحة وفعالة ومحقة للغرض منها وهو الفوز في الانتخابات²، ولنجاح الحملة الانتخابية وضمان تساوي الجميع لا بد من توافر مجموعة من المبادئ الأساسية، وهذه المبادئ تترجم في شكل نصوص

1 يعيش تمام شوقي، مرجع سابق، ص 71-72.

2 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 96.

قانونية¹، لذا نجد أن المشرع قد وضع عدة مبادئ تحكم سير الحملة بطريقة منظمة، حيث تدور حول المساواة بين المرشحين والأحزاب في استعمال الوسائل اللازمة لإجراء الحملة الانتخابية، ولن تتحقق تلك المساواة ما لم تلتزم الإدارة الانتخابية بمبدأ الحياد، ولن تتحقق النزاهة ما لم يلتزم المرشحون وأنصارهم وأحزابهم بمناسبة القيام بأنشطتهم الدعائية باتباع الوسائل المشروعة قانوناً، ذلك أن مشروعية الغاية تقتضي مشروعية الوسيلة².

للتعرف على مبادئ الحملة ارتأينا تقسيمها إلى فروع، سنتطرق فيها إلى مبدأ المساواة كفرع أول، وبعده مبدأ حياد الإدارة كفرع ثاني، ثم يليه مبدأ مشروعية أو صحة الوسائل المستخدمة في الحملة الانتخابية، وأخيراً مبدأ احترام المدة المقررة للحملة كفرع رابع وأخير.

الفرع الأول: مبدأ المساواة

يقصد بمبدأ المساواة في مجال الحملة الانتخابية أن تكون الوسائل المتاحة متعادلة للجميع، مما يتطلب ضرورة إحداث توازن بين المترشحين في استخدامهم لوسائل الدعاية المسموح بها والمساواة في الإعلان، وعرض الملصقات بغض النظر عن مقدرتهم المالية³.

مع ضرورة الابتعاد عن المحاباة، أو التمييز الذي يختص به البعض من المرشحين أو الأحزاب دون غيرهم وذلك بسبب ثقل المركز المالي للمرشح أو التأييد الحكومي⁴.

بحيث يستفيد كل مترشح للانتخابات بشكل منصف من الوصول إلى وسائل الإعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالممارسة وتكون مدة الحصص متساوية بين كل

1 يعيش تمام شوقي، مرجع سابق، ص 72.

2 قنينة سالم وأنسيغة فيصل، ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، المجلد 13، العدد 1، 2021، ص 938.

3 يعيش تمام شوقي، مرجع سابق، ص 72.

4 بنيني أحمد، مرجع سابق، ص 236.

المرشحين للانتخابات الرئاسية وتختلف للانتخابات المحلية والتشريعية تبعاً لأهمية عدد قوائم المرشحين، وتستفيد قوائم المرشحين الأحرار المتكثلة من نفس الترتيبات¹.

كما أنه تُخصَّص داخل الدوائر الانتخابية أماكن عمومية لإلصاق الترشيحات تُوزع مساحتها بالتساوي وتسهل السلطة المستقلة على تطبيق ذلك².

ذلك أن بعض الأحزاب قد يكون لها تواجد أكبر في بعض الدوائر الانتخابية مقارنة بأحزاب منافسة لما يعطي أفضلية في عدد المرشحين الأكثر حضوراً في الساحة السياسية، ومن هنا فإن التواجد هو الذي يجعل حصص أحزاب أكثر من غيرها خلال فترة الحملة الانتخابية³. تعتمد المنافسة عموماً على تكافؤ الفرص بين المتنافسين، والحملة الانتخابية هي تنافس بين المرشحين والأحزاب للوصول إلى السلطة أو البقاء فيها، لذلك وجب أن يجرى ذلك التنافس في ظل احترام مبدأ المساواة⁴.

اتخذت الإدارة الانتخابية كل الإجراءات والتدابير لضمان تحضير وإجراء العملية الانتخابية بكل شفافية ونزاهة وحياد دون التمييز بين المرشحين، ما يتطلب من الإدارة الوقوف على نفس المسافة مع كل المرشحين دون اعتبار ثقلهم المالي أو وظائفهم أو ولائهم للسلطة أو معارضتهم لها⁵.

1 المادة 77 من الأمر 01/21، المؤرخ في 6 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 17، المؤرخ في الإربعاء 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021.

2 المادة 82 من المصدر نفسه.

3 لعروسي أحمد وبن مهرة نسيم، الضمانات القانونية لمبدأ المساواة أثناء الحملة الانتخابية، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيسمسيلت، عدد 4، 2017، ص 127.

4 بنيني أحمد، مرجع سابق، ص 236.

5 بليل نونة، مرجع سابق، ص 178.

فواجب الإدارة الانتخابية أن تؤمن لجميع المترشحين التسهيلات اللازمة للقيام بأنشطة الحملة الانتخابية، وان تحول دون استعمال أد المترشحين أمواله ونفوذه لاستغلال وسائل الإعلام استعمالاً غير مشروع أو غير متكافئ لتوجيه الناخبين والتأثير في مواقفهم¹.

كما تسهر الإدارة الانتخابية على ألا تُلصق الإعلانات والصور والبرامج على غير لوحات الإشهار الانتخابي وخارج تلك الحدود، كما تضع الدولة تحت تصرف الإدارة الانتخابية أماكن وقاعات تُخصّص لاحتضان الاجتماعات العمومية الانتخابية².

كما يجب أن تستفيد جميع الأحزاب السياسية التي تقوم بالحملة في إطار الاستشارات الاستفتائية من مجال عادل في وسائل الإعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالممارسة، ويتعين على هذه الأخيرة المشاركة في تغطية الحملة الانتخابية وضمان التوزيع المنصف للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين، وتضمن السلطة المستقلة احترام ذلك³.

نظراً لأهمية هذا المبدأ نجد الدول الديمقراطية تُولي اهتماماً كبيراً لمبدأ المساواة في استعمال مختلف الوسائل حيث تمنح للمترشحين فرصاً متساوية في استعمال وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والاجتماعات وكذا استعمال الأبنية العمومية، ولتحقيق هذا المبدأ وضمان نجاحه نجد أن كل التشريعات تقوم بإنشاء لجنة مستقلة خاصة محايدة لمراقبة الحملة ففي فرنسا تنشأ على مستوى كل دائرة انتخابية لجنة تسمى ب: لجنة الحملة وتكون مهمتها التعريف بالمترشحين وبرامجهم، وفي الجزائر نجد اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة

1 الزاوي محمد الطيب و قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، دفاتر السياسة والقانون، قسم العلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2011، ص 246.

2 منذر الشاوي، الاقتراع السياسي، منشورات العدالة، العراق، 2001، ص 182-183.

3 أنشأت الجزائر بموجب القانون العضوي رقم 07/19 السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات كصنف جديد من الإدارة الانتخابية المستقلة عن السلطة التنفيذية، والتي أوكل لها مهمة تنظيم الانتخابات وإدارتها والإشراف عليها، وصنع القرار في كل مراحل الانتخابات إلى غاية إعلان النتائج الأولية، بغية تحقيق الاستقرار الديمقراطي في الدولة وتعزيز شرعية الانتخابات، وبعدها تم دسترتها بموجب التعديل الدستوري 2020، وتم إلغاء القانون العضوي المنظم لها 07/19 وإدماج أحكامه في الأمر 01/21 المتعلق بالانتخابات.

الانتخابات المسؤولة عن تطبيق هذا المبدأ ومراقبة تطبيق قوانين الحملة في استعمال الوسائل، مع وجود بعض الاختلاف بين لجنة الحملة الفرنسية واللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات الذي يظهر في الاختصاص والتشكيلة.

كما استأثر القضاء الإداري والدستوري الفرنسي ببسط رقابته على ما يطرأ من تجاوزات في استعمال وسائل الحملة، التي قد تخل بمبدأ المساواة بين المرشحين وتؤثر على نتائج الاقتراع، إذ قضى مجلس الدولة الفرنسي بأن توزيع منشور للحملة ليلة الاقتراع من قبل لجنة الحملة الانتخابية يمكن أن يتسبب في إلغاء الانتخاب إذا كان الفارق في الأصوات بين المرشحين ضئيلاً¹.

كما نعلم أن الحملة الانتخابية تستوجب أموالاً طائلة وتتطلب ذلك نجد أن المشرع الجزائري في مبدأ المساواة استلزم واستدعي أن تكون نفقاتها متساوية مع جميع المترشحين وضبط مبالغها وحددها حتى لا يلجأ المترشح للاستعانة بأصحاب الأموال ورجال الأعمال تفادياً لأي نفقة خارجية تكون سبباً في التأثير على المترشح في حال فوزه وبسط نفوهم عليه².

الفرع الثاني: مبدأ حياد الإدارة

لا شك أن اللجنة الوطنية المستقلة للانتخابات تُشرف على العملية الانتخابية برمتها بما فيها التنظيم المادي للحملة الانتخابية بتوفير الشروط الضرورية لنجاح سيرها، ويقع على عاتقها أثناء قيامها بهذه المهمة واجب الحياد في الانتخابات بين الأطراف المتنافسة، وألا تمارس أي نشاط من شأنه التأثير عليهم بخدمة طرف دون آخر، كما تلتزم بالحياد التام تجاه استعمال وسائل الإعلام والاتصال³.

1 بنيني احمد، مرجع سابق، ص 238.

2 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 97-98.

3 أونيسي ليندة، مرجع سابق، ص 395.

يتطلب نجاح الحملة الانتخابية وتحقيقها لأهداف مشروعها، أن تتسم الإدارة المشرفة على تنظيم الانتخاب وإدارة مراحله بالحياد، حيث يستمد مبدأ حياد الإدارة بصفة عامة أساسه من الدستور حيث لا يمكن أن تكون الوظائف والعهدات في مؤسسات الدولة مصدرا للثراء، ولا وسيلة لخدمة المصالح الخاصة، وهو ما يفرض على الإدارة التعامل بالعدل مع كافة المتنافسين في كل الانتخابات ويظل من أهم واجباتها ضمان تساوي الفرص بين جميع المرشحين خلال مرحلة الحملة الانتخابية، فلا تميل لأحدهم على حساب الآخر¹.

وكذا المرسوم رقم 54/93 المؤرخ في 16 فبراير 1993 الذي أقر مبدأ التزام كافة المستخدمين بواجب التحفظ إزاء المجادلات السياسية أو الإيديولوجية، والتقييد به حتى في حياتهم الخاصة وفي خارج المصلحة وطالبهم بالامتناع عن كل عمل أو سلوك أو خطاب يهدف إلى تفضيل نشاط أي جمعية أو مجموعة أو تشكيل مصرح به بصفة نظامية أو عرقلة ذلك بلا مسوغ².

ونجد أساس هذا المبدأ في القانون العضوي المتعلق بالانتخابات حيث أن تجسيد المبادئ الدستورية المتعلقة باستقلالية وحياد وعدم انحياز السلطة المكلفة بإدارة وتنظيم وتسيير العمليات الانتخابية والاستفتاءية والإشراف عليها وشفافيتها³.

يتخذ رئيس السلطة المستقلة كل التدابير من أجل ضمان السير العادي للعمليات الانتخابية والاستفتاءية وضمن مصداقية وشفافية وصحة نتائجها ومطابقتها للنصوص التشريعية والتنظيمية سارية المفعول⁴.

1 المادة 23 من التعديل الدستوري الجزائري 2022، المؤرخ في 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق ل 30 ديسمبر سنة 2020، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 82، الصادرة بتاريخ 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق ل 30 ديسمبر سنة 2020.

2 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 100-101.

3 المادة 1 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

4 المادة 31 من المصدر نفسه.

يعتبر مبدأ حياد الموظف من الالتزامات الواجب تطبيقها في كل الظروف وعلى كل الموظفين دون استثناء لذلك فإن صفة الموظف تقتضي التقيد ببعض الالتزامات أكثر تشدداً وأكثر دقة بهدف الحفاظ على الخدمة العمومية¹.

كما نص أيضاً قانون الأحزاب في الجزائر، على إلزام كل عون من أعوان الدولة الذين يمارسون وظائف السلطة والمسؤولية، بقطع أي علاقة والامتناع عن أي اتصال أو نشاط مهما يكن شكله مع أي حزب سياسي طيلة مدة عهده أو وظيفته²، كل هذه القوانين تهدف إلى تحقيق مبدأ حياد الإدارة أثناء إشرافها على سير العملية وما يحققه أيضاً من نزاهة للعملية الانتخابية وتجسيد للديمقراطية.

فمبدأ الحياد يقتضي ألا تهتم الإدارة الانتخابية بنتيجة الاقتراع، وأن تتأى عن أي تصرف يوحي بأنها تدعم حزبا أو مترشحا أو تعارض آخر³.

ولتحقيق حياد الإدارة الانتخابية حسب نظر قنينة سالم وأنسيغة فيصل فإنه لابد هناك من توافر بعض الضمانات⁴ التي نحن بصدد ذكرها.

أولاً: استقلالية الإدارة الانتخابية

استقلال الجهة المكلفة بمراقبة الانتخابات عن السلطة التنفيذية واتخاذ القرارات وحدها دون الرجوع للسلطة التي تعلوها، وهو كذلك استقلالية الإدارة الانتخابية في اتخاذ القرارات وإصدار الأوامر مباشرة أثناء سير العملية الانتخابية المتعلقة بالانتخابات طبعاً دون الميل إلى مترشح من المترشحين أو حزب من الأحزاب أو التأثير بفكره وسياسته أو الجماعات

1 بهلولي أبو الفضل محمد وفوغولو الحبيب، مبدأ حياد الموظف العمومي في العملية الانتخابية، دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، 2011، جامعة معسكر، ص 405.

2 المادة 10 من الأمر رقم 04/12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 02، الصادرة في الأحد 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012.

3 بولقواس ابتسام، ضمانات الحياد في إدارة العملية الانتخابية-دراسة تحليلية لأحكام القانون العضوي 10/16، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة خنشلة، عدد 9، 2018، ص 175.

4 قنينة سالم وأنسيغة فيصل، مرجع سابق، ص 939-942.

الضاغطة من جهة وكذلك التأثير بالسلطة التنفيذية من جهة أخرى، وكذلك من خلال عدم التأثير على الجمهور والناخبين وترك المجال أمامه مفتوحا كليا لاختيار مترشحه الذي يراه مناسباً له وسيكون ممثله في إدارة الشأن العام مستقبلاً في حال الفوز بالانتخابات، هذا الذي يستدعي من الإدارة الانتخابية الحرص على حماية الحقوق والحريات العامة التي ترتبط بالعملية الانتخابية، كحرية التعبير وحرية الرأي، والحق في الإعلام والحق في التجمع، ومن هنا يتضح أن الاستقلال الهيكلي والوظيفي للإدارة الانتخابية يؤدي بدرجة كبيرة إلى حياد أعوانها وموضوعية وشفافية أعمالها.

ثانياً: الشفافية

الشفافية تعني الوضوح وعدم الغموض وهنا نتطرق إلى الشفافية في الأعمال التي تقوم بها الإدارة الانتخابية، لذلك تُعتبر الشفافية من علامات الحكم الراشد كونها تُمكن المواطن من الاطلاع على أعمال الإدارة الانتخابية ومتابعة قراراتها وهذا من حق المواطن الحصول على المعلومات والوثائق والإحصائيات، وتجسيدا لهذا الحق أوجب القانون على السلطة الوطنية للانتخابات نشر تقرير مفصل عن كل عملية انتخابية خلال أجل أقصاه خمسة وأربعين يوماً من تاريخ الإعلان الرسمي للنتائج النهائية يصادق عليه مجلس السلطة المستقلة بحضور منسقي المندوبيات، وقد لمسنا تراجعاً خطيراً من قبل المشرع بشأن تقييد السلطة الوطنية للانتخابات بأجل معلوم لنشر تقريرها، مكتفياً بالإشارة إلى أن إعدادها من اختصاص رئيس السلطة، وهذا ما يسمى بشفافية العمليات الانتخابية من جهة، وبحق المواطن في الحصول على المعلومة من جهة ثانية، ويبقى العمل بشفافية في ظل الاستقلالية الإدارية والمالية يتطلب إطارات ذات كفاءات عالية.

ثالثاً: الاحترافية

تعتمد الإدارة الانتخابية الناجحة في سبيل تعزيز ثقة الناخبين والأحزاب والمترشحين في العمليات الانتخابية على قدرتها على الجمع بين النزاهة والكفاءة والفاعلية¹. وذلك من خلال اختيار أعضاء وأعاون يتمتعون بالمهنية والخبرة المطلوبة لإدارة الانتخابات بجانبها المادي والقانوني، لذا وجب على الإدارة الانتخابية توفير أعضاء متخصصين في تنظيم وإدارة العملية الانتخابية بكامل مراحلها، ما يحقق لها القيام بمهامها بكل سلاسة وسهولة ليعترف المترشح أو الحزب بالشفافية والنزاهة التامة أثناء العملية الانتخابية.

الفرع الثالث: مشروعية وصحة الوسائل المستعملة

يسمح المشرع للأحزاب السياسية، والمترشحين باستعمال وسائل متعددة للدعاية بهدف التأثير على الناخبين منها وسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون، وجرائد، وملصقات ومهرجانات انتخابية، واحتفالات، وندوات ومظاهرات انتخابية، في حين يحظر استعمال بعض الوسائل لكونها غير مشروع، كونها تعتمد على المكر والخداع أو أنها تعمل على تزييف إرادة الناخبين للنيل من سمعة ونزاهة المترشح، بإطلاق دعاية مثيرة، أو إشاعات كاذبة عن تصريحات المرشحين المتنافسين، يكون من شأنها التأثير على موضوعية ونزاهة الحملة الانتخابية².

عرفت الوسائل المستخدمة في الحملة تطورا كبيرا حيث تعتمد على دراسة السلوك الاجتماعي وكيفية التأثير في اتجاهاتهم مستعملة وسائل الإشهار والتأثير قصد استمالة رأيهم لصالح مرشح معين أو حزب ما وذلك في إطار يجيزه القانون، ومن بين الوسائل المشروعة التي يجيزها القانون طبع كتيبات تتضمن إنجازات المرشح، الهدايا الانتخابية، الزيارات الانتخابية، شرائط التسجيل، الشعارات الانتخابية، الرموز الانتخابية، الكارت الانتخابي، البيان الانتخابي عبر مختلف وسائل الإعلام³.

1 ألان وول وأندرو إليس وآخرون، أشكال الإدارة الانتخابية دليل المؤسسة الدولية للديموقراطية والانتخابات، المؤسسة الدولية للديموقراطية والانتخابات، 2007، ص 44-45.

2 مزياني فريدة، مرجع سابق، ص 76.

3 بو طرفاس محمد، مرجع سابق، ص 102.

وجدير بالذكر أن العملية الانتخابية لا تعتمد على الوسائل المشروعة فقط وإنما هناك وسائل وطرق للحملة تعتمد على المكر والخداع وتستخدم أساليب غير أخلاقية، بهدف الوصول إلى السلطة بأي شكل ممكن وتزييف الرأي العام لجمهور الناخبين، لذلك نجد المشرع في بعض الدول يتدخل ويقرر بعض المحظورات التي يجب ألا تتبع في الحملة السياسية¹.

فمثلا نجد المشرع الفرنسي يحظر استعمال الملصقات التي تحمل ألوان العلم الوطني على أساس أنه لا يجوز لأي مترشح أن يسخر لنفسه ما هو ملك لغيره وهو ما نصت عليه المادة 27 من قانون الانتخاب الفرنسي، إلا أنه رغم خرق هذه القاعدة القانونية إلا أن القضاء لا يقوم بإلغاء الانتخابات إلا إذا ثبت فعلا تأثير هذه الخروقات على نتائج الانتخاب².

أما المشرع المصري فقد نص بشأن الحملة الانتخابية لعضوية المجالس الشعبية المحلية من خلال المادة الأولى من القرار رقم 1675 لسنة 1979 على أنه يجب على الأحزاب السياسية وكل مرشح لعضوية المجالس الشعبية المحلية أن يراعي في جميع الاجتماعات وسائل وأساليب الحملة الانتخابية وأحكام القوانين واللوائح النافذة واحترام المبادئ التي وافق عليها الشعب والاستفتاء وأن تكون الحملة الانتخابية مقصورة على التعريف بنفسه وبرنامج الانتخابي للناخبين بالدائرة الانتخابية، كما تحظر المادة الثانية من ذات القرار الحملة الانتخابية التي تتضمن دعايات مثيرة تتضمن مطاعن أو أخبارا أو شائعات كاذبة عن سلوك وتصرفات المنافسين التي يكون من شأنها التأثير على موضوعية المعركة الانتخابية ونزاهتها³.

