

الضمانات القانونية لنزاهة الحملة الانتخابية في ضوء القانون
الانتخابي الجزائري 07/97 - دراسة مقارنة -

يعيش تمام شوقي

أستاذ مساعدة صنف " أ "

جامعة محمد خيضر بسكرة

تعتبر الحملة الانتخابية من أهم العناصر المكونة للعملية الانتخابية لكونها وسيلة فعالة لمعرفة شخصية المترشح ، وبرنامج الذي يشرحه مباشرة أمام الشعب⁽¹⁾ ذلك أن قواعد اللعبة الانتخابية تقضي بأن الناخب لا يمكنه أن يعطي صوته لشخص لا يعرفه ، ومن ناحية أخرى يلاحظ أن فرص المرشح في النجاح تزداد بزيادة المعلومات التي يعرفها الناخبون عنه، لذلك تضع التشريعات العديد من الضمانات التي تكفل تحقيق المساواة بين المرشحين في عملية الدعاية السياسية ، من حيث تساوي المرشحين في اسخدام الوسائل التقليدية للحملة الانتخابية وكذا من حيث تساوي المرشحين في الوصول إلى وسائل الإعلام المسموعة، والمرئية والمكتوبة. وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التركيز على أهم مفاصل الحملة الانتخابية والضوابط المتطلبة لصحتها ونزاهتها في ضوء ما أقره التشريع الجزائري رقم 07/97 الذي هو محور ونقطة ارتكاز الموضوع ، وتبعا لذلك نثير السؤال التالي :

هل وفق المشرع الانتخابي الجزائري من خلال القانون 07/97 في تكريس ضمانات تكفل صحة الحملة الانتخابية؟

سنترج في الاجابة على السؤال المطروح من خلال الخطة التالية

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للحملة الانتخابية

لقد تم الاعتناء بوضع مبادئ للحملة الانتخابية من شأنها أن تكفل سلامة إجراءاتها بما يضيفي جدية ، ونزاهة العملية الانتخابية ، والإحاطة بمفهوم الحملة الانتخابية تقتضي من دون الشك الوقوف عند تعريفها وبيان خصائصها والمبادئ التي تحكمها، فهذه المقدمات تعتبر ضرورية لفهم الإطار القانوني للحملة الانتخابية.

المطلب الأول: مدلول الحملة الانتخابية

يتطلب تحديد مدلول الحملة الانتخابية التعرض إلى تعريفها ثم بيان خصائصها وصولاً عند تحديد أنواع الحملات الانتخابية

الفرع الأول: تعريف الحملة الانتخابية

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، والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف، والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثلها (2)

الفرع الثاني : خصائص الحملة الانتخابية

تتميز الحملة الانتخابية بمجموعة من الخصائص المهمة نلخصها تباعاً:
- الحملة الانتخابية ذات أهداف سياسية: و تدور هذه الأهداف حول الفوز في الانتخابات عن طريق تحقيق نسبة الفوز المطلوبة حسب ما تقتضيه الدساتير والقوانين، لذلك نجد أن الأهداف فيها تتجه إلى الحصول على نسبة كبيرة من أصوات الناخبين، 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، و هذا يعد نوعاً آخر من الحملات الانتخابية.

- الحملة الانتخابية تستخدم كافة وسائل الاتصال: حيث تعتمد هذه الوسائل على وسائل الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي معاً، فكلاهما يدعم الآخر ويسانده.

- الحملة الانتخابية تتميز بكثافة التغطية: وهي عبارة عن الجهود المكثفة والمستمرة في عملية الدعاية لمدة زمنية محددة ، مع استخدام كافة الأساليب والوسائل للوصول إلى الهدف.

- الحملة الانتخابية تتميز بالتنظيم: وهذا يعني حضور التخطيط في العمل الدعائي كي يرسم طريق العمل المؤدي إلى الهدف ، ويلزم التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط الدعائي ، وإمكانية رسم إستراتيجية دعائية سليمة ، وأن تتعلق هذه البيانات على سبيل المثال بالجمهور، وفنائه المختلفة وتقسيماته، ونوع الأفكار السائدة فيه ، والمستوى التعليمي والثقافي والتركيب الاجتماعي والحضاري والسيكولوجي⁽³⁾

الفرع الثالث : أنواع الحملات الانتخابية

تقسم الحملات الانتخابية تبعا لعدة معايير، إلا أن المعيار الأكثر انتشارا هو الذي يستند إلى تقسيمها على أساس وسائل الاتصال، وبناءا عليه يمكن تقسيم الحملة الانتخابية إلى:

حملات الاتصال المباشر: وهذا النوع يتواصل في الدائرة الانتخابية من خلال برامج الاتصال المباشر التي تعمل على خلق علاقات ودية بين المرشحين والناخبين ، و بناء أواصر الثقة والعلاقات المتميزة بين المرشح والمواطن في دائرته الانتخابية ، وعلى هذا الأساس تستخدم أشكال اتصالية عديدة كالأحاديث الشخصية ، واللقاءات المباشرة ، والمقابلات ، والندوات والمؤتمرات ، والاحتفالات والولائم ، وأيضا من خلال تقديم الخدمات المباشرة للناخبين ، ومن خلال التبرعات للمحتاجين وبناء المدارس مثلا وإنشاء المشروعات⁽²⁾

الحملات الإعلامية: يعتمد هذا النوع من الحملات على التركيز على استخدام وسائل الاتصال العامة للوصول إلى الناخبين، وتتضمن إعداد وتصميم وتنفيذ

المطبوعات الإعلامية كالنشرات والملصقات، وإعداد وتنفيذ الأخبار، والبيانات والتصريحات الصحفية، وبرامج استخدام وسائل الاتصال الجماهيري والصحافة والإذاعة والتلفزيون.

