

تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري.

أ. الزاوي محمد الطيب

أ. قندوز عبد القادر

قسم العلوم السياسية - جامعة ورقلة

(الجزائر)

مقدمة :

الوصول إلى السلطة هو هدف كل تشكيلة سياسية (حزبية) مهما كانت أيديولوجيتها أو توجهاتها، و عندما يتعلق الأمر بالبلدان الديمقراطية فإن بلوغ سدة الحكم يكون عن طريق الانتخابات التي هي :
اختيار المواطنين لبعض الأفراد منهم من أجل تسيير أمور الدولة ،حيث يسمح هذا الإجراء ، بصورة مباشرة، باختيار توجهات سياسية معينة¹. و إن كل عملية انتخابية يجب أن تسبقها فترة من عرض للأفكار و الأشخاص ليتسنى للمواطن التمييز بين الصالح و الطالح ،بين القادر على تسيير شؤون الدولة و غير القادر على ذلك ، و للتمييز بين البرامج أيها أكثر كفاءة و انسجاما مع واقعه المعيش، هذه الفترة التي تتصارع فيها الأفكار و الأشخاص في إطار قانون ينظمها و يضبط سيرورتها تسمى الحملة الانتخابية .

فكيف ينظم القانون الجزائري الحملات الانتخابية ؟

و ما هي الضوابط التي يضعها من أجل سيرها الحسن؟

و ما هي النقائص المسجلة في هذا القانون؟

الكلمات الدالة: تنظيم الحملات الانتخابية، خلال قانون الانتخابات الجزائري

1. تعريف الحملة الانتخابية:

هي الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا و قانونيا (أي بموجب قانون الانتخابات)، و التي يتقدم خلالها المرشحون للانتخابات بعرض برامجهم على الناخبين ، و قد لجأ المشرع و معه السلطات التنظيمية ، التنفيذية و القضائية ، بهدف تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين و ضبط وسائل الدعاية ، إلى حصر المعركة الانتخابية في شبكة ضيقة من القواعد القانونية ، و يفرض مبدأ المساواة أن تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات ذاتها من أجل حملاتهم الانتخابية و أن تحول دون تجاوز أحد الأطراف استعمال امتيازاته (المال ، وسائل الإعلام العامة) للتأثير غير المشروع و غير المتكافئ على الناخبين ، و مبدأ المساواة هذا تضمنه السلطات العامة و لجان المراقبة و الإشراف في حال استعمال المرشحين للوسائل الإعلامية السمعية البصرية.

ومبدأ الحياد الذي تنتهجه السلطات العامة في هذا المجال يعني أن هذه السلطات لا تمثل أي طرف مرشح، و عليها أن لا تشجع أو تؤيد أيا من المرشحين.

و رغم هذه القوانين الصارمة فإن الحملات الانتخابية في معظم البلدان ذات الأنظمة البرلمانية تجري في جو تنافسي يبعدها عن الديمقراطية الحقيقية ، إذ يبيح المرشح أو الحزب الأكثر مالا و نفوذا في وسائل الإعلام هو الأوفر حظا في النجاح ، من هنا فقد لجأت بعض الحكومات إلى إقرار مبدأ تمويل الحملات الانتخابية كوسيلة للحد من تأثير المال على نتائج الانتخابات.²

2. مدة الحملة الانتخابية:

يحدد القانون العضوي الجزائري المتعلق بنظام الانتخابات مدة الحملة الانتخابية بتسعة عشر (19) يوما حيث تبدأ الحملة الانتخابية واحدا و عشرين (21) يوما قبل يوم الاقتراع و تنتهي يومين قبل تاريخ الاقتراع.³ إذ لا يمكن لأي أحد القيام بحملة انتخابية قبل أو بعد هذه الفترة المنصوص عليها قانونا.⁴ و هذا فيه دلالة على أن كل فعل أو نشاط ذو طابع ترويجي لصورة حزب أو شخص يسبق هذه الفترة لا يدخل في إطار الحملة الانتخابية، ذلك أن تجمعات الأحزاب و تصريحات مسؤوليها تمتد طيلة السنة و هي رغم ذلك لا تعد قانونا حملات انتخابية حتى و إن كان الغرض منها في كثير من الأحيان هو كسب تأييد و تعاطف الناخبين و تمهيدا لكسب أصواتهم في الانتخابات ، و قد تتغير فترة الحملة الانتخابية أو تتوقف حسب القانون الجزائري في حالات قاهرة حددها الدستور في:

حالة شغور منصب رئيس الجمهورية إما بسبب⁵:

- استحالة ممارسة مهامه بسبب مرض خطير و مزمن.
- استقالة أو وفاة رئيس الجمهورية.