1 المرجع نفسه، ص 102.

2 المرجع نفسه، ص 103.

3 محمد فرغلي محمد علي، مرجع سابق، ص 654-655.

أما المشرع الجزائري فقد تدخل لتنظيم الوسائل المستعملة أثناء الحملة الانتخابية وذلك بحظره ومنعه للمترشحين أو أي شخص يشارك في الحملة الانتخابية باستعمال خطاب الكراهية وكل أشكال التمييز¹.

وكذلك منع كل مترشح عن القيام بأي حركة أو موقف أو عمل أو سلوك عنيف غير مشروع، أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي، وأن يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية.

كما منع المشرع بعض التصرفات مثل استعمال أي طريقة إشهارية لغرض الدعاية الانتخابية وهذا ما قرره المادة 80 من الأمر 01/21.

كما أنه منع نشر وبث سير الآراء واستطلاع نوايا الناخبين قبل 72 ساعة من تاريخ الاقتراع على التراب الوطني، و5 أيام قبل تاريخ الاقتراع بالنسبة للجالية الوطنية المقيمة بالخارج وهي المدة المحددة للصمت الانتخابي².

كما أنه منع استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي أو هيئة عمومية أو مؤسسة لغرض الدعاية الانتخابية، كما يمنع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتمائها، لغرض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال، ويحظر أيضا الاستعمال السيئ لرموز الدولة³.

مفاد ما تقدم أن الحملة الانتخابية ينبغي ألا تتضمن أسلوب الشائعات أو أسلوب النيل من سمعة ونزاهة المرشح أو المتنافس وأيضا أسلوب الوقعة بين أطراف العملية الانتخابية وبصفة عامة ينبغي أن لا تخرج الحملة الانتخابية عن الإطار الشرعي والذي يعكس الوعي السياسي والأخلاقي بما يضمن تحقيق النظام الديمقراطي.

1 المادة 75 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

2 المادة 81 من المصدر نفسه.

3 المادة 85 من المصدر نفسه.

إلا أن الواقع العملي لم يثبت أن السلطات الإدارية أو القضائية قامت بمتابعة ومحاسبة الأشخاص أو الأحزاب على ارتكابهم مثل هذه الجرائم، سواء تعلق الأمر بالانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية بالرغم من انتشار هذه الأفعال وقت المعركة الانتخابية بل أكثر من ذلك يقوم مرشحو الحزب الحاكم وأنصاره بإتيان هذه الأفعال ولا أحد يحرك ساكنا، وتبقى النصوص نظرية فقط لا تطبق على أرض الواقع¹.

الفرع الرابع: احترام المدة المقررة قانونا

تجمع كل الأنظمة الانتخابية على أن للحملة الانتخابية مدة معينة يتعين احترامها بصدد استخدام الوسائل المسموح بها، وفي هذا السياق أقر المشرع الجزائري أن ميعاد الحملة الانتخابية للمرشحين الذين أشرفوا على إجراءات إيداع الترشيح، يبدأ 23 يوما قبل تاريخ الاقتراع، وينتهي 3 أيام قبل الاقتراع، وفي حالة وجود دور ثان فإن الحملة الانتخابية تفتح 12 يوما قبل تاريخ الاقتراع، وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع ولا يمكن إجراء الحملة خارج هذه الفترة².

المبحث الثاني: ضوابط ووسائل الحملة الانتخابية

لا شك أن المشرع منح حرية واسعة للمرشحين والأحزاب ليعلنوا عن برامجهم من خلال الحملة الانتخابية إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة بل تدخل المشرع ونظمها حتى لا تنقلب إلى فوضى وتُخل بالنظام العام والأمن والآداب العامة على نحو يسمح لكل المترشحين والأحزاب السياسية بأن يقوموا بإجراءات هذه الحملة في حدود القانون، وضمانا لإجراء حملة انتخابية تسودها المساواة بين المتنافسين، تحت إشراف إدارة انتخابية محايدة، وباستعمال وسائل مشروعة تحقق نزاهة الانتخابات، وضع التشريع الانتخابي جملة من القواعد المنظمة لإجراء الحملة الانتخابية، بدء بضبط زمانها ومكانها كمطلب أول، وتحديد وسائلها لضمان التنافس المشروع بين المترشحين كمطلب ثاني.

1 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 103-104.

2 يعيش تمام شوقي، مرجع سابق، ص 74.

المطلب الأول: الضوابط الزمانية والمكانية للحملة الانتخابية

الحملة الانتخابية نشاط يهدف على استمالة الناخبين وإقناعهم بالتصويت لصالح المترشح أو الحزب القائم بالنشاط، ولكن في كنف المساواة بين جميع المترشحين ومختلف الأحزاب المتنافسة، لذلك تحدد التشريعات الانتخابية فترة الحملة الانتخابية بمدة زمنية معينة تسبق يوم الاقتراع بساعات، هذا ما سنتناوله في الفرع الأول، يسمح خلالها للمترشحين المتنافسين بالقيام بأنشطتهم الدعائية في أماكن محددة تمكنهم من الاتصال بالجمهور عامة وبأنصارهم خاصة قصد تبليغ خطاباتهم وإيصال رسائلهم، وهو الفرع الثاني.

الفرع الأول: الضوابط الزمانية

انقسم الفقه حول مسألة المجال الزمني للحملة الانتخابية، فالبعض قال بأنه لا يجب تحديد زمن الحملة بحيث تكون مستمرة إلى غاية يوم الانتخاب، والبعض الآخر قال بعكس ذلك، أي بضرورة تحديدها زمنيا يجب أن تنتهي قبل يوم التصويت حتى لا يحدث تشتيت في ذهن الناخب¹.

إن تحديد المدة الزمنية للحملة الانتخابية يهدف إلى إضفاء صفة الرسمية على هذه العملية قصد تحقيق مبدأ المساواة بين كافة المترشحين في عرض أفكارهم ومقترحات الناخبين قصد كسب صوتهم²، وتبدأ المدة الزمنية للحملة الانتخابية من تاريخ دعوة الناخبين للاقتراع حتى يوم إجراء الانتخاب، ولذلك تعمل مختلف التشريعات على تنظيم وتقييد مدة الحملة الانتخابية والوسائل المستعملة قصد تحقيق المساواة بين المرشحين وكذا التحكم في النفقات المتعلقة بهذه العملية لتخفيف عبئها عن الدولة.

نظم المشرع الجزائري موعد انطلاق الحملة الانتخابية من خلال القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات 01/21 حيث نصت المادة 73 منه: باستثناء الحالة المنصوص

1 رقيق ياسين، الرقابة على سير الحملة الانتخابية ومضمونها في التشريع الجزائري، مجلة صوت القانون، جامعة محمد الجيلالي بونعامة عين الدفلى، المجلد 8، العدد 2، ص 914.

2 أونيسي ليندة، مرجع سابق، ص 397.

عليها في المادة 95 (الفقرة 3) من الدستور، تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل ثلاثة وعشرين (23) يوما من تاريخ الاقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة (3) أيام من تاريخ الاقتراع.

في حالة إجراء دور ثان للاقتراع، فإن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون للدور الثاني تفتح قبل اثني عشر (12) يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين (2) من تاريخ الاقتراع.

وهذا كما هو موضح في بداية المادة نفسها يكون باستثناء الحالة المنصوص عليها في الفقرة 3 من المادة 95 من الدستور المتعلقة بحالة وفاة أحد المترشحين للدور الثاني أو تعرضه لمانع قانوني، تعلن المحكمة الدستورية وجوب إجراء كل العمليات الانتخابية من جديد، وتمدد في هذه الحالة آجال تنظيم انتخابات جديدة لمدة أقصاها ستون (60) يوما.

ويعود تحديده وإثباته إلى المحكمة الدستورية وفقا للمادة 255 فقرة 01 من القانون العضوي للانتخابات 01/21، ويتم حينئذ تقديم ترشيحات جديدة في خلال أجل لا يتعدى الشهر الواحد، على أن يتم تنظيم الانتخابات بعد أن تنشر المحكمة الدستورية القائمة الجديدة للمترشحين في مدة أقصاها خمسة عشر (15) يوما.

كما نصت كذلك المادة 74 من الأمر 01/21 المتعلق بالقانون العضوي للانتخابات على أنه لا يمكن لأي كان مهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان، أن يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها في المادة 73 أعلاه.

وتتسم فترة الحملة الانتخابية بأنها فترة قصيرة نسبيا، مما يشجع المترشحين على تكثيف أنشطتهم الدعائية لاستمالة أكبر قدر من الناخبين من جهة، مما يسهل المقارنة لدى الناخبين للمفاضلة بين البرامج المعروضة عليهم من جهة ثانية، وكما أسلفنا فقد نص المشرع

على وجوب انتهاء فترة الحملة الانتخابية بيومين قبل يوم الاقتراع وتسمى هذه الفترة بفترة الصمت الانتخابي¹.

ولكن تبقى هناك إشكاليات تتعلق بالحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون في الفضاءات الإلكترونية، حيث يلاحظ من الناحية العملية أنها لا تحترم المواعيد المحددة لفترة الحملة الانتخابية، وبالتالي لا تحترم فترة الصمت الانتخابي².

وهي الفترة التي تسمح للناخب بالتفكير والتأمل فيما عرض عليه خلال فترة الحملة الانتخابية ليحسم اختياره يوم الاقتراع، وهناك من يرى أن إنهاء فترة الحملة الانتخابية قبل يومين من تاريخ الاقتراع يهدف على تمكين الإدارة الانتخابية من بدء الاقتراع قبل التاريخ المحدد في مرسوم استدعاء الهيئة الانتخابية، بالنسبة لناخبي المناطق النائية، والجالية المقيمة في الخارج، عندما يتعلق الأمر بانتخابات رئاسية أو تشريعية أو استفتاء³.

ويبدو لنا أن الهدف منها هو استغلال هذه الفترة لتسهيل إدلاء هذه الفئة من الناخبين بأصواتهم في ظروف حسنة، وليس لمنحهم فرصة للتفكير وتحليل ما تم عرضه خلال فترة الحملة الانتخابية، وأن ذلك من باب تقريب المرفق للمرتفق، وما يؤيد ويدعم رأينا المادة 81 من الأمر 01/21 المتعلق بالقانون العضوي للانتخابات منعت نشر وبث سبر الآراء واستطلاع نوايا الناخبين قبل اثنتين وسبعين (72) ساعة من تاريخ الاقتراع على التراب الوطني، وخمسة (5) أيام قبل تاريخ الاقتراع بالنسبة للجالية الوطنية المقيمة بالخارج.

وهذه المدد هي ذاتها المنصوص على إمكانية انطلاق عمليات التصويت خلالها استثناء، بالنسبة للمكاتب المتنقلة والجالية الوطنية المقيمة بالخارج⁴.

1 خنتاش عبد الحق، المسؤولية الجزائية عن جرائم الحملة الانتخابية في التشريع الانتخابي الجزائري، المجلة النقدية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، ص 307-308.

2 رقيق ياسين، مرجع سابق، ص 914.

3 بنيني أحمد، مرجع سابق، ص 246.

4 المادة 132 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

وتجدر الإشارة إلى أن الواقع العملي يؤكد أن الحملة الانتخابية بالنسبة للأحزاب السياسية تبدأ قبل الفترة الرسمية المحددة لانطلاقها، وتجدها مع كل موعد انتخابي تهيئ للانتخابات رغم جهلها بموعد إجرائها حتى اللحظة الأخيرة، إذ لا يتوقف عملها الدعائي الحزبي وتبقى في نشاط مستمر، إذ تعمل على توزيع الكتيبات والمناشير وتنظيم الاجتماعات طيلة ولاية السلطة التشريعية مع ما نجده من تغطية إعلامية من قبل أجهزة الصحافة التي تتصل بها من قريب أو بعيد وتوزع أخبارها بانتظام، مما يجعل مبدأ المساواة بين الأحزاب والأحزاب في مدة الحملة الانتخابية مجرد شعار لا غير، وبذلك يبقى تحديد مدة الحملة الانتخابية بفترة زمنية محددة يهدف أساساً إلى إضفاء صفة الرسمية على هذه العملية قصد تحقيق مبدأ المساواة بين كافة المرشحين في عرض أفكارهم ومقترحاتهم على هيئة الناخبين للحصول على أصواتهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى تهدف إلى محاولة التحكم في نفقات الحملة الانتخابية وكذا حماية الناخب من الأعمال غير المشروعة التي تؤثر في قناعاته يوم الاقتراع¹.

ويقتضي تنوع أنشطة الحملة الانتخابية المشروعة، أن يحدد التشريع الانتخابي أماكن ممارستها وتنظيم وسائلها.

الفرع الثاني: الضوابط المكانية

يعتبر تحديد أماكن إجراء الحملة الانتخابية من أهم الموضوعات التي أولها التشريع الانتخابي عناية خاصة، ذلك أن مبدأ المساواة بين المترشحين في الحملة الانتخابية، يقتضي أن تخصص الإدارة الانتخابية مساحات متساوية لكامل المترشحين لإشهار برامجهم والتعريف بأنفسهم لجمهور الناخبين، كما يتطلب مبدأ حياد وشفافية عمل الإدارة الانتخابية

1 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 133.

وأجهزة السلطة التنفيذية أن تخصص لكل الأحزاب والمترشحين أماكن للالتقاء بأنصارهم ومؤيديهم لشرح برامجهم وإيصال أفكارهم، وقد نظم التشريع الانتخابي الجزائري مسألة تحديد أماكن الإشهار والاجتماعات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات، وذلك في المادة 82 منه: "تخصص داخل الدوائر الانتخابية أماكن عمومية لإصاق الترشيحات، وتوزع مساحتها بالتساوي.

يمنع استعمال أي شكل آخر للإشهار خارج المساحات المخصصة لهذا الغرض.

تسهر السلطة المستقلة على تطبيق الأحكام المذكورة أعلاه.

تاركا كليات تطبيق ذلك على التنظيم تارة، وعلى قانون الاجتماعات والمظاهرات العمومية تارة أخرى¹، وبناء على ذلك أصدرت السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات قرارا يتضمن كيفية إشهار الترشيحات للانتخابات، وأوضحت من خلاله أنه يمكن المترشحين إشهار ترشحاتهم، باستخدام التعليق وبالوسائل المكتوبة أو الإلكترونية على نفقتهم الخاصة وحددت في مادته الثالثة العدد الأقصى للمواقع المخصصة للتعليق الانتخابي تبعا للكثافة السكانية لكل بلدية كما يلي:

- خمسة عشر (15) موقعا للبلديات التي يكون عدد سكانها يساوي 20.000 نسمة أو يقل عنها.

- عشرون (20) موقعا للبلديات التي يكون عدد سكانها من 20.001 إلى 40.000 نسمة.

- ثلاثون (30) موقعا للبلديات التي يكون عدد سكانها من 40.001 إلى 100.000 نسمة.

1 قانون رقم 28/89 مؤرخ في 3 جمادى الثانية عام 1410 الموافق ل 31 ديسمبر سنة 1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية المعدل والمتمم بالقانون رقم 19/91 المؤرخ في 17 رجب عام 1414 الموافق ل 30 ديسمبر سنة

-خمس وثلاثون (35) موقعا للبلديات التي يكون عدد سكانها من 100.001 إلى 180.000 نسمة.

-موقعان (2) إضافيان لكل 10.000 نسمة في البلديات التي يزيد عدد سكانها عن 180.000 نسمة¹.

وفي هذا الخصوص وحرصا على الإنصاف والمساواة بين المترشحين للانتخاب على المندوبية الولائية للسلطة المستقلة للانتخابات تعيين الأماكن المخصصة لكل مترشح أو حزب داخل كل موقع قبل ثمانية (8) أيام من التاريخ المحدد لافتتاح الحملة الانتخابية، ويتم تحديد المواقع المخصصة لكل مترشح أو حزب بموجب قرار تصدره المندوبية الولائية للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات.

أما أماكن الاجتماعات والتجمعات الانتخابية فقد أحال بشأنها القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات إلى قانون التجمعات والمظاهرات العمومية وذلك من خلال المادة 179 منه، وبالرجوع إلى هذا القانون نجده قد عرف الاجتماع العمومي بأنه: "تجمع مؤقت لأشخاص، متفق عليه، ينظم خارج الطريق العمومي وفي مكان مغلق يسهل لعموم الناس الالتحاق به، قصد تبادل الأفكار أو الدفاع عن مصالح مشتركة"².

ويتم تحديد أماكن الاجتماعات والتجمعات في إطار الحملة الانتخابية بقرار يصدر عن المنسق الولائي للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات³، باقتراح من الأمين العام لكل بلدية، بشرط أن تتوفر هذه الأماكن على الشروط الكفيلة بحسن سير التجمعات، وعلى ذلك يلزم الولاية ورؤساء الدوائر بالحرص و السهر على صيانتها و تزويدها بالوسائل اللازمة

1 السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، الدليل العلمي لتنظيم الانتخابات، الجزء الأول، الانتخابات الرئاسية، ص 39.
2 المادة 2 من القانون رقم 28/89 المؤرخ في 31 ديسمبر 1989 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 19/91 المؤرخ في 2 ديسمبر 1991، المتعلق بالاجتماعات والتظاهرات العمومية.
3 التعليم رقم 5 الصادرة عن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات والموجهة إلى المندوبين الولائيين والولاية لتبليغ المسؤولين المحليين الإداريين المختصين، بموجب الإرسال رقم 09/ السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات /الرئيس/ 2019، بتاريخ 16 نوفمبر 2019.

كالهرباء والكراسي و الماء والأجهزة الصوتية وبشرط أن تكون تلك الأماكن مغلقة ومؤمنة و يمكن استثنائيا عقد التجمعات الانتخابية والاجتماعات على مستوى المساحات الرياضية، وكذا الأماكن العمومية.

ويتم توزيع القاعات والمنشآت المخصصة لاحتضان الاجتماعات والتجمعات المبرمجة في إطار الحملة الانتخابية من طرف منسق السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، بالتشاور مع ممثلي المترشحين، وفي حالة وجود تداخل في البرامج بين المترشحين في نفس الموقع يتم اللجوء إلى الاتفاق الودي، وإذا لم يتمكنوا من الاتفاق يتم إجراء القرعة بين الأطراف المعنية¹،

ويخضع عقد التجمعات والاجتماعات الانتخابية إلى إجراءات ضبطية فصلتها أحكام القانون 28/89 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية المعدل والمتمم بالقانون 19/91 ومن أهمها التصريح بتنظيم الاجتماع العمومي ثلاثة أيام قبل تاريخ انعقاده، أمام الوالي أو من يفوضه، ويجب أن يكون التصريح موقعا من ثلاثة أشخاص، موطنهم الولاية التي يقع في إقليمها المكان المراد التجمع فيه، ويكونون متمتعين بحقوقهم المدنية والوطنية ويبين في التصريح الهدف من الاجتماع ومكانه واليوم والساعة اللذان يعقد فيهما والمدة وعدد الأشخاص المتوقع حضورهم والهيئة المعنية به عند الاقتضاء².

المطلب الثاني: وسائل الحملة الانتخابية

أول ما تجب الإشارة إليه أن على أي مرشح للانتخابات أن يرفق بطلب الترشيح برنامجه الذي يتعين عليه احترامه أثناء الحملة الانتخابية.

إن أهم العناصر التي يمكن الوقوف عليها في أي حملة انتخابية هو عنصر الكيفيات والأساليب والطرق التي تتم بها الحملات الانتخابية، ذلك أن عرض الأفكار أو الأشخاص لا

1 المصدر نفسه.

2 المادة 4 من القانون 28/89، مصدر سابق.

يتم إلا من خلال هذه الأساليب الاتصالية خلال الفترة المحددة قانوناً¹، حيث عرفت وسائل الحملة الانتخابية تقدماً ملحوظاً في العصر الحديث خاصة في ظل التقدم التكنولوجي وتطور وسائل وتقنيات الاتصال التي تستخدم في إقناع الناخبين، وكيفية السيطرة والتأثير على آرائهم ودفعهم لانتخاب هذا المرشح أو ذلك، فبعض الوسائل قد تكون مألوفة بسبب قدمها وبعضها قد يبدو جديداً أو غير مألوف لدى البعض لحدوثها².

