

Legal System for Electoral Campaigns – A Comparative Study

Lecturer Doctor

Sura Harith Abdul Kareem Al Shawi
University of Baghdad - College of Law
sura.h@uobaghdad.edu.iq

Receipt Date: 1/8/2022, Accepted Date: 14/9/2022, Publication Date: 25/12/2022.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abstract

Electoral campaigns are one of the stages of the electoral process, and it means the sum of the activities and activities carried out by the candidate or the political party within a period of time, usually one day or more before the polling date, according to the legislation. To vote for this candidate or party, and this process affects the results of the elections, whether parliamentary or presidential, because it targets the votes that lead the candidate or political party to a boost to the presidency of the state or the legislative authority, so that this right is not abused in promoting political ideas and visions, considering This is one of the branches of freedom of opinion and expression that is guaranteed by most constitutions. To ensure the freedom, integrity and fairness of elections, we find that the Iraqi law, as well as comparative laws, directly subject this process to some restrictions and limitations. This study focuses the light on the electoral campaign, its nature, foundations, objectives, and legal restrictions that apply within its limits, whether they are temporal. Or, spatial, financial and other regulatory restrictions in order to identify the shortcomings in some legislation and propose solutions to address them.

Keywords: Electoral Campaign, Electoral Propaganda, Electoral Campaign Controls, Electoral Crimes, Election Financing.

النظام القانوني للحملات الانتخابية – دراسة مقارنة

مدرس دكتورة

سرى حارث عبد الكريم الشاوي

جامعة بغداد - كلية القانون

sura.h@uobaghdad.edu.iq

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٢/٨/١، تاريخ القبول: ٢٠٢٢/٩/١٤، تاريخ النشر: ٢٠٢٢/١٢/٢٥.

الملخص

تعد الحملات الانتخابية أحد مراحل العملية الانتخابية وهي تعني مجموع الفعاليات والأنشطة التي يقوم بها المرشح أو الحزب السياسي ضمن فترة زمنية وعادة ما تكون سابقة لميعاد الإقتراع بيوم واحد أو أكثر حسب التشريعات يكون الهدف من هذه الفعالية إثارة وجدان الرأي العام واستقطاب آراء الناخبين ودفعهم بوسائل الإعلام المختلفة للتصويت عن هذا المرشح أو ذلك الحزب، وتكون هذه العملية مؤثرة في نتائج الانتخابات سواء كانت نيابية أو رئاسية لأنها تستهدف الأصوات التي توصل المرشح أو الحزب السياسي إلى دفة رئاسة الدولة أو السلطة التشريعية وحتى لا يساء استخدام هذا الحق في الترويج للأفكار والرؤى السياسية باعتبار ذلك أحد فروع حرية الرأي والتعبير التي كفلتها معظم الدساتير ولضمان حرية ونزاهة وعدالة الانتخابات، نجد أن القانون العراقي وكذلك القوانين المقارنة أخضعت مباشرة هذه العملية لبعض القيود والمحددات، هذه الدراسة تركز الضوء على الحملة الانتخابية وطبيعتها وأسسها وأهدافها والقيود القانونية التي تباشر في حدودها سواء كانت زمانية أم مكانية أو مالية وغيرها من القيود التنظيمية بهدف الوقوف على مواطن القصور في بعض التشريعات واقتراح الحلول لمعالجتها.

الكلمات المفتاحية: حملة انتخابية، دعاية انتخابية، ضوابط الحملات الانتخابية، الجرائم الانتخابية، تمويل الانتخابات.

مقدمة Introduction

تضمنت معظم التشريعات الانتخابية أحكاماً خاصة بتنظيم موضوع الحملات الانتخابية بإعتبار هذه الأخيرة أحد المراحل المهمة السابقة على عملية الإقتراع وتكمن خطورة هذه المرحلة كونها موجهة نحو فئة الناخبين لتوجيه أنظارهم وقناعاتهم نحو مرشح أو حزب سياسي من خلال وسائل التأثير والإتصال المتنوعة ومنعاً من خرق مبدأ المساواة في الوصول لأفكار الناخب وبالتالي إستقطاب صوته والتأثير على نتيجة الإنتخابات بطرق غير مشروعة أو بأموال غير مشروعة، درجت معظم هذه التشريعات على وضع ضوابط وقيود زمانية ومكانية ومالية لمباشرة هذه الأنشطة مع وضع جزاءات في حال مخالفتها منها ما يكون ماساً بالحرية ومنها ما يكون مالياً كالغرامات ومنها ما يكون إدارياً كالمنع من الترشيح لمدة معينة .

مشكلة البحث Research Problem

تكمن مشكلة البحث في عدم إحاطة المشرع بكافة الجوانب المطلوب تنظيمها في النصوص التشريعية التي تنظم العملية الانتخابية ومنها مرحلة الحملات الانتخابية ولعل السبب يكمن في طبيعة النظام الإنتخابي الذي إعتده المشرع أو بسبب إغفاله لبعض المبادئ المستقرة في التشريعات المقارنة التي تحكم سير الحملات الانتخابية بسبب حداثة التجربة الانتخابية النيابية في العراق وتأثير المال السياسي غير معلوم المصدر الذي لم يحكم المشرع سيطرته بعد على هذه المصادر منها ما يكون أجنبي ومنها ما يكون متأتياً من بؤر السلطة والنفوذ ورجال المال.

منهجية البحث Research Methodology

تم إعتداد المنهج الإستنتاجي والتحليلي المقارن سواء ما تعلق بالنصوص أو الآراء الفقهية في كل من فرنسا ومصر والعراق .

خطة البحث Research Plan

تم تقسيم البحث إلى مبحثين خصصنا الأول لتناول مفهوم الحملات الانتخابية وقسمناه إلى ثلاث مطالب الأول لتعريف الحملات الانتخابية لغوياً واصطلاحياً وتشريعياً، أما المطلب الثاني فقد تناولنا فيه الأساس القانوني للحملات الانتخابية في فرنسا ومصر والعراق، أما المطلب الثالث فقد تناولنا فيه المبادئ التي تحكم الحملات الانتخابية وتشمل مبدأ المساواة والحيادية ومشروعية الإنفاق الإنتخابي، أما المبحث الثاني فقد خصصناه لمبحث القيود القانونية على الحملات الانتخابية والجزاءات المترتبة عليها وقسمناه إلى ثلاث مطالب، تناولنا في المطلب الاول القيود الزمانية والمكانية وتناولنا في المطلب الثاني القيود المالية وتناولنا في المطلب الثالث الجزاءات المترتبة

على مخالفة القيود القانونية في كل من فرنسا ومصر والعراق وقد اختتمنا البحث بملخص مهمة تضمنت الإستنتاجات وأهم التوصيات .

المبحث الأول

The First Topic

مفهوم الحملات الانتخابية

The Concept of Electoral Campaigns

نظراً لأهمية الحملات الانتخابية في الحياة السياسية كونها أحد مداخل المرشحين السياسيين للولوج إلى الحياة النيابية وممارسة الاختصاص التشريعي باعتبارهم ممثلين عن الناخبين الذين انتخبوهم، ونظراً لكون الحملات الانتخابية لها تأثير معنوي على الرأي العام وإرادة الناخبين في الوصول إلى قناعات بشخصيات سياسية قد يرى الناخب أنها الأجدر أو الأقدر على تمثيلهم تحت قبة البرلمان، ولما لها من دور في تغيير مسار العملية الانتخابية فيما لو تم استخدامها استخداماً قانونياً ومنظماً وفق استراتيجية دعائية مدروسة سنتناول في هذا المبحث تعريف العملية الانتخابية وأساسها القانوني والمبادئ التي يجب مراعاتها لضمان شفافيتها وشرعيتها في المطالب الآتية :

المطلب الأول

The First Requirement

تعريف الحملة الانتخابية

Definition of Electoral Campaigns

لا شك أن الحملة الانتخابية تشير إلى المرحلة السابقة للعملية الانتخابية وهي تمثل الوسيلة الجوهرية للاتصال السياسي، وهي مرحلة سابقة للاقتراع تمثل جهداً سياسياً وإعلامياً وقانونياً ومالياً للمرشح يهدف إلى عرض برنامج سياسي وأفكاره ورؤاه بصورة مدروسة ومخططة بهدف الفوز بأصوات الناخبين ولغرض التعمق في بيان معنى الحملات الانتخابية سنتناول تعريف الحملة الانتخابية من الناحية اللغوية والاصطلاحية والتشريعية في الفروع الآتية :

الفرع الأول

The First Branch

التعريف اللغوي للحملة الانتخابية

Linguistic Definition of the Election Campaign

يشير لفظ (الحملة) إلى حمل الشخص على أمر ما فيقال (حملة على أمر لحملة حملاً أي أغراه به ويقال تحامل في الأمر وبه تكلفة أو مشقة وأعياء وتحامل عليه أي كلفه ما لا يطيق)^(١)، كما تعني الضغط والمشقة والإجهاد ويقال حملت المرأة حملاً أي حبلت وحملت الشجرة حملاً أي أخرجت ثمارها، وبكسر الحاء يعني ما يحمل على الظهر، أما بضم الحاء فتعني (الحملة) الاحمال والارتحال من مكان لآخر^(٢)، في حين ذهب بعض اللغويين إلى أن كلمة الحملة تعني الحروب والغزو والإغارة والهجوم على العدو بالامكانيات المتاحة من بشر وسلاح ومعدات لتحقيق الهدف من الهجوم، فيقال حَمَل عليه حملة، والحملة جمع الحامل، ويقال هم حملة العرش وحملة القرآن^(٣)، والأصل أن مفردة (حَمَلَة) بفتح الحاء (اسم) وجمعه (حَمَلَات) ومصدر (حَمَل) ويقال: حملة اعتقالات بمعنى حركة اعتقالات، ويقال حملة انتخابية وتعني مجموعة من الفعاليات التي يقوم بها المرشح في سبيل انتخابه، وحملة هي جمع حامل وحملة القرآن تعني حفظة وحملة العرش هم الملائكة الذين يحملون عرش الرحمن، كما تعني الارتحال من مكان لآخر^(٤).

أما مفردة الانتخاب فتعني (الاختيار) أسمها (انتخاب) وهو مصدر (إِتَّخَبَ) وجمعه انتخابات، والانتخاب إجراء قانوني يحدد نظامه ووقته وزمانه ومكانه في دستور أو قانون ليختار على مقتضاه شخص أو أكثر لرياسة مجلس أو نقابة أو ندوة أو لعضويتها على نحو ذلك، ونخب الشيء أخذ أحسنه وأفضله، وأخذ نُخِبْتُ أي أخذ ما هو مختار منه بعناية، ونخب الصيد أي نزع قلبه، ونخبته الحرب أي أضعفته وأنهكتها، ونخب قلبه أي جَبْنٌ، ورجل نُخِبَ أي رجل جبان، وانتخب على وزن (فعل) أي صوت لصالحه، اختاره بإعطائه صوته في الانتخاب، وانتخب الشعب نوابه: أي اختارهم وانتقاهم من بين المرشحين، والنُخبَةُ: المختار من كل شيء، وسياسة النخبة تعني سياسة الانتقاء^(٥).

ومما تقدم نستطيع القول أن تعريف الحملة الانتخابية لغوياً يعني مجموعة من الفعاليات والنشاطات التي يقوم بها المرشح لحمل وإغراء الناخبين لغرض اختياره وانتقائه كممثل عنه وفقاً لما يطرحه من أفكار ورؤى وبرامج سياسية تدفع الناخب لاختياره بين مجموعة من المرشحين الذين ينافسونه في الترشيح لشغل عضوية مجلس كمجلس النواب.

الفرع الثاني

The Second Branch

التعريف الاصطلاحي للحملة الانتخابية

Idiomatic Meaning of the Election Campaign

أورد الفقه العديد من التعاريف لمصطلح الحملة الانتخابية فقد عرفها البعض بأنها مجموعة من الأعمال التي تؤديها الأحزاب السياسية أو المرشحون الأحرار لإعطاء صورة حسنة لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي لتكوين رأي عام يمثل اتجاهاً سياسياً موحداً لحزب ما يستهدف الوصول إلى السلطة^(٦)، كما عرفها البعض بأنها النشاطات والفعاليات التي تقوم بها الهيئات الحزبية، والقوائم الانتخابية المسجلة والمرشحون لشرح برنامجهم الانتخابي لجمهور الناخبين وتشمل أيضاً الدعوات التي يوجهها المرشحون والأحزاب السياسية إلى الجمهور لغرض التصويت لمرشح الحزب أو قائمة احد الأحزاب^(٧)، ويلاحظ على هذا التعريف أنه أشار بشكل مطلق إلى الوسائل والفعاليات دون أن يقيدها بالضوابط الزمانية والمكانية، فالفعاليات الخاصة بالحملة الانتخابية وهي في الغالب ذات طبيعة دعائية عبر وسائل الإعلام تحددها النصوص المنظمة للعملية الانتخابية في العادة بمدة زمنية محددة وهي المدة التي تسبق عملية الاقتراع، وكذلك تحددها بقيود مكانية تتعلق بنشر وسائل الدعاية الخاصة بالمرشحين، ولذلك عرفها البعض بعد أن التفت إلى المحددات الزمانية لهذه الفعاليات بأنها مجموعة من الوسائل والأساليب الاتصالية التي يستعملها الحزب أو المرشح المستقل في فترة معينة وبمناسبة انتخاب معين بقصد استمالة أكبر عدد ممكن من الناخبين والحصول على أصواتهم الانتخابية^(٨).