أو في حالة وفاة أحد المرشحين للانتخابات الرئاسية في الدور الثاني ، أو انسحاب أحد المرشحين للانتخابات الرئاسية في الدور الثاني.⁶

و كل هذه الحالات هي حالات قاهرة قد تؤدي إلى توقيف الحملة الانتخابية كما في حالة وفاة أو انسحاب أحد المرشحين للانتخابات في الدور الثاني. أو تأجيل الحملة الانتخابية في حالة مرض أو استقالة رئيس الجمهورية أو وفاته.

3. كفاءات القيام بالحملة الانتخابية :

إن أهم العناصر التي يمكن الوقوف عليها في أي حملة انتخابية هو عنصر الكفاءات و الأساليب والطرق التي تتم بها الحملات الانتخابية ، ذلك أن عرض الأفكار أو الأشخاص لا يتم إلا من خلال هذه الأساليب الاتصالية خلال الفترة المحددة قانونا ، و يعرض قانون الانتخابات الجزائري ونصوصه التطبيقية الطرق المختلفة للقيام بالحملة الانتخابية.

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

◀ الحملة الانتخابية عبر الوسائل السمعية البصرية:

تخصص في الوسائل السمعية البصرية ، المملوكة للدولة الجزائرية ، فترات لتدخلات المرشحين وتكون هذه الفترات في حالة الانتخابات الرئاسية متساوية لكل المرشحين بحيث يتدخل المترشح أو من يمثله خلال الفترات المحددة طيلة مدة الحملة الانتخابية، أما في حالة الانتخابات التشريعية فتكون الحصص تبعا لعدد المرشحين الذين يرشحهم كل حزب أو كل كتلة للمرشحين المستقلين ذلك أن بعض الأحزاب قد يكون لها تواجد أكبر في بعض الدوائر الانتخابية مقارنة بأحزاب منافسة لها مما يعطي أفضلية في عدد المرشحين للأحزاب الأكثر حضورا في الساحة السياسية و من هنا فإن هذا التواجد هو الذي يجعل حصص أحزاب أكثر من غيرها خلال فترة الحملة الانتخابية .

أما كفاءات و إجراءات استعمال هذه الوسائل الإعلامية فتحدد وفقا للقانون و التنظيم المعمول بهما ، فمثلا في الانتخابات التشريعية لسنة 1997 جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-138⁷ : " يتدخل في إطار حصص التعبير المباشر الممثلون المفوضون قانونا عن قوائم المترشحين الذين يتقدمون باسم حزب أو عدة أحزاب سياسية أو في إطار قوائم مستقلة. تطلق عليها تسمية : " ممثلي قوائم المترشحين " "

وهنا كان الحجم الزمني للحملة الانتخابية عبر الوسائل السمعية البصرية محددا يوميا ، إضافة إلى أن توقيت بث التدخلات و الحجم الزمني المخصص لكل قائمة ، محدد عن طريق التنظيم ، أما كيفية برمجة مختلف التدخلات فتكون تحت رعاية اللجنة الوطنية المستقلة لمراقبة الانتخابات. إن وجدت هذه اللجنة . و يشير الدكتور محمد الطاهر بن خرف الله إلى أنه : " على مستوى التلفزة و الإذاعة فإن حصة المتنافسين موزعة بصفة عادلة ليس في مدة المرور [فقط] لكن بشأن المرور نفسه، بمعنى أن كل فاعل سياسي تتوفر فيه الشروط يكون له حق المرور .."⁸

و قد حددت المادتان 9 و 10 من المرسوم التنفيذي رقم 97-138 سابق الذكر الكيفيات المختلفة للتدخل عبر الوسائل السمعية البصرية و حددتها في ثلاثة أشكال :

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

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

- **نقاش:** يتمثل في تقديم عرض بعدة أصوات، و يتعلق الأمر هنا بمحاولة إقناع الناخب بجدوى البرنامج الذي يطرحه المترشح أو الحزب السياسي ليس فقط بالإجابة عن أسئلة بطريقة مباشرة و لكن في شكل نقاش قد يلمح إلى نقائص البرامج الأخرى (تعرض البرامج في ظل احترام المواد 175 و 181 من الأمر رقم 97-07) . اللتان تتصان على :

◀ الطرق المختلفة للإشهار في الحملات الانتخابية:

انتقل مفهوم الإشهار من التجاري إلى السياسي فظهر مفهوم الإشهار السياسي والإشهار الانتخابي، ففي هذا المجال يعتبر الإشهار وقود الاتصال السياسي و محركه. و لإظهار أهمية الإشهار في الحملات الانتخابية يمكن أن نذكر أن حزب "المحافظون" في بريطانيا بلغت نفقات الإشهار في حملاته الانتخابية 70 بالمائة من مجمل النفقات الانتخابية و ذلك في الفترة من 1983 إلى 1987⁹. من أهم الوسائل الإشهارية التي يحددها القانون العضوي المتعلق بالانتخابات : التعليق (الملصقات) و الإشهار الشفوي و الكتابي . و تعد الملصقات من أهم وسائل الإشهار المعتمدة في الحملات الانتخابية في الجزائر و نظرا لأهميتها و رواجها فقد فرضت ضوابط كثيرة على أماكن تعليق الملصقات و عددها و أوقات القيام بالتعليق على عكس كل من الإشهار الشفوي و المكتوب الذي لم ترك فيه المجال مفتوحا للمترشحين للحملات الانتخابية و قد جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-72¹⁰ أن المترشحين يتحملون نفقات إشهار الترشيحات ، زيادة على أنواع الإشهار الأخرى المقررة في التشريع و التنظيم المعمول بهما، سواء كان الإشهار عن طريق التعليق (الملصقات) أو شفويا أو كتابيا ، على أن يتحمل المرشحون مسؤولية إشهار الترشيحات مهما كانت الوسائل. و قد حدد نفس المرسوم التنفيذي بعض الإجراءات الكفيلة بالسير الحسن للحملة الانتخابية حيث حدد فترة عملية التعليق التي تبدأ مع انطلاق الحملة الانتخابية و يكون التعليق من الساعة السابعة (7) صباحا إلى الساعة (7) مساء. و تسهر المصالح البلدية ، تحت إشراف الوالي و رقابته على ضبط و تعيين الأماكن المخصصة لكل مترشح أو قائمة مترشحين داخل كل موقع من المواقع المخصصة للتعليق

بحيث يكون العدد الأقصى للأماكن المخصصة للتعليق محددًا. نفس هذه الإجراءات تكون على مستوى المراكز الدبلوماسية و القنصلية .

تحدد المواد 08 و 09 من المرسوم التنفيذي رقم 97-72 أنواعا أخرى من وسائل الإشهار هي : توزيع المنشورات و المراسلات الانتخابية ، كما يجوز استعمال المنادي العمومي في الوسط الريفي لإشهار الترشيحات بين الساعة التاسعة (9) صباحا و الرابعة (4) مساء .

← **التجمعات والمهرجانات الانتخابية:**

يحكم التجمعات و المهرجانات الانتخابية قانون التجمعات و التظاهرات العمومية رقم 89-28 المؤرخ في 31 ديسمبر سنة 1989. المعدل و المتمم بالقانون رقم 91-19 المؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1412 هـ الموافق ليوم 02 ديسمبر سنة 1991م . والذي يشير إلى أن التجمعات و التظاهرات تكون تحت مسميات عدة وهي:

- الاجتماع العمومي: الذي يمثل تجمعا مؤقتا لأشخاص متفق عليه ، ينظم خارج الطريق العمومي و في مكان مغلق يسهل لعموم الناس الالتحاق به قصد تبادل الأفكار أو الدفاع عن مصالح مشتركة. و في هذا إشارة إلى مختلف التجمعات التي تجري في القاعات و الملاعب بعيدا عن الساحات العمومية .

- المظاهرات العمومية: هي الموكب و الاستعراضات أو تجمعات الأشخاص، و بصورة عامة جميع التظاهرات التي تجري على الطريق العمومي. و هي عمليا قليلة في الجزائر نظرا للأوضاع الأمنية التي تشهدها البلاد منذ بداية التسعينيات و التي تجعل من هذا الشكل من المظاهرات العمومية سهل الاستهداف من قبل الجماعات المسلحة التي عادة ما تتخذ مواقف مناهضة للعملية الانتخابية.