ويعرض قانون الانتخابات الجزائري ونصوصه التطبيقية في الأمر 01/21 الطرق المختلفة للقيام بالحملة الانتخابية من بينها:

الفرع الأول: الوسائل السمعية والبصرية

أسست المادة 77 من الأمر 01/21 على غرار المادة 177 من القانون العضوي رقم 10/16 المعدل والمتمم المتعلق بالانتخابات، الملغى، حق استعمال والوصول إلى وسائل الإعلام السمعية والبصرية خلال الفترة الانتخابية، كما وضعت نفس المادة مبدأ المساواة وعدم التمييز بين المترشحين، لكن بشكل مقيد بحيث لم تجعل من هذه المساواة قاعدة إلا في الانتخابات الرئاسية دون الانتخابات التشريعية التي لا تطبق فيها المساواة في مدة الحصص، بل الإنصاف بحسب أهمية عدد المترشحين، الشيء الذي من شأنه أن يفتح المجال أمام التحيز و الإجحاف باعتبار المادة لم تضع ضوابط دقيقة يتم على أساسها الإنصاف المرجو³.

تُخصّص في الوسائل السمعية البصرية، المملوكة للدولة الجزائرية، فترات لتدخلات المرشحين وتكون هذه الفترات في حالة الانتخابات الرئاسية متساوية لكل المرشحين بحيث يتدخل المترشح أو من يمثله خلال الفترات المحددة طيلة مدة الحملة الانتخابية، أما في حالة الانتخابات التشريعية فتكون الحصص تبعا لعدد المرشحين الذين يرشحهم كل حزب أو كل تكتل للمرشحين المستقلين ذلك أن بعض الأحزاب قد يكون لها تواجد أكبر في بعض الدوائر

1 الزاوي محمد الطيب و قندوز عبد القادر، مرجع سابق، ص 247.

2 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 133.

3 عبد المومن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في الجزائر مقارنة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام الانتخابي الجزائري، دار الأملية، الجزائر، 2011، ص 14.

الانتخابية مقارنة بأحزاب منافسة لها مما يعطي أفضلية في عدد المرشحين للأحزاب الأكثر حضوراً في الساحة السياسية و من هنا فإن هذا التواجد هو الذي يجعل حصص أحزاب أكثر من غيرها خلال فترة الحملة الانتخابية.

يستفيد المترشحون الأحرار المتكثرون بمبادرة منهم، من نفس الترتيبات الواردة، كما تستفيد الأحزاب السياسية التي تقوم بالحملة الانتخابية في إطار الاستشارات الاستفتائية من مجال عادل في وسائل الإعلام الوطنية السمعية البصرية المرخص لها بالممارسة وفقاً لما هو معمول به في التشريع والتنظيم، أين يتعين على كل وسائل الإعلام السمعية والبصرية المرخص لها بالمشاركة في تغطية الحملة الانتخابية ضمان التوزيع العادل للحيز الزمني لاستعمال وسائل الإعلام من طرف المترشحين، حيث تضمن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات بالتنسيق مع سلطة السمع البصري احترام ذلك¹.

الكيفيات المختلفة للتدخل عبر الوسائل السمعية البصرية²:

- **تصريح:** يتمثل في تقديم الرسالة بصوت واحد، أي أن يتدخل شخص واحد في شكل خطاب موجه إلى جمهور المستمعين أو المشاهدين بغرض شرح برنامج الحزب أو المرشح أو القائمة المستقلة، أو توضيح مكان الغموض فيه.

- **حوار:** يتمثل في توضيح أسئلة يطرحها مخاطب على مشارك أو عدة مشاركين في الحصة، و يكون الحوار معاً مسبقاً بين ممثلين لنفس التشكيلة السياسية و الغرض منه استنساخ بعض الأسئلة التي يمكن أن يطرحها الناخبون أو التي يطرحونها فعلاً، و تقديم إجابات لهذه الأسئلة، في شكل حوار صحفي.

- **نقاش:** يتمثل في تقديم عرض بعدة أصوات، و يتعلق الأمر هنا بمحاولة إقناع الناخب بجدوى البرنامج الذي يطرحه المترشح أو الحزب السياسي ليس فقط بالإجابة عن أسئلة بطريقة مباشرة و لكن في شكل نقاش قد يلمح إلى نقائص البرامج الأخرى.

1 يعيش تمام شوقي و صافي حمزة، مرجع سابق، ص 205.

2 الزاوي محمد الطيب و قندوز عبد القادر، مرجع سابق، ص 4.

كما أن هناك وسائل أخرى للإشهار غير الوسائل التقليدية كتوزيع المطويات أو المطبوعات وهي عبارة عن صفحات مطبوعة في كل كتاب تسمى مطبوعات، تشمل شقين؛ الشق الأول منه خاص بالسيرة الذاتية للمرشح وتشمل ملخصا لتاريخ حياته الوظيفية والتعليمية والمناصب التي شغلها والشهادات التي حصل عليها والأعمال المهمة التي قام بها والبرامج التدريبية التي اجتازها وأية تقارير صدرت عنه من جهة أخرى وكل ما يتصور أنه يؤهله لمثيل الأمة، كما يتم ذكر ما أنجزه خلال فترات سابقة إذا كان سبق له وأن نجح في انتخابات سابقة، أما الشق الثاني فيخصص للتعريف ببرنامجه الانتخابي والأنشطة التي يقوم بها في حالة فوزه في الانتخابات وتصوره لعلاج مشكلات مجتمعه عامة ودائرته الانتخابية خاصة، ويتم توزيع هذا الدليل الانتخابي على كافة أبناء الدائرة سواء مجانا أو بسعر رمزي، وعندما يطلع الناخب على هذا الدليل الجامع للمرشح بدائرته سوف يكون قادرا على التفضيل بينهم على أسس موضوعية سليمة تصل به إلى قرار سليم¹، وتوزيع المراسلات عن طريق الوسائل المكتوبة أو الإلكترونية الحديثة، وفقا للتشريع المعمول به وتكون تكاليف ومسؤولية إشهار الترشيحات مهما كانت الوسائل المستعملة على عاتق المترشح نفسه².

الفرع الثاني: الأساليب الحديثة للحملة الانتخابية

لم تبق الحملة الانتخابية منحصرة فقط في الوسائل التقليدية، بل تنوعت وتطورت بفعل التطور والتقدم الحاصل الذي عرفه العالم جراء التكنولوجيا الحديثة وخاصة تلك التي مست قطاع الإعلام والاتصال والتي كان لها تأثير كبير على الرأي العام والسلوك الانتخابي، ومن بين هذه الوسائل استطلاعات الرأي التي ترمي إلى تكهن النتائج عن طريق تسجيل نوايا التصويت لدى الناخبين لتبيان مدى شعبية كل مترشح³، ورغم أهمية هذه

1 السيد عليوة، تخطيط وإدارة الحملة الانتخابية دليل المرشح الناجح إلى البرلمان، مركز القرار للاستشارات، القاهرة، مصر، 2000، ص 103.

2 ليندة أونيسي، مرجع سابق، ص 399.

3 عبد المومن عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 151.

الوسيلة إلا أن المشرع الجزائري لم يؤطرها وحظرها رغم دورها المتنامي في توجيه الرأي العام والتأثير عليه، إلا إنه ذكر في المادة 81 من الأمر 01/21 المتعلق بالقانون العضوي للانتخابات بأنه: "يمنع نشر وبث سبر الآراء واستطلاع نوايا الناخبين قبل اثنتين وسبعين (72) ساعة من تاريخ الاقتراع على التراب الوطني، وخمسة (5) أيام قبل تاريخ الاقتراع بالنسبة للجالية الوطنية المقيمة بالخارج". وهو اعتراف ضمني بإمكانية استعمال هذه الوسيلة من قبل المتنافسين السياسيين خارج المدة التي ذكرتها المادة.

كما يمكن أيضا استعمال الوسائل الإلكترونية الحديثة لإشهار الترشيحات، حيث نصت الفقرة الأخيرة من المادة 77 من الأمر 01/21 على أنه: "تحدد كفاءات الإشهار الأخرى للترشيحات بقرار من رئيس السلطة المستقلة"، وبالرجوع إلى الفقرة 2 من المادة 8 من قرار السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات المتعلقة بإشهار الترشيحات التي نصت على إمكانية استعمال الوسائل الحديثة لإشهار الترشيحات.

ومن أهم الوسائل التي استعملت في الجزائر وفتحت المجال للجمهور بالتفاعل مع إشهارات الترشيحات مواقع التواصل الاجتماعي عامة وبالخصوص موقع فيسبوك، حيث اعتمد عليها المترشحون في الانتخابات بشتى أنواعها للتعريف بأنفسهم وبرامجهم المعتمدة في الحملة الانتخابية ورصد جميع نشاطاتهم من تجمعات ولقاءات تلفزيونية ومنشورات وما على ذلك من الأنشطة وغيرها المتعلقة بالحملة الانتخابية¹.

الفرع الثالث: الأساليب المحظورة في الحملة الانتخابية

إلى جانب الأساليب المتاحة للحملة الانتخابية فإنه هناك أيضا بعض الأساليب المحظورة أو الممنوعة التي حضرها المشرع الجزائري في القانون العضوي للانتخابات 01/21 في مواد منه وهذا لإرساء وتطبيق الحظر حتى عن طريق المنع، ومن الوسائل المحظورة ما يلي:

1 ليندة أونيسي، مرجع سابق، ص 399-400.

أولاً: استعمال اللغة الأجنبية في الحملة الانتخابية

من الضوابط التي نص عليها القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، أن لا تستعمل اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية، و هو ما نصت عليه المادة 76 من القانون العضوي بقولها: " يمنع استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية"، و بالتالي لا يمكن أن تستخدم في الحملة الانتخابية إلا اللغة الوطنية التي نص عليها الدستور، وهي اللغة العربية باعتبارها لغة وطنية و رسمية وفقاً للمادة الثالثة من الدستور، و أيضاً تمازغت التي هي كذلك لغة وطنية و رسمية وفقاً لما نصت عليه المادة الرابعة من الدستور، و بالنسبة للغة العربية، أسند للمجلس الأعلى للغة العربية مهمة العمل على ازدهار اللغة العربية و تعميم استعمالها في الميادين العلمية و التكنولوجية، و لكن يبقى دور المجلس غير محدد فيما يخص الرقابة على استعمال اللغة العربية في المجالات العامة و السياسية على غرار الحملات الانتخابية. أما بالنسبة لتمازغت، فيلاحظ أنها تستعمل في الدعاية الانتخابية و على الأخص في الملصقات الانتخابية، حيث غالباً ما تُترجم عناوين هذه الملصقات أو أسماء الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات إلى هذه اللغة، في انتظار استكمال نشوتها من طرف الخبراء¹.

ولقد أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لمسألة استعمال اللغة الأجنبية في الحملات الانتخابية، حيث أكد على منع ذلك من خلال النص على عقوبة جزائية لمن يستخدم غير اللغة الوطنية، فقد نصت المادة 304 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات على أنه " يعاقب بغرامة من 400.000 دج إلى 800.000 دج و بحرمانه من التصويت و حق الترشح لمدة خمس (5) سنوات على الأكثر، كل من يخالف أحكام المادة 76 من هذا القانون".

ثانياً: الاستعمال السيء لرموز الدولة

نص القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات في المادة 86 منه على أنه: " يحظر الاستعمال السيء لرموز الدولة"، و حتى وإن لم توضح هذه المادة معنى الاستعمال السيئ

1 رقيق ياسين، مرجع سابق، ص 916-917.

لرموز الدولة، إلا أن عبارة الاستعمال السيء قد يندرج تحتها لعموميتها أي استعمال سيء لهذه الرموز خلال الحملة الانتخابية قد يسيء للرموز بحد ذاتها، وبالتالي الإساءة إلى الدولة الجزائرية وصورتها، ويندرج ضمن مصطلح رموز الدولة العلم الوطني و النشيد الوطني، وهما المنصوص عليهما كرموز للدولة في المادة السادسة من الدستور، كما يمكن إدراج رمز النبالة أو شعار الجزائر ضمن هذه الرموز التي لا يجب استعمالها استعمالا مسيئا لها خلال الحملة الانتخابية¹، وكل من يخالف هذه المادة فيستخدم رموز الدولة استخداما سيئا أثناء تنشيط الحملة الانتخابية فسيعاقب وفقا للمادة 307 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات بالحبس من خمس (5) سنوات إلى عشر (10) سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج.

ثالثا: استعمال وسائل الأشخاص المعنوية الخاصة والعامة

منع القانون العضوي المتعلق بالانتخابات استخدام وسائل الأشخاص المعنوية الخاصة وأيضا الأشخاص المعنوية العامة ومؤسسات الدولة العمومية والهيئات العامة، وذلك بمقتضى نص المادة 83 منه والتي نصت على أنه: " يمنع استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي أو مؤسسة أو هيئة عمومية لأغراض الدعاية الانتخابية، إلا إذا نصت الأحكام التشريعية صراحة على خلاف ذلك"، وهذه الأحكام تندرج هي الأخرى في تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين للانتخابات، وأيضا مبدأ حياد الإدارات العمومية، كما منعت المادة 84 من ذات القانون استعمال أماكن العبادة و المؤسسات التربوية في الدعاية الانتخابية حيث نصت على أنه: " يمنع استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتهاؤها، لأغراض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال"، ويعاقب كل من يخالف أحكام المادتين 83 و 84 من هذا القانون بالحبس من سنتين (2) إلى خمس (5) سنوات وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج، وفقا لما نصت عليه المادة 305 من نفس القانون.

1 المرجع نفسه، ص 918.

رابعاً: خطاب الكراهية والتمييز

ومن بين الضوابط التي فرضها القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، ما نصت عليه المادة 75 منه، حيث جاء فيها: " يمتنع كل مترشح أو شخص يشارك في الحملة الانتخابية عن كل خطاب كراهية وكل شكل من أشكال التمييز".

و يُرجع في تعريف الكراهية و التمييز المذكوران في هذه المادة إلى القانون رقم 05/20 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق ل 28 أبريل سنة 2020 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية و مكافحتها¹ و قد عرفت المادة الثانية منه خطاب الكراهية بأنه: " جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تشجع أو تبرر التمييز، وكذا تلك التي تتضمن أسلوب الازدراء أو الإهانة أو العداوة أو البغض أو العنف الموجه 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"، وكذلك عرفت نفس المادة التمييز 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 و الحريات 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".

ويعاقب كل من يرتكب فعل التمييز وينشر خطاب الكراهية وفقاً للأحكام الجزائية المنصوص عليها في القانون 05/20 المذكور، لا سيما المادة 30 منه التي نصت على أنه: " يعاقب على التمييز وخطاب الكراهية بالحبس من ستة (6) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 60.000 دج إلى 300.000 دج. يعاقب كل من يقوم علناً بالتحريض على ارتكاب الجرائم المنصوص عليها في هذه المادة أو ينظم أو يشيد أو يقوم بأعمال دعائية من

¹ القانون رقم 05/20 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق ل 28 أبريل سنة 2020، المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 25، الصادرة بتاريخ 6 رمضان عام 1441 الموافق ل 29 أبريل سنة 2020.

أجل ذلك، ما لم يشكل الفعل جريمة يعاقب عليها القانون بعقوبة أشد، بالحبس من سنة (1) إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج.

خامسا: الإشهار التجاري في الحملة.

تنص المادة 80 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات على أنه " يمنع طيلة الحملة الانتخابية استعمال أي طريقة إشارية تجارية لغرض الدعاية الانتخابية"، و النص على منع أساليب الإشهار التجاري يندرج ضمن استبعاد الوسائل التجارية عن المجال السياسي و عن الحملة الانتخابية بالتحديد، وهي الوسائل التي قد تؤثر على الناخبين تأثيرا كبيرا من خلال انسياقهم وراء نقصهم المادي وتغريهم، و أيضا هي وسائل تتطلب تمويلا كبيرا وهو ما لا يمكن أن يتوفر لدى كل المترشحين مما يمس بمبدأ تكافؤ الفرص فيما بينهم¹، وقد نصت المادة 292 من نفس القانون على معاقبة كل من قام بإشهار تجاري لأغراض دعائية خلال فترة الحملة الانتخابية بغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج.

سادسا: الأعمال والسلوكيات العنيفة وغير الأخلاقية.

يجب على المترشح أو قوائم المترشحين خلال طيلة فترة الحملة الانتخابية الالتزام بأخلاقيات الحملة، وذلك من خلال التقيد الصارم بضوابطها ولعل أهمها الامتناع عن القيام بالسلوكيات العنيفة وغير الأخلاقية، كالتهجم على مترشحي القوائم المنافسة، أو التعدي الجسدي أو اللفظي على المواطنين الحاضرين في التجمعات، أو الخوض في أعراض المنافسين²، حيث جاء في الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات في نص المادة 85 منه: " يجب على كل مترشح أن يمتنع عن أية حركة أو عمل أو سلوك عنيف، غير مشروع أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي، وأن يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية".

1 رقيق ياسين، المرجع السابق، ص 918-919.

2 بالة عبد العالي، شرح قانون الانتخابات 2021، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2021، ص 44.

ويعاقب كل من يقوم بمخالفة تلك المادة حيث نجد في المادة 306 من نفس القانون ما يلي: " يعاقب بالحبس من خمسة (5) أيام إلى ستة (6) أشهر وبغرامة من 6.000 دج إلى 60.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها في المادة 85 من هذا القانون العضوي.

ملخص الفصل الأول

من خلال ما رأيناه وعرضناه سابقا يمكننا تعريف الحملة الانتخابية بأنها مرحلة من مراحل العملية الانتخابية وهي المدة الزمنية التي تسبق مرحلة الاقتراع، وهي أطول مرحلة من حيث المدة الزمنية وهي محددة قانونا، حيث يقوم فيها المترشحون والأحزاب السياسية بتعريف أنفسهم وعرض برامجهم وسياساتهم نحو استقطاب أكبر عدد من أصوات الناخبين، كما تناولنا لأسس ومبادئ قيام الحملة الانتخابية الواجب مراعاتها وتطبيقها لضمان نجاح هذه العملية.

ولسير الحملة الانتخابية بنزاهة وشفافية وعلى أحسن وأكمل وجه نجد أن المشرع قد حدد ووضع بعض الضوابط التي تحكم سير الحملة الانتخابية من خلال ضبط وقت وزمان الحملة الانتخابية وتحديد مدتها، وضبط الأماكن المسموح استغلالها للحملة الانتخابية والدعاية لها، كذلك تطرق إلى تحديد الوسائل المتاحة لاستعمالها مما يزيد إحكاما وتدقيقا لضبط هذه العملية وضمان نزاهتها وشفافيتها.

الفصل الثاني

تمويل الحملة الانتخابية

والرقابة عليها

تمهيد:

نظم الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات تمويل الحملة الانتخابية ومراقبتها في الفصل الثاني منه، وذلك في قسمين خصص الأول لتمويل الحملة الانتخابية والثاني لمراقبة تمويل الحملة الانتخابية.

لقيام أي مترشح بالحملة الانتخابية لابد عليه البحث عن مصادر تمويل للاستمرار، فطبع الصور والبرامج واللافتات والمنشورات يتطلب أموالا، وكذلك أجور العاملين في مقر مداومة الحزب أو المترشح، وتأثيث القاعات كذلك، وهنا تكمن الفروقات والنقائص بين المترشحين ليلجأ كل منهم إلى أصحاب المال، ثم هنا يأتي دور الجماعات الضاغطة وأصحاب المال ذوي المصالح ليعرضوا على المترشح تغطية حملته مقابل وعود وخدمات، ثم بذلك يكون المترشح خاضعا لصاحب المال ووعوده وتحت سلطته وخادما له لا خادما لمن قام بالتصويت عليه وانتخابه، لذلك قام القانون بتنظيم هذه العملية.

تمويل الحملات الانتخابية لها أهمية بالغة ودور كبير في تكريس دولة القانون وحسن سير العملية الانتخابية، إذ أن نزاهة الانتخابات ومصادقيتها تعتمد أساسا على شرعية تمويلها، فمن البديهي أن الانتخابات وحملاتها تحتاج إلى صرف وإنفاق أموال معتبرة، فيجب أن تكون معروفة المصدر، ذلك أن التمويل يرتبط مباشرة باستقلالية المترشحين عن كل جهة وعدم تبعيتهم لها غير دولتهم، فكل اختلال في استعمال المال قد يمس بنزاهة وشرعية الانتخابات بل وقد يصل الأمر إلى توجيه التصويت على طرف معين، فتصبح العملية الانتخابية متعلقة بالكامل بأصحاب المال والنفوذ، لذلك عمدت جميع التشريعات إلى ضبط التمويل بنصوص قانونية، مجرمة في ذلك كل مخافة للنصوص القانونية.