ويلاحظ على هذا التعريف إغفاله إلى عناصر يجب أن تتوافر في الحملة الانتخابية كالمساواة والشفافية وشرعية مصادر التمويل حتى وإن كانت هذه الوسائل والفعاليات تتم خلال فترة معينة تسبق عملية الاقتراع، في حين نجد أن هنالك بعض التعريفات ركزت على الجانب الإعلامي للحملة الانتخابية باعتبار الإعلام ووسائله هو جوهر الحملات الانتخابية، وفضلوا استخدام مصطلح (الدعاية الانتخابية) بدلاً من مصطلح (الحملة الانتخابية) إذ يطلق في أوروبا على الدعاية الانتخابية مصطلح أو لفظ (بروبوغاندا) والتي تعني نشر المعلومات بطريقة موجهة وأحادية المنظور من خلال توجيه مجموعة مركزة من الرسائل بهدف التأثير على آراء وسلوك الآخرين بطريقة غير موضوعية، فهي عبارة عن رسالة موجهة وبشكل مقصود من أجل التأثير على أفعال وأفكار الآخرين فرداً أو جماعة وتوجيهها نحو هدف محدد بصرف النظر عن كون المعلومة الواردة في هذه الرسالة صحيحة أم خاطئة، وفي الغالب تكون معلومة موجزة ومركزة يتم ترويجها أثناء الدعاية الانتخابية للأحزاب^(٩)، فالدعاية الانتخابية هي بيع المنتج السياسي الذي هو عبارة عن برنامج أو فكرة تتعلق بجذب الناخب إلى المرشح^(١٠)، فالحملة الانتخابية وفقاً للمفهوم الإعلامي تركز على عنصر الاقتناع في مجمل

النشاطات والفعاليات الموجهة للناخب في جميع وسائل الإعلام ولذلك عرفت بأنها مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياسته وأهدافه ومحاولة التأثير بكل الوسائل والأساليب والامكانيات المتوفرة من خلال قنوات الاتصال والاقناع وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات^(١١).

ومما تقدم يمكن أن نعرف الحملة الانتخابية بأنها حملة سياسية تتضمن مجموعة من الاجراءات والفعاليات والأنشطة يقوم بها المرشح أو الحزب السياسي بكافة أنواع الوسائل المشروعة بهدف إيصال المعلومات التي تخص أفكاره ورؤاه وبرنامجه السياسي ومحاولة التأثير على وجدان الناخب لقبوله واختياره ممثلاً عنه من بين مجموعة من المرشحين المتنافسين فيما بينهم للفوز، خلال فترة زمنية محددة وهي تسبق عملية الاقتراع وفقاً لضوابط زمانية ومكانية ومالية محددة بموجب القانون الذي ينظم العملية الانتخابية، ونحن بدورنا لا نفضل استخدام مصطلح الدعاية الإعلامية (Propaganda electoral) لأنه يقتصر من وجهة نظرنا على المسائل الفنية للدعاية الخاصة بالمرشح في حين أن مصطلح (الحملة الانتخابية) يستغرق في معناه الجانب الإعلامي لأن الحملة الانتخابية هي عملية سياسية منظمة ومنهجية يقع الجانب الإعلامي ضمن هذا التنظيم، فالحملة الانتخابية تتضمن جوانب سياسية ومالية وإعلامية وتنظيمية ولا تقتصر على الجانب الإعلامي.

الفرع الثالث

Third Requirement

التعريف التشريعي للحملة الانتخابية

Legislative Definition of Electoral Campaigns

تتفاوت التشريعات التي تنظم العملية الانتخابية من حيث ذكر تعريف للحملة الانتخابية فهناك بعض التشريعات تكتفي بالإشارة إلى هذه الحملات دون تعريفها كما فعل المشرع الفرنسي لها^(١٢)، رغم كون فرنسا تعد من الدول الرائدة في تنظيم الدعاية الانتخابية ووضع ضوابط لها منذ فترة ليست بالقليلة، حيث تلا صدور دستور فرنسا لعام (١٩٥٨) مجموعة من القوانين التي نظمت الوسائل الدعائية الخاصة بانتخابات الجمعية الوطنية فمنها قانون (١٣/أكتوبر/١٩٥٨) وقانون (٢٩/ديسمبر/١٩٦٦) ^(١٣) وقانون (٥/أكتوبر/١٩٦٤) الخاص بتنظيم تمويل الحياة السياسية والحملات الانتخابية وتلاه سلسلة من القوانين التي تنظم العملية الانتخابية والحملات الانتخابية وتمويلها دون ترك تنظيم ذلك للإدارة^(١٤).

أما في مصر وبالرجوع إلى القوانين ذات العلاقة بالعملية الانتخابية نجد أنها أيضاً لم تعرف الحملات الانتخابية أو الدعاية الانتخابية، وإنما اكتفت بالإشارة إلى هذه المصطلحات عند تنظيم أحكامها كما هو الحال في قانون مجلس النواب رقم (٤٦) لسنة (٢٠١٤) المعدل^(١٥)، وقانون مباشرة الحقوق السياسية، المرقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) المعدل^(١٦)، التي أشارت إلى ضوابط الدعاية الانتخابية دون تعريفها، كذلك لم تعرف ضوابط الدعاية الانتخابية الخاصة بالانتخابات الرئاسية المرقمة (١٠) لسنة (٢٠١٢) المعدل^(١٧) الدعاية الانتخابية، في حين أشارت المادة (١٨) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤) تعريفاً للدعاية الانتخابية حيث نصت على أن (....) وتتضمن الدعاية الانتخابية الأنشطة التي يقوم بها المرشح ومؤيدوه وتستهدف إقناع الناخبين باختياره وذلك عن طريق الاجتماعات المحدودة والعامّة، والحوارات ونشر وتوزيع مواد الدعاية الانتخابية، ووضع الملصقات واللافتات واستخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية وغيرها من الأنشطة التي يجيزها القانون أو القرارات التي تصدرها لجنة الانتخابات الرئاسية).

أما في العراق فإن قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) أشار إلى الدعاية الانتخابية باعتبارها حق مكفول للمرشح إلا أنه لم يورد تعريف لها^(١٨)، وكذلك الحال لم يورد المشرع العراقي تعريفاً للدعاية الانتخابية في قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩)^(١٩)، ويلاحظ أن المشرع العراقي استخدم مصطلح (الدعاية الانتخابية) في القانون ولكنه استخدم مصطلح (الحملة الانتخابية) في نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) الصادر عن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات حيث عرفت المادة (١) الفقرة (٥) منه الحملة الانتخابية بأنها (مجموعة الوسائل والأنشطة المشروعة المستخدمة من قبل الأحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين للتأثير على الناخبين وكسب ثقتهم لغرض التصويت لهم).

المطلب الثاني

The Second Requirement الأساس القانوني للحملات الانتخابية Legal Basis for Election Campaigns

لا شك أن الحملات الانتخابية هي فعاليات وأنشطة ذات أبعاد سياسية وقانونية واجتماعية ومالية وبالتالي فإنها لا يمكن أن تتم دون أن يكون لها سند قانوني ينظم هذه الأنشطة والفعاليات وهذا ما سنتناوله في الفروع الآتية :

الفرع الأول

The First Branch

الأساس القانوني في فرنسا

Legal Basis in France

تضمنت مقدمة دستور فرنسا لسنة (١٩٥٨) إعلان الشعب الفرنسي بتمسكه بحقوق الإنسان ومبادئ السيادة الوطنية بالصورة المحددة في الإعلان الفرنسي لحقوق الإنسان والمواطن الصادر عام (١٧٨٩) وقد نصت المادة (١١) من الإعلان المذكور على (حرية إيصال الأفكار والآراء هي واحدة من أعلى حقوق الإنسان فكل مواطن يستطيع إذًا الكلام، الكتابة، الطباعة بحرية إلا في حالات إساءة استعمال هذه الحرية المحددة في القانون)^(٢٠)، وبذلك نجد أن الدستور الفرنسي قد أخذ بحرية الرأي والتعبير والنشر وأعتبرها أحد الحريات الفكرية الأساسية إذا ما مورست في حدود القانون وحيث أن الحملات الانتخابية هي عبارة عن أنشطة وفعالية تهدف إلى إيصال الأفكار والرؤى السياسية للأحزاب إلى الجمهور بهدف كسب تعاطفها وودها تمهيداً لانتخاباتها فإن الأساس الدستوري لهذه الفعاليات قد كفله دستور فرنسا لسنة (١٩٥٨).

أما على صعيد التشريعات نجد الأساس القانوني للحملات الانتخابية في العديد من التشريعات المنظمة لهذه الفعاليات منها قانون (١٣ / أكتوبر / ١٩٥٨) وقانون (٢٩ / ديسمبر / ١٩٦٦) نظم سقف النفقات الانتخابية وقانون (٥ / يناير / ١٩٩٠) الذي ألزم المرشحين بالكشف عن حسابات الحملات الانتخابية والنفقات التي تمت لصالح الأحزاب والجماعات السياسية، وقانون (٢٩ / يناير / ١٩٩٣) الخاص بالوقاية من الرشوة وشفافية الحياة السياسية وتحديد النفقات الفردية للمرشحين وتلا ذلك صدور قانون (١٩ / يناير / ١٩٩٥) الذي حدد مساهمة الأشخاص المعنوية المالية في الحملات الانتخابية^(٢١).

الفرع الثاني

The Second Branch

الأساس القانوني في مصر

Legal Basis in Egypt

كفل دستور مصر حرية الفكر والرأي لكل مواطن ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير والنشر^(٢٢)، كما كفل حرية الصحافة والطباعة والنشر الورقي والمرئي والمسموع والإلكتروني^(٢٣)، كما كفل حق تكوين الأحزاب السياسية وممارسة النشاط السياسي في حدود القانون^(٢٤)، كما على صعيد القوانين نجد أن هنالك العديد من القوانين التي أصدرها المشرع المصري لتنظيم العملية الانتخابية ومنها الحملات الانتخابية والدعاية الانتخابية، حيث نصت المادة (١٩) من قانون مجلس النواب المصري رقم (٤٦) لسنة (٢٠١٤) المعدل على أن (يتعين الالتزام في الدعاية الانتخابية بمبادئ الدستور على الوجه المبين في الفصل الرابع من قانون مباشرة الحقوق السياسية)، وبالرجوع إلى قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) نجد أنه نظم في الفصل الرابع منه المواد (٢٣ – ٣٨) ضوابط الدعاية في الانتخاب والاستفتاء، كما تضمن قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤) في الفصل الرابع منه المواد (١٨ – ٢٦) ضوابط الدعاية الانتخابية، كما أصدرت لجنة الانتخابات الرئاسية ضوابط الدعاية الانتخابية رقم (١٠) لسنة (٢٠١٢) التي نظمت ضوابط الدعاية الانتخابية للمرشحين لرئاسة جمهورية مصر العربية لسنة (٢٠١٢)^(٢٥).

الفرع الثالث

Third Branch

الأساس القانوني في العراق

Legal Basis in Iraq

كفل دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥) حرية الرأي والتعبير بكل الوسائل مع حرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر^(٢٦) وحرية ممارسة الحياة السياسية وتأسيس الأحزاب والانضمام إليها^(٢٧)، وتعد حرية التعبير بوسائل التعبير كافة وحرية ممارسة الأنشطة السياسية هي الأساس الدستوري للحملات الانتخابية للمرشحين لعضوية مجلس النواب في العراق، كذلك تضمن قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)^(٢٨) النص على حق المرشح في تنظيم الدعاية الانتخابية حيث نصت المادة (٢٢٩) منه على أن (الدعاية الانتخابية الحرة حق مكفول للمرشح بموجب أحكام هذا القانون تبدأ من تاريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل (٢٤) ساعة من بدء الاقتراع)، أما قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣) لسنة (٢٠١٩)^(٢٩) فلم يتضمن الإشارة إلى الحملات الانتخابية بصورة مباشرة وإنما أشار إلى وضع الأنظمة والتعليمات المعتمدة في الانتخابات والاستفتاءات الاتحادية والإقليمية والمحلية في جميع أنحاء العراق لضمان تنفيذها بصورة عادلة ونزيهة^(٣٠)،

كما نص على إعطاء هيئة المفوضين صلاحية وضع الأنظمة والتعليمات التي تحفظ للعملية الانتخابية نزاهتها^(٣١) ونشر الثقافة الانتخابية وتوعية الناخبين وتعزيز الممارسة الديمقراطية بالوسائل المتاحة^(٣٢)، وعلى هذا الأساس أصدرت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) الذي تضمن ضوابط وشروط الحملات الانتخابية والآثار المترتبة على مخالفتها، كما عملت المفوضية على إصدار مدونة السلوك الانتخابي التي تضمنت الضوابط والمحظورات التي يجب على الحزب الموقع عليها الالتزام بها باعتبارها اتفاقاً سياسياً أخلاقياً واجب الالتزام بها من قبل الأحزاب السياسية ومؤيدها خلال العملية الانتخابية^(٣٣).

