



# مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدَكِّمَة  
(مُعتمَدة) شهرياً

العدد الرابع والثمانون  
(فبراير 2023)

السنة التاسعة والأربعون  
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)  
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها  
مركز بحوث  
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)

## شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقاس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقاس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباع بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00، تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعتبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- تحصيل قيمة العدد من الباحث (نقدًا)، ويستلم الباحث عدد 6 مستلآت من بحثه 5 منها (مجانًا) و (15) جنيه للمستلة السادسة الإضافية ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: (+2) 01555343797 (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

# مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCIf) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد الرابع والثمانون - فبراير ٢٠٢٣

تصدر شهرياً

السنة التاسعة والأربعون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط  
(مجلة معتمدة) دورية علمية مكمّمة  
(اثنا عشر عددًا سنويًا)  
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط  
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر؛

أ.د. سوزان القبيني، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. هاجر قلدیش، جامعة قرطاج، تونس؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Fara AI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري

أ/ سونيا عبد الحكيم

أمين المركز

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس وحدة النشر

أ/ راندانوار وحدة النشر

أ/ زينب أحمد وحدة النشر

أ/ شيماء بكر وحدة النشر

د/ امل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة

المحرر الفني

إسلام أشرف وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة

وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية

د. هند رافت عبد الفتاح

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.supp.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

## الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

## الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

## الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



## مجلة بحوث الشرق الأوسط

### - رئيس التحرير د. حاتم العبد

#### - الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزييلي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارج جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس 1 - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany



# محتويات العدد 84

عنوان البحث

الصفحة

## LEGAL STUDIES

### الدراسات القانونية

1. الضمانات القانونية للدعاية الانتخابية ...  
الباحثة/ محمد منير على قاسم  
50-3
2. وباء كورونا كحدث قوة القاهرة في عقود البترول.....  
الباحثة/ ثناء نايل العاسمي  
90-51
3. الالتزام بضمانى العيب والمطابقة فى نطاق العقود الاستهلاكية «دراسة  
مقارنة».....  
الباحث/ محمد محسن علي محمود علي طعيمة  
157-91

## HISTORICAL STUDIES

### الدراسات التاريخية

4. المطهر بن طاهر المقدسي وإشكالية انتمائه المذهبي.....  
الباحث/ أحمد عبدالكريم عبدالغفار يوسف  
177-159
5. محطات الراحة اليابانية (نساء المتعة) بالدول الآسيوية خلال الحرب  
العالمية الثانية (1939- 1945 م) «دراسة وثائقية».....  
د. نادية محمد محمد قضب  
240-179

## SOCIAL STUDIES

### الدراسات الاجتماعية

6. الاستخدام غير المشروع لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها  
بمنظومة القيم لدى عينة من الشباب الإماراتي.....  
حسن عبد الله احمد الملا  
300-241

- 27-1 La Rinascita della pace nella tragedia "Tieste" tra .....-Seneca e Foscolo .7  
د. هويدا قناوي



الدراسات القانونية

**LEGAL STUDIES**



# الضمانات القانونية للدعاية الانتخابية

## Legal Guarantees For Electoral Campaigns

الباحث/ محمد منير على قاسم  
ماجستير في القانون  
كلية الحقوق - جامعة عين شمس

Reseacher / Muhammad Munir Ali Qassem



[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)



**المخلص:**

يرتبط الانتخاب بنظام الديمقراطية في العصر الحديث ارتباطاً وثيقاً جعل منه الوسيلة الأساسية لإسناد السلطة في الديمقراطية المعاصرة، واشتراك الشعب في العملية الديمقراطية ليس منة أو فضلاً من أحد بل ينبع من حقيقة مفادها أن الشعب هو صاحب السلطة الأصيلة، والدعاية الانتخابية من أهم مراحل العملية الانتخابية وكل تلك المراحل مرتبطة قانوناً بالتشريعات الخاصة بالانتخابات التي لها قانونها الخاص بها (الهيئة المستقلة للانتخابات).