الحملة الإلكترونية: وفيها يتم توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في دعم العملية الانتخابية للمرشح ، من خلال إنشاء مواقع الكترونية للدعاية الانتخابية للمرشح ، ومن خلال قوائم البريد الالكترونية التي تلعب دورا كبيرا في إيصال رسالة المرشح للناخبين⁽⁴⁾

المطلب الثاني : المبادئ التي تحكم سير إجراءات الحملة الانتخابية

لنجاح الحملة الانتخابية لا بد من توافر مجموعة من المبادئ الأساسية، وهذه المبادئ تترجم في شكل نصوص قانونية ، حيث تدور بين احترام مبدأ المساواة (أولا)، وتجسيد مبدأ حياد الإدارة (ثانيا)، واشتراط صحة الوسائل المستخدمة في الحملة الانتخابية(ثالثا)، فضلا عن احترام المدة المقررة لها (رابعا)

الفرع الأول: مبدأ المساواة

يقصد بمبدأ المساواة في مجال الحملة الانتخابية أن تكون الوسائل المتاحة متعادلة للجميع، مما يتطلب ضرورة إحداث توازن بين المرشحين في استخدامهم لوسائل الدعاية المسموح بها والمساواة في الإعلان، وعرض الملصقات بغض النظر عن مقدرتهم المالية⁽⁵⁾

الفرع الثاني: مبدأ حياد الإدارة

يتطلب نجاح الحملة الانتخابية وتحقيقها لأهداف مشروعة، أن تتسم الإدارة المشرفة على تنظيم الانتخاب وإدارة مراحله بالحياد ، وقد نص المشرع الدستوري الجزائري على هذا المبدأ بموجب المادة 23 من الدستور ، حيث تقضي أن عدم تحيز الإدارة يضمنه القانون، وهو ما يفرض على الإدارة التعامل بالعدل مع كافة المتنافسين في كل الانتخابات المحلية، والتشريعية والرئاسية ، ويظل من أهم واجباتها ضمان تساوي الفرص بين جميع المرشحين خلال مرحلة الحملة الانتخابية، فلا تميل لأحدهم على حساب الآخر⁽⁶⁾، وقد أقر المشرع الجزائري كذلك دور اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات في ضمان أكبر قدر ممكن من الحياد خلال الحملة الانتخابية .

إن تحقيق مبدأ الحياد يعد أمر صوري من الناحية العملية فقد دلت التجارب الانتخابية في الجزائر والعديد من الدول على خرقه ، ومن صور هذا الخرق لجوء الحكومة إلى الدعاية لأنصارها ومرشحيها ومحاباتهم ، وعقد الاجتماعات العديدة لصالحهم ، وعلى العكس من هذا تقوم بمصادرة منشورات خصومها السياسيين ، وتمنع اجتماعاتهم لأعداء مختلفة ، وملفقة بل قد تحبسهم أو تحبس أنصارهم بحجة مخالفة التعليمات المتعلقة بالحملة الانتخابية⁽⁷⁾

الفرع الثالث: صحة الوسائل المستعملة في الحملة الانتخابية

يسمح المشرع للأحزاب السياسية ، والمرشحين 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 مشروعة، كونها تعتمد على المكر والخداع أو أنها تعمل على تزييف إرادة الناخبين للنيل من

سمعة ونزاهة المرشح ، بإطلاق دعاية مثيرة ، أو إشاعات كاذبة عن تصريحات المرشحين المتنافسين، يكون من شأنها التأثير على موضوعية ونزاهة الحملة الانتخابية (8)

الفرع الرابع : احترام المدة المقررة للحملة الانتخابية

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 اشرفوا على إجراءات إيداع الترشيح ، يبدأ بواحد و عشرون يوما (21) قبل تاريخ الاقتراع ، وينتهي بيومين قبل الاقتراع، وفي حالة وجود دور ثان فإن الحملة الانتخابية تفتح بـ 12 يوما قبل تاريخ الاقتراع ، وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع ولا يمكن إجراء الحملة خارج هذه الفترة (9)

المبحث الثاني: مجالات الرقابة على استخدام وسائل الحملة الانتخابية

لا شك أن الحملة الانتخابية تدار بواسطة مجموعة من الوسائل الضرورية التي تقتضيها ضرورة تغطية برنامج المرشح والتعريف به ، ويتدخل المشرع بموجب النصوص القانونية ليبين من خلالها الضوابط التي تسمح باستخدام هذه الوسائل ، ودور السلطات الإدارية في توجيهها بما يضمن جدية و نزاهة العملية الانتخابية.

المطلب الأول: الرقابة على استخدام الوسائل التقليدية للحملة الانتخابية

يمكن أن نميز بين كل من عقد الاجتماعات الانتخابية، والمظاهرات العمومية وتعليق الملصقات وتوزيع المناشير

الفرع الأول: عقد الاجتماعات الانتخابية و المظاهرات العمومية

لقد أحال المشرع بموجب المادة 176 من الأمر 07/97، استخدام وسيلة الاجتماعات والمظاهرات العمومية خلال الحملة الانتخابية إلى القانون المتعلق بتنظيم التجمعات والمظاهرات العمومية رقم 19/91 المعدل و المتم للقانون رقم 28/89، والذي ينص على أن التجمع العمومي هو تجمع مؤقت لأشخاص متفق عليه ينظم خارج الطريق العمومي، وفي مكان مغلق بإمكانه استقبال الجمهور قصد تبادل الأفكار، أو الدفاع عن مصالح مشتركة⁽¹⁰⁾ وفي كل الأحوال يتطلب عقد الاجتماع ضرورة الحصول على تصريح يقدم إلى الوالي بالنسبة لبلديات مقر الولايات، أو إلى ممثله المخول قانونا بالنسبة للبلديات الأخرى و يتضمن التصريح مجموعة من المعلومات :

- أسماء منظمي الاجتماع و ألقابهم.
- عناوينهم الشخصية.
- أرقام بطاقات هوياتهم و تاريخ مكان إصدارها.
- هدف الاجتماع و عدد الأشخاص المنتظر حضورهم.
- تاريخ و مكان الاجتماع.
- مدة الاجتماع.