المطلب الثالث

Third Requirement

مبادئ الحملات الانتخابية

Principles of Election Campaigns

إن الحملات الانتخابية باعتبارها أحد المراحل السابقة لعملية الاقتراع العام تشكل جزءاً مهماً من العملية الانتخابية برمتها ولذلك فهي تخضع لذات المبادئ التي تخضع لها العملية الانتخابية وهذا ما سنتناوله في الفروع الآتية :

الفرع الأول

The First Branch

مبدأ المساواة

Equality Principle

يعتبر مبدأ المساواة من أهم المبادئ التي تحكم الحملات الانتخابية وهو مبدأ دستوري نصت عليه معظم الدساتير^(٣٤) وكذلك نصت عليه التشريعات المنظمة للعملية الانتخابية، حيث نصت المادة (٢ / ثانياً) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) على أن هذا القانون يهدف لتحقيق المساواة في المشاركة الانتخابية، ووفقاً لهذا المبدأ يجب أن يتمتع جميع المرشحين من الأحزاب المشاركة في الانتخابات بفرص متكافئة للتعبير عن اتجاهاتهم وأفكارهم وشرح برامجهم بكل الوسائل المشروعة على قدم المساواة دون تمييز، كما أن هذا المبدأ يقتضي المساواة بين المرشحين في استخدام وسائل الدعاية والإعلان دون تمييز أو محاباة لبعض الأحزاب أو الكتل السياسية والمرشحين المستقلين عن البعض الآخر بسبب الثقل المالي أو الاجتماعي أو السياسي أو التأييد الحكومي^(٣٥)، ويشمل مفهوم مبدأ المساواة أيضاً المساواة في التعامل مع الأحزاب والمرشحين من خلال وسائل الإعلام الحكومية باعتبارها مملوكة للشعب إذ

يجب أن تقف هذه الأجهزة المعنية بالإعلام على مسافة واحدة من أطراف اللعبة السياسية ويقتصر دورها على تقديم الخدمات الاخبارية والتنقيفية للمتلقين بغض النظر عن وسيلة الإعلام المستخدمة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة على شكل مطبوعات أو مدونات أو منشورات الكترونية في وسائل التواصل الاجتماعي دون الترويج لأحد الكتل والأحزاب أو المرشحين دون الآخر أو تقديم خدمات للمرشحين المدعومين من الحكومة دون الآخرين^(٣٦) وأي إجراء خلاف ذلك يعد خرقاً لمبدأ المساواة، كذلك ينصرف مفهوم المساواة في تمكين الأحزاب السياسية ومرشحيها في استخدام وسائل الإعلام التي أتاحتها لهم القانون دون تمييز بين حزب وآخر أو مرشح وآخر لأي سبب ولاسيما أن هذا الحق كفله القانون، إذ للحزب الحق في استخدام وسائل الإعلام لبيان وجهة نظره وشرح مبادئه وبرامجه كما لزم القانون أجهزة الإعلام الحكومية بالابتعاد عن أي تمييز بين الأحزاب في استخدام وسائلها لنقل وجهات نظرها إلى المواطنين، كما منح القانون الأحزاب السياسية الحق في إصدار صحيفة ومجلة سياسية أو أكثر وإنشاء موقع الكتروني وامتلاك واستخدام وسائل الاتصال كافة للتعبير عن آرائها ومبادئها في حدود القانون^(٣٧).

الفرع الثاني

The Second Branch

مبدأ الحيادية

Neutrality Principle

يعد مبدأ الحيادية من المبادئ الرئيسة التي تحكم العملية الانتخابية برمتها ولا تقتصر على مرحلة الحملات الانتخابية أو الدعاية الانتخابية التي تسبق عملية الاقتراع، ومبدأ الحيادية يعني التزام الجهة القائمة بإدارة العملية الانتخابية والجهة المشرفة عليها والمسؤولة عن تسيير أمورها بأن تتعامل مع جميع المرشحين بتجرد تام دون الميل إلى جانب أي حزب سياسي أو المشاركة في نشاط أي حزب سياسي أو المساهمة في فوزه، في حين يذهب الفقيه (جاك روبير) إلى التمييز بين الحياد السلبي الذي يعني عدم تمييز الموظف العام بين المنتفعين بالمرفق المعني بإجراء العملية الانتخابية بسبب آرائهم، وبين الحياد الايجابي الذي يتطلب تدخلاً من طرف الدولة لضمان وصيانة آراء الموظفين والذي يظهر جلياً عند إشرافهم على تنظيم العملية الانتخابية^(٣٨)، ولغرض ضمان حيادية العملية الانتخابية بكافة مراحلها ومنها مرحلة الحملات الانتخابية والدعاية السياسية، فقد لجأت النظم الانتخابية الحديثة إلى اسناد إدارة العملية الانتخابية إلى هيئات مستقلة إدارياً ومالياً عن السلطة التنفيذية وتباشر أعمالها بصورة مستقلة وحيادية وموضوعية لضمان حرية وعدالة الانتخابات ونزاهتها^(٣٩) باعتبار هذه الهيئات مؤسسات مستقلة كلياً عن السلطة التنفيذية ولها ميزانية خاصة وتكون في الغالب تحت إشراف ورقابة القضاء^(٤٠)،

وقد نص على مبدأ حيادية الإدارة الانتخابية قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩) حيث نصت المادة (١) منه على تأسيس هيئة مستقلة ومهنية ومحايدة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري وتخضع لرقابة مجلس النواب، وكذلك الحال في مصر حيث تدار العملية الانتخابية من اللجنة العليا للانتخابات وهي هيئة قضائية مستقلة ومحايدة^(٤١)، أما الانتخابات الرئاسية المصرية فتدار من قبل لجنة الانتخابات الرئاسية وهي هيئة قضائية مستقلة تتمتع بالشخصية الاعتبارية ولها موازنة خاصة^(٤٢)، وأخيراً لا بد من الإشارة إلى مبدأ الحيادية لا يقتصر على الإدارة الانتخابية وإنما يشمل مؤسسات الدولة الأخرى الإعلامية والأمنية والخدمية.

الفرع الثالث

Third Branch

مشروعية الإنفاق الانتخابي

Legality of Electoral Spending

إن العملية الانتخابية بكافة مراحلها عبارة عن عملية منظمة بموجب القوانين والأنظمة هدفها ضمان ممارسة الحقوق السياسية في الترشيح والانتخاب وضمن الانتقال السلمي للسلطة وفق الآليات الدستورية بما يحفظ مبدأ الشرعية، وهذا يتطلب أن تكون مرحلة الحملات الانتخابية تتم وفق القانون والطرق المحددة فيه ووفقاً لمصادر التمويل المشروعة التي يحددها القانون فلا تكفي أن تكون الغاية أو الهدف من الدعاية الانتخابية مشروعاً وهو الفوز بالانتخابات وإنما يجب أن تكون وسائله مشروعاً أيضاً، والإنفاق الانتخابي يمثل مجموعة النفقات المدفوعة من قبل المرشح أو المدفوعة لحسابه الخاص برضاه المرشح من قبل أشخاص آخرين وتخضع هذه النفقات لحدود أو سقف قصوى لا ينبغي تجاوزه^(٤٣)، ووفقاً لما تقدم يجب أن تجري الحملات الانتخابية وبوسائل ونفقات مشروعة، فالإنفاق يكون مشروعاً إذا كان الغرض من القيام بالدعاية الانتخابية هو الفوز بالانتخابات دون أن يكون غرضها موجهاً بشكل مباشر لتعطيل آفاق حزب أو مرشح آخر، فمتى كان الإنفاق على الدعاية الانتخابية في سبيل ذلك عد إنفاقاً غير مشروع^(٤٤) وقد عرف المشرع العراقي الإنفاق الانتخابي بأنه (مجموع الأموال النقدية والعينية التي يتم إنفاقها من قبل الكيانات والمرشحين خلال مدة الحملة الانتخابية)^(٤٥)، مما تقدم نستطيع القول بأن مبدأ مشروعية الإنفاق الانتخابي يخضع لثلاث معايير الأول زمني وهو يتعلق بالإنفاق خلال مدة الدعاية الانتخابية المحددة بموجب القانون والثاني يتعلق بهدف أو الغاية من الإنفاق وهو تغطية تكاليف الحملة الانتخابية بصورة مباشرة والثالث يتعلق بحدود الإنفاق حيث تخضع الحملات الانتخابية لسقف مالي محددة، لأن الإنفاق المفتوح

من شأنه الإخلال بالمنافسة الانتخابية والمعيار الرابع هو معيار المساءلة ويعني وجوب اعتبار الخروقات لهذه المعايير جرائم تعرض مرتكبيها للمساءلة القانونية.

المبحث الثاني

The Second Topic

القيود القانونية على الحملات الانتخابية والجزاء المترتبة على مخالفتها

Legal Restrictions on Electoral Campaigns and

Penalties for Violating Them

إن الحملات الانتخابية باعتبارها مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي يقوم بها المرشح أو الحزب ضمن وسائل الإعلام ضمن مدة زمنية هي عملية منظمة بموجب القانون سواء من جانب التوقيت أو من جانب الأماكن المسموح بها استخدام وسائل الدعاية السياسية وأيضاً من جانب السقوف المالية المسموح بها، ولذلك سنتناول في هذا المبحث القيود الزمانية والمكانية والمالية التي تخضع لها الأنشطة الدعائية والجزاء المترتبة على مخالفتها في المطالب الآتية :

المطلب الأول

The First Requirement

القيود الزمانية والمكانية

Temporal and Spatial Constraints

في هذا المطلب سنتناول أهم القيود الزمانية والمكانية التي تحكم الحملات الانتخابية وتشكل ضوابط ملزمة توجب على المرشح أو الحزب السياسي التقيد بها وإلا تعرض للجزاء القانونية وهذا ما سنتناوله في الفروع الآتية :

الفرع الأول

The First Branch

القيود الزمانية

Temporal Constraints

الحملات الانتخابية لا تجرى في كل مراحل العملية الانتخابية وهي في الغالب مقيدة بفترة زمنية محددة تسبق عملية الاقتراع، وفي العراق فإن الدعاية الانتخابية تبدأ من تاريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل (٢٤) ساعة من بدأ الاقتراع^(٤٦)، حيث يحق للأحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين المصادق عليهم

من قبل المفوضية أن يباشروا حملاتهم الانتخابية ابتداءً من تاريخ المصادقة على المرشحين على أن تتوقف قبل (٢٤) ساعة من بدأ الاقتراع^(٤٧).

أما في مصر : فإن الدعاية الانتخابية تبدأ من تاريخ إعلان القائمة النهائية للمرشحين حتى الساعة الثانية عشر ظهراً من اليوم السابق على التاريخ المحدد للاقتراع، وفي حالة انتخابات الإعادة تبدأ من اليوم التالي لإعلان نتيجة الاقتراع في الجولة الأولى حتى الساعة الثانية عشر ظهر اليوم السابق على التاريخ المحدد للاقتراع في انتخابات الإعادة وتحظر الدعاية الانتخابية في غير هذه المواعيد بأية وسيلة من الوسائل^(٤٨)، كما تحدد اللجنة العليا للانتخابات فترة زمنية للصمت الدعائي قبل الاستفتاء يحضر خلالها مناقشة الموضوع المطروح للاستفتاء بأي طريقة في كل وسائل الإعلام^(٤٩)، وتخضع الدعاية الانتخابية لرقابة اللجنة العليا للانتخابات من خلال لجان مراقبة مستقلة يعهد إليها رصد الوقائع التي تشكل مخالفات أثناء الدعاية الانتخابية^(٥٠)، أما على مستوى الانتخابات الرئاسية في مصر فإن الحملة الانتخابية تبدأ اعتباراً من تاريخ إعلان القائمة النهائية للمرشحين حتى قبل يومين من التاريخ المحدد للاقتراع، وحتى الساعة الثانية عشر ظهر اليوم السابق على التاريخ المحدد للاقتراع في انتخابات الإعادة وتحظر الدعاية الانتخابية في غير هذه المواعيد بأي وسيلة من الوسائل^(٥١).