## Abstract

Election is closely related to the democratic system in the modern era, which made it the main means of assigning power in contemporary democracy, and the people's participation in the democratic process is not considered a favor or favor from anyone, but rather it is a consequence of the fact that the people are the owner of the original authority. Electoral propaganda is one of the most important stages of the process The electoral process and all of these stages are legally linked to the legislation related to elections, which have their own law (the Independent Electoral Commission).





## مقدمة:

يرتبط الانتخاب بنظام الديمقراطية في العصر الحديث ارتباطاً وثيقاً جعل منه الوسيلة الأساسية لإسناد السلطة في الديمقراطية المعاصرة.

وذلك على عكس الديمقراطية القديمة التي لم تأخذ الانتخابات فيها مكاناً بارزاً نظراً لقيام هذه الديمقراطية على أساس الديمقراطية المباشرة من ناحية ولأخذها بوسيلة القرعة بصفة أساسية من ناحية أخرى.

يبدو أن الانتخاب لا يكون معبراً عن روح الديمقراطية إلا بقدر ما يكون وسيلة مشاركة أكبر قدر ممكن من المواطنين في عملية إسناد السلطة وذلك أنه لا يكفي أن يكون استناد السلطة على الحكم بطريقة الانتخاب ليصبح النظام ديمقراطياً بل يجب أن يكون حق الاقتراع عاماً دون أن يكون مقيداً<sup>(1)</sup>.

ويقصد بالنظم الانتخابية عادة الأساليب والطرق المستعملة لعرض المترشحين وبرامجهم على الناخبين وفرز الأصوات وتحديد النتائج، وتعد الانتخابات هي الوسيلة الوحيدة لاستناد السلطة السياسية لمستحقيها في النظام الديمقراطي.

وعليه فإن اشتراك الشعب في العملية الديمقراطية ليس منةً أو فضلاً من أحد بل ينبع من حقيقة مرتكزة بضمير الإنسانية، مفادها أن الشعب هو صاحب السلطة الأصلية، وما الحكام إلا وكلاء يريدون الحكم نيابة عن الشعب لضرورات اقتضتها صعوبة اتباع أسلوب الديمقراطية المباشرة، فلا بد من إيجاد الآلية التي تنقل هذه الأفكار إلى حيز التطبيق وهذه الآلية تمثل بقانون الانتخابات الذي يتكفل بتوضيح تفاصيل العملية الانتخابية من حيث الشروط الواجب توافرها في أطراف العملية الانتخابية (الناخب والمرشح) ونوع النظام الانتخابي وجملة الضمانات الضرورية لنجاح الانتخابات، بيد أن هذه العملية ليست بالأمر الهين؛ فالنظام الانتخابي لأي بلد لا بد أن يكون متوافقاً ومنسجماً مع الظروف التي يعيشها ذلك البلد، والمعطيات التي يفرزها والتي تشكل مجموعها أمراً واقعياً بالشكل التي يفرض على الدول نظاماً انتخابياً معيناً، لذلك تجد أن الدول تختلف فيما بينها في نوع النظام الانتخابي الذي تتبناه، ومن هنا اختلفت وتنوعت النظم الانتخابية التي عرفتھا التجارب بالديمقراطية، مع اختلاف أوضاع وظروف كل دولة.

وتُعد الانتخابات هي الوسيلة الشرعية المعبرة عن الإرادة العامة في اختيار الحكام في كل الديمقراطيات المعاصرة، حتى ساد الاعتقاد بأنه لا قيام للديمقراطية بدون الانتخاب بوصفه وسيلة للتعبير عن الإرادة الشعبية في تكوين السلطة وإسنادها بل وإعفاء الهيئات الحاكمة منها، وعلى قدر التوسع في تقرير شعبية تلك الوسيلة وتعميم تطبيقها في أغلب السلطات المختلفة في الدول، تكون درجة قرب النظام من



## الديمقراطية المكتملة.

وتهتم هذه الرسالة بدراسة النظام الانتخابي في جمهورية مصر العربية، وقد تنوعت الأنظمة الانتخابية إلى عدة أنواع ودرجات، واختلفت طرق حساب أصوات الناخبين، وكذلك جاء نتيجة تطبيق الانتخاب في بعض الأنظمة السياسية التي تعمل مع الانتخاب كوسيلة لتداول السلطة، ونظراً لما تمثله دراسة هذه الأنظمة من دور هام في فهم العملية الانتخابية.