ويتعين أن يسلم لأصحاب التصريح وصل استلام يقدم عند كل طلب من السلطات المختصة، غير أنه يمكن للوالي أن يرفض منح التصريح بعقد الاجتماع، أو منع حصول هذا الاجتماع شرط إبلاغ المنظمين بذلك ، و ذلك في حالة ما إذا تأكد أنه يشكل خطرا حقيقيا على النظام العام ،أو إذا تبين أن موضوع هذا الاجتماع يمثل خطرا على حفظه⁽¹¹⁾ غير أن هذه التبريرات تبقى غامضة نسبيا مما يستوجب على المشرع أن يتدخل ليؤكدها ،وبالنسبة لأماكن عقد هذه الاجتماعات ، فيتم عقدها في قاعات مغلقة وموضوعة مسبقا، ويمكن

عقدها استثنائيا على مستوى المساحات المخصصة للرياضة ، و كذا الأماكن العمومية بالنسبة للبلديات التي تتعدم فيها المنشآت ، وإن تعذر ذلك يتم إجراء القرعة ، ويكون التوزيع على شكل برنامج يحزر بشأنه محضر يوقع من طرف الوالي أو ممثله المخول قانونا، ومن قبل المعنيين بالأمر.

الفرع الثاني: تعليق الملصقات و توزيع المناشير

يقصد بهذه الوسيلة تعليق اللافتات ، والصور الخاصة بإشهار الترشيح ، ومكانها يتحدد في موقع معين من طرف إدارة البلدية تحت إشراف الوالي ورقابته ، هذا المكان تثبت فيه لوحات الإلصاق خلال الحملة الانتخابية للمرشحين، ويشترط القانون أن تكون بعيدة عن مراكز التصويت ، وبالنسبة للدوائر الانتخابية في الخارج فتتولى مصالح المراكز الدبلوماسية و القنصلية تعيين المواقع المخصصة للإلصاق على مستواها⁽¹²⁾ و حرصا من المشرع على احترام الإجراءات الإشهارية نجده قد قرر مجموعة من الضوابط في هذا الصدد حيث يخصص لهذا الإشهار مساحة زمنية تبدأ من الساعة السابعة نهارا إلى الساعة السابعة مساء⁽¹³⁾

أما عن الأماكن المخصصة للتعليق للملصقات فيتحدد العدد الأقصى لها كالتالي :

- 10 أماكن للبلديات التي يساوي عدد سكانها 20.000 ساكن.
- 16 مكان للبلديات التي يبلغ عدد سكانها من 20.001 إلى 40.000 ساكن.
- 24 مكان للبلديات التي يصل عدد سكانها من 40.001 إلى 100.000 ساكن.

- 30 مكان للبلديات التي يصل عدد سكانها من 100.001 إلى 180.000 ساكن.

يضاف إلى هذا العدد مكان واحد لكل 10.000 ساكن بالنسبة للبلديات التي يزيد عدد سكانها عن 180.000 ساكن⁽¹⁴⁾

وتوزع المساحة المخصصة للإصاق على قوائم المرشحين بعدل وعلى قدم المساواة ويتم هذا التوزيع تحت إشراف الوالي ورقابته ، بحيث يحدد ضبط الأماكن المخصصة لكل مترشح أو قائمة مترشحين وتعيينها بقرار من رئيس المجلس الشعبي البلدي قبل ثمانية أيام من تاريخ افتتاح الحملة الانتخابية⁽¹⁵⁾ ، ورغم أهمية هذه الضوابط في تحقيق مبدأ المساواة بين المترشحين ، إلا أن الواقع العملي يؤكد العكس ، حيث أن الإشهار والإصاق يتم في جميع الأماكن والرايات واللافتات تستعمل في كل وقت وحين ، من دون أن تتحرك أية جهة لوضع حد لهذه التصرفات الغير قانونية ، رغم وضوح النصوص القانونية⁽¹⁶⁾

الفرع الثاني: التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية

سنحاول أن نحدد أهمية استخدام وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية (أولا) ، ثم نتطرق بعدها إلى تحديد الأحكام الخاصة بتغطية برنامج المرشح في الإذاعة والتلفزيون والصحف (ثانيا)

الفرع الثالث: أهمية استخدام وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية

تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في سباق المنافسات الانتخابية، حيث من شأنها أن تكشف عن برنامج المرشح ودرجات التفاوت بين المترشح وآخر، ومن جهة أخرى يلاحظ أن الحملة الانتخابية تشكل مدرسة حقيقية لتعليم الديمقراطية، إذ تمكن المناظرات الإعلامية خصوصا التلفزيونية من معرفة الرأي والرأي الآخر، مع احترام اختلاف وجهات النظر بين المترشحين ، على

اعتبار أن الديمقراطية ليست فقط مجتمع الاختلاف بل ضمان الحق في هذا الاختلاف ، كما أن هذه المناظرات تمكن المواطن من الإحاطة بمختلف المشاكل السياسية المطروحة ، ويجسد النظامين السياسيين الأمريكي والفرنسي أفضل نموذج على نجاح هذه المناظرات⁽²⁾

الفرع الرابع: الأحكام المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام لتغطية برنامج المترشح