أما في فرنسا : فإن الحملات الانتخابية للجمعية الوطنية تبدأ من اليوم العشرين السابق على الاقتراع أما الانتخابات الرئاسية فإن الحملة الانتخابية تبدأ من اليوم الذي تنشر فيه قائمة المرشحين في الجريدة الرسمية ولمدة (١٥) خمسة عشر يوماً على الأقل قبل يوم الانتخاب بالنسبة لانتخابات الدور الأول^(٥٢)، أما فيما يخص انتخابات مجلس الشيوخ فقد قرر المشرع الفرنسي بأن تبدأ الاجتماعات الانتخابية ابتداءً من إعلان قرار دعوة الناخبين وتنتهي في السابق على الاقتراع وفي عمليات الاستفتاء تبدأ الدعاية للاستفتاء من يوم دعوة هيئة الناخبين للاستفتاء وتخضع الدعاية الانتخابية لإشراف لجنة خاصة في كل دائرة انتخابية تشكل برئاسة مستشار يعين من قبل رئيس محكمة الاستئناف وعضوية موظف يعينه مدير الأمن وموظف يعينه المدير الإقليمي لمصلحة البريد والاتصالات وآخر يعينه الأمين العام للخزانة ويقوم بمهام أمين سر اللجنة الموظف المعين من قبل مدير الأمن^(٥٣).

الفرع الثاني The Second Branch القيود المكانية Spatial Constraints

درجت معظم القوانين الانتخابية على وضع قيود تشكل محددات لاستخدام بعض الأماكن واستغلالها لأغراض الدعاية الانتخابية لأنها تشكل خرقاً لمبدأ المساواة في المنافسة الانتخابية أو مبدأ حيادية السلطات العامة وسنحاول الإشارة إلى أهم هذه المحددات التي تعد محظورات تعرض مرتكبيها للعقوبات.

ففي العراق : ألزم المشرع المرشحين والأحزاب السياسية بممارسة الدعاية الانتخابية في الأماكن التي تحدد من قبل أمانة بغداد والبلديات المختصة بالمحافظات بالتنسيق مع المفوضية المستقلة للانتخابات ولا يجوز ممارسة الدعاية الانتخابية ولصق الإعلانات خارج نطاقها كما منع استخدام المواد اللاصقة أو الكتابة على الجدران في الدعاية الانتخابية^(٥٤)، كما حظر المشرع استغلال أبنية الوزارات ومؤسسات الدولة المختلفة وأماكن العبادة لأي دعاية أو أنشطة انتخابية^(٥٥)، كما يحظر على المرشحين نشر أي إعلان أو صور لهم في مراكز محطات الاقتراع وممارسة الدعاية ولصق الإعلانات الانتخابية للأحزاب والتحالفات السياسية والمرشحين لمسافة تقل عن (١٠٠) متر عن أماكن مراكز الاقتراع أو الأبنية التابعة للمفوضية^(٥٦)، كما لا يجوز استخدام دور العبادة لأغراض الدعاية الانتخابية إلا أن المشرع أجاز استخدامها لأغراض حث الناخبين للمشاركة والترويج للعملية الانتخابية^(٥٧).

أما في مصر : فقد نص المشرع المصري على مجموعة من الأعمال المحظورة أثناء فترة الدعاية الانتخابية كحضر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام ودور الجمعيات والمؤسسات الأهلية والمرافق العامة ودور العبادة والجامعات والمدارس والمدن الجامعية وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة أو الكتابة على جدران المباني الحكومية العامة والخاصة لأغراض الدعاية الانتخابية^(٥٨).

أما في فرنسا : فقد ألزم المشرع الفرنسي وفقاً لقانون حرية التجمع الصادر في (١٨٨١/٦/٣٠م) بعقد الاجتماعات الانتخابية في مكان مغلق وليس في الأماكن والطرق العامة ونشر الدعايات والإعلانات الانتخابية في الأماكن المخصصة لها من قبل لجنة الدعاية الانتخابية في كل دائرة انتخابية وكذلك الحال بالنسبة للافتات الإعلانية يجب أن توضع في الأماكن المحددة من قبل لجنة الدعاية الانتخابية ورغم أن هذه اللجنة لم يمنحها المشرع أي سلطة ضبطية للمخالفات التي تقع من قبل مرشحي القوائم لقواعد الدعاية الانتخابية أو حتى سلطة الإحالة لتلك المخالفات إلى القضاء إلا أنها مارست دوراً فعالاً في مجال عملها^(٥٩)، كما مارست الرقابة الإدارية في فرنسا دوراً فعالاً في مجال حظر استخدام أماكن العمل في الاجتماعات ذات الطبيعة السياسية من قبل الأحزاب السياسية أو دعوة ممثلي أحد الأحزاب لعقد اجتماع في أماكن العمل^(٦٠).

الفرع الثالث Third Requirement قيود قانونية أخرى

Other Legal Restrictions

لم تقتصر التشريعات المنظمة لموضوع الحملات الانتخابية على إيراد القيود الزمنية والمكانية للحملات الانتخابية وإنما تضمنت قيود أخرى سنحاول الإشارة إليها في هذا الفرع بإيجاز.

ففي العراق : حظر المشرع العراقي استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات والنشرات الانتخابية وفي الكتابات والرسوم التي تستخدم في الحملة الانتخابية^(٦١).

كما حظر المشرع العراقي على موظفي دوائر الدولة والسلطات المحلية استعمال وظيفتهم أو استخدام موارد الدولة أو وسائلها أو أجهزتها لصالح أنفسهم أو أي مرشح بما في ذلك الأجهزة الأمنية والعسكرية بالدعاية الانتخابية أو التأثير على الناخبين^(٦٢) كما حظر المشرع العراقي ممارسة أي نوع من أنواع الضغط والإكراه أو تقديم المنح والمكاسب المادية والمعنوية أو الوعد بها بقصد التأثير على نتائج الانتخابات^(٦٣)، كما حظر على المرشح في يوم التصويت بممارسة الدعاية الانتخابية بنفسه أو بواسطة غيره وكذلك الحال بالنسبة للعاملين في دوائر الدولة أو أعضاء السلطات المحلية^(٦٤)، كما منع المشرع العراقي إصدار البيانات الزائفة والتشهير ضد مرشح أو حزب سياسي شارك في العملية الانتخابية أو ضد المفوضية^(٦٥)، كذلك أورد المشرع العراقي حظراً مهماً للحفاظ على الوحدة الوطنية عندما منع استخدام الدعاية الانتخابية التي تدعو إلى إثارة العنف والكراهية أو النعرات القومية أو الدينية أو الطائفية أو التكفيرية أو القبلية أو الإقليمية بأي وسيلة كانت سواء شعار أو صور أو خطابات ووسائل الإعلام والاتصالات المختلفة^(٦٦)، كما حظر المشرع العراقي أعمال الاعتداء التي تطل الدعاية الانتخابية تخص الأحزاب أو التحالفات السياسية أو المرشحين سواء كان بالشطب أو التمزيق^(٦٧).

أما في مصر : فقد نص المشرع على جملة من المحظورات في المادة (٣١) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) تحت عنوان محظورات الدعاية ومن هذه المحظورات حرمة التعرض للحياة الخاصة للمواطنين والمرشحين أو القيام بأي أعمال تهدد الوحدة الوطنية أو استخدام الشعارات الدينية أو التي تدعو للتمييز بين المواطنين أو تحرض على الكراهية أو العنف أو التهديد باستخدامه، كما حظر تقديم الهدايا أو التبرعات أو المساعدات النقدية أو العينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة، كما حظر المشرع المصري

استغلال النفوذ السياسي لشاغلي المناصب السياسية ووظائف الإدارة العليا في الدولة من خلال الاشتراك بأي صورة من الصور في الدعاية الانتخابية بقصد التأثير على نتيجة الانتخاب أو الاستفتاء بصورة تخل بتكافؤ الفرص بين المرشحين^(٦٨)، كما نظم المشرع ضوابط التغطية الإعلامية وضوابط استطلاع الرأي^(٦٩).

ومما تقدم نلاحظ أن المشرع المصري قد نظم الدعاية الانتخابية وما يتصل بها من أعمال التغطية الإعلامية واستطلاع الرأي بشكل مفصل وشمولي يفوق طريقة تنظيم هذا الموضوع من قبل المشرع العراقي حيث أغفل المشرع العراقي تنظيم حملات استطلاع الرأي.

أما في فرنسا : فقد حظر المشرع الفرنسي استخدام عدد وأحجام الإعلانات الحائطية وعدد وأحجام المنشورات وبطاقات الانتخابات يفوق العدد والحجم المسموح به قانوناً، كما يجب على المرشح أن يلتزم بألوان اللافتات طبقاً لنص المادة (٢٧) من قانون الانتخابات الفرنسي الذي حظر استخدام ألوان العلم الوطني (الأحمر، الأزرق، الأبيض) في لافتات الدعاية الانتخابية، كما حظر القيام بأعمال الاعتداء على الاجتماعات الانتخابية وأعطى الصلاحية للموظف المنتدب من مدير الأمن برفض هذه الاجتماعات إذا ما انتهت بأعمال اعتداء^(٧٠)، حيث أسندت المادة (٥١) من قانون الانتخابات الفرنسي لرئيس البلدية القيام بعملية تحديد وتخصيص الأماكن المتعلقة بالإشهار قبل يوم الاقتراع لكل مرشح على أن يتساوى جميع المرشحين في المساحة أو اللوحة الانتخابية المخصصة ويحظر لصق أي إعلان خارج هذه الأماكن أو على الأماكن المخصصة لإعلانات المرشحين الآخرين كما حددت المواد (٢٦) و(٢٨) من اللائحة التنفيذية لقانون الانتخابات الفرنسي عدد ومقاسات اللافتات الدعائية وأماكن لصق أوراق الحملة الانتخابية مع حظر الحملات الإعلانية التجارية خلال فترة الدعاية الانتخابية^(٧١).

المطلب الثاني

The Second Requirement

القيود المالية

Financial Constraints

يراد بالقيود المالية هي المحددات التي يضعها المشرع على الإنفاق الانتخابي بصورة عامة بما في ذلك الإنفاق خلال فترة الحملات الانتخابية التي تتضمن مجموعة من الفعاليات والأنشطة منها الإعلامية ومنها التفاعلية كالاتماعات واللقاءات وغيرها، ولم يعرف قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) ولا قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩) ولا نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) مفهوم الإنفاق الانتخابي، وبالرجوع إلى نظام رقم (١)

لسنة (٢٠١٣) والخاص بتنظيم الإنفاق على الحملات الانتخابية نجد أنه قد عرف في القسم الأول الفقرة (٥) منه الإنفاق الانتخابي بأنه مجموع الأموال النقدية والعينية التي يتم إنفاقها من قبل الكيانات والمرشحين خلال مدة الحملة الانتخابية، ووفقاً لهذا التعريف فإن عملية الإنفاق خلال فترة الحملة الانتخابية ليست مفتوحة وتخضع لسقف مالي للإنفاق خلال مدة محددة ومن مصادر معلومة ومشروعة وهذا ما سنتناوله في الفروع الآتية :

الفرع الأول

The First Branch

تسقيف نفقات الحملة الانتخابية

Limitation Campaign Expenses

المقصود بتسقيف الحملات الانتخابية هو إخضاع الحملة الانتخابية التي يجريها المرشح أو الحزب لسقف مالي لا يجوز تجاوزه وإلا شكل ذلك خرقاً لمبدأ المساواة والمنافسة الانتخابية النزيهة، ولذلك عرف المشرع العراقي سقف الإنفاق الانتخابي بأنه الحد الأقصى من الإنفاق الذي يسمح بإنفاقه على الحملات الانتخابية^(٧٢)، ونظراً لارتباط الحملات الانتخابية بالمركز المالي للمرشح أو بمدى الدعم الذي تلقاه من أنصاره الأثرياء نظراً لما تحتاجه الدعاية من نفقات باهضة لذا فإن مبدأ المساواة بين المرشحين في الدعاية وسقف الإنفاق يتطلب تدخل المشرع لوضع حدود عليا للإنفاق يتضمن المجال المالي الذي يستطيع المرشح أو الحزب أو المرشح المستقل التحرك في نطاقه على حد سواء دون تمييز بسبب المكنات المالية لدى مرشحي الأحزاب مقارنة بافتقارها أو محدوديتها لدى المرشحين المستقلين، وهذا يسمح للمرشحين الأكفاء الذين تعوزهم الإمكانيات المادية بخوض الانتخابات على نحو متكافئ مع المرشحين الأكثر ملاءة مالية والمدعومين من الأحزاب مادياً، كما أن تحديد سقف مالي يعمل على حيولة قيام بعض المرشحين المستقلين بالجوء إلى مصادر تمويل من رجال المال والأعمال وهو الأمر الذي يفتح الباب على مصراعيه لتدخل أصحاب المال والنفوذ بالانتخابات والتأثير عليها^(٧٣)، وقد حدد المشرع العراقي سقف الإنفاق الانتخابي للمرشح بمبلغ مقداره (٥٠) خمسين ديناراً مضروباً بعدد الناخبين في الدائرة الانتخابية على أن لا يزيد هذا المبلغ بأي حال من الأحوال عن (١٠٠) مئة دينار، أما سقف الإنفاق الانتخابي للكيان السياسي يتكون من حاصل ضرب مبلغ (٥٠) دينار في عدد المرشحين لقائمة الكيان السياسي في الدائرة الانتخابية^(٧٤)، إلا أن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات حددت بموجب الانتخابات التشريعية التي جرت في العراق عام (٢٠٢١) السقف الأعلى للإنفاق الانتخابي بمعدل أقصاه (٢٥٠) مئتان وخمسون ديناراً مضروباً في عدد الناخبين المسجلين في الدائرة الانتخابية الواحدة أي أنها رفعت سقف الإنفاق (٥) أضعاف، أما سقف الإنفاق الانتخابي

للكيان السياسي فتتكون من نفس المبلغ المخصص للمرشح مضروباً بعدد المرشحين في القائمة الخاصة بالكيان السياسي ضمن الدائرة الانتخابية الواحدة^(٧٥)، وبذلك يكون سقف الإنفاق الأعلى للمرشح في محافظة بغداد مثلاً في حال ضرب مبلغ (٢٥٠) مئتان وخمسون دينار في عدد الناخبين البالغ (٥٠٠٠٠٠٠) خمسة ملايين دولار وهو مبلغ كبير لن يستطيع المرشح المستقل توفير ربع هذا المبلغ للإنفاق مقارنة مع إمكانية الكتل والأحزاب السياسية وتتنوع مصادر تمويلها وهذا برأينا يخل بمبدأ المساواة ونزاهة العملية الانتخابية، ويلاحظ أن نظام الحملات الانتخابية رقم (١١) لسنة (٢٠١٨) نص في المادة (٤) منه بضرورة الالتزام بضوابط الإنفاق الواردة بالنظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) والخاص بتنظيم الإنفاق في الحملات الانتخابية في حين جاء نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) خالياً من الإشارة لمثل هذا النص.