ولعل تبني التعددية السياسية وإقامة نظام ديمقراطي يقتضي حياد الجهاز الإداري، مع ضرورة أدائه لمهامه في كنف الاحترام المطلق للقانون، والسهر على توفير الظروف اللازمة لتنظيم العملية الانتخابية وإجرائها، مما يقتضي الحرص على احترام مبدأ منع استعمال وسائل الدولة البشرية والمادية لأغراض انتخابية، كما يحتم الواجب المهني على أعوان الإدارة احترام حق كافة المرشحين في معاملة عادلة، ويوجه خاص في مجال الاتصال بوسائل الإعلام، بإعطاء كل منهم فرصة التعريف ببرنامجه وتبليغ رسالته<sup>(٢)</sup>.

## فصل تمهيدي

### المبحث الأول: الإطار القانوني للانتخاب

#### تقسيم وتمهيد:

إن البعض من فقهاء القانون الدستوري يقر بعدم وجود شيء أهم في النظام الديمقراطي من الانتخاب<sup>(٣)</sup>. وبموجبها يقوم الشعب باختيار نوابه أو ممثليه لمباشرة شئون الحكم، ونكون أمام صورة من صور النظام الديمقراطي وهي الديمقراطية غير المباشرة أو التمثيلية أو النيابية<sup>(٤)</sup>. وتضع الدول شروطاً للانتخاب، كما تجتهد الحكومات لضمان نزاهة الانتخابات بالنص في دساتيرها على المساواة في الترشيح وحرية الناخب في الاختيار، وسرية التصويت، ويقسم هذا المبحث إلى المطالب التالية:

**المطلب الأول: مفهوم الانتخاب وتعريفه.**

**المطلب الثاني: التكيف القانوني للانتخاب.**

**المطلب الثالث: إجراءات الترشيح.**



## المطلب الأول: مفهوم الانتخاب وتعريفه

الانتخاب في اللغة هو الاختيار أو الانتقاء، ومنه انتخب الشيء: أي اختاره وانتزعه، والنخبة - وجمعها نُخبات: المنتخبون من الناس، والنخبة: هي المختار من كل شيء<sup>(٥)</sup>.

أما في المعنى الاصطلاحي، للانتخاب فقد وردت عدة تعريفات تدور حول المعنى المقصود للانتخاب، فقد عرف على أنه ممارسة حق الاختيار على نحو تتسابق فيه الإيرادات المؤهلة لتلك الممارسة<sup>(٦)</sup>. أو هو الوسيلة الديمقراطية لوصول الحكام إلى السلطة<sup>(٧)</sup>. كما عرفه جانب من الفقه على أنه قيام الشعب باختيار الأفراد الذين يباشرون عنه السلطة<sup>(٨)</sup>. فيما تعرف الموسوعة الأكاديمية American Encyclopedia Academic الانتخاب على أنه طريقة لاختيار القادة أو صنع القرار بواسطة عملية التصويت An election is a method of choosing leaders or making decision by process of voting.<sup>(٩)</sup>

## المطلب الثاني

### التكليف القانوني للانتخاب

اختلف الفقهاء فيما بينهم حول الطبيعة القانونية للانتخاب، فذهب جانب منهم إلى أن الانتخاب حق، وذهب البعض إلى أنه وظيفة يجبر النائب على تأديتها، فيما جمع رأي ثالث بين الرأيين السابقين، وذهب رأي فقهي آخر إلى أن الانتخاب ذو طبيعة خاصة، وسنتناول بإيجاز كل رأي من هذه الآراء الفقهية.