لذلك سوف نتطرق في هذا الفصل للتحدث عن جميع ما يخص التمويل أو يمس الجانب المالي للحملة الانتخابية معتمدين على مبحثين، حيث يتناول المبحث الأول مصادر وضوابط تمويل الحملة الانتخابية، أما المبحث الثاني ففيه الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية.

المبحث الأول: مصادر وضوابط تمويل الحملة الانتخابية

يُعتبر تمويلًا انتخابيًا كل عملية إنفاق تهدف إلى التسويق لمرشح أو لكيان سياسي ما في الانتخابات، فقد تكون تلك النفقات مبلغًا من المال أو شيئًا ماديًا، أو القيام بعمل لصالح مرشح ما، أو الامتناع عن القيام به لخدمة مرشح ما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة¹.

كما يقصد بمصطلح تمويل العمليات الانتخابية تلك الأموال التي تُجمع وتُنفق من أجل الترويج للمرشحين والأحزاب السياسية والسياسات خلال الانتخابات والاستفتاءات والمبادرات ونشاطات الأحزاب وتنظيمها².

المطلب الأول: مصادر تمويل الحملة الانتخابية

يهدف ضبط مصادر تمويل الحملة الانتخابية إلى ضمان مشروعية تلك الأموال من جهة، وتيسير مراقبة إنفاقها من جهة أخرى، تجسيدا لمبدأ المساواة وتكافؤ الفرص بين المترشحين في ظل حياد الإدارة الانتخابية.

يُشترط في الانتخابات التنافسية والنزاهة والمساواة بين جميع المترشحين، وأن يمتلك هؤلاء وسيلة لتمويل حملاتهم الانتخابية وممارسة أنشطتهم الدعائية، ويُقصد بتمويل الحملات الانتخابية كافة الأموال التي يتم جمعها وإنفاقها من أجل الحملة الانتخابية، وبالنظر لأهمية مسألة تمويل الحملات الانتخابية³، نجد أن المشرع قد تناولها حيث حدد مصادر تمويل الحملة في الفصل الثاني من الباب الثالث من الأمر 01/21 في خمسة مصادر أساسية ذكرتها المادة 87 من هذا الأمر، حيث نصت فيه على أنه: "تمول الحملة الانتخابية بواسطة موارد يكون مصدرها:

1 فاضل أمال، التمويل العمومي للحملات الانتخابية كآلية لتجاوز إشكالية المال الفاسد في الجزائر، المجلة الجزائرية للسياسة العامة، العدد 12، جامعة الجزائر 3، 2017، ص 92.

2 محمد العمارات فارس، إدارة الحملات الانتخابية، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ص 73.

3 غواس حسينة، تمويل الحملات الانتخابية في ظل الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة 20 أوت سكيكدة، المجلد 33، عدد 3، 2022، ص 617.

-مساهمة الأحزاب السياسية المشكلة من اشتراكات أعضائها والمداخيل الناتجة عن نشاط الحزب،

-المساهمة الشخصية للمترشح،

-الهيئات النقدية أو العينية المقدمة من المواطنين كأشخاص طبيعية،

-المساعدات المحتملة التي يمكن أن تمنحها الدولة للمترشحين الشباب في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات التشريعية والمحلية،

-إمكانية تعويض الدولة لجزء من نفقات الحملة الانتخابية."

الفرع الأول: مساهمة الأحزاب السياسية

يُقصد بمساهمة الأحزاب السياسية هي المساهمات النقدية أو العينية التي يقدمها الحزب للمرشح الذي لديه العضوية للحزب ويمثل الحزب خلال العملية الانتخابية بغرض تمويل حملته الانتخابية¹.

تطرق المشرع الجزائري من خلال نص المادة 87 من الأمر 01/21 إلى مساهمة الأحزاب السياسية المشكلة من اشتراكات أعضائها والمداخيل الناتجة عن نشاط الحزب كمصدر لتمويل الانتخابات.

وبالرجوع إلى المادة 52 من القانون العضوي للأحزاب السياسية رقم 04/12 تتمثل مساهمات الأحزاب السياسية على الخصوص في اشتراكات أعضاء الحزب السياسي التي تدفع الحساب الخاص بالحزب وتتمثل الاشتراكات في المبالغ التي يدفعها المناضل في

1 بولقواس سارة و بولقواس يسرى، التنظيم القانوني لتمويل الحملة الانتخابية في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس بريك، العدد 4، الجزائر، 2019، ص 48.

الحزب بصفة دائمة ومنظمة، وتحدد قيمتها من قبل هيئات المداولة والهيئات التنفيذية للحزب.¹

يتم تمويل الحملة الانتخابية من قبل الأحزاب السياسية بواسطة الموارد الخاصة لها وتكون هذه الموارد متنوعة مثل حقوق الاشتراكات للأعضاء المنخرطين في الحزب وكذا الهبات والوصايا والتبرعات وكذا العائدات المرتبطة بنشاطها والمساعدات المحتملة التي تقدمها الدولة في هذا المجال.²

تتمثل مساهمة الأحزاب السياسية في التمويل في الاشتراكات التي يقدمها الأعضاء سنويا، وكذا الهبات والوصايا، بالإضافة إلى العائدات المتعلقة بنشاط الحزب والتي تأتي نتيجة الاستثمارات غير التجارية.³

مساهمة الأحزاب السياسية في التكفل بنفقات الحملة الانتخابية لمرشحيها، تتمثل في تخصيص جزء من أموالها المتكونة من اشتراكات أعضائها، والهيئات والوصايا والتبرعات، على أن تكون ذات مصدر وطني، ومقدمة من أشخاص طبيعيين في حدود (300) مرة الأجر الوطني الأدنى المضمون للهبة الواحدة في السنة الواحدة، والعائدات المرتبطة بنشاطاتها وممتلكاتها، على ألا تكون أنشطة أو استثمارات تجارية.⁴

إن توافر المال شرط أساسي في العمل السياسي والنشاط الحزبي الذي يقتضي الإنفاق، حيث تتشكل مساهمة الأحزاب السياسية من فئتين من الأموال حسب ما أوردنا سابقا هما: الأموال المحصلة من اشتراكات الأعضاء المنتمين للحزب السياسي والمداخيل الناتجة عن نشاط هذا الحزب (وفقا لما ورد في الفقرة الأولى من المادة 87 من الأمر 01/21).

1 المادة 53 من القانون العضوي رقم 04/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق ل 12 جانفي 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، الصادر عن الجريدة الرسمية، عدد 2، الصادرة في الأحد 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 جانفي سنة 2012.

2 المادة 52 من المصدر نفسه.

3 سعودي نسيم، سلطات المجلس الدستوري في الرقابة على الانتخابات دراسة نظرية وتطبيقية، دار هوم، الجزائر، 2018، ص 139-140.

4 قنينة سالم و أنسيغة فيصل، مرجع سابق، ص 954.

أولاً: اشتراكات الأعضاء

يُقصد بالاشتراكات المبالغ المالية النقدية التي يلتزم كل عضو في الحزب بدفعها لخزينة الحزب بصفة دورية، وتعتبر الاشتراكات القلب النابض خاصة بالنسبة للأحزاب الجماهيرية التي تعتمد على الاشتراكات في تمويل نشاطاتها تحت شعار: الحزب يعيش من الاشتراكات¹.

تشكل اشتراكات الأعضاء المصدر الرئيسي لتمويل الأحزاب السياسية في الجزائر وعاملاً أساسياً للتمييز بين الأشخاص المنتمين نظامياً إلى حزب من الأحزاب، فالاشتراكات كما يقول الدكتور Pierre Brechon هي معيار هام في الانتماء السياسي ودليل على الانضباط الحزبي وقوة الحزب وعلى أساسه يميز القانون بين المناضل والمتعاطف².

وبالرجوع إلى القانون العضوي للأحزاب السياسية القانون رقم 04/12 المادة 52 منه نجد أنه نص على اشتراكات أعضاء الحزب السياسي كأحد الروافد المشكلة للموارد المالية للحزب، بما فيه اشتراكات المقيمين في الخارج التي تدفع في الحساب الخاص بالحزب المفتوح لدى مؤسسة مصرفية أو مالية وطنية، في مقرها أو لدى فروعها المتواجدة عبر التراب الوطني³، علماً أنه لم يتم تحديد سقف لمبلغ الاشتراكات كما كان عليه الحال بالنسبة للقانون العضوي لسنة 1997، حيث كانت محددة بعشرة بالمائة % 10 من الحد المضمون للأجر⁴، بل ترك الأمر إلى اختصاص الهيئات المداولة والهيئات التنفيذية القيادية للحزب، لأن هذا من الأمور الداخلية للحزب والتي ترجع إلى محددات عديدة وهذا السلوك

1 البدرابي حسن، الأحزاب السياسية والحريات العامة دراسة تأصيلية مقارنة في إجراءات تكوين حرية النشاط الحزبي - حق التداول على السلطة-، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2000، ص 391.

2 لوراري رشيد، الإطار القانوني للأحزاب السياسية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2013/2014، ص 243.

3 المادة 62 من القانون العضوي 04/12، مصدر سابق.

4 المادة 28 من الأمر 09/97، مصدر سابق. ملغى.

التشريعي يرى فيه البعض شيء من الإيجاب والحكمة، فمن جهة هو إزالة لقيد على الأحزاب و هو دعم للحرية الحزبية¹.

ثانيا: المداخل الناتجة عن نشاط الحزب.

أما بخصوص المداخل الناتجة عن نشاط الحزب فتتمثل وفقا لما ورد في المادة 57 من القانون العضوي 04/12 في العائدات المرتبطة بنشاطاته وممتلكاته، فقد يتحصل الحزب على موارد مالية مرتبطة بنشاطه وناتجة عن استثمارات غير تجارية، مع حظر ممارسة أي نشاط تجاري من قبله، إلا أنه لم يوضح الأمر جليا بهذا الخصوص، حيث لم ينص على الأنشطة أو الأعمال التي يقوم بها الحزب وتعتبر استثمارات تجارية و تلك التي لا تعد استثمارات تجارية، على غرار ما قامت به بعض التشريعات الأجنبية التي أقرت للأحزاب أن تكون لها عائدات من النشاطات التي تتلاءم وطبيعتها الخاصة ، كما فعل المشرع الفرنسي في المادة 7 من القانون 227/88 المؤرخ في 11 مارس 1988، فضلا على أن الأحزاب الفتية لا تملك من الإمكانيات ما يؤهلها للقيام بالاستثمار أصلا، كما أن فكرة العائدات المرتبطة بنشاطات الحزب يمكن قبولها نظريا، أما عمليا فلا يمكن ذلك خاصة بالنسبة للأحزاب الصغيرة التي تكون عاجزة على تمويل ذاتها من الاشتراكات، فيكف لها أن تقوم بتمويل النشاطات الاستثمارية التي تتطلب أموالا ضخمة².

أما بالنسبة التي تقدمها الدولة للحزب، فطبقا للأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات سالف الذكر، فإنه تم الحديث فقط على الإعانات التي يمكن أن تقدمها الدولة للمترشحين الشباب في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات التشريعية

1 غيتاوي عبد القادر، النظام القانوني لتنظيم الحملات الانتخابية دراسة مقارنة، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 32، الجزء الأول، 2018، ص 13.

2 غواس حسينة، مرجع سابق، ص 620.

والمحلية، وعلى أساس ذلك لا تستفيد الأحزاب السياسية من إعانة الدولة في التمويل لهذه الانتخابات¹.

الفرع الثاني: المساهمة الشخصية للمترشح

إن مداخيل المترشح تعتبر مصدر من المصادر المشروعة لتمويل حملته الانتخابية كما هو الحال في إشهار الترشيحات، فعلى المترشح أن يتحمل نفقات إشهار ترشيحه زيادة على أنواع الإشهار سواء كان ذلك بالملصقات أو بالتعليق أو بكل الوسائل القانونية لسير الحملة الانتخابية وفي سبيل ضبط الإنفاق على الحملة الانتخابية وشفافيته وحماية البلاد من أي خطر قد تتعرض له جراء قبول مرشحها للهبات أو التبرعات من أي جهة أجنبية منع المشرع على كل مرشح لأي انتخابات وطنية أو محلية تلقي أو قبول هبات نقدية أو عينية مباشرة أو غير مباشرة من أية دولة أجنبية، أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية².

إن الحظر الواقع على التمويل الأجنبي للحملة الانتخابية من قبل المشرع بالوصف السابق يتبين منه جواز تلقي مثل هذه الهبات والتبرعات العينية والنقدية من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين ذوي الجنسية الجزائرية أو الوطنيين حتى لو لم يصرح بذلك، ولكن ماذا عن كيفية تنظيم هذه الهبات والتبرعات من حيث مصدرها وطبيعتها وكيفية تحصيلها خصوصا وأنها موجودة على أرض الواقع.

إن هذه المسألة ورغم أهميتها الكبيرة في ضبط التمويل المالي للحملات الانتخابية للمترشحين إلا أن المشرع الجزائري لم يتطرق لها، الشيء الذي يحتم عليه الإسراع بوضع قواعد تنظم ذلك بحيث يتيسر دعم جميع المترشحين على نحو يكون أكثر ديمقراطية ويسهل

1 قارة تركي إلهام، أخلقة تمويل الحملات الانتخابية وأثره في الوقاية من الفساد الانتخابي في التشريع الجزائري دراسة تحليلية، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة بسكرة، المجلد 14، العدد 29، 2022، ص 224.

2 قبيلي لخضر، مرجع سابق، ص 23.

في نفس الوقت الرقابة على تلك الهبات والتبرعات ويبرز مصادرها بكل وضوح تماما مثل ما يجري به العمل في القوانين الانتخابية في الدول الديمقراطية¹.

تعد المساهمة الشخصية للمترشح المصدر الثاني لتمويل الحملة الانتخابية، وتشمل أموال المترشح النقدية وكذلك الأموال المتأتية من ممتلكاته العقارية وأملكه المنقولة، والتي يمكنه تزويد الحزب بها، إذ لكل مترشح استخدام موارده الذاتية المالية والعينية للإنفاق على حملته، إلا أنه لا يمكنه مواجهة النفقات الانتخابية لوحده مهما كان حجم ثروته².

بالرجوع إلى الصياغة التي استخدمها المشرع، نجد أنه استعمل مصطلح مداخل، هذا يدل على ترك المجال مفتوحا عكس تمويل الأحزاب السياسية، فمن الطبيعي أن يتحمل المترشح نفقات حملته الانتخابية³، فالمركز المالي للمترشح يلعب دورا في الحملة الانتخابية، والتباين بين المترشحين يمكن أن يؤدي إلى التمييز بينهم والإخلال بمبدأ تكافؤ الفرص وانتهاك مبدأ المساواة.

المشرع الجزائري لم يضع في التشريعات المتعاقبة المنظمة للعملية الانتخابية ضوابط لتنظيم الموارد الصادرة عن مداخل المترشح كما هو الحال بالنسبة لمساهمة الأحزاب السياسية⁴.

إن هذا الفراغ القانوني هو ما يفتح المجال للمترشحين إلى التماس الدعم المالي من قبل الرأسماليين في الدولة وهو ما يؤدي إلى انتشار الفساد في الحملة الانتخابية، لا سيما أمام غياب شرط التصريح بممتلكات المترشح كشرط للترشح في الانتخابات المحلية والتشريعية، وتوقف هذا الشرط على الفوز في الانتخابات والحصول على مقعد انتخابي

1 أحمد صالح أحمد العميسي، النظام القانوني للمشاركة السياسية من خلال الانتخابات العامة في اليمن والجزائر دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2011/2012.

2 غواس حسينة، مرجع سابق، ص 620.

3 عبد المومن عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 156.

4 المرجع نفسه.

وبداية العهدة الانتخابية وهو ما تطرق إليه المشرع الجزائري في القانون 01/06 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته¹.

الفرع الثالث: الهبات النقدية أو العينية المقدمة من المواطنين كأشخاص طبيعيين

لقد أجاز الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات في المادة 87 منه على الحصول على هبات نقدية أو عينية مقدمة من المواطنين كأشخاص طبيعيين داخل الوطن، وهكذا يكون المشرع قد سمح لأول مرة بالتبرعات الخاصة، ويحظر على كل مترشح لأي انتخاب أن يتلقى هبات نقدية أو عينية من أي دولة أجنبية أو من أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية.

وقد حدد هذا الأمر المبلغ الأقصى للهبات بمقتضى المادة 89 منه حيث نصت المادة على: " يحدد المبلغ الأقصى للهبات بالنسبة لكل شخص طبيعي في حدود أربعمئة ألف دينار (400.000 دج) فيما يخص الانتخابات التشريعية، وفي حدود ستمئة ألف دينار (600.000 دج) فيما يخص الانتخابات الرئاسية. يمكن تحيين هذا الحد كل ثلاث (3) سنوات، عن طريق التنظيم.

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

ولا يعد تمويلا أجنبيا الهبات المقدمة من الجزائريين المقيمين في الخارج من أجل تمويل الحملة الانتخابية المتعلقة بالمترشحين، أو قائمة المترشحين في الخارج، وأحسن المشرع صراحة عندما سمح بمثل هذا التمويل لأنه يقوي الروابط بين المواطنين الموجودين

1 المادة 4 من القانون 01/06 مكافحة الفساد والوقاية منه المؤرخ في 21 محرم عام 1427 الموافق ل 20 فيفري سنة 2006، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 14، الصادرة بتاريخ 8 صفر عام 1427 الموافق ل 6 مارس سنة 2006.

في الداخل والخارج، كما سيسهم في تعزيز مشاركة الجالية الجزائرية في المساهمة في تنشيط الحياة السياسية لبلدهم الأصلي ولو عن طريق باب تمويل الحملة الانتخابية¹.

إلى جانب تسقيف الهبات النقدية، أوجب المشرع إلزامية الشيك أو الدفع الإلكتروني لكل هبة يتجاوز مبلغها ألف دينار (1000 دج) وهذا ما تؤكدته المادة 91 من الأمر 01/21 حسب نصها: " كل هبة يتجاوز مبلغها ألف دينار (1000 دج) يستوجب دفعها عن طريق الشيك أو التحويل أو الاقتطاع الآلي أو البطاقة البنكية".

وقد وفق المشرع صراحة في استحدثاته هذا الحكم الجديد والمتعلق بضرورة توثيق أي معاملة نقدية تتعلق بالحملة الانتخابية لمحاصرة واحتواء المال الفاسد، إلا أنه لم يوفق في تقدير قيمة المبلغ المطلوب دفعه عن طريق الشيك أو البطاقة البنكية، الذي يبقى في نظري مبلغ ضئيل وليس بالمبلغ المعتبر².

إن اشتراط دفع الهبات الانتخابية عبر الشبكات وإشراك بنك الجزائر في عملية متابعة الحسابات الانتخابية وتحصيل الخزينة لبقية المصاريف المتبقية في حسابات الحملة الانتخابية يعزز بصورة أكثر في بسط هذه لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية لرقابتها³.

يمكن للمترشحين الأحرار أو الأحزاب السياسية أن يتلقوا هبات نقدية كانت أو عينية من المواطنين كأشخاص طبيعية معروفة، شرط أن يكون مصدر الهبات وطنيا من أجل تمويل حملاتهم الانتخابية، فإذا تعلق الأمر بهبات ممنوحة لأحزاب سياسية يجب أن تدفع الأموال الموهوبة في الحساب الخاص بالحزب السياسي، والذي يكون مفتوحا لدى مؤسسة مصرفية أو مالية، وطنية، في مقرها أو لدى فروعها المتواجدة عبر التراب الوطني⁴.

1 حاحة عبد العالي، تشديد الرقابة على الحملة الانتخابية كآلية للحد من المال الفاسد وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين، مداخلة منشورة ضمن أعمال الملتقى الدولي حول الإشراف والرقابة على الانتخابات في الدول المغاربية يومي 07 و08 أبريل 2021، بجامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي الجزائر، ص 59.

2 أونيسي ليندة، مرجع سابق، 403.

3 غواس حسينة، مرجع سابق، ص 621.

4 المواد 54-62 من القانون العضوي 04/12، مصدر سابق.