لعل من الضمانات الجوهرية لجدوى الانتخابات ونزاهتها أن يكون من حق المرشحين أن يتعامل معهم أمام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية بعدالة ، بحيث تخصص مساحات إعلامية للمرشحين توزع عليهم بالتساوي ، ولا تكون الأجهزة الإعلامية كلها لأنواع أو طائفة معينة من المرشحين دون طائفة أخرى، وما دام أن وسائل الإعلام من أخطر وأقوى الوسائل المستخدمة أثناء الحملة الانتخابية ، ينبغي تنظيمها إما على أساس أن تمنع عن بث أي نشاط انتخابي أو حملة دعائية ، وإما أن يفسح المجال أمام كل المرشحين ليدلوا بأحاديث إذاعية أو تلفزيونية وتقديم البرامج الانتخابية ضمن أوقات محددة و بالتساوي فيما بينهم⁽³⁾ ، وبالنسبة للوضع في الجزائر، نجد أن قانون الإعلام رقم 07 /90 ينص بأن الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية شاملة وموضوعية على الوقائع الأخرى ، والآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، وحق المشاركة في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير و الرأي طبقا للمادة 39 ، 36 ، 40 من الدستور⁽¹⁾

واعتبر هذا أساسا، ومنطلقا يبنني عليه فتح الباب أمام المترشحين لبث نشاطاتهم خلال الحملة الانتخابية أمام وسائل الاعلام المرئية والمسموعة ،

حيث يخصص لكل مرشح قسط زمني قدره 3 ساعات ، وذلك للتحدث المباشر الذي يمكن كل مرشح من شرح برنامجه الانتخابي لجمهور الناخبين ، ويتم ذلك على فترات زمنية محددة طبقا للقانون⁽²⁾

هذا ونجد المشرع الفرنسي قد حدد كذلك بموجب المادة 167 من قانون الانتخاب المعدل بالقانون رقم 144 لسنة 1988 و الصادر في 1984/01/14 مدة الإرسال المخصصة للأحزاب السياسية بثلاثة ساعات تقسم بالتساوي بين حزب الأغلبية، والأحزاب الأخرى حيث يحصل كل منهما على ساعة ونصف⁽³⁾

وأما بخصوص تغطية برنامج المترشح في الصحف ، فإن هذه الأخيرة تخصص مساحات للتعريف بشكل مفصل ودقيق ببرنامج كل مرشح على حدا ، ومما يتعين الإشارة إليه في هذا الخصوص أن دور الصحافة المكتوبة يزداد أهمية خلال مرحلة الحملة الانتخابية في كل دولة ، فغالبا ما تستخدم الصحافة المكتوبة كوسيلة للحوارين المعارضة والحكومة ، ففي الكويت مثلا أدى رفع الرقابة على الصحف ، إلى مسارعة كل تجمع سياسي لنشر صفحات كاملة مدفوعة الأجر يعبر فيها عن برنامجه وأفكاره⁽⁴⁾

هذا وتتفق العديد من الأنظمة الانتخابية على عهد مهمة مراقبة وسائل الحملة الانتخابية على وجه صحيح، وبما يحقق المساواة بين المرشحين إلى جهة محايدة، وغالبا ما تكون هذه الجهة ذات طابع إداري ، حيث تتولى مهمة الإشراف على توزيع ومراقبة بث برنامج كل مرشح بما يؤدي إلى تحقيق مبدأ المساواة بين المرشحين، وفي الجزائر أوكلت هذه المهمة إلى اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات والتي ظهرت لأول مرة سنة 1995 *

المطلب الثالث: دور اللجنة الوطنية المستقلة في مراقبة استخدام وسائل الحملة الانتخابية

يقتضي تحديد دور اللجنة الوطنية المستقلة التطرق إلى تشكيلتها ثم تحديد مهامها ووظائفها

الفرع : تشكيل اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات

لقد عرفت الجزائر بالإضافة إلى اللجنة التي ظهرت مع الانتخابات الرئاسية لسنة 1995 تنصيب عدة لجان مستقلة لمراقبة الانتخابات، وذلك بمناسبة إجراء الانتخابات التشريعية والرئاسية⁽¹⁷⁾، وتشترك جميع هذه اللجان في تشكيلتها، مع اختلاف بسيط فيما بينها ويصدد تحديد تشكيلتها هذه اللجان يمكن التمييز بين تشكيلتها على المستوى الوطني ، هذا من جهة وعلى المستوى المحلي من جهة أخرى.

فعلى المستوى الوطني تضم اللجنة في عضويتها بعنوان الأحزاب السياسية (ممثل عن كل حزب)، وبالعنوان المترشحين الأحرار تضم (ممثل عن كل مترشح حر) ، و بعنوان الإدارة (ممثل عن وزارة الداخلية ، ممثل عن وزارة الخارجية ، ممثل عن وزارة العدل ، ممثل واحد عن وزارة الاتصال)، وبالعنوان منظمات حقوق الإنسان تضم (ممثل واحد عن المرصد الوطني لحقوق الإنسان ، ممثل واحد عن الرابطة الجزائرية لحقوق الإنسان) ، وبالعنوان الشخصيات

(ثلاث شخصيات مستقلة) ، وبالنسبة للجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات الرئاسية لسنة 2004، وكذا بالنسبة للجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات التشريعية لسنة 2002، تم استحداث خلية تحتوي على عضوين عن لجنة سياسية ، وعضوين عن لجنة حكومية تعمل على تسهيل العلاقة بين

الجهازين ، أما على المستوى المحلي فيمكن أن نميز بصدده بين تشكيلة اللجنة البلدية التي تضم (ممثل عن الإدارة يعينه الوالي)، واللجنة الولائية التي تضم (ممثل واحد عن كل قائمة ، ممثل واحد عن الإدارة يعينه الوالي).