### الفرع الأول: الانتخاب حق شخصي

يذهب أنصار هذا الاتجاه إلى أن الانتخاب حق شخصي يثبت لكل مواطن بحكم آدميته، والقول بتكليف الانتخاب حقاً شخصياً يعد نتيجة لنظرية السيادة الشعبية، والذي نادى بها الفقيه جان جاك روسو، وبموجبها لا يمكن نزع هذا الحق من الأفراد، كما لا يجوز تقييده أو قصره على فئة دون أخرى، كما ويتفق هذا التكليف مع مبدأ الاقتراع العام ومن ثم لا يستطيع المشرع أن يقيد بشرطي الثروة والتعليم<sup>(١٠)</sup>. ووفقاً لهذا التكليف فإن الانتخاب عملية اختيارية وليس وجوبية.

### الفرع الثاني: الانتخاب وظيفة

يرى هؤلاء أن الانتخاب عند أصحاب هذا الاتجاه هو مجرد وظيفة تقتصر على قلة ترتضيهم الأمة وتمنحهم ممارسة الانتخاب، وهؤلاء الناخبون يمارسون وظيفة عامة، ويجب توافر شروط معينة فيهم مثلما هو الحال في سائر الوظائف الأخرى من أجل سلامة اختيار من يتولى إدارة الشؤون العامة في البلاد<sup>(١١)</sup>.



ولقد تم تبني هذا التكييف للانتخاب من قبل رجال الثورة الفرنسية.

### الفرع الثالث: الانتخاب حق ووظيفة

يذهب الاتجاه الثالث في تكييف الانتخاب إلى الجمع بين الاتجاهين السابقين وذلك من خلال تقرير أن الانتخاب يتضمن حقاً ووظيفة للناخب، إذ يذهب بعض أنصار هذا الاتجاه إلى أن الانتخاب يتضمن كلا الفكرتين (الحق والوظيفة) في نفس الوقت، ومن أنصار هذا الاتجاه الفقيه (موريس هوريو)، الذي يرى أن الانتخاب حق فردي ووظيفة اجتماعية في آن واحد يتقرر بموجبها التصويت الإجباري<sup>(١٢)</sup>.

### الفرع الرابع: الانتخاب سلطة قانونية

وظهر الاتجاه الفقهي الذي يرى أن الانتخاب سلطة قانونية يمنحها القانون لمن توافرت فيه شروط الناخب من أجل تحقيق المصلحة العامة<sup>(١٣)</sup>. فالانتخاب وفق هذا التكييف هو حق يستمده الأفراد من القانون - قانون الانتخاب- ويمارسونه لا لتحقيق مصالحهم، بل من أجل تحقيق المصلحة العامة للبلاد، وبذلك فهو سلطة قانونية.

### المطلب الثالث: إجراءات الترشيح

نصت اللجنة العليا للانتخابات على الشروط اللازمة للترشح لمجلس النواب وهي كالتالي: <sup>(١٤)</sup>.

- (١) تقدم طلبات الترشيح لعضوية مجلس الشعب كتابة إلى مديرية الأمن.
- (٢) تقيد طلبات الترشيح بحسب تواريخ ورودها في سجل خاص.
- (٣) يعرض في الدائرة الانتخابية كشف يتضمن أسماء المرشحين بها والصفة التي تثبت لكل منهم.
- (٤) وتفصل في الاعتراضات خلال مدة أقصاها سبعة أيام من تاريخ إقفال باب الترشيح.
- (٥) يكون لكل ذي مصلحة الحصول على صورة من جدول الناخبين، مقابل أداء رسم ١٠٠ جنيه.