أما بالنسبة للهبات المقدمة من الجزائريين المقيمين في الخارج من أجل تمويل الحملة الانتخابية، فإن المشرع الجزائري لم يعتبرها تمويلا أجنبيا شريطة أن يتعلق التمويل بالمرشحين أو قائمة المترشحين في الدوائر الانتخابية في الخارج¹.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع قد جرم فعل تقديم هبات، نقدية أو عينية أو مجرد الوعد بتقديمها قصد التأثير على الناخب أو عدة ناخبين عند قيامهم بالتصويت وهذا ما جاء في نص المادة 300 من الأمر 01/21 حيث نصت على أنه: " يعاقب بالحبس من سنتين (2) إلى عشر (10) سنوات وبغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج، كل من قدم هبات، نقدا أو عينا، أو وعد بتقديمها، وكذلك كل من وعد بوظائف عمومية أو خاصة، أو مزايا أخرى خاصة، قصد التأثير على ناخب أو عدة ناخبين عند قيامه بالتصويت، وكل من حصل أو حاول الحصول على أصواتهم، سواء مباشرة أو بواسطة الغير، وكل من حمل أو حاول أن يحمل ناخبا أو عدة ناخبين على الامتناع عن التصويت بنفس الوسائل".

الفرع الرابع: الإعانة المقدمة من طرف الدولة.

إن التمويل العمومي يعتبر وسيلة لضمان المساواة بتغطية جزء من النفقات التي يتحملها المترشحين وأداة لضمان شفافية أموال الحملة الانتخابية².

يقصد بالإعانة المقدمة من قبل الدولة تلك المساعدة المالية التي تقوم الدولة بمنحها للمترشحين بهدف تحقيق التوازن والمساواة والإنصاف بينهم وفق ضوابط قانونية دقيقة ومحددة³، كما يعتبر التمويل العمومي أداة لضمان شفافية أموال الحملة الانتخابية وتطهيرها من الفساد المالي⁴.

تقدم الدولة مساعدات من الخزينة العمومية على تفصيل، للأحزاب السياسية وللأحرار لتمويل حملاتهم الانتخابية، ففي النظام القانوني الجزائري وحسب المادة 4 من المرسوم

1 المادة 90 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

2 عبد المومن عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 159.

3 سعودي نسيم، مرجع سابق، ص 140.

4 بولقواس يسرى و بولقواس سارة، مرجع سابق، ص 50.

التفيزي في الدولة تقدم إعانة مالية تكون من طبيعة مالية فقط وعلى أساس الإنصاف، وبالنسبة للانتخابات أعضاء المجلس الشعبي الوطني وانتخاب أعضاء المجالس الشعبية الولائية والبلدية فإن الإعانة تقدم إلى قوائم المترشحين الأحرار المقبولة، وإلى الأحزاب السياسية حسب عدد قوائم المترشحين المقبولة، أما بالنسبة للانتخابات الرئاسية فإن الإعانة تقدم إلى كل مترشح¹.

لم ينص المشرع الجزائري على التزام الدولة القاطع بتقديم مساعدات لتمويل الحملات الانتخابية للمترشحين أو الأحزاب السياسية وإنما جعل هذا التصرف لتقديرها، كما أن هذا التقدير ليس مطلقا بل مقيدا بشرط الإنصاف بين المترشحين كما هو واضح في نص المادة 203 من القانون العضوي للانتخابات: "مساعدة محتملة من الدولة تقدم على أساس الإنصاف"، وعند التطرق إلى القانون العضوي 04/12 المتعلق بالأحزاب السياسية وبالضبط في مادته 58 نجدها تنص على: "يمكن للحزب السياسي المعتمد أن يستفيد من إعانة مالية من الدولة حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان وعدد منتخبيه في المجالس.

يقيد مبلغ الإعانة المحتملة التي تمنحها الدولة للأحزاب السياسية في ميزانية الدولة".

كما يمكن أن تكون المساعدات التي تمنحها الدولة للحزب السياسي محل مراقبة فيما يخص وجهة استعمالها².

في إطار تشجيع الترشيحات المستقلة للشباب للمساهمة في الحياة السياسية، تتكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار المتعلقة بهم وعلى الخصوص: مصاريف طبع الوثائق، مصاريف النشر والإشهار، مصاريف إيجار القاعات، وتتكفل الدولة بهذه النفقات شرط أن يكون الشباب المترشحين أحرارا وأقل من 40 سنة وهذا الأمر يشجع لدخول المنافسة الانتخابية للقوائم الحرة على حساب الأحزاب السياسية، ويجب أن تكون

1 غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 15.

2 قبيلي لخضر، مرجع سابق، ص 23.

المصاريف التي ينفقها الشاب المترشح مرتبطة بشكل مباشر بالحملة الانتخابية¹، يجب أن يقدم ملف يحتوي على ما يلي²:

- طلب المساعدة يبين فيه خصوصاً الهوية والحالة العائلية والمهنية لصاحب الطلب، والموعد الانتخابي الذي تم تقديم الطلب من أجله، وكذا مبلغ المساعدة المطلوبة مفصلة حسب طبيعة النفقات.

- نسخة من برنامج النشاطات والتنقلات المقررة في إطار الحملة الانتخابية، محررة باسم قائمة المترشحين المستقلة التي ينتمي إليها الشاب.

- الفواتير الشكلية المفصلة حسب طبيعة النفقات المعدة باسم قائمة المترشحين المستقلة التي ينتمي إليها الشاب.

- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية.

- نسخة من مستخرج التعريف البنكي لحساب البنك الوحيد للحملة الانتخابية لقائمة المترشحين التي ينتمي إليها الشاب.

تختلف إعانة الدولة عن النفقات المتعلقة بالانتخابات التي تتكفل بها ميزانية الدولة، أين تتحمل الدولة دفع تلك النفقات³، والتي تتعلق حسب المادتين 112 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات التي جاء في نصها: "تتحمل الدولة النفقات الخاصة بمراجعة القوائم الانتخابية وإعداد بطاقة الناخبين والنفقات الناجمة عن تنظيم الانتخابات والاستفتاءات، باستثناء الحملة الانتخابية المنصوص على كيفية التكفل بها في المادتين 93 و95 من هذا القانون العضوي.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم".

1 المادة 4 من المرسوم التنفيذي 190/21، المؤرخ في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021، المحدد لكفاءات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار، الجريدة الرسمية عدد 33، الصادرة في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021.

2 المادة 5 من نفس المصدر.

3 قارة تركي الهام، مرجع سابق، ص 225.

والمادة 113 من نفس القانون: "تعفى من التخليص، أثناء الفترة الانتخابية، بطاقات الناخبين وأوراق التصويت والمناشير المتعلقة بالانتخابات في هيئات الدولة".

فهذه الحالة لا تتعلق بتمويل الحملة الانتخابية التي يستفيد منها حزب أو مرشح، وإنما تتعلق بتكفل الدولة بدفع النفقات المتعلقة بصيرورة عملية الاقتراع والتصويت من مستلزمات مادية وبشرية، وبالرجوع إلى نص المادة 87 من قانون الانتخابات فإن الإعانات التي تقدمها الدولة لتمويل الحملة الانتخابية، فهي تكون للمرشحين الشباب في القوائم المستقلة بمناسبة الانتخابات التشريعية والمحلية¹.

الفرع الخامس: منع التمويل الأجنبي

وهو ما نصت عليه المادة 88 من الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات حيث: "يحظر على كل مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة، هبات نقدية أو عينية أو أي مساهمة أخرى، مهما كان شكلها، من أي دولة أجنبية أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية".

فالغاية المرجوة من منع التمويل الأجنبي للحملات الانتخابية، هو منع التأثير الأجنبي على مسار العملية الانتخابية والمحافظة على نزاهتها ومصداقيتها، وكذا تجنب حصول الولاء من طرف المترشحين لأي جهة أخرى².

مما سبق يمكن القول بأن المشرع الجزائري في مسألة تمويل الحملة الانتخابية في الموارد الصادرة عن الأشخاص الخاصة فإنه لم يتطرق للتفاصيل التي تضبط كيفية ونسبة مساهمة الأحزاب السياسية ومداخل المترشح كما لم يتطرق أساسا لمسألة التبرعات الخاصة كمصدر لتمويل الحملة الانتخابية ولم يحظر هذا التمويل، إن هذا الفراغ القانوني قد يؤدي إلى ارتكاب انتهاكات وتصرفات غير مشروعة والاعتماد على مصادر مجهولة مما يؤدي بالإخلال بمبادئ نزاهة الحملة الانتخابية وانتشار الفساد في العملية الانتخابية، كما يمكن

1 المرجع السابق.

2 بوكرا إدريس، نظام انتخاب رئيس الجمهورية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 81.

للمترشح الاعتماد في تمويل الحملة الانتخابية على التمويل العمومي المقدم كتعويض على نفقات الحملة الانتخابية¹.

المطلب الثاني: ضوابط تمويل الحملة الانتخابية

يرتبط التمويل بالنسبة للمتنافسين في الحملة الانتخابية بمراعاة مجموعة من الضوابط التي تضيف عليه صفة المشروعية، ويتميز بأهمية خاصة في تعزيز التنافسية في الانتخابات، غير أن المشرع نظم مصادره من باب تحقيق العدالة والشفافية، وتحقيقا للمساواة ومبدأ تكافؤ الفرص².

إن تمويل الحملات الانتخابية يخضع لمجموع من الضوابط حددتها التشريعات الخاصة وهذا حتى تمارس في حدود الإطار القانوني وألا تخرج على ذلك حتى لا تتحول إلى ممارسات مشبوهة يتحكم فيها الجانب المالي وتغلب عليها الممارسة التجارية، وبالتالي تفرغ من محتواها والممارسة الشريفة³.

كما يرتبط التمويل الانتخابي أيضا في جانبه المتعلق بتقديم الأموال بمجموعة من القواعد والضوابط، حتى يكون هذا التمويل متصفا بصفات القبول، وتمثل هذه الضوابط في التزامات المترشحين في الحملة الانتخابية كفرع أول، ثم ضبط حدود نفقات الحملة الانتخابية كفرع ثان، ثم تسديد تعويض نفقات الحملة الانتخابية كفرع ثالث.

الفرع الأول: التزامات المترشحين في الحملة الانتخابية

فرض الأمر 01/ 21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات على المترشحين مجموعة من الالتزامات القانونية خلال الحملة الانتخابية تتمثل في:

أولا: فتح ومسك حساب للحملة الانتخابية

1 بولقواس يسرى و بولقواس سارة، مرجع سابق، ص 50.

2 كسال عبد الوهاب، التمويل الانتخابي في ظل أحكام الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة سطيف، المجلد 15، العدد 1، 2022، ص 559.

3 غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 17.

نظم المشرع الجزائري بل وألزم فتح ومسك حساب للحملة الانتخابية حيث يتعين على كل مترشح للانتخابات الرئاسية وكل قائمة مترشحين للانتخابات التشريعية فتح ومسك حساب للحملة الانتخابية، وهذا حسب نص المادة 96 من الأمر 01/21، يبين من خلاله جميع الإيرادات والنفقات المرتبطة بالحملة الانتخابية، وهذا حسب المادة 102 من نفس الأمر، ويتم إعداد الحساب حسب المادة 109 من نفس الأمر حسب ما يلي: "يتم إعداد حساب الحملة الانتخابية باسم:

- المرشح نفسه، بالنسبة للانتخابات الرئاسية،

- المترشح الموكل من الحزب أو من مترشحي القائمة الحرة، بالنسبة للانتخابات

التشريعية".

وقد أضافت المادة 110 من نفس الأمر بعض الشروط وهي حسب نص المادة: " يقدم حساب الحملة الانتخابية إلى لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية من قبل محافظ الحسابات الذي يقوم بوضع هذا الحساب قيد الفحص بعد مراقبته الوثائق الثبوتية.

لا يكون تقديم الحساب بواسطة محافظ الحسابات إجباريا، عندما لا يتحصل المترشح

أو قائمة المترشحين على هبات من الأشخاص الطبيعية أو إعانات من الدولة".

ووفقا لأحكام المادة 108 فإن الأمين المالي للحملة الانتخابية الذي يعينه المترشح

الموكل من طرف الحزب أو من طرف مترشحي القائمة الحرة، هو الذي يقوم بإعداد حساب الحملة الذي يتضمن جميع الإيرادات مهما كانت طبيعتها ومصدرها وجميع النفقات المنجزة والمرتبطة بالحملة الانتخابية¹.

يتم إعداد حساب الحملة الانتخابية وفقا لسجل يومي يمسكه ويحتفظ به الأمين المالي

للحملة شخصيا طوال فترة الحملة الانتخابية، بالنسبة للحالات المنصوص عليها في الفقرة 2 من المادة 96 وتحت مسؤولية المترشح².

1 الأمر 01/21، مصدر سابق.

2 المصدر نفسه.

ويتضمن حساب الحملة الإيرادات اليومية التي يتم تحصيلها: تاريخ الدفع، طريقة الدفع، مصدر الإيرادات، طبيعة الإيرادات، وكذا النفقات اليومية المدفوعة مدعمة بالفواتير والمراجع الخاصة بوسائل الدفع، المستفيد من الدفع، التاريخ، المبلغ المدفوع، وطبيعة النفقة حسب مدونة نفقات الحملة الانتخابية، ويقدم حساب الحملة الانتخابية إلى لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية في أجل أقصاه شهرين من تاريخ إعلان النتائج النهائية¹.

ثانياً: تعيين الأمين المالي للحملة الانتخابية

يتعين وجوباً على كل مترشح للانتخابات الرئاسية وعلى كل قائمة مترشحين للانتخابات التشريعية تعيين أمين مال للحملة الانتخابية، عندما يكون تمويل الحملة مكوناً من هبات أو مساهمات من الدولة².

معنى ذلك عدم إلزامية تعيين أمين مال الحملة الانتخابية في باقي الحالات التي يكون فيها مصدر تمويل الحملة من التمويل الخاص والمساهمات الحزبية، وهذا أمر غير منطقي لأن جميع مصادر التمويل يجب أن تحاط بنفس الضمانات، للحد من تغلغل المال الفاسد في الحياة السياسية للدولة³.

وحددت المادة 97 من القانون العضوي للانتخابات كليات تعيين الأمين المالي للحملة الانتخابية وذلك بموجب تصريح مكتوب من المترشح للانتخابات الرئاسية أو من المترشح الموكل من طرف الحزب أو من طرف مترشي القائمة الحرة بالنسبة للانتخابات التشريعية، ويودع التصريح المرفق بالموافقة المكتوبة من الأمين المالي للحملة لدى السلطة المستقلة أو مندوبية السلطة المستقلة بالخارج المختصة بالنسبة للانتخابات التشريعية.

1 فاضل إلهام، مستجدات الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية في قانون الانتخابات 01/21، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 5، العدد 1، جامعة قلمة مخبر الدراسات القانونية البيئية، 2022، ص 1024.

2 الفقرة 2 من المادة 96 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

3 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1024.

كما يعد الأمين المالي حسب المادة 105 من نفس القانون العضوي الوسيط الوحيد بين المترشح والغير، الذين ساهموا في تمويل الحملة الانتخابية، وهو المؤهل الوحيد لتحصيل الأموال ودفع النفقات المرتبطة بالحملة الانتخابية.

وحسب المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 188/21 فإن الأمين المالي هو المؤهل الوحيد لتسلم الهبات المقدمة، وفي هذا الصدد يسلم نسخة من الوصل للواهب بعد سحبه من المنصة الرقمية للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، ويرسل فوراً نسخة منه إلى لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية عبر المنصة الرقمية¹.

هذا ويُعتبر أمين المال المسؤول عن أعمال التسيير والإدارة التي يقوم بها في علاقته مع الغير أو مع المترشح أو قائمة المترشحين².

ثالثاً: فتح حساب بنكي وحيد

من الأحكام الجديدة التي جاء بها القانون العضوي للانتخابات لسنة 2021 ضرورة فتح حساب بنكي وحيد من طرف أمين مال الحملة الانتخابية بغرض تمويلها، وبالنسبة لقوائم المترشحين للدوائر الانتخابية في الخارج، يقوم الأمين المالي بفتح حساب بنكي وحيد لدى البنوك المراسلة للبنوك الجزائرية بغرض تمويل الحملة الانتخابية على مستوى الدائرة الانتخابية محل الترشح.

ويتولى البنك المخاطر فتح الحساب، وتسليم وسائل الدفع والخدمات الضرورية لتسييره في أجل خمسة عشر (15) يوماً إلى الأمين المالي، وإذا لم يفتح ذلك الحساب عند انقضاء هذا الأجل يخطر الأمين المالي بنك الجزائر الذي يعين له المؤسسة البنكية التي تتولى فتح الحساب³.

1 المادة 5 و4 من المرسوم التنفيذي 188/21 المؤرخ في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021 والذي يحدد شروط إعداد الوصل المسلم للواهب من طرف الأمين المالي للحملة الانتخابية واستعماله، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة بتاريخ 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021، ص 18.

2 المادة 107 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

3 المادة 100 من المصدر السابق.

ومن بين الإجراءات والتدابير الاحترازية الأخرى التي وردت في القانون العضوي للانتخابات في إطار مكافحة المال الفاسد ومراقبة حركته، الاستعانة ببنك الجزائر في مراقبة فتح الحسابات البنكية الانتخابية والتأكد من أن كل مترشح أو كل قائمة لا تحوز إلا على حساب واحد. ويعتبر الأمين المالي الموقع الوحيد لذلك الحساب ولا يمكنه منح تفويض إلى شخص آخر بما فيه المترشح نفسه، حسب مقتضيات المادة 103 من قانون الانتخابات.

كما ألزمت المادة 104 من نفس القانون الأمين المالي إرسال كل المعلومات المتعلقة بالحساب البنكي للجنة تمويل حسابات الحملة الانتخابية، وهذا أمر نستحسنه كثيرا لأن من شأنه تسهيل تتبع حركة الأموال الصادرة والواردة من حساب المترشح، وتحديد ما هو مشروع أو غير مشروع منها¹.

الفرع الثاني: ضبط حدود نفقات الحملة الانتخابية

يقصد بالنفقات الانتخابية تلك المصاريف التي يتحملها المترشح أو الحزب خلال الحملة الانتخابية بهدف استمالة أكبر عدد من أصوات الناخبين، كما عرفها البعض على أنها النفقات التي تتضمن المدفوعات التي تقوم بها الحملات الانتخابية للخدمات أو الأغراض المرادة من أجل التأثير في نتيجة الانتخابات².

عادة ما تلجأ الدول إلى وضع سقف محدد للنفقات الانتخابية قصد تحقيق المساواة في الإنفاق بين كافة المرشحين وكذا لمنع الفساد الانتخابي الناتج عن الإفراط في صرف الأموال في الحملات الانتخابية والذي يؤثر على نزاهة ومصداقية الانتخابات بصفة خاصة³.

حدد المشرع الجزائري سقف الإنفاق للحملات الانتخابية الرئاسية والتشريعية، وتكمن أهمية هذا التحديد في كبح الخروج عن أطر المنافسة الشريفة فيما بين المترشحين في

1 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1025.

2 صعب ناجي عبود و رشا شاكر حامد، تمويل حملة الدعاية الانتخابية، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، جامعة القادسية كلية القانون، العراق، المجلد 11، العدد 2، 2020، ص 328.

3 بوطرفاس محمد، مرجع سابق، ص 155.

الانتخابات، وكذا مراقبة صرف هاته الأموال لأن نتائج الانتخابات بالأساس لا تحدد للاعتبارات المالية¹.

لمحاربة الفساد الانتخابي الناتج عن المبالغة في صرف الأموال في الحملات الانتخابية، وكذا تحقيق المساواة بين كل المترشحين، وضع المشرع سقفا محددًا للنفقات الانتخابية وذلك كآلية تضمن مصداقية ونزاهة العملية الانتخابية².

وعليه نتناول كيف وضع المشرع الجزائري الحدود على نفقات الحملات الانتخابية سواء بالنسبة للانتخابات الرئاسية، أو بالنسبة للانتخابات التشريعية.

أولاً: بالنسبة لنفقات الحملات الانتخابية الرئاسية

حدد المشرع الجزائري من خلال القانون العضوي للانتخابات الحد الأقصى المسموح به لنفقات الحملة الانتخابية بالنسبة لمرشحي الانتخابات الرئاسية، أي لا يتجاوز مبلغ مائة وعشرين مليون دينار جزائري (120.000.000 دج) لكل مترشح في الدور الأول ويرُفع هذا المبلغ إلى مائة وأربعين مليون دينار جزائري (140.000.000 دج) في الدور الثاني³.

وما يلاحظ في هذا الشأن أن المشرع زاد وبشكل كبير في هذا المبلغ، فعند الرجوع إلى القانون العضوي للانتخابات 10/16 لا يمكن أن تتجاوز نفقات حملة المترشح للانتخابات الرئاسية مائة مليون دينار جزائري (100.000.000 دج) في الدور الأول ويرتفع هذا المبلغ إلى مائة وعشرين مليون دينار جزائري (120.000.000 دج) في الدور الثاني.