أما في مصر: فإن الحد الأقصى لما ينفقه كل مترشح في الدعاية الانتخابية في النظام الفردي هو ألف جنيه، ويكون الحد الأقصى للإنفاق في مرحلة إعادة مائتي ألف جنيه مصري ويضاعف الحدان المشار إليهما لكل خمسة عشر مترشحاً تجمعهم قائمة واحدة^(٧٦)، أما الحد الأقصى لما ينفقه مرشح الانتخابات الرئاسية في مصر على الحملات الانتخابية هو عشرين مليون جنيه ويكون الحد الأقصى للإنفاق في حالة انتخابات إعادة خمسة ملايين جنيه^(٧٧).

أما في فرنسا: فإن المشرع حدد سقف النفقات للحملات الانتخابية الرئاسية بمبلغ (١٦,٨٥١) ستة عشر مليون وثمان مئة وواحد وخمسون ألف أورو لكل مترشح خلال الدور الأول، وفي الدور الثاني يرتفع سقف النفقات إلى مبلغ (٢٢,٥٠٩) اثنان وعشرون مليون وخمسمائة وتسعة آلاف أورو لكل مترشح من الاثنتين المتقدمين إلى الدور الثاني، أما الحد الأقصى لنفقات الانتخابات البرلمانية فهو (٣٨٠٠٠) ثمانية وثلاثون ألف أورو لكل مترشح وفقاً للقانون الصادر عام (١٩٠٧) والمعدل بالقانون رقم (٥٥) في (١٥/١/١٩٩٠) والمادة (٥٢ – ١١) من قانون الانتخابات الفرنسي^(٧٨).

الفرع الثاني

The Second Branch

المحددات الزمنية للإنفاق المالي

Time Limits for Financial Spending

ونقصد بمحدودية الإنفاق هو أن يتم إنفاق المبالغ المخصصة للحملة الانتخابية وضمن السقف المحدد من قبل المشرع خلال فترة زمنية محددة وهي الفترة التي يجيز فيها المشرع للمرشح أو الأحزاب السياسية مباشرة حملاتهم الانتخابية.

ويترتب على ذلك عدم جواز الإنفاق على أي نشاط أو فعالية تدخل في مفهوم الحملات الانتخابية قبل الوقت المحدد لبدأ الحملة الانتخابية أو بعد انتهاء الوقت المحدد للحملة الانتخابية وهي فترة تلي الإعلان عن تسجيل المرشحين وتنتهي قبل المدة المحددة للاقتراع بفاصل زمني حسب التشريعات، لأن الغاية من الحملة الانتخابية هو ترويج الأفكار والرؤى والبرامج السياسية في الفترة السابقة على الاقتراع وإن استمرار مثل هذه النشاطات خلال فترة الاقتراع من شأنه التأثير على حرية الناخب ونزاهة الانتخابات، لذلك فإن هذا القيد على الإنفاق المالي مرتبط قانوناً بالمدة الزمنية للحملة الانتخابية وذلك لغرض المساواة بين المرشحين بالتمتع بمساحة زمنية واحدة للإنفاق الانتخابي خلال فترة الحملة الانتخابية فقط وهذا يقتضي من المرشحين والأحزاب السياسية احترام المواعيد الزمنية على الجميع^(٧٩)، وتختلف التشريعات الانتخابية من حيث تنظيمها للمدة الزمنية لممارسة الدعاية الانتخابية والإنفاق الانتخابي خلالها، فبعض التشريعات تحدد مدة زمنية للإنفاق على الحملة الانتخابية، ويعتبر خرق هذه المدة جريمة يعاقب عليها القانون في حين ذهبت تشريعات أخرى إلى تنظيم مدة الإنفاق الانتخابي إلا أن خرقها لا يعد جريمة جنائية وإنما مخالفة إدارية^(٨٠).

ولذلك نجد أن معظم التشريعات الانتخابية لم تجيز مباشرة الأنشطة الدعائية في فترة الصمت الانتخابي، والصمت الانتخابي يعني التزام الحزب أو التنظيم أو التحالف السياسي والمرشحين المستقلين بعدم ممارسة أي نشاط دعائي أو ترويجي وإيقاف الحملات الانتخابية في جميع وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة في الفترة التي تسبق الموعد المحدد للاقتراع بفترة زمنية في الغالب (٢٤) ساعة^(٨١).

وقد حصر المشرع العراقي الإطار الزمني للإنفاق الانتخابي بالفترة المحصورة بين تأريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل (٢٤) ساعة من الاقتراع^(٨٢).

أما المشرع المصري فقد حدد النطاق الزمني للإنفاق بالفترة المحصورة من تاريخ إعلان القائمة النهائية للمرشحين وحتى الساعة (١٢) الثانية عشر ظهراً من اليوم السابق على التاريخ المحدد للاقتراع حيث يتوقف الإنفاق الانتخابي حال دخول مرحلة الصمت الدعائي^(٨٣)، أما انتخابات الرئاسة المصرية فقد حدد المشرع النطاق الزمني للإنفاق اعتباراً من تاريخ إعلان القائمة النهائية للمرشحين حتى قبل يومين من التاريخ المحدد للاقتراع^(٨٤)، أما النطاق الزمني للإنفاق الانتخابي في فرنسا فهو محدد بمدة (٢٠) يوم السابقة على الاقتراع^(٨٥).

الفرع الثالث

Third Branch

مشروعية نفقات الحملة الانتخابية

Legality of Campaign Expenditures

يقصد بمشروعية نفقات الحملات الانتخابية هو مشروعية مصدر المال الذي يمول به الحزب أو المرشح حملته الانتخابية إذ لا يكفي أن ينظم المشرع موضوع السقف المالي للإنفاق بل لا بد أن يكون الإنفاق متأت من مصدر أباح القانون الانتفاع من ريعه وتوظيفه لأغراض الحملة الانتخابية.

ففي العراق : نجد أن المادة (٢٩) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) قد حظر الإنفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام أو من موازنة الوزارات أو من أموال الوقف أو من أموال الدعم الخارجي، وهذا ما نصت عليه المادة (١١) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠)، كذلك حظر نظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) الخاص بتنظيم الإنفاق على الحملات الانتخابية في القسم الثالث الفقرة (٥) منه تقديم أي مساهمة في الحملة الانتخابية لكيان أو مرشح من أشخاص غير عراقيين أو أي جهة أجنبية، ويلاحظ من هذه النصوص أنها جاءت متعارضة مع أحكام المادة (٣٣) من قانون الأحزاب السياسية رقم (٣٦) لسنة (٢٠١٥) حددت مصادر تمويل الحزب بـ (اشتراكات أعضاءه، التبرعات والمنح الداخلية، عوائد استثمار أمواله وفقاً لهذا القانون)، كما نصت المواد (٤٣) و(٤٤) من القانون المذكور على تخصيص منح مالية سنوية للأحزاب السياسية من ميزانية الدولة وتتولى وزارة المالية التقدير السنوي للمبلغ وتتولى دائرة الأحزاب توزيعه ووفقاً للنسب المحددة بالقانون ولا يجوز إيقاف هذه الإعانات السنوية إلا في الأحوال التي وردت في المادة (٤٥) من القانون، وهذا معناه أن خزينة الدولة تمول الأحزاب سنوياً وأن الأحزاب بإمكانها توظيف هذا التمويل لأغراض الدعاية الانتخابية، كما أن هنالك بعض الإيرادات المتأتية من استثمار الأحزاب لأموالها خارج العراق من شأنه أن يدر على الأحزاب أموال من مصدر أجنبي، فضلاً عن ذلك أن تمويل الأحزاب والتنظيمات السياسية من خزينة الدولة يخل بمبدأ العدالة والمساواة مع المرشحين المستقلين الذين لم يحصلوا على إعانات من دائرة الأحزاب يمكن استخدامها لتمويل حملاتهم الانتخابية^(٨٦)، كذلك حظر قانون الأحزاب السياسية على الأحزاب استلام التبرعات من المؤسسات والشركات العامة الممولة ذاتياً ومن الشركات التجارية والمصرفية التي يكون جزء من رأس مالها الدولة وهذا يعد مبدءاً من المبادئ المستقرة في الوقت الحاضر^(٨٧).

في حين أباح المشرع العراقي للمرشح الإنفاق من ماله الخاص ومال أصوله وفروعه في حدود سقف الإنفاق كما أباح له قبول الخدمات التي يقدمها له الأفراد طواعية كمساهمة لأغراض الإنفاق الانتخابي^(٨٨)، ولضمان مشروعية مصادر تمويل الحملات

الانتخابية ألزم المشرع العراقي كل مرشح أو كيان سياسي فتح حساب خاص بالإففاق الانتخابي في كل دائرة انتخابية على أن يكون بأحد المصارف العراقية المعتمدة سواء كانت حكومية أو أهلية على أن يكون الحساب المصرفي مكشوفاً استثناءً من مبدأ السرية المصرفية لضمان مبدأ الشفافية وإمكانية الإطلاع على الحساب المصرفي وطلب الكشوفات المصرفية^(٨٩)، كما ألزم المشرع العراقي تعيين محاسب قانوني يتولى تنظيم حسابات إففاق الحملة الانتخابية وإعداد التقارير المالية واشتراط القانون أن يكون مستقلاً من الناحية الحزبية وأن لا يكون مرشحاً للانتخابات^(٩٠)، كما ألزم المشرع تقديم التقارير المالية الأولية خلال (٣) أيام بعد يوم الاقتراع على أن تقدم النهائية إلى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات خلال (٣٠) يوماً من إعلان النتائج والتي تتولى الأخيرة نشرها على موقعها الإلكتروني ليتسنى للجميع الإطلاع عليها^(٩١)، ويلاحظ أن المشرع العراقي اكتفى باستلام الحسابات ونشرها على موقع المفوضية وهذا لا يعد برأينا غير كافي لفرض الرقابة على فقرات الإففاق حيث كان يجب النص على جهة تتولى تدقيق الحسابات الختامية لكل حزب أو كيان سياسي كديوان الرقابة المالية مثلاً لذا ندعو المشرع العراقي إلى تلافى هذا الإغفال وإخضاع الحسابات الختامية لكل مرشح أو حزب سياسي لتدقيق جهة رقابية معتمدة لضمان التأكد من سقف الإففاق ومشروعية مصادره، كذلك يلاحظ أن المشرع العراقي قد أغفل التمويل العمومي للانتخابات وكذلك التعويض عن النفقات للانتخابات وفقاً للأصوات التي يحصل عليها المشترك في الانتخابات كما هو الحال في فرنسا والجزائر مثلاً، حيث يعد التمويل العمومي للحملة الانتخابية وسيلة لضمان المساواة في تغطية جزء من النفقات التي يتحملها المترشحين وأداة لضمان شفافية أموال الحملة الانتخابية^(٩٢)، إذ يساهم التمويل الحكومي ولو جزئياً في الحد من الفساد المتأتي من المال السياسي وجماعات المصالح والأثرياء والحد من استخدام المال الناعم للتأثير على الانتخابات وتقليل أعباء الانتخابات المالية الباهضة^(٩٣).