تمويل الحملة الانتخابية:

ينظم القانون العضوي المتعلق بالانتخابات مصادر أموال الحملات الانتخابية و طرق صرفها: فالحملة الانتخابية حسب المادة 185 من ذات القانون تشير إلى أن الحملات الانتخابية تمول بواسطة موارد صادرة عن :

- مساهمة الأحزاب السياسية، و قد يفهم من هذا الأمر مساهمات منخرطي الحزب أساسا.
- مداخيل المترشح، المرتبطة بأمواله الخاصة التي يحصل عليها بطريقة شرعية .
- مساعدة محتملة من الدولة تقدم على أساس الإنصاف، و هو الأمر المعمول به على نطاق واسع في الحملات الانتخابية في الجزائر حيث تتدخل الدولة لتحقيق نوع من التوازن بين المرشحين للانتخابات من خلال المساعدة المالية التي تمنحها للمرشحين و زيادة في تحقيق الإنصاف فإن المادة 187 من القانون القانون العضوي المتعلق بالانتخابات تحدد سقف نفقات المترشح للانتخابات الرئاسية ب: خمسة عشر (15) مليون دينار في الدور الأول و عشرين (20) مليون دينار في الدور

الثاني.و ذلك لضبط متغير النفقات و يبقى التنافس في مجال الأفكار والأشخاص . في حين أن نفقات الحملة الانتخابية لكل قائمة للانتخابات التشريعية حددت بمائة و خمسين (150) ألف دينار عن كل مترشح.

و تتم مراقبة إيرادات(مداخل) الحملة الانتخابية و مصاريفها من خلال حساب حملة : إذ تشير المادة 191 من قانون الانتخابات إلى أن كل مترشح لانتخاب رئيس الجمهورية أو انتخاب نائب عليه أن يقوم بإعداد حساب حملة يضمه مجموع الإيرادات المتحصل عليها و النفقات التي تمت حسب مصدرها و طبيعتها. يسلم هذا الحساب إلى المجلس الدستوري/ مجلس المحاسبة .

4. المحظورات و الممنوعات في قانون الانتخابات:

أ- حظر استعمال اللغات الأجنبية:

يحظر القانون العضوي المتعلق بالانتخابات استعمال اللغات الأجنبية في الحملة الانتخابية و ذلك على اعتبار أن المرشح للانتخابات قد يصبح ممثلاً للدولة الجزائرية التي تعتبر اللغة العربية لغتها الوطنية و الرسمية كما تعتبر اللغة الأمازيغية لغة وطنية بموجب التعديل الذي أدخل على الدستور سنة 2002 و هما اللغتان الوحيدتان اللتان يسمح قانوننا باستخدامهما في الحملات الانتخابية.

ب - حظر استعمال رموز الدولة

يحظر استعمال رموز الدولة كالعلم الوطني و النشيد الوطني لأغراض انتخابية على اعتبار أن هذه الرموز هي ملك لكل المواطنين و ليست لجهة أو حزب أو مرشح معين فلا يحق إذا لأي كان أن يحتكرها لنفسه و أن يمنعها عن غيره.

ج- حظر مناهضة الثوابت الوطنية و المساس برموز الثورة أو الإخلال بالنظام العام و الآداب العامة:

يمنع على كل مرشح أو حزب أو قائمة مستقلة أن تتهاض الثوابت الوطنية و كل مساس برموز ثورة أول نوفمبر أو النظام العام و الآداب العامة¹¹ (أنظر معنى النظام العام والآداب العامة). و يحظر من جانب آخر استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة للشخص المعنوي الخاص أو العمومي أو الهيئات العمومية، إلا إذا نصت الأحكام التشريعية صراحة على خلاف ذلك.

ومن المحظورات كذلك استعمال أماكن العبادة و مؤسسات التعليم الأساسي و الثانوي والجامعي و مراكز التكوين المهني و بصفة عامة أية مؤسسة تعليم أو تكوين عمومية أو خاصة لأغراض الدعاية الانتخابية بأي شكل من الأشكال. و يضاف إلى ذلك منع عقد الاجتماعات في مكان للعبادة أو في مبنى عمومي غير مخصص لذلك ، أو عقد اجتماع في الطريق العمومي.

و في إطار الحملة الانتخابية دائما تحظر كل السلوكات أو المواقف و كل عمل غير مشروع أو مهين أو شائن أو غير قانوني أو لا أخلاقي ، و يسهر المترشح بنفسه على حسن سير الحملة.

و عن تمويل الحملة الانتخابية فإنه يحظر على كل مترشح لأي انتخابات وطنية أو محلية أن يتلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة : هبات نقدية أو عينية أو أية مساهمة أخرى مهما كان شكلها من أية دولة أجنبية أو من أي شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية.