يُلاحظ تزايد مبالغ الإنفاق على الحملات الانتخابية من سنة 2016 إلى سنة 2021 وهذا أمر طبيعي نظراً لتغير الظروف الاقتصادية والمالية للدولة⁴.

1 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1021.

2 سعودي نسيم، مرجع سابق، ص 141.

3 المادة 92 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

4 غواس حسينة، مرجع سابق، 622.

إلا أن هذه الزيادة كانت متوقعة من قبل الدارسين في هذا المجال ويرجع الأمر بالأساس إلى المتغيرات الكبيرة التي طرأت على القوة الشرائية للعملة الوطنية وكذا المتغيرات المتسارعة والمتزايدة وبشكل لافت للانتباه في أسعار العديد من السلع وكذا الخدمات وهذا دون شك يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الحملة الانتخابية ومتطلباتها¹.

هذا الإجراء الإيجابي من قبل المشرع الجزائري يستوجب مراجعة هذا الأخير عند كل دورة انتخابية على الأقل من أجل مراعاة الواقع وتوخي النظرة العلمية للأمور حتى يمكن لمبدأ تحديد النفقات أن يحقق هدفه وكذا تمكين المرشح من تسيير حملته بعيدا عن الضغط الذي يمليه الحد الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية، وهذا الذي تسيير عليه مختلف التشريعات الانتخابية للدول الديمقراطية المعاصرة فمثلا في فرنسا يتم تحديد حد أقصى لنفقات الدعاية مع ملاحظة أن هذا المبلغ قابل للمراجعة بصورة سنوية للتأكد من ملائمتها للظروف الاقتصادية المتغيرة².

ثانيا: بالنسبة لنفقات الحملات الانتخابية التشريعية

أما بالنسبة للانتخابات التشريعية، فقد تم تحديد سقف لا يمكن تجاوزه وذلك بموجب المادة 94 من الأمر 01/21 حيث ورد فيها ما يلي: " لا يمكن أن تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة في الانتخابات التشريعية حدا أقصاه مليونان وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) عن كل مترشح "، بعد أن كان المشرع في القانون السابق 10/16 قد حدد مبلغ مليون وخمسمائة ألف دينار (1.500.000 دج) كحد أقصى عن كل مترشح.

لم يترك المشرع المجال لمراجعة هذا السقف للنفقات الانتخابية، مما يؤكد عدم واقعيته على عكس المشرع الفرنسي الذي فتح إمكانية تحيينه عن طريق مرسوم بالاعتماد على المؤشرات الاقتصادية³.

1 قبيلي لخضر، مرجع سابق، ص 25.

2 مظلوم العبدلي سعد، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الطبعة الأولى، دار دجلة، عمان، 2009، ص 220.

3 عبد المومن عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 117.

والملاحظ من خلال التشريعات المتتابعة التي نظمت الانتخابات في الجزائر هو تطور مبلغ نفقات الحملة الانتخابية عند كل تعديل وهذا أمر طبيعي نظرا لتغير الظروف المعيشية في الجزائر وتغير قيمة العملة الوطنية، وهذا ما نجده في كل النظم المقارنة، من ذلك فرنسا التي يتم فيها تحديد حد أقصى لنفقات الدعاية مع ملاحظة أن هذا المبلغ قابل للمراجعة بصورة سنوية للتأكد من ملائمته للظروف الاقتصادية المتغيرة¹.

إن وضع المشرع لحدود على النفقات الانتخابية وتسقيفها يُعد ضمانا قوية على نزاهة الانتخابات وشرعيتها، وهي من أبرز مظاهر الرقابة على التمويل الانتخابي، إذ بموجبها يقيد الاستخدام المفرط للمال في العملية الانتخابية، كما أنه من غير الممكن ضبط نفقات الحملة الانتخابية وتسقيفها وإلزام المرشحين والأحزاب والقوائم المرشحة من خلال قواعد عامة ومجردة، بل لابد من تسلط العقوبات والتأكيد على صرامتها في الحد من استعمال المال بشكل غير مشروع ومن بين العقوبات المتعلقة بالجانب التمويلي للحملات الانتخابية تلك الواردة في المواد 288، 300 و311 من القانون العضوي الحالي للانتخابات وهي عبارة عن جزاءات تفرضها لجنة مراقبة تمويل الحملة، على منتهكي النظام القانوني لتمويل الحملات الانتخابية وتهدف إلى القضاء على أي منافع قد يتحصل عليها المرشح جراء عدم الالتزام بأحكام القانون الانتخابي².

ويمكن ملاحظة عدة ثغرات على منهج التشريع الانتخابي الجزائري في تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية، منها تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية بالنسبة للانتخابات المحلية (انتخابات أعضاء المجالس الشعبية البلدية والولائية)، كذلك غموض المعيار المعتمد في تحديد سقف نفقات الحملة الانتخابية³.

الفرع الثالث: تسديد تعويض نفقات الحملة الانتخابية

1 غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 18.

2 غواس حسينة، مرجع سابق، ص 623.

3 قنينة سالم و أنسيغة فيصل، مرجع سابق، ص 955.

لقد نظم المشرع الجزائري عملية التعويض الجزافي لنفقات الحملة الانتخابية في الحالة التي يلتزم فيها المترشح بتقديم تقرير حساب الحملة المعد والمختوم من طرف محاسب خبير أو محافظ حسابات الذي يثبت عدم تجاوز الحد الأقصى للنفقات المقررة للحملة الانتخابية¹.

إن التعويض الذي من المزمع الحصول عليه لا يمكن أن يكون إلا من خلال تقديم حساب من طرف المترشحين يعد من طرف جهات خاصة وفق إجراءات حددها القانون، فبعد نهاية الانتخابات وإعلان النتائج النهائية تضمن الدولة تسديد تعويض جزافي جزئي لنفقات الحملة الانتخابية سواء لانتخابات رئيس الجمهورية أو بالنسبة للانتخابات التشريعية²، وهذا التعويض لا يمس كل المترشحين بل فئة معينة منهم وهي التي تحصلت على نسبة معينة، ويتم هذا التعويض وفق ما بينه مفصلا قانون الانتخابات والتنظيم الخاص بتمويل الحملات الانتخابية، ومن أجل تبيان أحكام تسديد هذا التعويض سواء الشروط أو النسب فإن الأمر سيتم من خلال التطرق إلى تسديد نفقات الحملات الانتخابية الرئاسية والانتخابات التشريعية.

أولاً: بالنسبة لتسديد نفقات الحملات الانتخابية الرئاسية

وبالرجوع إلى الأمر 01/21 المتعلق بالانتخابات فقد خول لكل مترشح للانتخابات الرئاسية تعويض جزافي قدره عشرة في المائة (10%) في حدود النفقات المدفوعة فعلا. عندما يحرز المترشح للانتخابات الرئاسية على نسبة تفوق عشرة في المائة (10%) ونقل عن عشرين في المائة (20%) من الأصوات المعبر عنها أو تساويها، يرفع هذا التعويض إلى عشرين في المائة (20%) من النفقات المدفوعة فعلا وضمن الحد الأقصى المرخص به.

1 عباسي سهام، ضمانات وآليات حماية حق الترشح في المواثيق الدولية والمنظومة التشريعية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة، 2014/2013، ص 156-157.

2 غيتاوي عبد القادر، مرجع سابق، ص 21.

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 الانتخابية¹.

وهو ما أقره المجلس الدستوري في الانتخابات الرئاسية الأخيرة لسنة 2019، بمنح تعويض (30%) للمترشح عبد المجيد تبون بعد تحصله في الدور الأول لانتخاب رئيس الجمهورية على نسبة 58.13%، وهي نسبة تفوق (20%) من الأصوات المعبر عنها².

ساوى المشرع الجزائري بين جميع المترشحين في الحصول على تعويض جزافي لا يتجاوز نسبة عشرين في المائة (20%) في حدود النفقات الحقيقية للمترشحين دون تحديد نسبة معينة من الأصوات المعبر عنها بالنسبة للانتخابات الرئاسية³.

ثانيا: بالنسبة لتسديد نفقات الحملات الانتخابية التشريعية

على غرار المترشحين للرئاسيات، فإنه يمكن للمترشحين للانتخابات التشريعية الحصول على نسبة من تعويض حسابات نفقاتهم خلال الحملة الانتخابية، فحسب المادة 95 من الأمر 01/21 يمكن لقوائم الانتخابات التي أحرزت عشرين في المائة (20%) على الأقل من الأصوات المعبر عنها، أن تحصل على تعويض بنسبة عشرين في المائة (20%) من النفقات المدفوعة فعلا ضمن الحد الأقصى المرخص به، ويدفع هذا التعويض إلى الحزب السياسي الذي أودع المترشح تحت رعايته أو إلى قائمة المترشحين الأحرار.

لا يتم التعويض إلا بعد إعلان المحكمة الدستورية النتائج النهائية واعتماد الحسابات من طرف لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية.

1 المادة 93 من الأمر 01/21.

2 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1023.

3 بولقواس يسرى و بولقواس سارة، مرجع سابق، ص 53.

لم يقر المشرع الجزائري للمترشح في الانتخابات المحلية بالحق في التعويض عن نفقات الحملة الانتخابية، كما أنه لم يحدد الحد الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية بالنسبة للانتخابات المحلية، باعتبار أن التعويض متعلق باحترام الحد الأقصى للنفقات، وهذا الإهمال يفتح مجالاً واسعاً للفساد والإخلال بنزاهة الانتخابات ومبدأ المساواة بين المترشحين فيما يتعلق بالتمويل العمومي للحملة الانتخابية، ومما سبق يمكن القول بأنه يمكن للمترشح أو القائمة الاستفادة من التمويل العمومي في حال احترامه الحد الأقصى المقرر قانوناً للنفقات وحصوله على النسبة المعينة من الأصوات المعبر عنها والتزامه بإعداد حساب الحملة وفقاً للآجال القانونية المحددة والإجراءات¹.

نلاحظ أن التشريع الجزائري أقر بالتعويض بالنسبة للمترشحين في الانتخابات الرئاسية والتشريعية، في حين أغفل ذكر التعويض عن نفقات الحملة الانتخابية بالنسبة للمترشحين في الانتخابات المحلية وهذا ما يُخل بمبدأ المساواة بين المترشحين².

المبحث الثاني: الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية

لأول مرة تسند رقابة حساب الحملة الانتخابية في الجزائر إلى جهاز مستقل، وقد تأثر المشرع الجزائري في ذلك بفرنسا³.

يُنظر من عملية الإشراف والمراقبة على الحملة الانتخابية تجسيد المبادئ الأساسية التي تقوم عليها، وعلى رأسها مبدأ المساواة الذي يتضمن إعطاء جميع المرشحين فرصاً متماثلة بشكل يمكن كل منهم من الانتفاع بالإمكانيات التي بين يديه والتمتع بالتسهيلات نفسها التي تقدمها الدولة، والعمل على كفاءة تكافؤ الفرص في استخدام وسائل الإعلام من جانب

1 بولقواس يسرى و سارة، مرجع سابق، ص 53-54.

2 عرافة زوييدة، ضوابط تمويل الحملة الانتخابية، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، جامعة بشار، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2021، ص 111.

3 أونيسي ليندة، مرجع سابق، ص 407.

المرشحين والأحزاب بشكل يحول دون محاباة أو تمييز طرف عن آخر بسبب القدرة المالية أو التأييد الحكومي، زيادة على ضمان حياد الإدارة وصحة الوسائل المستعملة¹.

يراقب تمويل الحملة الانتخابية لجنة تنشأ على مستوى اللجنة المستقلة للانتخابات تدعى لجنة المراقبة، توكل لها مهمة مراقبة مصادر تمويل الحملة الانتخابية²، وتدعيما للضوابط والأحكام القانونية التي تبين كيفية تمويل الحملات الانتخابية من خلال مصادرها وضوابطها والتي تم التطرق إليها في المبحث الأول من هذا الفصل، استحدثت المشرع الجزائري لأول مرة جهاز مكلف بمراقبة صحة تمويل الحملة الانتخابية، وهو مكسب جديد من شأنه أن يدعم الهدف الذي من أجله أسست السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات والذي يتجلى في ضمان نزاهة وشفافية العملية الانتخابية برمتها³.

وسنعالج في هذا المبحث تشكيل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في المطلب الأول، والجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية وتمويلها في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تشكيل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية

إن أفضل الأنظمة القانونية هي تلك التي تحرص على تنظيم و تقنين تمويل الحملات الانتخابية، وتضمن حسن سيرها مع التركيز على عملية تنفيذ التشريعات التي تهدف إلى الحد من تأثير النفوذ والأموال وجمعها وإنفاقها على العملية والحملة الانتخابية، ويعد الجانب المالي عاملا جوهريا ومسألة بالغة الأهمية في الانتخابات حيث يمكنه أن يؤثر مباشرة على النتائج النهائية⁴، وإرساء للديمقراطية وإعادة الثقة للمواطن في مؤسسات الدولة ورغبة من المشرع في تحييد المال الفاسد وفصله عن السياسة، تم استحداث لجنة مراقبة تمويل الحملة

1 محروق أحمد، الإشراف القضائي على الانتخابات النيابية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة بسكرة، 2014/2015، ص 114

2 عرافة زوييدة، مرجع سابق، ص 111.

3 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1026.

4 بعبع إلهام، آليات الرقابة على العملية الانتخابية وتمويلها قراءة في الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات، مجلة السياسة العالمية، جامعة امحمد بوقرة بومرداس، المجلد 5، العدد 3، 2021، ص 569.

الانتخابية¹، الأمر الذي سيمكن من وضع تمويل الحملة الانتخابية تحت مجهر السلطة التي تسهر على إبعاد المال المشبوه من العملية الانتخابية²، لأن إنشاء هذه اللجنة من شأنه حماية استقلالية قرار المترشحين عن رجال المال عند وصولهم إلى المجالس المنتخبة أو رئاسة الجمهورية، حيث سنتعرض في هذا المطلب إلى الأعضاء المكونين للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية وعملها والطعن في قراراتها وعلاقتها بالسلطة المستقلة للانتخابات.

أولاً: أعضاء لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية

يتم إنشاء لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية لدى السلطة المستقلة لمراقبة الانتخابات، فحسب نص المادة 115 من الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات فإنه: " تنشأ لدى السلطة المستقلة لجنة مراقب تمويل الحملة الانتخابية.

تتشكل اللجنة من:

- قاض تعيينه المحكمة العليا من بين قضااتها، رئيساً،
- قاض يعينه مجلس الدولة من بين قضااته،
- قاض يعينه مجلس المحاسبة من بين قضااته المستشارين،
- ممثل عن السلطة العليا للشفافية والوقاية من الفساد ومكافحته،
- ممثل عن وزارة المالية.

تُعَدُّ اللجنة نظامها الداخلي وتصادق عليه".

وتبدو أن هاته التشكيلة منسجمة مع الصلاحيات المسندة لها، بحيث تشمل ممثلاً من أعلى درجة في القضاء العادي المتمثل في المحكمة العليا مع إسناد الرئاسة له، لأنها الجهاز القضائي الأقدم على مستوى أعلى الهرم القضائي في الدولة، وكذا ممثلاً عن أعلى هيئة في

1 غواس حسينة، مرجع سابق، ص 624.

2 أونيسي ليندة، مرجع سابق، ص 407.

القضاء الإداري وهو مجلس الدولة، باعتباره درجة ثانية للتقاضي في المنازعة الانتخابية، "وفي هذه الفترة، تكون أحكام المحاكم الإدارية قابلة للاستئناف أمام مجلس الدولة"¹.

بالإضافة إلى إشراك مجلس المحاسبة بصفته هيئة من هيئات القضاء الإداري الخاصة (القضاء المالي)، يمارس رقابة مالية بعدية على مختلف الهيئات والمؤسسات العمومية، لمعالجة الأخطاء وتداولها وتصحيحها وتحميل المسؤولية الخاضعة لهاته الرقابة، ولا تبدأ إلا بعد انقضاء السنة المالية².

كما تم إشراك السلطة العليا للشفافية والوقاية من الفساد ومكافحته للاستفادة من خبراتها في هذا المجال خاصة بعد ترقيتها وذلك من خلال التخلي عن مصطلح الهيئة الوطنية واستبداله بمصطلح السلطة العليا وبالتالي رفع المؤسس الدستوري رتبة هذه المؤسسة الرقابية ورفاها إلى وصف السلطات المنصوص عليها في الدستور ليصبح لها دور رقابي منتج وفعال على غرار باقي سلطات الدولة وليس مجرد دور استشاري³، مع منحها استقلالية وصلاحيات واسعة في التعديل الدستوري لسنة 2020، حسب ما جاء في نص المادتين 204 و205 من التعديل الدستوري لسنة 2020، بالإضافة إلى أنه أدرج ضمن التشكيلة ممثل عن وزارة المالية وهو أمر إيجابي، لتفعيل دور وزارة المالية للوقوف في وجه التمويل الأجنبي.

وما يلاحظ في هذه التشكيلة أنها متنوعة ضمت القضاة بالنظر لخبرتهم في مجال المنازعات، إلى جانب تمتعهم بالحياد المطلوب لهذه المهمة، بالإضافة إلى ذوي الاختصاص المالي المجسد في ممثل وزارة المالية وإشراك ممثل عن السلطة العليا للشفافية والوقاية من

1 الفقرة 2 من المادة 314 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

2 عزة عبد العزيز، اختصاص مجلس المحاسبة في ممارسة رقابة الانضباط في مجال تسيير الميزانية والمالية في الجزائر، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عنابة، عدد 32، 2012، ص 155.

3 عميري أحمد، أخلفة الحياة العامة وتعزيز مبادئ الشفافية طبقا للتعديل الدستوري 2020 السلطة العليا للشفافية والوقاية من الفساد ومكافحته نموذجا، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2021،

الفساد ومكافحته، غير أن هذا التنوع قد لا يفي بالغرض نظرا للعدد المحدود لهذه الأخيرة والذي يجب إعادة النظر فيه¹.

وعلى الرغم من أهمية التنوع في تشكيلة اللجنة كما هو موضح سابقا، إلا أنه كان يفضل أن تكون العضوية متعددة لكل فئة من الفئات الممثلة بلجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، فبدلا من أن يكون هناك ممثل واحد يصبح ثلاثة أعضاء، لتسهيل العمل والتحكم في الوقت خاصة إذا تعلق الأمر بالانتخابات التشريعية أو الانتخابات المحلية أين يكون عدد المترشحين بالآلاف، وبالتالي من الصعب لهذه اللجنة المكونة من خمسة أعضاء البتة في الكم الهائل من الملفات المودعة لديها. أما بالنسبة لطبيعتها القانونية فاللجنة ذات صبغة إدارية لا قضائية، رغم أن رئيسها قاضي ومن بين أعضائها قضاة كذلك، وهو ما أكده المجلس الدستوري الفرنسي حينما اعتبر لجنة تمويل الحملة الانتخابية هيئة إدارية حتى ولو يدخل في تشكيلها عناصر قضائية².

أما عن طريقة عمل اللجنة فتتولى مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، بعد قيام محافظ الحسابات بإيداع حساب الحملة، وبناء على هذا الإيداع يمكن أن يستفيد المترشح أو قائمة المترشحين من تعويض لنفقات حملتهم الانتخابية، فقد نصت المادة 116 من الأمر 01/21 على أنه: " يتم إيداع حساب الحملة الانتخابية لدى لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في أجل شهرين (2)، ابتداء من تاريخ إعلان النتائج النهائية. وبانقضاء هذا الأجل، لا يمكن المترشح أو قائمة المترشحين الاستفادة من تعويض نفقات حملتهم الانتخابية".

كما لا يجوز تقديم حساب الحملة الانتخابية عندما يكون في حالة عجز، وفي حالة العجز، يتعين تصفية الحساب وقت إيداعه، وعند الاقتضاء بمساهمة من المترشح³.

تقوم لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية بمراجعة صحة ومصداقية العمليات المقيدة في حساب الحملة الانتخابية، والتي تصدر قرارها وجاهيا تصادق بموجبه على الحساب أو

1 أونيسي ليندة، مرجع سابق، ص 407.

2 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1027.

3 المادة 117 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

تقوم بتعديله أو رفضه، في أجل ستة أشهر، وبانقضاء هذا الأجل يعد الحساب مصادقا عليه¹.