أما في مصر : فإن المشرع أجاز للمرشح تلقي تبرعات نقدية أو عينية من أي شخص طبيعي مصري أو من الأحزاب المصرية شريطة أن لا يتجاوز التبرع العيني أو النقدي من أي شخص أو حزب عن (٥٪) من الحد الأقصى المصرح به للإففاق على الدعاية الانتخابية على أن يتم إشعار اللجنة العليا للانتخابات التي تتولى تحديد قيمة هذه التبرعات^(٩٤)، كما ألزم المشرع المترشح بفتح حساب بنكي بالعملة المحلية في أحد البنوك التي تحددها اللجنة العليا أو أحد مكاتب البريد لإيداع ما يتلقاه من التبرعات النقدية أو ما يخصه من أمواله لأغراض الدعاية الانتخابية^(٩٥)، كما ألزمه المشرع بإمسك سجل تنظيم وفقاً لمعايير المحاسبة المصرية يدون فيه مصادر التمويل ومصاريف دعايته الانتخابية وتخضع الحسابات والسجل لمراقبة الجهة التي تكفلها اللجنة العليا لمراجعة

حسابات الدعاية الانتخابية للمترشحين وتحت إشرافها^(٩٦)، وكذلك وردت نصوص مماثلة فيما يتعلق بالترشيح للانتخابات الرئاسية في مصر^(٩٧).

أما في فرنسا : فإن القانون يحظر كذلك تلقي بصورة مباشرة أو غير مباشرة أي تمويل مالي بأي طريقة كانت أو إعانة مادية من طرف دولة أجنبية أو من طرف أي شخص اعتباري أجنبي^(٩٨)، كما ألزم كل مترشح بإرسال حساب الحملة الانتخابية إلى اللجنة الوطنية لحساب الحملة والتمويل السياسي (CNCCFP) لمراقبة حساب الحملة الانتخابية وتتمتع هذه الهيئة وهي ذات طابع إداري وليس قضائي بمكانة عالية في النظام الانتخابي الفرنسي^(٩٩)، إلا أن القانون الفرنسي يختلف عن العراقي والمصري في كون أن المشرع يقرر تعويض بنسب معينة من الدولة فالمترشحين للانتخابات النيابية يحصلون على تعويض بنسبة (٤٧,٥٪) من مجمل نفقات المترشح وحسب النفقات المثبتة في حسابه الشخصي الخاص بالعملية الانتخابية^(١٠٠)، أما المترشحين للرئاسة الفرنسية فإنهم يحصلون على تعويض بنسبة (٤٧,٥٪) من إجمال النفقات لمن يحصل على أقل من (٥٪) من الأصوات في الدور الأول، أما إذا حصلوا أعلى من النسبة المذكورة من الأصوات في الدور الأول فإنهم يحصلون على تعويض بنسبة (٤٧,٥٪) من إجمال النفقات^(١٠١).

المطلب الثالث

Third Requirement

الجزاء المترتبة على مخالفة القيود القانونية الخاصة بالحملة الانتخابية

Penalties for Violating The Legal Restrictions on Electoral Campaigns

تضمنت معظم التشريعات العربية والأجنبية معالجة موضوع الحملات الانتخابية ووضعت محظورات يجب على المرشح والحزب السياسي تجنبها وإلا كان عرضة للعقوبات الجزائية أو الإدارية وتشتترط لإيقاع العقاب الجزائي توفر أركان جريمة التمويل والإنفاق في الدعاية الانتخابية إلى جانب الركن المادي والمعنوي والشرعي الذي يمثل الأركان العامة لكافة الجرائم الجنائية^(١٠٢)، لذا فإن التشريعات اشترطت توفر الأركان الخاصة أيضاً في المرشح وهذه الأركان تتمثل في صفة المرشح وزمان ومكان ارتكاب الجريمة أي يجب أن ترتكب الأفعال خلال فترة الدعاية الانتخابية وفي الدائرة الانتخابية التي رشح منها^(١٠٣)، إضافة لتوفر القصد الجرمي الخاص المتمثل بانصراف نية المرشح إلى تحقيق غاية معينة أو باعث خاص بالإضافة إلى توفر القصد العام^(١٠٤)، فبعض الجرائم الانتخابية قد تتطابق بالسلوك مع أي جريمة عادية إلا أنها تتميز عن غيرها من الجرائم في خصوصية القصد التي تنحصر في غاية معينة وهذه الغاية لا يكون

لها محل الركن المعنوي للجريمة ولا في استحقاق المسؤولية عنها^(١٠٥)، وإنما تعد أمراً خارجاً عن تكوين الجريمة ومستقلاً عنها^(١٠٦).

وسنحاول استعراض موقف المشرع العراقي وتشريعات دول المقارنة في الفروع الآتية باختصار :

الفرع الأول

The First Branch

موقف المشرع العراقي

The Position of the Iraqi Legislator

يلاحظ أن المشرع العراقي رغم كونه قد حدد النطاق الزمني للدعاية الانتخابية وهي الفترة الزمنية التي تبدأ من تاريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل (٢٤) ساعة من بدء الاقتراع^(١٠٧)، إلا أنه لم يحدد عقوبات جزائية للإخلال بهذه المدة، في حين تضمنت المواد (٣٤) و(٣٥/ثانياً) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) عقوبات جزائية عن جرائم الإخلال بالقيود المكانية، حيث عاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر أو بغرامة لا تزيد عن (١٠٠٠٠٠٠٠) مليون دينار كل من علق البيانات أو الصور أو النشرات الانتخابية الخاصة خارج الأماكن المخصصة له، كذلك عاقب المشرع بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن سنة أو بغرامة لا تقل عن (١٠٠٠٠٠٠٠) مليون دينار ولا تزيد عن (٥٠٠٠٠٠٠٠) خمسة ملايين أو بكلتا العقوبتين كل من اعتدى على وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها قانوناً لأي سبب كان سواء أكان بالشطب أو التمزيق أو غير ذلك أو كل تصرف من هذا القبيل^(١٠٨)، وبالرجوع إلى نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) نلاحظ أن هذا الأخير حدد المحظورات دون أن يذكر جزاء لها بما في ذلك خرق القيود الزمانية للحملات الانتخابية وأحال المخالفات الأخرى إلى قانون الانتخابات^(١٠٩)، كما أنط المشرع مهمة الرقابة على الالتزام بشروط الحملات الانتخابية إلى لجان الرصد المشكلة في المكتب الوطني والمكاتب الانتخابية في المحافظات بالتنسيق مع أمانة بغداد والمديريات والدوائر البلدية لرصد المخالفات الخاصة بالحملات الانتخابية في أماكن ممارسة الدعاية الانتخابية والتنسيق مع هيئة الاتصالات والإعلام بشأن مخالفات وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة^(١١٠)، ويلاحظ أن المشرع العراقي قد أطلق اصطلاح (الأحكام الجزائية) في الفصل الثامن من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، وهو بذلك اعتبرها جرائم انتخابية في حين اعتبرها أفعال محظورة في نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠) واعتبرها مخالفات تخص الحملات الانتخابية وأغفل إيراد حكم جزائي في حال خرق الصمت الانتخابي، أما فيما يتعلق بمخالفة القيود المالية كتجاوز

سقف الإنفاق أو عدم تقديم التقارير المالية أو وجود تدليس في التقرير المالي أو كان المحاسب غير قانوني فإن النظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) والخاص بتنظيم الإنفاق على الحملة الانتخابية أعطى للمفوضية في حال ثبوت ارتكاب مخالفة تحديد مقدار الغرامة وآلية فرضها، وعقوبات إدارية تتمثل بحرمان الكيان أو المرشح من الترشيح مستقبلاً لدورة أو دورتين أو بإلغاء الأصوات التي حصل عليها الكيان أو المرشح في دائرته الانتخابية مع إمكانية إحالة مرتكب المخالفة إلى المحاكم المختصة إذا ما تضمن الفعل عنصراً جزائياً وفق القوانين النافذة^(١١١)، وبذلك يكون المشرع العراقي قد اعتبر مخالفة القيود المالية هي عبارة عن مخالفات إدارية جزائها غرامة مالية أو إجراءات إدارية رادعة.

الفرع الثاني

The Second Branch

موقف المشرع المصري

The Position of the Egyptian Legislator

أما المشرع المصري فقد نص على الجرائم الانتخابية في الفصل السابع من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) تحت عنوان (جرائم الانتخاب) وقد تعلق الأمر بالدعاية الانتخابية نلاحظ أن المشرع المصري قد عاقب على مخالفة المحظورات الزمنية التي تتعلق بمواعيد مباشرة الدعاية الانتخابية كما عاقب على خرق الصمت الانتخابي ومخالفة ضوابط التغطية الإعلامية بغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تزيد عن مائة ألف جنيه^(١١٢)، كما عاقب المشرع في حال مخالفة الحظر المالي المتعلق بقبول أو تلقي أية مساهمة أو دعم نقدي أو عيني على الدعاية الانتخابية لمرشح والتأثير على الرأي العام من شخص اعتباري مصري أو أجنبي أو دولة أجنبية أو منظمة دولية بالسجن أو الغرامة لا تقل عن مائة ألف جنيه ولا تزيد عن مليون جنيه مع الحكم بمصادرة الأموال محل الجريمة^(١١٣)، إلا أنه يلاحظ على مسلك المشرع المصري بأنه لم يضع عقوبة لتجاوز الحد الأقصى لما ينفقه المترشح في الدعاية المنصوص عليها في المادة (٢٥) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤)، وأخيراً لا بد من الإشارة إلى أن قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤) تضمن في الفصل السادس (في العقوبات) للمواد (٤١ – ٥٧) عقوبات مالية وجزائية في حال خرق القيود الواردة في القانون المذكور والمتعلق بالدعاية الانتخابية الرئاسية.

الفرع الثالث

Third Branch موقف المشرع الفرنسي

The Position of the French Legislator

لا يختلف القانون الفرنسي التشريعات الانتخابية الأخرى حيث نص على تجريم كل من يخرق قاعدة حظر التمويل الأجنبي المنصوص عليها من المادة (8 – 52 – L) من قانون الانتخابات الفرنسي وحدد العقوبة بغرامة مالية تقدر بـ (٣,٧٥٠) ثلاثة آلاف وسبعمائة وخمسين أورو أو بالحبس سنة واحدة أو بإحدى هاتين العقوبتين^(١١٤)، وكذلك رتب نفس العقوبة على كل مترشح يخرق الأحكام القانونية لنفقات وحساب الحملة الانتخابية كعدم تعيين وكيل مالي على الحسابات أو إذا تلقى إعانات خارج المدة القانونية المحدد بـ (٦) أشهر السابقة على أول يوم انتخابات وكذلك الحال في حالة تجاوز سقف النفقات أو تلقي إعانات مالية من جهات حظرها القانون وخاصة الأشخاص الاعتبارية^(١١٥).

الخاتمة

Conclusion

وفي نهاية بحثنا الموسوم (النظام القانوني للحملات الانتخابية) توصلنا إلى خاتمة البحث التي تضمنت خلاصة معمقة لأهم الاستنتاجات والتوصيات وكما يأتي :

أولاً : الاستنتاجات Results :

١- الحملات الانتخابية هي عبارة عن مجموعة من الفعاليات والأنشطة السياسية التي يقوم بها المرشح أو الحزب السياسي بوسائل مشروع وبأموال مشروع بهدف استقطاب أكبر عدد ممكن من الأصوات الانتخابية خلال فترة زمنية محدودة تسبق في الغالب اليوم المحدد للاقتراع وعادة ما ينظم المشرع القيود الزمانية والمكانية والمالية لمباشرة هذه الحملات.

٢- استخدام المشرع العراقي مصطلح (الحملات الانتخابية) وهو مصطلح نراه أوسع وأكثر شمولية لمفهوم الأنشطة والفعالية السياسية التي تسبق عملية الاقتراع إلا أنه عاد واستخدم مصطلح (الدعاية الانتخابية) في المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٢)، فالحملة الانتخابية تشمل أنشطة إعلامية ولقاءات واجتماعات

وغير ذلك من وسائل التواصل مع الناخب في حين أن الدعاية الانتخابية تنحصر بالأنشطة الإعلامية بكافة وسائلها.

٣- إن معظم القوانين الانتخابية نظمت العملية الانتخابية برمتها بما في ذلك مرحلة (الحملة الإعلانية) فوضعت لها شروط ومحددات منها ما تعلق بزمان مباشرة الحملات ومنها ما يتعلق بمكان استخدام الوسائل الخاصة بالدعاية عن المرشحين ومنها ما تعلق بضمان نزاهة وشفافية إجراء الدعاية الانتخابية ومنها ما تعلق بالمحددات المالية ومصادر تمويل الحملات الانتخابية ووضع المشرع جزاءات لمخالفة هذه المحددات أو المحظورات.

٤- إن الحملات الانتخابية باعتبارها أحد مراحل العملية الانتخابية يجب أن تخضع لمعايير معينة كمبدأ المساواة وحيادية الإدارية وسلامة الإجراءات المتخذة لضمان نزاهة وشفافية وعدالة الحملات الانتخابية.

ثانياً : التوصيات Recommendation

١- ندعو المشرع العراقي إلى ضرورة توحيد المصطلحات التي تعبر عن الأنشطة والفعاليات السياسية السابقة لعملية الاقتراع وفضل استخدام مصطلح (الحملة الانتخابية) لأنه يشمل في طياته الدعاية الانتخابية إذ تعد الدعاية الانتخابية بوسائل الإعلام المختلفة أحد فعاليات الحملات الانتخابية.