الفرع الثاني : مهام اللجنة الوطنية المستقلة ونشاطها

تمارس هذه اللجان مجموعة من المهام تنصب أساسا على ضمان حسن سير العملية الانتخابية ، واحترام الناخبين والمرشحين، وهي تعتبر هيئة إعلامية تتولى إخطار كل المؤسسات الرسمية المكلفة بتسيير الانتخابات بكل ملاحظة أو تقصير ، و كذا سلطة التحري والقيام بزيارات ميدانية بغرض الوقوف على مدى مطابقة العملية الانتخابية مع أحكام القانون وإذا كان هذا الاختصاص عام ويشمل مراحل العملية الانتخابية الرئيسية، إلا أن دورها يبرز أكثر في أثناء الحملة الانتخابية ، بحيث ينص القانون على أن تتولى اللجنة الوطنية المستقلة توزيع الحصص بين المترشحين بشكل متساوي ودون تمييز، أو تفضيل مرشح على آخر، كما أنها تتلقى نسخ من الطعون المتحصل عليها من المترشحين طوال مرحلة الحملة الانتخابية، ويمكنها في هذا الإطار أن تقوم بإرسال ملاحظاتها إلى كل مترشح تصدر عنه مبالغات أو تجاوزات أو مخالفات، وتقرر بشأنها أي إجراء تراه مناسبا⁽¹⁾

غير أن الواقع العملي يكشف أن هذه المهام بدأت تنقلص تدريجيا بمناسبة كل اقتراع جديد حيث لا يتعدى دور اللجنة تركية الأعمال التي تمت خلال الحملة الانتخابية

المبحث الثالث: مجالات الرقابة على العنصر المالي في الحملة الانتخابية

يتحلل مفهوم العنصر المالي المرتبط بالحملة الانتخابية إلى مجموع الإيرادات والنفقات التي تتكون منها الحملة الانتخابية ، ويلعب المال دورا هاما

في تحديد درجة الفوز بالانتخابات لكونه يرتبط بالمركز المالي لكل مرشح ، لذلك تتجه الدول إلى تحديد تنظيم مالي لنفقات الدعاية الانتخابية ، خصوصا أن مشكل تمويل الانتخابات يعتبر واحد من المشاكل المهمة التي تواجه العديد من النظم القانونية ، ووجه الخطر في هذه المشكلة يكمن في أنها تهدد المحتوى الديمقراطي لأية انتخابات إذا لم يوجد لها الحل السليم ، ذلك أنه من خلال التمويل يمكن أن يكون لقوة المال سيطرتها بدرجة أو أخرى على العملية التشريعية ، نتيجة لما لهذه القوة من دور في إنجاح هذا العدد أو ذاك من المرشحين (1) ومن هنا تطرح مسألة مدى توفير الضمانات الكافية لتجسيد رقابة فعلية على العنصر المالي خلال فترة الحملة الانتخابية

المطلب الأول: الضوابط القانونية الخاصة بحساب الحملة الانتخابية

سنحاول التطرق إلى إنشاء حساب للحملة الانتخابية ثم نحدد إجراءات إيداع هذا الحساب

الفرع الأول : إنشاء حساب للحملة الانتخابية

تشرط التشريعات الانتخابية ضرورة أن يقوم المرشح بفتح حساب يخص حملته الانتخابية، وفي هذا الإطار نص المشرع الفرنسي على أن كل مرشح ملزم بفتح حساب يبين فيه مجموع الإيرادات المتحصلة وطبيعته، ومجموع النفقات التي تم إنفاقها فعلا خلال الانتخابات، ويتطلب المشرع فضلا عن هذا وجود وثيقة تفصيلية تحتوي على كافة المعلومات التي تمكن كل من اللجنة الوطنية لحسابات الحملة، والجهة الممولة ، وكذلك قاضي الانتخابات من تأدية مهمتهما الرقابية على أكمل وجه ، هذا وقد نص كل من المجلس الدستوري، ومجلس الدولة بأنه لا يعد من قبيل حساب الحملة وثيقة مختصرة لا تشمل إلا على حالات معينة من التبرعات، ولا تتضمن أي إشارة عن النفقات

كما لم يعتبر مجلس الدولة كذلك من قبيل حساب الحملة الانتخابية مجموعة من الأوراق تتضمن كشوف حسابات مسجلا فيها حساب بريدي جاري ، ولا تتضمن أي وثيقة أو مستند لمجموع الإيرادات أو النفقات⁽²⁾

وبخصوص المشرع الجزائري ، نجده قد ألزم كل مرشح لانتخاب رئيس الجمهورية أو انتخاب نائب أن يقوم بإعداد حساب حملة يتضمن مجموع الإيرادات المتحصل عليها، والنفقات التي تمت وذلك حسب مصدرها وطبيعتها⁽³⁾ ، والجدير بالذكر أن المشرع لم يتطرق إلى تحديد مواصفات هذا الحساب و مشتملاته على غرار التشريع الفرنسي.

الفرع الثاني: إيداع حساب الحملة الانتخابية

تجسيدا لمبدأ علانية حساب المرشحين للحملة الانتخابية، نجد أن المشرع الجزائري ألزم كل مرشح أن يقدم حساب حملته الانتخابية خلال الشهرين التاليين لنشر النتائج النهائية لانتخابات المجلس الشعبي الوطني، وثلاثة أشهر لنشر النتائج النهائية لانتخابات رئيس الجمهورية ، ويتضمن الحساب على وجه الخصوص (طبيعة ومصدر الإيرادات مبررة قانونا النفقات مدعمة بوثائق ثبوتية)، بعدها يقدم المحاسب الخبير أو المحاسب المعتمدة تقريرا عن الحساب مختوما، وموقعا منه .