## الفصل الأول: الدعاية الانتخابية

### المبحث الأول: مفهوم الدعاية الانتخابية

يشتمل الفصل على ثلاثة مباحث: المبحث الأول: ماهية الدعاية الانتخابية وأهميتها

المبحث الثاني: الفرق بين الدعاية الانتخابية والإعلام

### الانتخابي

### المبحث الثالث: تاريخ الدعاية الانتخابية

#### المبحث الأول: ماهية الدعاية الانتخابية وأهميتها

ويشمل المبحث مطلبين:

#### المطلب الأول: ماهية الدعاية الانتخابية

عرفها ليونارد دوب بأنها "محاولة منتظمة للسيطرة على اتجاهات الأفراد من خلال استخدام الإيحاء"<sup>(١٥)</sup>، وهي "فن يسعى الى تكتيل القوى العاطفية والمصالح الفردية في اتجاه واحد وأن يؤدي إلى الإقناع بفكرة وبمبدأ ما كان يصل إليه الفرد لو تُرك لمنطقه الذاتي بتلقائية دون ضغط أو توجيه"<sup>(١٦)</sup> وتكون الدعاية بهدف جذب انتباه الجماهير، إن مفهوم الدعاية الانتخابية "اشمل وأوسع من اصطلاح الحملة الانتخابية بما يتبادر الى الذهن أن اللفظ بالنسبة للحملة الانتخابية قد ينحصر على الانتخابات وأن الدعاية الانتخابية تدرج في مضمونها كل من الانتخابات والاستفتاء، وينطوي مفهوم الدعاية الانتخابية على "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور أو الناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياسته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بالوسائل والأساليب كلها والإمكانات المتوافرة عن طريق استخدام قنوات الاتصال والإقناع، للحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات"<sup>(١٧)</sup>.

وعرف ميرتون الدعاية بأنها مجموعة الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع<sup>(١٨)</sup>.

وتبدأ الفترة الرسمية للدعاية لانتخابات إعادة في اليوم التالي لإعلان النتائج، وتنتهي قبل ٢٤ ساعة من يوم الانتخاب.

في النهاية يمكن لنا تعريف الدعاية الانتخابية بأنها "هي العملية التي يتم بموجبها استخدام مجموعة من الوسائل في فترة محددة (عن طريق حزب، أو مرشح، أو منظمة ذات مصلحة خاصة) بغرض استمالة جمهور الناخبين للتصويت لصالحها للفوز في الانتخابات القائمة".



## المطلب الثاني

### أهمية الدعاية الانتخابية

لا شك أن للدعاية الانتخابية أهمية كبيرة في تشكيل قناعة الناخب وتوجهه صوب اختيار معين لا سيما الناخب الذي لا يحدد خياراته على اعتبارات حزبية<sup>(١٩)</sup> ويتزايد تأثير الدعاية الانتخابية في المجتمعات المتقدمة بخلاف ما هو عليه الأمر بالمقارنة بالمجتمعات النامية. فهو يعد طريقاً ذا فاعلية كبيرة في الدول الديمقراطية<sup>(٢٠)</sup>.

### المطلب الثاني : الفرق بين الدعاية الانتخابية والإعلام الانتخابي

لا شك أنه يوجد اختلاف بين كلٍّ من الدعاية الانتخابية والإعلان والإعلام وكذلك الدعاية السياسية، لذا سوف نحاول في هذا المطلب توضيح ماهية كل أسلوب من هذه الأساليب والفرق بينها وبين الدعاية الانتخابية ، على النحو التالي:

### المطلب الأول: الفرق بين الدعاية الانتخابية والإعلام الانتخابي

وبذلك يتضح الفرق بين الإعلام الانتخابي والدعاية الانتخابية، حيث إن الإعلام الانتخابي يتمثل في تمكين جميع الناخبين من استعمال وسائل الإعلام بالتساوي دون ميل أو محاباة لأحد، بينما الدعاية الانتخابية كما بينا تتمثل في مجموعة من الأنسقة الاتصالية السياسية المخططة والمنظمة الخاضعة للمتابعة والتقييم يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة، وتمتد مدة زمنية معينة محددة تسبق موعد الانتخابات المحدد رسمياً (قصير المدى)، بهدف تحقيق الفوز بالانتخاب عن طريق الحصول على أكبر عدد من الأصوات باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وأساليب استمالة مؤثرة، تستهدف جمهور الناخبين.