٢- ندعو المشرع العراقي إلى توحيد موقفه من موضوع تمويل الحملات الانتخابية من المال العام أو يسمى بالفقه (بالتمول العمومي) للحملات الانتخابية فهو من جانب يقرر منحة مالية تصرف من خزينة الدولة وفقاً لقانون الأحزاب السياسية رقم (٣٦) للسنة (٢٠١٥) ومن جانب آخر يحظر استخدام المال العام لأغراض تمويل الحملات الانتخابية.

٣- ندعو المشرع العراقي إلى وضع جزاء لقاء خرق مدة الحملات الانتخابية وخرق الصمت الانتخابي فهو اعتبره من المحظورات إلا أنه لم يقرر جزاء لمخالفة هذا الحظر.

٤- ندعو المشرع العراقي إلى فرض رقابة مالية فعالة على حسابات المرشحين والأحزاب السياسية الخاصة بتغطية نفقات الحملات الانتخابية وعدم الاكتفاء بالتقارير المالية

المرفوعة من المرشحين والأحزاب وإنما يقتضي ذلك أما عرضها على لجان تدقيق في المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تشكل لهذا الغرض من محاسبين مهنيين أو عن طريق إسناد هذا الأمر إلى هيئة متخصصة من هيئات ديوان الرقابة المالية الاتحادية تشكل لهذا الغرض.

- ٥- ندعو المشرع العراقي إلى توحيد موقفه من طبيعة الأفعال المرتكبة من قبل المرشح أو الحزب والتي تشكل خرقاً للقيود أو المحظورات القانونية فيما إذا كانت تشكل جريمة جنائية أم مخالفات إدارية حيث لوحظ أن المشرع العراقي أورد الكثير من الإجراءات الإدارية كجزاءات لخرق بعض المحظورات كما بينهاها في البحث.
- ٦- ندعو المشرع العراقي إلى دراسة إمكانية تمويل المرشحين المستقلين من فئة الشباب أو تعويضهم عن النفقات الانتخابية وحسب نسب الأصوات التي حصلوا عليها كما هو الحال في القانون الفرنسي.

الهوامش

Footnotes

- (١) ينظر : ابن منظور، معجم لسان العرب، ج ١، دار صادر، بيروت، بدون سنة نشر، ص ٧٨٤، وكذلك ينظر: أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط ١، المجلد الأول، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٥٦٣.
- (٢) ينظر : إبراهيم مصطفى وأحمد حسن الزيات ومحمد علي النجار، المعجم الوسيط، ج ١، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، بدون سنة نشر، ص ١٩٩.
- (٣) ينظر : د. أحمد خلف الدخيل ود. ماجد نجم عيدان وعكاب أحمد محمد، الرقابة على مصادر تمويل الحملات الانتخابية، بحث منشور في مجلة جامعة تكريت للحقوق، السنة (٨)، المجلد (٣)، العدد (٢٩)، آذار، ٢٠١٦، ص ٢.
- (٤) ينظر : ملك المعاجم، على الموقع الإلكتروني : www.Kingmaajim.com.
- (٥) ينظر : معجم المعاني على الموقع الإلكتروني : www.Almaany.Com، كذلك ينظر : معاجم الوجيز على الموقع الإلكتروني : www.Maajim.Com.
- (٦) ينظر : مزياني فريدة، المجالس الشعبية المحلية في ظل نظام التعددية السياسية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة منتوري - قسنطينة، ٢٠١٥، ص ١٢٠.
- (٧) ينظر : مرتضى أحمد خضر القيسي، الدعاية الانتخابية للأحزاب والكتل السياسية في محافظة صلاح الدين لانتخاب مجلس النواب عام (٢٠١٠)، بحث منشور في مجلة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العدد (٦)، السنة (٦)، ص ٢٤٦.
- (٨) ينظر : أحمد بنيني، الإجراءات الممهدة للعملية الانتخابية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حاج لخضر باتنة، ٢٠٠٦، ص ٢٣٥.

- (٩) ينظر : آستي حمه صالح حسين، الدعاية الانتخابية للانتخابات النيابية في إقليم كردستان، رسالة ماجستير، كلية العلوم، جامعة بغداد، ٢٠٠٩، ص ٢٣.
- (١٠) ينظر : صفاء حسن نصيف ومصطفى تركي حومد، النظام القانوني للدعاية الانتخابية عبر وسائل الإعلام، دراسة في القانون العراقي، بحث منشور في مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد خاص بأبحاث المؤتمر العلمي الدولي الثالث الموسوم (تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الناخب العراقي بعد تحرير نينوى)، جامعة ديالى، ٢٠١٧، ص ٣٦٨، متاح على الموقع الالكتروني للجامعة : www.Lawjur.Uodiyala.Edu.Iq.
- (١١) ينظر : جاي سي جوردين جيل، الانتخابات الحرة والنزيهة، ترجمة أحمد منيب وفائزة حكيم، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ٢٠٠٣، ص ٦٦.
- (١٢) ينظر : حيدر عبد الله عبود جابر الأسدي، التنظيم القانوني للانتخاب أعضاء مجالس المحافظات في العراق، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة كربلاء، ٢٠١٣، ص ١١٣.
- (١٣) ينظر : د. صعب ناجي عبود و م.م. رشا شاكر حامد، الرقابة الإدارية على حملة الدعاية الانتخابية في العراق، دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، العدد (٢)، المجلد (١٠)، ١، ٢٠١٩، ص ١٤٩.
- (١٤) ينظر : د. ناجي امام محمد، الرقابة على انتخابات المجالس النيابية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١٦، ص ١٨٩.
- (١٥) منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيه / ٢٠١٤.
- (١٦) منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيه / ٢٠١٤.
- (١٧) منشورة في الجريدة الرسمية بالعدد (١٥)، تابع، في ١٢ / ابريل / ٢٠١٢.
- (١٨) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٢)، منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٦٠٣) في ٩ / تشرين الثاني / ٢٠٢٠.
- (١٩) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٥٦٩) في ٣٠ / ١٢ / ٢٠١٩.
- (٢٠) ينظر : د. حسان محمد شفيق العاني، نظرية الحريات العامة، تحليل ووثائق، المكتبة القانونية والعاثك لصناعة الكتب، بغداد، بدون سنة نشر، ص ١٢٤.
- (٢١) لمزيد من التفصيل ينظر : د. ناجي امام محمد، المصدر السابق، ص ٣٩١.
- (٢٢) المادة (٦٥) من دستور جمهورية مصر العربية لسنة (٢٠١٤).
- (٢٣) المادة (٧٠) من دستور جمهورية مصر العربية لسنة (٢٠١٤).
- (٢٤) المادة (٧٤) من دستور جمهورية مصر العربية لسنة (٢٠١٤).
- (٢٥) منشورة في الجريدة الرسمية بالعدد (١٥)، تابع، في ١٢ / ابريل / ٢٠١٢.
- (٢٦) المادة (٣٨) من دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥).
- (٢٧) المادة (٣٩) من دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥).
- (٢٨) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٦٠٣) في ٩ / تشرين الثاني / ٢٠٢٠.
- (٢٩) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٥٦٩) في ٣٠ / ١٢ / ٢٠١٩.
- (٣٠) المادة (١ / أولاً) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).
- (٣١) المادة (١٠ / ثامناً) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).
- (٣٢) المادة (١٠ / سادس عشر) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).
- (٣٣) منشور في موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على الرابط : www.Inec.Iq.
- (٣٤) تنظر المادة (١٤) من دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥) والمادة (٥٣) من دستور جمهورية مصر العربية لسنة (٢٠١٤).
- (٣٥) ينظر : يعيش تمام شوقي وصافي حمزة، ضوابط الرقابة على الحملات الانتخابية في الأنظمة المغاربية، دراسة مقارنة، بحث منشور في المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية،

مجلد (١٢)، عدد (٣)، السنة (١٢)، جويليه، ٢٠٢٠، ص ١٩٨، البحث متاح على الموقع الالكتروني : www.Asgp.Cerist.Dz.

- (٣٦) ينظر : صفاء حسن نصيف وآخرون، المصدر السابق، ص ٣٨١.
- (٣٧) المواد (٢٢) و(٢٣) من قانون الأحزاب السياسية رقم (٣٦) لسنة (٢٠١٥).
- (٣٨) ينظر : د. جروني فايزه وجديدة نهلة، مبدأ حياد الادارة الانتخابية وتأثيره على النظام الديمقراطي، بحث منشور في مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد (١٢)، العدد (١)، مارس / ٢٠٢٠، ص ٤٥٢، بحث متاح على الموقع الالكتروني : www.Asgp.Cerist.Dz.
- (٣٩) المادة (٢ / رابعاً) من قانون انتخاب مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).
- (٤٠) ينظر : خليف مصطفى، الرقابة القضائية على العملية الانتخابية، ط١، دار الوفاء القانونية، الاسكندرية، ٢٠٢٠، ص ١٥٧.
- (٤١) المادة (٢٢٨) من الدستور المصري لسنة (٢٠١٤)، والمواد (٣) و(٤) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٤٢) المواد (٣) و(٤) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٤٣) ينظر : د. عصام اسماعيل، النظم الانتخابية، ط٢، منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠١، ص ١٧٠.
- (٤٤) ينظر : د. طعمة محمد يوسف، الدعاية والدعاية المعادية، بحث منشور في مجلة جامعة الانبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد (٢)، ٢٠١٠، ص ٢٠٤.
- (٤٥) القسم الأول، الفقرة (٥) من نظام الإنفاق الانتخابي رقم (١) لسنة (٢٠١٣).
- (٤٦) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).
- (٤٧) المادة (٢) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٤٨) المادة (٢٤) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٤٩) المادة (٣٠) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٥٠) المادة (٣٦) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٥١) المادة (١٨) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٥٢) ينظر : د. ناجي امام محمد، المصدر السابق، ص ٣٩٠.
- (٥٣) ينظر : د. علي بن محمد محمد حسين الشريف، الرقابة على الانتخابات العامة النيابية والرئاسية والمحلية والاستفتاء، دراسة مقارنة بالتشريعات اليمنية والمصرية والفرنسية والفكر السياسي الإسلامي، ط١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٥، ص ٥١٦ و ٥١٨.
- (٥٤) المادة (٢٤) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (٤) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٥٥) المادة (٢٥) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (٨) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٥٦) المادة (٥) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٥٧) المادة (١٨) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٥٨) المادة (٣١) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤)، والمادة (١٩) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٥٩) ينظر : د. علي بن محمد حسين الشريف، المصدر السابق، ص ٥١٨ و ٥٢٠.
- (٦٠) ينظر : د. ناجي امام محمد، المصدر السابق، ص ٣٩٢.
- (٦١) المادة (٢٦) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (٩) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٢) المادة (٢٧) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (١٠) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).

- (٦٣) المادة (٢٨) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (١٢) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٤) المادة (٣٠) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، والمادة (١٥) و(١٧) و(١٩) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٥) المادة (١٣) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٦) المادة (١٤) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٧) المادة (١٦) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (٦٨) المادة (٣٤) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٦٩) المواد (٣٢) و(٣٣) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٧٠) ينظر : د. ناجي امام محمد، المصدر السابق، ص ٣٩١.
- (٧١) ينظر : محمد بوطرفاس، الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، ٢٠١٠ / ٢٠١١، ص ١٣٩.
- (٧٢) القسم الأول الفقرة (٦) من نظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) بشأن تنظيم الحملة الانتخابية.
- (٧٣) ينظر: د. عفيفي كامل عفيفي، الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية والقانونية، دراسة مقارنة، دار الجامعيين، مصر، ٢٠٠٢، ص ٩٦٣ وما بعدها.
- (٧٤) القسم الثالث / الفقرة (١) من النظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) والخاص بتنظيم الإنفاق على الحملات الانتخابية.
- (٧٥) ينظر : الموقع الإلكتروني صوت العراق : www.Sotalirq.Com ، تأريخ الزيارة ٢٠٢٢/٨/١٤.
- (٧٦) المادة (٢٥) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٧٧) المادة (٢٢) من قانون الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٧٨) ينظر : غيتاوي عبد القادر، النظام القانوني لتمويل الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة حوليات جامعة الجزائر، العدد (٣٢)، الجزء الأول، ٢٠١٨، ص ١٨ و ١٩، البحث متاح على شبكة الانترنت على الرابط : www.Asgp.Cenist.Zd ، وكذلك ينظر : د. علي بن محمد محمد حسين الشريف، المصدر السابق، ص ٥١٨.
- (٧٩) ينظر : بوقرن توفيق، ضوابط الدعاية الإعلامية للأحزاب السياسية خلال الحملات الانتخابية في الجزائر، بحث منشور في المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تلجي، العدد الثالث، المجلد (٢)، ص ٤٢٩ و ٤٣٠.
- (٨٠) ينظر : د. ضياء عبد الله عبود الأسدي، جريمة الحملة الانتخابية خارج النطاق الزمني، بحث منشور على الموقع الإلكتروني، جامعة كربلاء على الرابط : www.Uo.kerbala.Edu.Iq ، تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٨/٢٨.
- (٨١) ينظر : د. أحمد طلال عبد الحميد البديري، الصمت الانتخابي في التشريع العراقي، مقال منشور في موقع الحوار المتمدن بالعدد (٧٠٤٣)، في (٢٠٢١/١/١) على الرابط الإلكتروني : www.Ahewar.Org.
- (٨٢) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).
- (٨٣) المادة (٢٤) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٨٤) المادة (١٨) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٨٥) ينظر : د. ناجي امام محمد، المصدر السابق، ص ٣٩٠.
- (٨٦) ينظر : د. أحمد طلال عبد الحميد البديري، مشروعية تمويل الحملات الانتخابية، مقال منشور في موقع الحوار المتمدن بالعدد (٧٠٧٢)، في (٢٠٢١/١٠/٩)، على رابط الموقع الإلكتروني : www.Ahewar.Org.