وفي كل الأحوال يتعين على المجلس الدستوري أن يبت في حساب الحملة الانتخابية للمرشحين ، ويبلغ قراره إلى المترشح بالنسبة لانتخاب رئيس الجمهورية ، وترسل حسابات المرشحين المنتخبين في المجلس الشعبي الوطني إلى مكتب هذا الأخير⁽¹⁸⁾

وينبغي أن نشير إلى أن الجزء الطبيعي المترتب على عدم تقديم حساب الحملة الانتخابية في المواعيد المنصوص عليها ، هو فقدان الحق في

الإستراد الجزائري طبقا لما يقرره القانون كما لا يمكن للمرشح أن يسترد كذلك نفقات الحملة الانتخابية متى تم رفض هذا الحساب من طرف المجلس الدستوري⁽¹⁹⁾

المطلب الثاني: الرقابة على إيرادات الحملة الانتخابية

يقتضي تحديد نطاق الرقابة على إيرادات الحملة الانتخابية التطرق إلى مصادر الإيرادات، ثم بيان سقف هذه الإيرادات، وصولا عند تحديد ميعاد وطرق تحصيل هذه الإيرادات

الفرع الأول: مصادر إيرادات الحملة الانتخابية

أقر المشرع الفرنسي بأنه لا يجوز للمرشح أن يتلقى بطريقة مباشرة ، أوغير مباشرة أي مساعدة مالية أو مادية من دولة أجنبية ، أو من أي شخص طبيعي، أو معنوي يتمتع بالجنسية الأجنبية ، بل لا يجوز لأشخاص القانون العام ، وبعض الجهات الخاصة الأخرى مثل ملاهي القمار أن تقدم هبات للمرشحين، وكجزء على مخالفة هذا الحكم قرر المشرع الفرنسي عقوبة الحبس مدة تتراوح بين ثلاثة أشهر وستين وغرامة من 1800 فرنك إلى 30.000 فرنك⁽²⁰⁾

وقد نص المشرع الجزائري بأن تمول الحملة الانتخابية من خلال مجموعة من الموارد صادرة عن مساهمة الأحزاب السياسية ، ومساعدة محتملة من الدول تقدم على أساس الإنصاف إضافة إلى مداخيل المترشح ، وفي المقابل يحضر على كل مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية أن يتلقى بصفة مباشرة ، أوغير مباشرة هبات نقدية أو عينية ، أو أية مساهمة أخرى مهما كان شكلها، من أية دولة أجنبية، أو أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية⁽²¹⁾

الفرع الثاني: سقف الإيرادات

يختلف سقف التبرعات ، أوحدها الأقصى تبعا لمصدرها ، أي بحسب ما إذا كانت مقدمة من أشخاص طبيعيين، أو من أشخاص معنويين ، وقد حدد المشرع الفرنسي بناء على هذا سقف التبرعات المقدمة بواسطة شخص طبيعي لتمويل حملة مرشح، أو عدة مرشحين يخوضون نفس الانتخابات التي تجرى في نفس اليوم، بحيث يجب ألا تزيد عن 30000 فرنك، ولذا فإن المجلس الدستوري قضى برفض حساب حملة مرشح كان قد تلقى أكثر من 30000 فرنك كتبرعات من شخص طبيعي ، وكذلك فإن المبلغ الإجمالي للتبرعات النقدية التي تلقاها مرشح ما لا يجوز أن تزيد عن 20% من مبلغ النفقات المسموح بها، طالما أن هذا المبلغ يوازي أو يزيد عن 100000 فرنك⁽²²⁾

وبخصوص موقف المشرع الجزائري من تحديد سقف الحملة الانتخابية، فلا نعثر له على نص يحدد قيمة الإيرادات التي يتم تحصيلها من طرف المرشحين ، ولم يتسن للمجلس الدستوري كذلك أن يتدخل ليبين موقفه من هذه المسألة ، وعلى هذا الأساس يتعين على المشرع أن يحدد بموجب نص في قانون الانتخابات ، أو في النظام الداخلي المحدد لقواعد مل المجلس الدستوري حدا معيناً من الإيرادات ، أو التبرعات لا يجوز للمرشحين تجاوزها، بما يؤدي إلى ضمان تجسيد مبدأ المساواة بين المرشحين خلال الحملة الانتخابية.

الفرع الثالث: ميعاد وطرق تحصيل الإيرادات

استقر قضاء مجلس الدولة الفرنسي على أنه لا يجوز تلقي تبرعات بعد تحديد ميعاد الانتخابات ، حيث يجب تلقيها قبل انتهاء تاريخ الاقتراع ، بل إن مجلس الدولة الفرنسي قضى بأن يكون هذا التاريخ سابقاً على إيداع حساب الحملة الانتخابية لدى اللجنة الوطنية لحساب الحملة والتمويلات السياسية

طالما أن هذه المبالغ مصدرها حزب سياسي أو جماعة سياسية أو من المرشحين أنفسهم ، وبالنسبة لأسلوب دفع الأموال فإن القضاء لا سيما المجلس الدستوري الفرنسي مستقر على أن أي تبرع يزيد على 1000 فرنك يجب أن يتم دفعه بشيك وليس نقدا وإلا سيترتب عليه رفض حساب الحملة الانتخابية⁽²³⁾. إن مثل هذه الإجراءات والضوابط لا نجدها في القانون الجزائري وهي من دون شك مسائل مهمة تستوجب عناية تشريعية بها.

المطلب الثالث: الرقابة على نفقات الحملة الانتخابية

يقتضي تجسيد أسس الرقابة على نفقات الحملة الانتخابية التعرض إلى تحديد الضوابط التي تحكم النفقات الانتخابية ثم بيان الحد الأقصى للنفقات الانتخابية وأخيرا تحديد ضوابط الإسترداد الجزافي للنفقات الانتخابية

الفرع الأول: الضوابط التي تحكم النفقات الانتخابية

يشمل تحديد الضوابط المتعلقة بالنفقات الانتخابية التطرق إلى ثلاثة عناصر فيها صرف النفقات والجهة المكلفة بالإنفاق، والهدف من النفقة.