### المطلب الثاني: الفرق بين الدعاية الانتخابية والإعلان الانتخابي

الإعلان الانتخابي: أن الإعلان الانتخابي يعد أحد الوسائل غير المباشرة التي يمكن للمرشح أن يستخدمها للوصول إلى جمهور الناخبين، أي أنه يمكن أن يكون جزءاً من الدعاية الانتخابية، إلا أن هناك فرقاً آخرًا بينهما حيث إن الإعلانات الانتخابية التي تميل إلى أحد المرشحين دون الآخر قد تكون في غير أوقات الحملات الانتخابية ، بخلاف الدعاية الانتخابية التي لا تتقيد بالأوقات المحددة قانوناً.

### المطلب الثالث: الفرق بين الدعاية الانتخابية والدعاية السياسية

الدعاية السياسية: هي محاولة متعمدة من فرد أو مجموعة باستخدام وسائل الإعلام لتكوين الاتجاهات أو السيطرة عليها أو تعديلها وذلك لتحقيق هدفاً سياسياً معيناً<sup>(٢١)</sup>



الفارق الجوهرى بينهما أن الدعاية السياسية لا تحدد بوقت معين بل في جميع الأوقات، أما الدعاية الانتخابية تباشر في وقت محدد سلفاً بقرار أو بقانون، كما أن الدعاية السياسية لا تتعلق بحد أقصى للإنفاق أو التبرعات أو غيرها بخلاف الدعاية الانتخابية.

### المطلب الرابع: الإعلانات السياسية مدفوعة الثمن

يمكن تعريف الإعلانات السياسية مدفوعة الثمن " أنها وصف لحزب سياسي أو مرشح، أو شعار حزب، أو برنامج حزب، أو نشاط، وذلك مقابل مبلغ من المال أو غيره من سبل التعويض، ويعتبر أي نوع من أنواع المواد المطبوعة أو الإذاعية التي تستهدف الإشادة بقوة سياسية، أو الإضعاف من شعبيتها إعلاناً إذا تم لقاء أجر أو غيره من سبل التعويض<sup>(٢٢)</sup>.

### المبحث الثالث

### تاريخ الدعاية الانتخابية

سوف نستعرض في هذا المبحث تطور الدعاية الانتخابية في الأنظمة المختلفة وذلك من خلال المطالب التالية:-

### المطلب الأول: الدعاية الانتخابية في مصر

عُرِفَت الدعاية الانتخابية منذ أوائل القرن العشرين الميلادي، إذ اتسعت الدائرة لتشمل انتخابات أعضاء المجالس البرلمانية بعد إقرارها في دستور ١٩٢٣. وتم تحجيم الدعاية الانتخابية بعد إلغاء الثورة للأحزاب السياسية، حتى أعادها الرئيس السادات ١٩٧٤ بقانون رقم ٤٠ لسنة ١٩٧٧م بشأن نظام الأحزاب السياسية، فعادت قضية الدعاية الانتخابية إلى شدتها من جديد، وخاصة بعد توسعة نطاق الانتخابات لتشمل الانتخابات الرئاسية لأول مرة في مصر سنة ٢٠٠٥، فأخذت قضية الدعاية الانتخابية شكلاً جديداً، وصارت عملاً فنياً وعلمياً مُعقداً، يحتاج إلى أن تقوم به شركات ومكاتب متخصصة<sup>(٢٣)</sup>، كما اتخذت الدعاية الانتخابية أهمية خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير.