- (٨٧) ينظر : د. غازي فيصل مهدي، شرح قانون الأحزاب السياسية رقم (٣٦)، لسنة (٢٠١٥)، مكتبة القانون والقضاء، بغداد، ٢٠١٦، ص٣٧، كذلك ينظر المادة (٣٧/أولاً) من قانون الأحزاب آنف الذكر.
- (٨٨) القسم الثالث الفقرات (٤) و(٦) من نظام تنظيم الإنفاق الانتخابي رقم (١) لسنة (٢٠١٣).
- (٨٩) القسم الثالث الفقرات (١) و(٢) و(٣) و(٤) من نظام تنظيم الإنفاق الانتخابي رقم (١) لسنة (٢٠١٣).
- (٩٠) القسم الخامس الفقرات (١) و(٢) من نظام تنظيم الإنفاق الانتخابي رقم (١) لسنة (٢٠١٣).
- (٩١) القسم السادس الفقرات (١) و(٢) و(٥) من نظام تنظيم الإنفاق الانتخابي رقم (١) لسنة (٢٠١٣).
- (٩٢) ففي الجزائر مثلاً نصت المادة (٥/٨٧) من قانون الانتخابات الجديد على مساعدات مقدمة من قبل الدولة إلى المترشحين إضافة للمساعدات المقدمة للمترشحين الشباب في القوائم لمستقلة في إطار الانتخابات التشريعية والمحلية، ينظر : زوييدة عراقية، ضوابط تمويل الحملات الانتخابية، بحث منشور في مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، المجلد (٤)، العدد (٢)، نوفمبر – ٢٠٢١، ص١٠٨ و ص١٠٩.
- (٩٣) ينظر : آمال فاضل، التمويل العمومي للحملات الانتخابية كآلية لتجاوز إشكالية المال الفاسد في الجزائر، بحث منشور في المجلة الجزائرية للسياسات العامة، العدد (١٢) فيفري، ٢٠١٧، ص٨٦ و ص٨٧، البحث متاح على الرابط الإلكتروني : www.Asjp.Cerist.Dz.
- (٩٤) المادة (٢٦) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٩٥) المادة (٢٧) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٩٦) المادة (٢٨) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (٩٧) تراجع المواد (٢٣) و(٢٤) و(٢٥) و(٢٦) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤).
- (٩٨) المادة (٨ - 52 - L) من قانون الانتخابات الفرنسي.
- (٩٩) ينظر : بعلول عباس، المجلس الدستوري ودوره في الرقابة على الانتخابات الرئاسية والتشريعية وعمليات الاستفتاء، دراسة مقارنة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، بدون سنة نشر، ص٢١٩.
- (١٠٠) المادة (1 - 11 - 52 - L) من قانون الانتخابات الفرنسي.
- (١٠١) المادة (11 - 52 - L) من قانون الانتخابات الفرنسي.
- (١٠٢) ينظر : د. سليمان عبد المنعم، النظرية العامة لقانون العقوبات، دراسة مقارنة، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت – لبنان، ٢٠٠٣، ص٣٠٣ وما بعدها.
- (١٠٣) ينظر : د. علاء ياسر حسين، جرائم التمويل والإنفاق في الدعاية الانتخابية، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية – مصر، ٢٠٢٢، ص٦٣ وما بعدها و ص٧١ وما بعدها.
- (١٠٤) ينظر : د. سلطان الشاوي ود. علي حسين الخلف، المبادئ العامة في قانون العقوبات، الطابع، وزارة التعليم العالي، بغداد، ١٩٨٢، ص٣٤٣.
- (١٠٥) ينظر : د. رمسيس بهنام، النظرية العامة للقانون الجنائي، ط٣، منشأة المعارف الكبرى، الاسكندرية، ١٩٩٧، ص٩٠٧ وما بعدها.
- (١٠٦) ينظر : د. محمود نجيب حسين، شرح قانون العقوبات، القسم العام، ط٦، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٩، ص٦٢٨ وما بعدها.
- (١٠٧) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).
- (١٠٨) المواد (٣٤) و(٣٥/ثانياً) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).
- (١٠٩) المواد (٢٣) و(٢٤) و(٢٥) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (١١٠) المادة (٢١) من نظام الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢٠).
- (١١١) ينظر : القسم السابع (المخالفات والعقوبات)، الفقرات (١) و(٢) و(٣) من النظام رقم (١) لسنة (٢٠١٣) والخاص بتنظيم الإنفاق على الحملات الانتخابية.
- (١١٢) المواد (٢٤) و(٣٠) و(٣٧) و(٦٨) من قانون مباشرة الحقوق السياسية، رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).
- (١١٣) المادة (٦٩) من قانون مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤).

(١١٤) المادة (1 - 113 - L) من قانون الانتخابات الفرنسي.

(١١٥) المادة (1 - 113 - L) من قانون الانتخابات الفرنسي.

المصادر

References

First: Concepts and Dictionaries:

- i. Ibrahim Mustafa, Ahmed Hassan Al-Zayat and Muhammad Ali Al-Najjar, the intermediate dictionary, the Islamic Library for Printing, Publishing and Distribution, Cairo, without publication year.
- ii. Ahmed Mukhtar Omar, 2008, Dictionary of Contemporary Arabic Language, 1st Edition, Volume One, World of Books, Cairo.
- iii. Ibn Manzur, Lisan Al Arab Dictionary, Part 1, Dar Sader, Beirut, without publication year.

Second: General Legal Books:

- i. Baghloul Abbas, The Constitutional Council and its Role in Oversight of Presidential and Legislative Elections and Referendum Processes, A Comparative Study, Dar Al-Kitab Al-Hadith, Cairo, without publication year.
- ii. JC Jordan Seal, Free and Fair Elections, 2003, translated by Ahmed Munib and Faiza Hakeem, House of Public Cultural Affairs, Baghdad.
- iii. Dr. Hassan Shafiq Al-Ani, Theory of Public Freedoms, Analysis and Documents, Legal Library and Al-Atek for Industry...
- iv. Dr. Ramses Bahnam, 1997, The General Theory of Criminal Law, 3rd Edition, The Great Banks Establishment, Alexandria.
- v. Dr. Sultan Al-Shawi and Dr. Ali Hussein Al-Khalaf, 1982, General Principles in the Penal Code, Ministry of Higher Education and Scientific Research Press, Baghdad.
- vi. Dr. Suleiman Abdel Moneim, 2003, The General Theory of Penal Law, Comparative Study, 1st Edition, Al-Halabi Human Rights Publications, Beirut, Lebanon.
- vii. Dr. Alaa Yasser Hussein, 2022, Crimes of Financing and Expenditure in Electoral Advertising, 1st Edition, Dar Al-Wafaa for Printing and Publishing, Alexandria, Egypt.
- viii. Dr. Mahmoud Najib Hosni, 1989, Explanation of the Penal Code, General Section, 6th Edition, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Cairo.
- ix. Dr. Nagy Imam Muhammad, 2016, Oversight of Parliamentary Elections, Dar al-Fikr al-Jamii, Alexandria.

Third: Theses :

- i. Ahmed Benini, 2006, Procedures Paving the Electoral Process in Algeria, Ph.D. Thesis, Faculty of Law, Science and Political Science, Hadj Khider Batten University.
- ii. Ashti Hama Saleh Hussein, 2009, Electoral Campaigning for Parliamentary Elections in the Kurdistan Region, Master Thesis, College of Mass Communication, University of Baghdad.

- iii. Haidar Abdullah Aboud Jaber Al-Asadi, 2013, the legal organization for the election of provincial council members in Iraq, a comparative study, a master's thesis, Faculty of Law, University of Karbala.
- iv. Mohamed Bou Terfas, 2010/2011, Election campaigns, a comparative study between Algerian and French legislation, PhD thesis, University of Venturi Constantine, Faculty of Law and Political Science.
- v. Meziani Farida, 2015, Local People's Councils in the Light of the Political Pluralism System in Algerian Legislation, PhD Thesis, Faculty of Law, Venturi University, Constantine.

Fourth: Articles and Research:

- i. Dr. Ahmed Khalaf Al-Dakhil and Dr. Majid Najm Idan and Akab Ahmed Muhammad, 2016, Electoral Campaign Funding Sources, Research published in the Journal of Tikrit University of Law, Year (8), Volume (3), Issue (29), March.
- ii. Dr. Ahmed Talal Abdel Hamid Al-Badri, Electoral Silence in Iraqi Legislation, a legal article published on the civil dialogue website No. (7043) on 01/10/2021 at the link: www.ahewar.org .
- iii. Dr. Ahmed Talal Abdel Hamid Al-Badri, 2021, The legality of electoral campaigns, a legal article published on the civil dialogue website No. (7072) on January 9, at the link: www.ahewar.org .
- iv. Bouqrn Tawfiq, Controls of Islamic propaganda for political parties during electoral campaigns in Algeria, research published in the Academic Journal of Legal and Political Research, Faculty of Law and Political Science, Omar Thaleji University, No. (3), Volume (2), without publication year.
- v. Dr. Gruny Faiza and Nahla, 2020, the principle of impartiality of electoral administration and its impact on the democratic system, research published in the Journal of Judicial Jurisprudence, Volume (12), Issue (1), March, the research is available on the website: www.asdjp.ceristdz .
- vi. Zubaydah Arafa, 2021, Controls of Election Campaigns, research published in Afaq Journal for Political and Legal Research, Volume (4), Issue (2), November.
- vii. Dr. Saab Naji Abboud and Eng. M. Rasha Shaker Hamid, 2019, Administrative Oversight of the Election Campaign in Iraq, A Comparative Study, Research published in Al-Qadisiyah Journal of Law and Political Science, Issue (2), Volume (10), K1.
- viii. Safa Hassan Nassif and Mustafa Turki Humed, 2017, the legal system for electoral campaigning through the media, a study in Iraqi law, a research published in the Journal of Legal and Political Sciences, a special issue of the research of the third international scientific conference, the formation of social awareness among the Iraqi voter after the liberation of Nineveh, University of Diyala, available on the website: www.lawjur.uodiyala.edu.iq .

- ix. Dr. Dia Abdullah Al-Asadi, the crime of the election campaign outside the time range of a research published on the website of the Law Library, University of Karbala, at the link: www.uokerbala.iq .
- x. Dr. Tohma Muhammad Yousef, 2010, Sponsorship and Hostile Propaganda, research published in Anbar Journal of Legal and Political Sciences, No. (2).
- xi. Gaitawi Abdelkader, 2018, The legal system for financing electoral campaigns, a comparative study, research published in the Annals of the University of Algiers, No. 32, Part One, available on the website: www.asjp.cenist.zd .
- xii. Murtada Ahmed Khader Al-Qaisi, Electoral Propaganda, for political parties and blocs in Salah al-Din Governorate to elect the House of Representatives for the year 2010, research published in the Tikrit Journal of Legal and Political Sciences, issue (6), year (6).
- xiii. Yaish Tammam Shawki and Safi Hamza, 2020, Controls of Election Campaigns in the Maghreb Systems, Comparative Study, Research published in the Arab Journal of Humanities and Social Sciences, Volume 12, Issue (3), Year (12), July, Research Available on the website: www.asjp.cerist.dz.

Fifth: Constitutions:

- i. The Constitution of the French Republic of 1958.
- ii. The Constitution of the Republic of Iraq for the year 2005.
- iii. The Constitution of the Arab Republic of Egypt for the year 2014.

Sixth: Laws:

- i. Egyptian Presidential Elections Law No. 22 of 2014.
- ii. Law No. 45 of 2014 regulating the exercise of Egyptian political rights.
- iii. Egyptian House of Representatives Law No. (46) of 2014.
- iv. Iraqi Political Parties Law No. (36) of 2015.
- v. Law of the Independent High Electoral Commission No. (31) of 2019.
- vi. Iraqi Parliament Elections Law No. (9) of 2020.

Seventh: Systems:

- i. The electoral campaign spending regulation system No. (1) of 2013.
- ii. Election campaign system No. (5) of 2020.

Eighth: Websites:

- i. www.kingmaajim.com, the website of the king of dictionaries.
- ii. www.almaany.com The meanings dictionary website.
- iii. www.maajim.com dictionaries site.
- iv. www.inec.iq, the website of the Independent High Electoral Commission.
- v. www.sotaliraq.com, the website of the Voice of Iraq.