- **وقت صرف النفقات الانتخابية:** لم يحدد المشرع الجزائري وقتا محددًا يتم صرف النفقة الانتخابية، فيه بخلاف المشرع الفرنسي الذي أقر بأن تصرف في السنة التي تسبق الشهر الذي تتم خلاله الانتخابات، وبناء عليه فإن كل نفقة تمت قبل أكثر من سنة من موعد الانتخابات لا تعد نفقة انتخابية، وكان مجلس الدولة الفرنسي قد أقر بأنه لا يعد من قبيل النفقات الانتخابية تكلفة إصلاح سيارة أو شاحنة تم استخدامها بواسطة المرشح، أو تكلفة إصلاح سيارة المرشح التي تعرضت للتلف من جراء حادث سير بعد دور الاقتراع الذي تم بعده إقرار الانتخابات.

- **الجهة المكلفة بالإنفاق:** قد يكون مقدموا النفقات أو الممولين لها، إما المرشحين أنفسهم أو أنصارهم على اختلافهم، وبالنسبة للنفقات التي يقوم بها المرشحون فإنها لا تثير أي صعوبة خاصة طالما أنهم يقومون بهذا الإنفاق في أغراض انتخابية، أما ما تعلق بالنفقات التي يقوم بها أنصار المرشحين، فإنها تعتبر هي الأخرى من قبيل النفقات الانتخابية وهو ما استقر عليه قضاء المجلس الدستوري في فرنسا (24)

- **الهدف من الإنفاق:** تهدف النفقة الانتخابية إلى الدعاية والترويج لمرشح ما للعمل على انتخابه أو إعادة انتخابه، ولذلك فإن المجلس الدستوري قضى باعتبار النفقات المتعلقة بإعداد أو تشغيل مقر انتخابي لأحد المرشحين من قبيل النفقات الانتخابية، هذا وقد حرص كل من المجلس الدستوري، ومجلس الدولة على التفرقة بين النفقات بصفة عامة، والنفقات الموجهة للقيام بأعمال تدخل في إطار الإعلام أو نقل المعلومات (25)

الفرع الثاني: الحد الأقصى لنفقات الحملة الانتخابية

لا شك في أن وجود حد أقصى لنفقات الدعاية الانتخابية يساعد على الحد من سباق النفقات، وتحقيق المساواة بين أطراف المنافسة السياسية، وقد أخذ التشريعان الأمريكي والإنجليزي بضابط الحد الأقصى، ثم نهجت فرنسا نفس المسلك، والمشرع الجزائري أقر بأنه لا يجب أن تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية لمرشح الانتخابات الرئاسية 15 مليون دينار في الدور الأول، وهذا المبلغ قابل للارتفاع إلى 20 مليون دينار في الدور الثاني، وبالنسبة للانتخابات التشريعية يجب أن لا تتجاوز نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة حدا أقصاه 150.0000 دج عن كل مترشح (26)، غير أن السؤال الذي يطرح

نفسه هنا: ما تأثير مخالفة الحد الأقصى للنفقات الانتخابية في سلامة الانتخابات ؟

في الواقع لا نعثر على قرار أو نص لدى المشرع الفرنسي، ولا حتى الجزائري، وهذا يعني أنه يجب الرجوع إلى القواعد العامة المطبقة أمام قاضي الانتخاب الذي لا يهتم كثيرا بوجود المخالفة بقدر ما يهتم بتأثير المخالفة في نتيجة الانتخاب (27)

الفرع الثالث: الاسترداد الجزائري لنفقات الحملة الانتخابية

تكمن أهمية الاسترداد الجزائري لنفقات الحملة الانتخابية في أنه يحول دون تعرض الأحزاب السياسية والمرشحين غير القادرين لمخاطر جسيمة ، وذلك بحصولهم على جزء مما أنفقوا تحت طائلة توافر الشروط المنصوص عليها قانونا، وفي هذا الإطار قرر المشرع أنه لكل المترشحين للانتخابات الرئاسية الحق في حدود النفقات الحقيقية في تسديد جزافي قدرة 10% وذلك عندما يحرز المرشحون للانتخابات الرئاسية على نسبة تفوق 10% ، وتقل أو تساوي 20% من الأصوات المعبر عنها، ويرفع هذا التسديد إلى 20% من النفقات الحقيقية، وضمن الحد الأقصى المرخص به ، وعلى أن ترفع نسبة التسديد إلى 30% بالنسبة المترشح الذي تحصل على أكثر من 20% من الأصوات المعبر عنها.

وبخصوص قوائم المترشحين للانتخابات التشريعية فيمكنها الحصول على تسديد بنسبة 25% من النفقات الحقيقية من أحرزت 20% على الأقل من الأصوات المعبر عنها، وكان ذلك ضمن الحد الأقصى من النفقات المرخص به ، وفي جميع الحالات لا يتم تسديد النفقات إلا بعد إعلان المجلس الدستوري لنتائج الانتخاب (28)

الهوامش

- (1) محفوظ لعشب، التجربة الدستورية في الجزائر، المطبعة الحديثة للفنون المطبعية: الجزائر ، 2001 ، ص 75
- (2) محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك إلى الفوز في الانتخابات ، دار الفجر للنشر والتوزيع: مصر، 2007، ص 16
- (3) زكرياء بن صغير ، الحملات الانتخابية ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع: الجزائر ، ط1 ، 2004 ، ص 16 وما بعدها
- (2) محمد منير حجاب، مرجع سابق ، ص 23
- (4) محمد منير حجاب ، مرجع سابق ، ص، 24
- (5) خالد سعد زغلول، (التنظيم القانوني لتمويل الحملة الانتخابية و أثره في سلامتها)، مجلة الحقوق، الكويت، العدد الثالث ، 2004 ، ص 81
- (6) نور الدين فكايير، (المنظومة الانتخابية الجزائرية وحياد الإدارة) ، مجلة النائب ، المجلس الشعبي الوطني، العدد ، ص 23
- (7) محمد رفعت عبد الوهاب، الأنظمة السياسية، منشورات الحلبي الحقوقية: بيروت، 1999.، ص 286
- (8) فريدة مزياي ، الرقابة على العملية الانتخابية، مداخلة أقيمت بمناسبة اليوم الدراسي حول : (واقع وآفاق التنمية السياسية في الجزائر) ، جامعة باتنة ، ديسمبر 2007
- (9) أنظر المادتان 172، 173 من الأمر 07/97 المؤرخ في 06/03/1997 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، ج ر، عدد 12 بتاريخ 06/03/1997.
- (10) أنظر المادة 2 من القانون 19/91 المؤرخ في 02/12/1991 المعدل و المتمم للقانون 28/89 المتضمن قانون الاجتماعات و المظاهرات العمومية، ج ر، عدد 62 ، بتاريخ 04/12/1991، ص 2377
- (11) أنظر المادة 6 من القانون 19/91 المتضمن قانون الاجتماعات و المظاهرات العمومية
- (12) أنظر المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 72/97 المؤرخ في 15/03/1997 المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات، ج ر، عدد 14 بتاريخ 15/03/1997 ، ص 19