إن الحث على رفع التقارير والكشف عن المعلومات التي تتعلق بتمويل الحملة الانتخابية، من شأنه ضمان مساءلة المترشحين و الأحزاب السياسية أمام هيئة الإشراف على تمويل الحملة الانتخابية، لكن ما تجدر الإشارة إليه هو ضرورة أن يفصل القانون ويحدد بوضوح المعلومات التي يجب أن تتضمنها التقارير، والأجل القانوني لإرسالها، وأن تتسم بالشفافية، وما شد انتباهنا في المادة هو عدم النص على وجوب إعلام المواطنين، فالرقابة القانونية و حدها لا تكفي مالم تدعم بالرقابة الشعبية ، والتي تعد من أهم ما طالب به الحراك الشعبي، فلا يوجد ما يمنع من الإدلاء بالمعلومات التي تخص تمويل الحملة الانتخابية، حيث يكفل إعلام المواطنين بالجهات التي قدمت الدعم المالي للمترشحين والأحزاب في بلورة الوعي و المساعدة على اتخاذ قرارات أكثر وعيا واقتناعا².

كما لا يجوز للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية منح تعويض عن نفقات الحملة الانتخابية في حالة:

-عدم إيداع حساب الحملة الانتخابية.

-إيداع حساب الحملة خارج الآجال (شهرين حسب المادة 116 سابقة الذكر).

-رفض الحساب.

-تجاوز الحد الأقصى المرخص به للنفقات الانتخابية.

وفي حالة تجاوز الحد الأقصى المرخص به للنفقات الانتخابية، تحدد اللجنة بموجب

قرار وجاهي مبلغ التجاوز الذي يجب على المترشح دفعه للخزينة العمومية³.

1 المادة 118 من المصدر نفسه.

2 بعبع إلهام، مرجع سابق، ص 574.

3 المادة 119 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

كما تملك اللجنة سلطة تحديد مبلغ يعادل المبلغ الذي تجاوز فيه المرشح سقف الإنفاق المسموح به بموجب قرار وجاهي، وتأمّر بدفع هذه القيمة لصالح الخزينة العمومية كعقوبة، ولها أن تقرر دفع فائض الموارد المسجلة في حساب الحملة أي المداخيل التي لم تنفق أثناء الحملة والتي يكون مصدرها الهبات فقط، إلى الخزينة العمومية ضمن الشروط التي يحددها التنظيم¹.

بالرغم كل الصلاحيات الممنوحة للجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، إلا أن المشرع ومن أجل ضمان أقصى درجات الشفافية قد عاد وأجاز إمكانية الطعن في قراراتها أمام المحكمة الدستورية في أجل أقصاه شهر كامل يحتسب ابتداء من تاريخ تبليغها، على أن تعويض أموال الحملة الانتخابية ستكون عن طريق المحكمة الدستورية التي استحدثت بموجب التعديل الدستوري الأخير²، حسب ما جاء في نص المادة 121 من الأمر 01/21 والتي جاء فيها: " يمكن الطعن في قرارات لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية، أمام المحكمة الدستورية في أجل شهر من تاريخ تبليغها".

ويحدد النظام الداخلي للمحكمة الدستورية المنصوص عليه بموجب الدستور، وكذا النظام المحدد لقواعد عملها، مجموع المتعلقة بكيفيات التصدي للطعن والفصل فيه وتبليغه وتنفيذه³.

مع العلم أن النص الأصلي كان يمنح صلاحية النظر في الطعن على قرارات اللجنة إلى السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، إلا أن تدخل المجلس الدستوري في معرض رقابته القبلية على دستورية النص باعتباره قانون عضوي، قرر أن النظر في الطعن الموجه ضد قرار لجنة المراقبة على تمويل الحملة الانتخابية يكون أمام المحكمة الدستورية، على أساس

1 المادة 120 من المصدر نفسه.

2 بعبع إلهام، مرجع سابق، ص 574.

3 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1030.

أن اللجنة تابعة للسلطة المستقلة للانتخابات، ولا يستقيم أن تكون السلطة خصما وقاضيا في نفس الوقت¹.

وحسنا ما فعله المشرع عندما سمح بإمكانية الطعن في قرارات لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية خلافا لما كان عليه الوضع في القانون العضوي السابق 16/ 10، والذي كان قد خول للمجلس الدستوري وحده صلاحية النظر في حسابات الحملة الانتخابية بقرارات نهائية حيث أنه لم يترك أدنى مجال للمترشحين بعد ذلك للطعن في قراراته².

وحسب الكاتب فإنه كان من الأفضل إسناد اختصاص النظر في قرارات اللجنة إلى مجلس الدولة باعتباره هيئة ذات طابع إداري وما يتخذه من أعمال قانونية يندرج ضمن القرارات الإدارية هذا من جهة، وتوحيد الجهة الفاصلة في الطعون الانتخابية من جهة أخرى³.

لكن يمكن أن يعاب على المحكمة الدستورية ذلك أن أعضاء المحكمة الدستورية حسب تعديل 2020 مختصين في القانون دون الجانب المحاسبي لذلك كان على المشرع السماح بالطعن أمام مجلس المحاسبة لاعتباره مختص في الجانب المالي⁴.

ثانيا: علاقة لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية بالسلطة المستقلة.

بالرجوع إلى نص المادة 115 المتعلق بإنشاء هذه اللجنة، نجد أن المشرع قد نص صراحة على أن هذه اللجنة تابعة للسلطة المستقلة لمراقبة الانتخابات، حيث نجد أن السلطة المستقلة للانتخابات لها الاختصاص الشامل والكمي للعملية الانتخابية، وذلك من خلال

1 القرار رقم 16/ق.م د / 21 المؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021، المتعلق بمراقبة دستورية الأمر المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 17، الصادرة بتاريخ 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021.

2 المادة 196 من الأمر 10/16 المؤرخ في 8 ذو القعدة عام 1437 الموافق ل 11 أوت سنة 2016، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 50، الصادرة بتاريخ الأحد 25 ذو القعدة عام 1437 الموافق ل 82 أوت سنة 2016، (ملغى).

3 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1030.

4 ساسوي عز الدين و لعزيري حمزة، الرقابة القانونية على نفقات الحملة الانتخابية، مذكرة لنيل ماستر أكاديمي، تخصص قانون إداري، جامعة المسيلة، 2022/2021، ص 57.

الحرص والسهرة على التحضير والتنظيم والتسيير والإشراف على مختلف العمليات الانتخابية المتمثلة في الانتخابات الرئاسية والتشريعية والمحلية والاستفتاء¹.

يُفهم من ذلك أن استحداث لجنة مراقبة تمويل الحملات الانتخابية هو بهدف تخفيف الأعباء الملقاة على أعضاء السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، خاصة وأن مراقبة التمويل عملية تقنية تحتاج لمتخصصين للقيام بها، مع العلم أنه تم تنصيب هذه اللجنة حديثاً قبل موعد إجراء الانتخابات التشريعية السابقة والزمن كفيلاً بتبيان مدى نجاعتها في التصدي للمال الفاسد وضمان شفافية عملية تمويل الحملات².

يمكننا اعتبار أن السلطة المستقلة للانتخابات هي الكل أو المجموع وأن لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية جزء منها أي تندرج تحت سقف السلطة المستقلة للانتخابات، لكن الملاحظ هنا أن المشرع في الأمر 01/ 21 لم يوضح طبيعة العلاقة القائمة بين السلطة المستقلة ولجنة المراقبة على تمويل الحملة الانتخابية خاصة من حيث مركزية لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية في إصدار القرارات دون الرجوع إلى السلطة المستقلة للانتخابات ومن حيث إمكانية التدخل في القرارات المتخذة من طرف اللجنة، وحدود صلاحيات كل هيئة، ونحن ننتظر ونتمنى الفصل في هذا التساؤل في التعديلات القادمة.

المطلب الثاني: الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية وتمويلها

تعتبر الحملة الانتخابية من أهم الركائز التي يعتمدها المترشح في جدولته الانتخابية لتعريف المواطنين في مختلف الدوائر به من خلال الحملة التي تقوم أساساً على تعريف المترشح بنفسه وكذلك بمختلف الإنجازات التي يريد أن يجسدها في أرض الواقع، لكن المشرع لم يترك هذه العملية دون أن يضبطها، بل أقر في نصوصه القانونية على الإجراءات التي تُسير الحملة وتنظمها فحدد المدة الزمنية لها وأماكنها ووسائلها كذلك، وكل

1 بن سعيد صبرينة و نويري سامية، السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات وتمييزها عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، المجلد 12، العدد 2، الجزائر، 2020، ص 507.

2 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1027-1028.

ما يتعلق بها من تمويل ومصادره وضوابطه والرقابة عليه¹، كما أدرج المشرع الجزائري الجرائم التي تقام خلال هذه المرحلة سواء من قبل المترشحين أو الأحزاب السياسية، وسنقوم بتوضيح هذه الجرائم من خلال هذا المطلب من خلال التطرق إلى الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية كفرع أول وإلى الجرائم المتعلقة بتمويل الحملة الانتخابية كفرع ثان.

الفرع الأول: الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية

من خلال ما ورد سابقا في هذا البحث ومن خلال استقراءنا للمواد التي يتضمنها القانون العضوي المتعلق بالانتخابات الأمر 01/21 يمكننا تقديم الجرائم المتعلقة بالحملة الانتخابية كالتالي: جريمة الإخلال بالمدة الزمنية للحملة الانتخابية أولا، تليها جريمة عدم الالتزام بأماكن الحملة الانتخابية ووسائلها ثانيا، لتأتي بعدها جريمة استعمال اللغات الأجنبية والاستعمال السيئ لرموز الدولة ثالثا، ثم رابعا جريمة الرشوة ومخالفة موضوع الحملة الانتخابية.

أولا: جريمة الإخلال بالمدة الزمنية للحملة الانتخابية

تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل ثلاثة وعشرين (23) يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين (2) من تاريخ الاقتراع، وفي حالة إجراء دور ثان للاقتراع، فإن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون للدور الثاني تفتح قبل اثني عشر (12) يوما من تاريخ الاقتراع، وتنتهي قبل يومين (2) من تاريخ الاقتراع².

ولا يمكن لأي كان مهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان، أن يقوم بالحملة الانتخابية خارج هذه الفترة المذكورة سابقا أعلاه³.

1 ساسوي عز الدين و لعزيري حمزة، مرجع سابق، ص 33.

2 المادة 73 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

3 المادة 74 من المصدر نفسه.

حيث نلاحظ أن المشرع قد خصص عقوبة وجزاء كل من أخل بهاتين المادتين، ففي نفس الأمر نجد أنه قال: " يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 400.000 دج، المترشح أو الحزب الذي يخالف أحكام المادة 74 من هذا القانون العضوي"¹.

أي أن العقوبة تنطبق على كل من قام بالحملة الانتخابية خارج آجالها مهما تكن مكانته أو صفته وبأي وسيلة كانت، فلا يمكن لأي أحد القيام بأي فعل أو نشاط ذو طابع ترويجي لصورة حزب أو شخص قبل الأجل أو بعده.

كذلك يعاقب بالحبس من عشرة (10) أيام إلى شهرين (2) وبغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج وبحرمانه من حق التصويت والترشح لمدة ست (6) سنوات، كل مترشح يقوم يوم التصويت بتوزيع أي وثيقة ذات صلة بالحملة الانتخابية بنفسه أو بواسطة الغير أو بتكليف منه².

ثانيا: جريمة عدم الالتزام بأماكن الحملة الانتخابية ووسائلها.

حدد المشرع في المادة 82 من القانون العضوي الحالي المتعلق بالانتخابات الأماكن المخصصة للحملة الانتخابية أو الندوات أو بوضع الإعلانات أو النشرات، وهذه الأماكن تكون موزعة بين المترشحين بالتساوي مراعيًا في ذلك المساواة بين المترشحين، ومنع أي شكل آخر للإشهار خارج المساحة المخصصة لهذا الغرض.

منع المشرع استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة لشخص معنوي خاص أو عمومي أو مؤسسة أو هيئة عمومية لأغراض الدعاية الانتخابية، إلا إذا نصت الأحكام التشريعية صراحة على خلاف ذلك³.

1 المادة 303 من الأمر 01/21، مصدر السابق.

2 المادة 291 من المصدر نفسه.

3 المادة 83 من المصدر نفسه.

كما منع أيضا استعمال أماكن العبادة والمؤسسات والإدارات العمومية ومؤسسات التربية والتعليم والتكوين مهما كان نوعها أو انتهاؤها، لأغراض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال¹.

حيث يعاقب القانون بـ: الحبس من سنتين (2) إلى خمس (5) سنوات وبغرامة من 50.000 دج إلى 200.000 دج، كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها أعلاه².

فكل من قام باستعمال أملاك ووسائل الإدارة أو الأملاك العمومية لفائدة حزب أو مترشح أو قائمة مترشحين، فإنه يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات، وبغرامة من 6.000 دج إلى 60.000 دج³.

فكل من قام باستعمال وسيلة نقل أو أي وسيلة أخرى تابعة لشخص معنوي عمومي أو خاص أو مؤسسة أو هيئة عمومية لأجل الحملة الانتخابية، وكل من قام كذلك باستعمال المساجد أو الزوايا أو أماكن العبادة بصفة عامة، أو الابتدائيات أو المتوسطات أو كل مؤسسات التربية لأجل الحملة الانتخابية، فإنه بذلك يعرض نفسه للعقوبة المذكورة أعلاه.

ويعاقب كذلك كل من قام بوضع ملصقات خارج الأماكن المخصصة لذلك، و/أو خارج فترة الحملة الانتخابية، أو قام عمدا بالاعتداء على الملصقات المتضمنة معلومات وبيانات وصور المترشحين المنشورة في الأماكن المخصصة لها، بغرامة من 20.000 دج إلى 50.000 دج⁴.

ثالثا: جريمة استعمال اللغات الأجنبية والاستعمال السيئ لرموز الدولة

نصت المادة 76 من القانون العضوي المتعلق بالانتخابات على منع استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية.

1 المادة 84 من المصدر السابق.

2 المادة 305 من المصدر نفسه.

3 المادة 289 من المصدر نفسه.

4 المادة 290 من المصدر نفسه.

كما يحظر كذلك الاستعمال السيئ لرموز الدولة¹.

حيث يعاقب بغرامة من 400.000 دج إلى 800.000 دج، وبحرمانه من حق التصويت وحق الترشح لمدة خمس (5) سنوات على الأكثر، كل من يخالف أحكام المادة 76 من هذا القانون العضوي².

كما يعاقب بالحبس من خمس (5) سنوات إلى عشر (10) سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج، كل من يقوم بمخالفة أحكام المادة 86 من هذا القانون، أي كل من يقوم بالاستعمال السيئ لرموز الدولة³.

نلاحظ أن المشرع شدد في العقوبة المقررة على كل مرتكب لهذه الجريمة كون أن السيادة الوطنية فوق كل اعتبار وكل إذلال أو إهانة لها معناه إهانة الدولة والشعب الجزائري كاملاً.

رابعاً: جريمة الرشوة ومخالفة موضوع الحملة الانتخابية

يعاقب بالحبس من سنتين (2) إلى عشر (10) سنوات وبغرامة من 200.000 دج إلى 1.000.000 دج، كل من قدم هبات، نقداً أو عينا، أو وعد بتقديمها، وكذلك كل من وعد بوظائف عمومية أو خاصة، أو مزايا أخرى خاصة، قصد التأثير على ناخب أو عدة ناخبين عند قيامهم بالتصويت، وكل من حصل أو حاول الحصول على أصواتهم، سواء مباشرة أو بواسطة الغير، وكل من حمل أو حاول أن يحمل ناخباً أو عدة ناخبين على الامتناع عن التصويت بنفس الوسائل. وتطبق نفس العقوبات على كل من قبل أو طلب نفس الهبات أو الوعود. غير أنه يعفى من هذه العقوبة، كل من ارتكب أو شارك في الأفعال المنصوص عليها في هذه المادة، الذي يقوم قبل مباشرة إجراءات المتابعة بإبلاغ السلطات

1 المادة 86 من المصدر السابق.

2 المادة 304 من المصدر نفسه.

3 المادة 307 من المصدر نفسه.

الإدارية أو القضائية بها. وتخضع العقوبة إلى النصف إذا تم تبليغ السلطات المعنية بعد مباشرة إجراءات المتابعة¹.

كما يجب على كل مترشح أن يتمتع عن أية حركة أو موقف أو عمل أو سلوك عنيف، غير مشروع أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي، وأن يسهر على حسن سير الحملة الانتخابية².

حيث يعاقب بالحبس من خمسة (5) أيام إلى ستة (6) أشهر وبغرامة من 6.000 دج إلى 60.000 دج، كل من يخالف الأحكام المنصوص عليها في المادة 85 من هذا القانون العضوي³.

ويعاقب بغرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج، كل من قام بإشهار تجاري لأغراض دعائية خلال فترة الحملة الانتخابية⁴.

كما أنه يعاقب كل شخص يشارك في الحملة الانتخابية ويستعمل خطاب الكراهية أو كل شكل من أشكال التمييز وفقا لأحكام المواد من 30 إلى 42 من القانون رقم 05/20 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق ل 28 أبريل سنة 2020 والمتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتهم⁵.

الفرع الثاني: الجرائم المتعلقة بتمويل الحملة الانتخابية

ومن خلال استقراءنا للمواد الخاصة باللجنة لم نجد نصا يمنحها صلاحية إخطار السلطة القضائية مباشرة، حول التجاوزات التي يمكن أن تكتشفها في معرض رقابتها على حسابات الحملة والتي يمن أن تشكل جرائم والتي خصص لها المشرع الباب الثامن في قانون

1 المادة 300 من المصدر نفسه.

2 المادة 85 من المصدر السابق.

3 المادة 306 من المصدر نفسه.

4 المادة 292 من المصدر نفسه.

5 المادة 293 من المصدر نفسه.

الانتخابات الحالي، خاصة الجرائم التي لها علاقة بتمويل الحملات الانتخابية¹، وهي على قسمين: جريمة الحصول على تمويل مخالف للقانون أولاً، ثم ثانياً جريمة مخالفة الأحكام المتعلقة بحساب الحملة الانتخابية.

أولاً: جريمة الحصول على تمويل مخالف للقانون

كما أشرنا إليه سابقاً عند الحديث عن مصادر التمويل، نجد أن المادة 87 قد حددت تلك المصادر على سبيل الحصر، وبالتالي يدخل في خانة الجرائم الانتخابية المعاقب عليها الحصول على تمويل مخالف لأحكام هذا القانون².

وعليه نجد أن المشرع قد حظر صراحة على الأحزاب والمرشحين الحصول على أي تمويل أجنبي أو مخالف للقانون مهما كان شكله، فبغض النظر عن أحكام القانون المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، وأحكام قانون العقوبات، يعاقب بالحبس من سنة (1) إلى خمس سنوات وبغرامة من 40.000 دج إلى 200.000 دج كل من قام بتمويل أو استفاد من تمويل مخالف لأحكام المحددة في هذا القانون العضوي³.

وعليه من خلال أحكام هذا القانون يمكن تحديد أين تظهر صور مخالفة التمويل القانوني:

- تلقي المترشح تمويلاً أجنبياً مهما كان نوعه من شخص طبيعي أو معنوي، أو دولة أجنبية، فهذا الأمر مخالف لأحكام هذا القانون بنص المادة 88 التي تمنعه منعاً مطلقاً، غير أن أحكام المادة 90 تجيز تلقي التمويل من الجزائريين المقيمين بالخارج بالنسبة للمترشحين في هذه الدوائر خارج الوطن، في حدود مراعاة الحد الأقصى للهبات.

1 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1029.

2 كسال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 571.

3 المادة 288 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

- يدخل في إطار التمويل الممنوع تدخل المؤسسات والشركات في تمويل المترشحين، ذلك أن المادة 87 حصرت تقديم الهبات فقط في الأشخاص الطبيعية دون المعنوية.

- يدخل في إطار الجرائم الانتخابية المتعلقة بمخالفة أحكام القانون تجاوز الحد الأقصى المقرر للحملة الانتخابية، باعتبار أن المادة 92 المتعلقة بنفقات الحملة الانتخابية الرئاسية والمادة 94 حددت نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة انتخابية، وتجاوز ذلك يدخل في نطاق مخالفة أحكام قانون الانتخابات فيما يتعلق بالتمويل والانفاق¹.