5. الأحكام الجزائية المتعلقة بالحملة الانتخابية:

و لتفادي كل إخلال بأحكام القانون العضوي المتعلق بالانتخابات و بنصوصه التنظيمية ، أشار هذا القانون إلى جملة من العقوبات المسلطة على كل من يخالف أحكامه ، و تمثلت فيما يلي:

- في حال استعمال الممتلكات أو الوسائل التابعة للشخص المعنوي الخاص أو العمومي أو المؤسسات أو الهيئات العمومية أو أماكن العبادة أو أية مؤسسة تعليم أو تكوين عمومية ، يعاقب من يقوم بهذا الفعل بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة مالية من 10 آلاف إلى 50 ألف دينار .

- في حال عدم التزام المترشح بالفترة الزمنية المخصصة للحملة فإنه يعاقب بغرامة مالية بين 50 ألفا و مائة ألف دينار و يحرم من حق التصويت و الترشح مدة 06 سنوات.

- في حال قام المترشح بسلوك أو موقف أو عمل غير مشروع أو مهين أو غير أخلاقي أو شائن أو غير قانوني أو أنه لم يسهر على حسن سير الحملة فإنه يعاقب بالحبس من 5 أشهر إلى 6 أشهر، و بغرامة مالية من 150 دينار إلى 1500 دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين.

- في حال استعمال رموز الدولة فإن الشخص المستعمل يعاقب بالسجن المؤقت من 5 سنوات إلى 10 سنوات.

- كل مترشح تلقى بصفة مباشرة أو غير مباشرة هبات نقدية أو عينية أو أية مساهمة أخرى من دولة أجنبية أو من شخص طبيعي أو معنوي من جنسية أجنبية يعاقب بالحبس من سنة إلى 5 سنوات و بغرامة من 500 إلى 5000 دينار.

- كل مترشح لم يقدّم بإعداد حساب الحملة يعاقب بغرامة من 10 آلاف إلى 50 ألف دينار و بحرمانه من حق التصويت و الترشح لمدة 6 سنوات.

نقائص مسجلة:

ما يسجل على هذا القانون من نقائص:

- ضبط عملية الإشهار قبل و أثناء الحملة أمر يصعب التحكم فيه.

الخاتمة:

جاء القانون رقم 97-07 المؤرخ في 27 شوال عام 1417 هـ الموافق لـ 06 مارس 1997 بجملة من القواعد القانونية التي تمكن السلطات العمومية من ضمان السير الحسن لكل حملة انتخابية ، و قد وفر هذا القانون الأدوات الرقابية من هيئات تسهر على حسن سير الحملة و مكنها من الوسائل القانونية الرادعة .

التهميش:

- ¹– Raymond Guillien et Jean Vincent , Lexique de termes juridiques . 2^{ème} édition, Jurisprudence générale , Dalloz, Paris, 1972.
- ²– عبد الوهاب الكيالي ، الموسوعة السياسية. ج 2 ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات و النشر، 1985، ص 385.
- ³– المادة 172 من " القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات" ، أمر رقم 97-07 مؤرخ في 27 شوال عام 1417 الموافق 06 مارس سنة 1997 المنشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 12 ، 27 شوال عام 1417 هـ الموافق 06 مارس سنة 1997 م .
- ⁴ – المادة 173 ، نفس القانون السابق.
- ⁵– المادة 88 من الدستور الجزائري لسنة 1996 .
- ⁶– المادة 89 من الدستور الجزائري لسنة 1996.
- ⁷– المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-138 المؤرخ في 21 ذو الحجة عام 1417 الموافق 28 أبريل سنة 1997 يحدد شروط إنتاج حصص التعبير المباشر المتعلقة بالحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية يوم : 5 يونيو سنة 1997 و برمجتها و بثها من قبل المؤسسات العموميتين للتلفزيون و البث الإذاعي المسموع، المنشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 26، 23 ذو الحجة عام 1417 الموافق 30 أبريل سنة 1997.
- ⁸– الطاهر بن خرف الله، مدخل إلى التسويق السياسي ، الجزائر: دار هومة، 2007، ص 97.
- ⁹– الطاهر بن خرف الله ، الإشهار من التجاري إلى السياسي .في جريدة العالم السياسي، الجزائرية ، الصادرة في 31 ماي 1997. ص 6.
- ¹⁰– المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-72 مؤرخ في 07 ذو القعدة عام 1417 هـ الموافق 15 مارس سنة 1997 م يحدد كيفية إشهار الترشيحات، منشور في الجريدة الرسمية ، العدد 14، 07 ذو القعدة عام 1417 هـ الموافق 15 مارس 1997 م.