- (13) أنظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 72/97، المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات
- (14) أنظر المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 72/97، المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات
- (15) أنظر المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 72/97، المحدد لكيفيات إشهار الترشيحات
- (16) كرازدي الحاج ، **الحماية القانونية للانتخابات**، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم القانونية، جامعة باتنة، كلية الحقوق، 2003، 2004، ص 62
- (2) (المرتكزات السياسية والقانونية لإنجاح العملية الانتخابية)، المجلة المغربية للإدارة المحلية و التنمية ، العدد 96، 2004 ، ص 21
- (3) طوني عطا الله ، تقنيات التزوير الانتخابي و سبل مكافحته، المركز اللبناني للدراسات: بيروت 2005. ، ص 19

- (2) أنظر المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 99 / 304 المؤرخ في 07/08/1995 ، المحدد لشروط إنتاج المؤسستين العموميتين للتلفزيون والبت الإذاعي السمعي البصري ، حصص التحدث المباشر المتعلقة بالحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية وبرمجتها و بثها ج ر ، عدد 58 بتاريخ 8 أوت 1995 ، ص 28
- (3) عبد الله شحاتة الشقاني مبدأ الإشراف القضائي على الاقتراع العام (الانتخابات الرئاسية والتشريعية والمحلية) (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2005. ، ص 143
- (4) أحمد الرشيد ، **المؤسسة التشريعية في العالم العربي** ، بدون دار النشر، بدون مكان النشر، ط1، 1997، ص 366

* ظهرت هذه اللجنة خلال المرحلة الانتقالية و تشكلت بعد الحوار و المشاورات التي جرت بين السيد اليمين زروال والأحزاب السياسية ، والمنظمات والجمعيات ، والشخصيات الوطنية ، وذلك تجسيدا لأهداف أرضية الوفاق الوطني التي حددت أن تجري انتخابات تشريعية ومحلية خلال 3 سنوات بكل شفافية وتحت رقابة الأحزاب والجمعيات وصدرت على إثر هذا أرضية تشكلت بموجبها لجنة وطنية مستقلة لمراقبة الانتخابات الرئاسية بموجب المرسوم الرئاسي المؤرخ في 31 أوت 1995.

(17) أنظر المرسوم الرئاسي رقم 58/97 المؤرخ في 06/03/1997 المتعلق باللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات التشريعية ج ر عدد ، 12 بتاريخ 06/03/1997 ، ص 36 ، والمرسوم الرئاسي رقم 01/99 المؤرخ في 04/01/1999 المتعلق باللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات الرئاسية، ج ر، عدد ، 01 بتاريخ 06/01/1999 ، ص 03، والمرسوم الرئاسي رقم 129/02 المؤرخ في 15/04/2002 الذي يحدث لجنة سياسية وطنية لمراقبة الانتخابات التشريعية ، ج ر ، عدد 26 ، بتاريخ 16/04/2002 ، ص 04 ، والمرسوم الرئاسي رقم 20/04 المؤرخ في 07/02/2004 المحدث للجنة السياسية الوطنية لمراقبة الانتخابات الرئاسية ، ج ر، عدد 08 بتاريخ 08/02/2004، ص 14

(1) ريم سكفالي ، دور اللجان الوطنية لمراقبة الانتخابات انطلاقا من 1997 ومبدأ حياد الإدارة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق ، جامعة الجزائر ، بن عكنون ، 2004 / 2005 ، ص 71

(1) عزة وهبي، السلطة التشريعية في النظام السياسي المصري ، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية : مصر 1993 ، ص 47

(2) عبد الله حنفي ، الرقابة القضائية على تمويل الحملات الانتخابية (دراسة مقارنة) ، دار النهضة العربية: القاهرة، 2001، ص ص 89 ، 90

(3) أنظر المادة 191 من الأمر 07/97 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات

(18) أنظر المادتين 30، 43 من النظام الداخلي المحدد لعمل المجلس الدستوري

(19) أنظر المادة 191 من الأمر 07/97 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات

(20) خالد سعد زغلول، مرجع سابق ، ص 80

(21) أنظر المادة 185، 186 من الأمر 07/97 المتضمن القانون العضوي بنظام الانتخابات

(22) عبد الله حنفي، مرجع سابق ، ص 96

(23) عبد الله حنفي ، مرجع سابق ، ص 98

(24) المرجع نفسه ، ص 100

(25) عبد الله حنفي ، مرجع سابق ، ص 101

(26) أنظر المادتان 187، 189 من الأمر 97 / 07 المتضمن القانون العضوي المتعلق

بنظام الانتخابات

(27) خالد سعد زغلول ، مرجع سابق ، ص 82

(28) أنظر المادتان 188، 190 من الأمر 97 / 07 المتضمن القانون العضوي المتعلق

بنظام الانتخابات