ثانيا: جريمة مخالفة الأحكام المتعلقة بحساب الحملة الانتخابية

مسك حساب الحملة الانتخابية أحد الإجراءات الأساسية التي ألزمها المشرع وأوجبها على أي مترشح للانتخابات الرئاسية أو التشريعية فتحه ومسكه، يبين هذا الحساب كما رأينا سابقا مجموع الأموال والهبات والمساعدات التي تلقاها المترشح من الدولة، كما يبين الحساب جميع الإيرادات حسب مصدرها وجميع النفقات المرتبطة بالحملة الانتخابية حسب طبيعتها التي تم تنفيذها². وفتح هذا الحساب هو مما يعزز من قواعد الشفافية، ويعزز الثقة في العملية الانتخابية، من خلال معرفة مصدر الأموال وتتبعها تطبيقا للنصوص القانونية. وهذا الحساب يقدم في الأخير إلى لجنة مراقبة الحسابات من قبل محافظ الحسابات، أين يقوم بوضع هذا الحساب قيد الفحص بعد مراقبته الوثائق الثبوتية.

يقدم حساب الحملة الانتخابية إلى لجنة مراقبة تمويل حسابات الحملة الانتخابية من قبل محافظ الحسابات الذي يقوم بوضع هذا الحساب قيد الفحص بعد مراقبته الوثائق الثبوتية. لا يكون تقديم الحساب بواسطة محافظ الحسابات إجباريا، عندما لا يتحصل المترشح أو قائمة المترشحين على هبات من الأشخاص الطبيعية أو إعانات من الدولة³.

1 كسال عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 571.

2 المادة 102 والمادة 108 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

3 المادة 110 من المصدر نفسه.

إن مهمة رقابة لجنة تمويل الحملات الانتخابية تنصب على الحسابات التي يتم إيداعها من قبل المترشحين في الآجال التي حددها القانون خاصة بالنسبة للحالة التي يكون فيها إيداع الحساب إجبارياً¹.

يعاقب بغرامة من 400.000 دج إلى 800.000 دج، وبالحرمان من حق الانتخاب وحق الترشح لمدة لا تتجاوز خمس (5) سنوات، كل مترشح أو قائمة مترشحين في حالة عدم تقديم حساب الحملة الانتخابية أو قدم وتم رفضه من قبل لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية².

1 فاضل إلهام، مرجع سابق، ص 1029.

2 المادة 311 من الأمر 01/21، مصدر سابق.

ملخص الفصل الثاني

من خلال ما سبق يتضح أن التمويل هو كل عملية إنفاق تهدف إلى التسويق أو الترويج لمترشح أو لكيان سياسي ما في الانتخابات، وقد يكون الإنفاق مالا أو غيره، وتتنوع مصادر هذا التمويل حسب القانون العضوي للانتخابات ساري المفعول من خلال التطرق إلى مساهمة الأحزاب السياسية نفسها المتكونة من اشتراكات أعضائها والمداخيل الناتجة عن نشاطه، وكذلك المساهمة الشخصية للمترشح، والهبات النقدية والعينية المقدمة من طرف أشخاص طبيعيين أو المساعدات المحتملة من طرف الدولة للشباب، وكذلك منع التمويل الأجنبي.

ثم تطرقنا بعد ذلك إلى الضوابط التي تحكم تمويل الحملة الانتخابية والمتمثلة في التزامات المترشحين في الحملة الانتخابية من فتح حساب بنكي وحيد للحملة الانتخابية ومسك له وتعيين أمين مالي لها، وكذلك ضبط حدود نفقات الحملة الانتخابية وتعويض الدولة لنفقات الحملة الانتخابية الرئاسية والتشريعية كذلك.

أما ما يخص الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية فقد أشرنا إلى وجود السلطة المستقلة للانتخابات التي أعطت مهمة الرقابة للجنة جديدة وهي لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية وتشكيلتها كذلك مهامها وعلاقتها بالسلطة المستقلة للانتخابات، ثم بعد ذلك تطرقنا إلى الأفعال المجرمة المتعلقة بتمويل الحملة الانتخابية في هذا القانون العضوي وما ينجم عنها من عقوبات وإجراءات جزائية.

الخاتمة

خلصت الدراسة في الخاتمة لتسجيل مجموعة من النتائج يمكن إيرادها كالتالي:

- الحملة الانتخابية حق مكفول ومضمون لجميع المترشحين والأحزاب السياسية فلا بد من تنظيم وضبط لهذا الحق، لذا جاء الأمر 01/21 للتحكم في هذا الحق والفصل فيه، فقد جاء هذا الأمر بجملة من القواعد القانونية التي تضمن السير الحسن للعملية الانتخابية عامة والحملة الانتخابية خاصة.
 - عمد المشرع إلى وضع إطار زمني ومكاني محدد للحملة الانتخابية، وعين الوسائل المتاحة والمسموح استعمالها واستخدامها أثناء الدعاية الانتخابية، هذا كله تطبيقاً لمبادئ الحملة الانتخابية وتكريساً لمبدأ المساواة.
 - نظم المشرع لتمويل الحملة الانتخابية من حيث المصادر، وتحديد سقف الإنفاق كذلك، وضبط عملية التعويض، وكذلك فرض على الحملة عدة ضوابط وقيود تساهم في عملية التنظيم، فأى تجاوز لحدود تلك الضوابط أو القيود تصبح أفعالاً مجرمة.
 - أدرجها المشرع مجموعة من العقوبات والجزاءات في الأمر رقم 01-21 كجزاء للإخلال بضوابط الحملة الانتخابية، بل وخصص لها باباً كاملاً، حيث نص المشرع على بعض العقوبات للحد من بعض التجاوزات في مجال التمويل كونها تؤثر على السير الحسن للحملة الانتخابية وتُخل بمبدأ تكافؤ الفرص وتصبح تحت سيطرة رجال الأموال حيث يتم تسيير المترشحين حسب سياساتهم وخططهم.
 - تعمل السلطة المستقلة للانتخابات وتسهر على تطبيق الأمر رقم 01-21، من خلال الرقابة التي تمارسها على الحملة الانتخابية، وذلك باستحداث لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية لأول مرة وإسنادها مهمة الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية.
- ومن خلال النتائج السابقة يمكن تسجيل بعض الملاحظات على القانون العضوي الجديد وجب استدراكها، وهي:

- لم يتطرق المشرع إلى إجراءات الرقابة على تمويل الانتخابات المحلية، رغم أن لها إمكانية الاستفادة من الدولة، وهذا ما يفتح مجالاً واسعاً لتفشي الفساد وانتشاره، فعلى المشرع إعادة تنظيم تمويل الحملات الانتخابية المحلية لتعزيز شفافيتها ومصداقيتها.
- لم يتطرق المشرع إلى كيفية استخلاف الأمين المالي للحملة الانتخابية في حالة حدوث أي مانع له.
- تعد مهمة لجنة مراقبة تمويل الحملة الانتخابية مهمة صعبة وكبيرة تتطلب جهوداً كبيرة، حيث أن 05 أشخاص لا يمكنهم إتمام المهمة بأكمل وجه أو بصعوبة وضغط كبيرين، فيمكن للمشرع أن يضيف خبراء ومختصين لأعضاء لجنة مراقبة التمويل وخاصة في جانب المحاسبة والتدقيق، أو بإضافة مساعدين للأعضاء الستة كل حسب مجاله.
- اكتفى المشرع بتحديد سقف الإنفاق فقط دون أن يضع سقفاً للتمويل الخاص، كذلك حصر إيداع حسابات الحملة الانتخابية على كل مترشح تلقى هبات ومساعدات من الدولة فقط دون غيرهم، فعلى المشرع أن يجعل الالتزام بإيداع حساب الحملة الانتخابية إجبارياً لكل المترشحين، حتى يتسنى للجنة مراقبة تمويل الحملات الانتخابية متابعة القيد المتعلق بالحد الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أ: قائمة المصادر:

1. التعديل الدستوري لسنة 2022م، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 22-430 المؤرخ في 12 جمادى الأولى عام 1444 الموافق ل 6 ديسمبر سنة 2022، يحدد كيفيات انتداب القضاة التابعين لقطاع العدالة لدى الجهات القضائية العسكرية وكذا الحقوق والواجبات المطبقة عليهم، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 82، الصادرة بتاريخ 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق ل 30 ديسمبر سنة 2020.
2. القانون العضوي رقم 04/12، المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق ل 12 جانفي 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، الصادر عن الجريدة الرسمية، عدد 2، الصادرة في الأحد 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 جانفي سنة 2012.
3. القانون رقم 28/89، مؤرخ في 3 جمادى الثانية عام 1410 الموافق ل 31 ديسمبر سنة 1989 المتعلق بالاجتماعات والمظاهرات العمومية المعدل والمتمم بالقانون رقم 19/91 المؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1412 الموافق ل 2 ديسمبر سنة 1991، الصادر عن الجريدة الرسمية، عدد 62، الصادرة بتاريخ 27 جمادى الأولى عام 1412 الموافق ل 4 ديسمبر سنة 1991.
4. القانون رقم 01/06، المتعلق بمكافحة الفساد والوقاية منه المؤرخ في 21 محرم عام 1427 الموافق ل 20 فيفري سنة 2006، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 14، الصادرة بتاريخ 8 صفر عام 1427 الموافق ل 6 مارس سنة 2006.
5. القانون رقم 05/20 المؤرخ في 5 رمضان عام 1441 الموافق ل 28 أبريل سنة 2020، المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 25، الصادرة بتاريخ 6 رمضان عام 1441 الموافق ل 29 أبريل سنة 2020.
6. الأمر رقم 04/12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية، الصادر في الجريدة

- الرسمية، العدد 02، الصادرة في الأحد 21 صفر عام 1433 الموافق ل 15 يناير سنة 2012.
7. الأمر 10/16 المؤرخ في 8 ذو القعدة عام 1437 الموافق ل 11 أوت سنة 2016، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 50، الصادرة بتاريخ الأحد 25 ذو القعدة عام 1437 الموافق ل 82 أوت سنة 2016، (ملغى).
8. الأمر 01/21، المؤرخ في 6 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بالانتخابات الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 17، المؤرخ في الإربعاء 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021.
9. المرسوم التنفيذي 188/21 المؤرخ في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021 والذي يحدد شروط إعداد الوصل المسلم للواهب من طرف الأمين المالي للحملة الانتخابية واستعماله، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة بتاريخ 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021، ص 18.
10. المرسوم التنفيذي 190/21، المؤرخ في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021، المحدد لكيفيات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار، الجريدة الرسمية عدد 33، الصادرة في 23 رمضان عام 1442 الموافق ل 5 ماي سنة 2021.
11. القرار رقم 16/ق.م.د / 21 المؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021، المتعلق بمراقبة دستورية الأمر المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 17، الصادرة بتاريخ 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021.
12. التعليم رقم 5 الصادرة عن السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات والموجهة إلى المندوبين الولائيين والولاة لتبليغ المسؤولين المحليين الإداريين المختصين، بموجب

الإرسال رقم 09/ السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات /الرئيس/ 2019، بتاريخ 16 نوفمبر 2019.

ب: قائمة المراجع:

• الكتب

1. ألان وول وأندرو إليس وآخرون، أشكال الإدارة الانتخابية دليل المؤسسة الدولية للديموقراطية والانتخابات، المؤسسة الدولية للديموقراطية والانتخابات، 2007.
2. البدر اوي حسن، الأحزاب السياسية والحريات العامة دراسة تأصيلية مقارنة في إجراءات تكوين حرية النشاط الحزبي -حق التداول على السلطة-، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2000.
3. السيد عليوة، تخطيط وإدارة الحملة الانتخابية دليل المرشح الناجح إلى البرلمان، مركز القرار للاستشارات، القاهرة، مصر، 2000.
4. الشاوي منذر، الاقتراع السياسي، منشورات العدالة، العراق، 2001.
5. بالة عبد العالي، شرح قانون الانتخابات 2021، النشر الجامعي الجديد، الجزائر، 2021.
6. بن صغير زكرياء، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
7. بوكرا إدريس، نظام انتخاب رئيس الجمهورية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
8. عبد المومن عبد الوهاب، النظام الانتخابي في الجزائر مقارنة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام الانتخابي الجزائري، دار الألفية، الجزائر، 2011.
9. محمد العمارات فارس، إدارة الحملات الانتخابية، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2021.
10. محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك إلى الفوز في الانتخابات، المجلد 1، الطبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007.

11. مظلوم العبدلي سعد، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الطبعة الأولى، دار دجلة، عمان، 2009.
12. سعودي نسيم، سلطات المجلس الدستوري في الرقابة على الانتخابات دراسة نظرية وتطبيقية، دار هوم، الجزائر، 2018.
13. ساميه محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1995.
- الرسائل الجامعية
14. أحمد صالح أحمد العميسي، النظام القانوني للمشاركة السياسية من خلال الانتخابات العامة في اليمن والجزائر دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2012/2011.
15. بنيني أحمد، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2006/2005.
16. بو طرفاس محمد، الحملات الانتخابية-دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011/2010.
17. بليل نونة، ضمانات حرية ونزاهة الانتخابات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الدستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2019/2018.
18. ساسوي عز الدين ولعزيري حمزة، الرقابة القانونية على نفقات الحملة الانتخابية، مذكرة لنيل ماستر أكاديمي، تخصص قانون إداري، جامعة المسيلة، 2022/2021.
19. عباسي سهام، ضمانات وآليات حماية حق الترشح في المواثيق الدولية والمنظومة التشريعية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة، 2014/2013.

20. فاطمة بن سنوسي، المنازعات الانتخابية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجزائر 1، السنة الجامعية 2012/2011.
21. قبيلي لخضر، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في القانون الإداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة ورقلة، السنة الجامعية 2014/2013.
22. لعبادي سماعين، المنازعات الانتخابية، دراسة مقارنة لتجربتي الجزائر وفرنسا في الانتخابات الرئاسية والتشريعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة بسكرة، السنة الجامعية 2013/2012.
23. لوراري رشيد، الإطار القانوني للأحزاب السياسية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014/2013.
24. محروق أحمد، الإشراف القضائي على الانتخابات النيابية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون دستوري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة بسكرة، 2015/2014.
- المقالات العلمية
25. أونيسي ليندة، التنظيم القانوني للحملة الانتخابية في الجزائر دراسة في ظل احكام الأمر 01/21 المتعلق بالانتخابات، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، المجلد 8، العدد 1، 2022.
26. الزاوي محمد الطيب و قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، دفا تر السياسة والقانون، قسم العلوم السياسية، جامعة ورقلة، 2011.

27. بعبع إلهام، آليات الرقابة على العملية الانتخابية وتمويلها قراءة في الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات، مجلة السياسة العالمية، جامعة امحمد بوقرة بومرداس، المجلد 5، العدد 3، 2021.
28. بن سعيد صبرينة و نويري سامية، السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات وتمييزها عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، المجلد 12، العدد 2، الجزائر، 2020.
29. بولقواس ابتسام، ضمانات الحياد في إدارة العملية الانتخابية-دراسة تحليلية لأحكام القانون العضوي 10/16، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة خنشلة، عدد 9، 2018.
30. بولقواس سارة و بولقواس يسرى، التنظيم القانوني لتمويل الحملة الانتخابية في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس بريكة، العدد 4، الجزائر، 2019.
31. خنتاش عبد الحق، المسؤولية الجزائية عن جرائم الحملة الانتخابية في التشريع الانتخابي الجزائري، المجلة النقدية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج.
32. رقيق ياسين، الرقابة على سير الحملة الانتخابية ومضمونها في التشريع الجزائري، مجلة صوت القانون، جامعة محمد الجيلالي بونعامة عين الدفلى، المجلد 8، العدد 2، 2022.
33. صعب ناجي عبود ورشا شاكر حامد، تمويل حملة الدعاية الانتخابية، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، جامعة القادسية كلية القانون، العراق، المجلد 11، العدد 2، 2020.
34. عرافة زوييدة، ضوابط تمويل الحملة الانتخابية، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، جامعة بشار، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2021.

35. عزة عبد العزيز، اختصاص مجلس المحاسبة في ممارسة رقابة الانضباط في مجال تسيير الميزانية والمالية في الجزائر، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عنابة، عدد 32، 2012.
36. عميري أحمد، أخلقة الحياة العامة وتعزيز مبادئ الشفافية طبقا للتعديل الدستوري 2020 السلطة العليا للشفافية والوقاية من الفساد ومكافحته نموذجا، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2021.
37. غواس حسينة، تمويل الحملات الانتخابية في ظل الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة 20 أوت سكيكدة، المجلد 33، عدد 3، 2022.
38. غيتاوي عبد القادر، النظام القانوني لتنظيم الحملات الانتخابية دراسة مقارنة، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 32، الجزء الأول، 2018.
39. فاضل أمال، التمويل العمومي للحملات الانتخابية كآلية لتجاوز إشكالية المال الفاسد في الجزائر، المجلة الجزائرية للسياسة العامة، العدد 12، جامعة الجزائر 3، 2017.
40. فاضل إلهام، مستجدات الرقابة على تمويل الحملة الانتخابية في قانون الانتخابات 01/21، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 5، العدد 1، جامعة قالمة مخبر الدراسات القانونية البيئية، 2022.
41. قارة تركي إلهام، أخلقة تمويل الحملات الانتخابية وأثره في الوقاية من الفساد الانتخابي في التشريع الجزائري دراسة تحليلية، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة بسكرة، المجلد 14، العدد 29، 2022.
42. قنينة سالم وأنسيغة فيصل، ضوابط الحملة الانتخابية في التشريع الجزائري: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، المجلد 13، العدد 1، 2021.

43. كسال عبد الوهاب، التمويل الانتخابي في ظل أحكام الأمر 01/21 المتضمن القانون العضوي للانتخابات في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة سطيف، المجلد 15، العدد 1، 2022.
44. لعروسي أحمد وبن مهرة نسيم، الضمانات القانونية لمبدأ المساواة أثناء الحملة الانتخابية، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيسمسيلت، عدد 4، 2017.
45. مزياني فريدة، الرقابة على العملية الانتخابية، مجلة الفكر، جامعة بسكرة، العدد 5، 2007.
46. يعيش تمام شوقي، الضمانات القانونية لنزاهة الحملة الانتخابية في ضوء القانون الانتخابي الجزائري 07/97-دراسة مقارنة-، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد الثاني، 2013.
47. يعيش تمام شوقي و صافي حمزة، ضوابط الرقابة على الحملة الانتخابية في الأنظمة المغربية دراسة مقارنة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، مجلد 12، عدد 3، 2020.
48. حاجة عبد العالي، تشديد الرقابة على الحملة الانتخابية كآلية للحد من المال الفاسد وتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص بين المترشحين، مداخلة منشورة ضمن أعمال الملتقى الدولي حول الإشراف والرقابة على الانتخابات في الدول المغربية يومي 07 و 08 أبريل 2021، بجامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.

فهرس المحتويات

المُلخَص

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التطرق لمرحلة الحملة الانتخابية التي تندرج ضمن مراحل العملية الانتخابية، والتي أصبح لها دورا جوهريا في الوقت الحاضر، وخاصة مع تطور التكنولوجيا واتخاذ طرق وأشكال حديثة وابتكار سبل جديدة للدعاية الانتخابية، الأمر الذي يسهل للمترشح توصيل فكرته وبرامجه للناخبين وضم أكبر عدد منهم لصالحه.

حيث نجد أن المشرع الجزائري قد تدخل ونظم هذه المرحلة من خلال القانون العضوي المتعلق بالانتخابات الأمر 01/21، الذي جاء بمجموعة من القواعد والقوانين التي تحكم سير هذه المرحلة، من خلال ضبطه لتمويل الحملة الانتخابية وتعيين مصادره، والحملة الانتخابية نفسها من حيث مبادئها وضوابطها وكذا وسائلها، وكذلك مراقبة التمويل، كما سن عقوبات على كل من يخالف أحكام هذا القانون العضوي.

الكلمات المفتاحية: الحملة الانتخابية — العملية الانتخابية — تمويل الحملة الانتخابية — مراقبة التمويل.

This study aims to address the stage of the electoral campaign, which falls within the stages of the electoral process, and which has become an essential role at the present time, especially with the development of technology, the adoption of modern methods and forms, and the innovation of new ways of electoral advertising, which facilitates the candidate to communicate his idea and programs to the voters and include the largest number of them. in his favour.

Where we find that the Algerian legislator has intervened and organized this stage through the organic law related to the elections, Order 21/01, which came with a set of rules and laws that govern the conduct of this stage, by controlling the financing of the electoral campaign and designating its sources, and the electoral campaign itself in terms of its principles and controls, as well as And its means, as well as monitoring financing, and enacting penalties for anyone who violates the provisions of this organic law.

Keywords: electoral campaign, electoral process, financing the electoral campaign, funding control.