### المطلب الثاني: الدعاية الانتخابية في فرنسا

اهتم المشرع الفرنسي بمسألة تنظيم الدعاية الانتخابية، حيث أصدر قانون عام ١٩٢٤م الذي تم بمقتضاه مهمة طبع نشرات وأوراق الدعاية الخاصة بالمرشحين، كما صدر قانون عام ١٩٤٥م في تنظيم نفقات الدعاية.

تبعه عدة قوانين كان أهمها ما جاءت به القوانين الصادرة عام ١٩٩٠م المشار



إليها فيما سبق هو إنشاء اللجنة الوطنية لحسابات الحملة الانتخابية والتمويلات السياسية التي تقوم بدور رقابي مهم، لضمان احترام قواعد الشفافية المالية تحت رقابة قاضي الانتخاب.

ويتميز التنظيم الفرنسي لعملية الدعاية بوجود لجان رسمية خاصة بالدعاية الانتخابية للمرشحين يناط بها تحديد الأوراق المسموح بطباعتها وإعدادها ومواصفاتها، وبالنسبة للخطابات، والبطاقات الانتخابية والرموز والكتابات غير المطابقة للمواصفات القانونية يكون حق اللجنة رفض استلامها<sup>(٢٤)</sup>.

وبالنسبة لانتخابات الجمعية الوطنية فقد قررت المادة ١٦٤ من قانون الانتخابات أن تبدأ تلك المدة قبل الاقتراع بعشرين يوماً.

أما فيما يتعلق بالانتخابات الخاصة باختيار أعضاء مجلس الشيوخ فقد أجازت المادة ٣٠٦ من قانون الانتخابات الفرنسي أن تبدأ الاجتماعات الانتخابية للمرشحين من لحظة إعلان قرار دعوة الناخبين ومن ينوب عنهم للتوجه إلى صناديق الاقتراع لاختيار أعضاء هذا المجلس<sup>(٢٥)</sup>.

### المطلب الثالث: الدعاية الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية

صدر قانون فيدرالي عام ١٩٦٠م يجيز لمحطات الإرسال منح أوقات مجانية لغرض الدعاية الانتخابية، وقد أوجب القانون الانتخابي أن يتوخى المشرع بخصوص الدعاية الانتخابية بعض القيود.

وفيما يتعلق بالدعاية الانتخابية التي تتم عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية فقد نظمها المشرع الأمريكي نظراً لزيادة أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام خاصة في السنوات العشرين الأخيرة في الحملات الانتخابية الأمريكية نتيجة العديد من التطورات. ويخصص المرشحون ٦٠% أو أكثر من ميزانيات حملاتهم لشراء الإعلانات والبرامج الدعائية في التلفزيون<sup>(٢٦)</sup>.

### المطلب الرابع

#### الدعاية الانتخابية في الهند

وتحظى الانتخابات الهندية باهتمام كبير على مستوى العالم، وذلك لكونها أكبر ديمقراطية حيث بلغ عدد الناخبين الذين لهم حق التصويت أكثر من ٧١٤ مليون ناخب<sup>(٢٧)</sup>. ولجنة الانتخابات القومية الهندية<sup>(٢٨)</sup>. هي لجنة مستقلة مسؤولة عن الإشراف على الانتخابات العامة في الهند ويكون دورها الإشراف والتوجيه والتنظيم





والمراقبة على الانتخابات الهندية<sup>(٢٩)</sup>. وهي اختصاصات مقررة لها وفقاً للدستور الهندي<sup>(٣٠)</sup>

في البداية فكرت الجمعية التأسيسية في إنشاء هيئتين للانتخابات ؛ الأولى: تختص بالإشراف على انتخابات لوك سبها ، والأخرى تشرف على انتخابات المجلس التشريعي في كل ولاية<sup>(٣١)</sup>

ثم تقرر إنشاء هيئة دستورية واحدة لها طابع المركزية على مستوى الهند تتكون من المدير الرئيسي للانتخابات وعدد آخر من مدراء الانتخابات، ويقوم رئيس الجمهورية بتعيين المدير الرئيسي للانتخابات ومدراء الانتخابات الآخرين والدستور الهندي لم يضع أي مؤهلات أكاديمية وغيرها في التعيين في تلك المناصب<sup>(٣٢)</sup>. وقد ظل رئيس الجمهورية حتى عام ١٩٩١ م يتمتع بسلطة واسعة في تعيين المدير الرئيسي للانتخابات إلى أن سنّ البرلمان قانوناً لتنظيم مسألة التعيين ونصّ على ما يلي :

١- لا يمكن إقالة المدير الرئيسي للانتخابات من منصبه إلا وفقاً للإجراءات المماثلة لإقالة قاض في المحكمة العليا.

٢- أن مدة العضوية في اللجنة ست سنوات أو بلوغهم سن ٦٥ سنة أياً منهم الأسبق.

٣- قد تم المساواة فيما يتعلق بالرواتب بين أعضاء اللجنة وقضاة المحكمة العليا.

وانطلاقاً من كون لجنة الانتخابات الهندية هي المهيمنة على العملية الانتخابية من القيد في سجل الناخبين وكذلك تقسيم الدوائر الانتخابية والترشيح للانتخابات البرلمانية وأيضاً الدعاية الانتخابية وتنظيمها.

### الفصل الثاني: وسائل الدعاية الانتخابية

سوف يقسم هذا الفصل عدة مباحث كما يلي:

المبحث الأول : وسائل الدعاية المشروعة في الدعاية الانتخابية.

المبحث الثاني : وسائل الدعاية الانتخابية غير المشروعة.

المبحث الثالث : دور المؤتمرات والمناظرات وتكنولوجيا المعلومات "الإعلام الحديث"



## المبحث الأول

### وسائل الدعاية المشروعة في الدعاية الانتخابية

تتنوع وسائل الدعاية الانتخابية<sup>(٣٣)</sup>. وتنقسم إلى مباشرة وغير مباشرة بحسب طبيعة الجمهور كما تختلف أساليب وتقنيات الحملة الانتخابية لاختلاف مدارس الدعاية.

## المطلب الأول

### الوسائل المباشرة لممارسة الدعاية الانتخابية

تعتمد على الاتصالات الشخصية بين المرشحين أو من يمثلونهم وبين جمهور الناخبين، وتؤدي دوراً مهماً خاصة في المجتمعات الريفية والناحية، وذلك من خلال اللقاءات والزيارات الخاصة، والمشاركة في الأعراس والمآتم. وتنتشر في الدول النامية بطريقة ملحوظة. ومن الوسائل المباشرة الندوات والمؤتمرات.

## المطلب الثاني

### وسائل الدعاية الانتخابية غير المباشرة

تتنوع هذه الوسائل ويؤدي كلا منها دوراً مهماً من هذه الوسائل :

#### أولا الوسائل المكتوبة :

##### ١ - الصحف والجرائد.

##### - الصحافة في الدعاية الانتخابية بفرنسا:

لا يوجد نص تشريعي في فرنسا يمنع الصحافة من تأييد أحد المرشحين، إذ تتمتع الأحزاب بحرية إصدار الصحف في فرنسا دون قيود في ظل ضمانات قانونية أخرى كان قد صدر في ٢٧ نوفمبر ١٩٨٦م.

##### - دور الصحافة في الدعاية الانتخابية في مصر :

الصحافة الحزبية في مصر ارتبط وجودها بوجود الأحزاب وتعددتها ومدى الحرية التي تتمتع بها ، ولقد نص القانون رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٧ م على السماح للصحافة الحزبية بالعمل باعتبارها إحدى أهم أنشطة الأحزاب السياسية وبهذا ظهرت الصحافة الحزبية في مصر<sup>(٣٤)</sup>.



## ٢- الملصقات السياسية والمنشورات:

يُصمّم الملصق السياسي بهدف استقطاب أكبر عدد من الناس وجعلهم يلتقون حول موقف معيّن أو برنامج ما، وهو من أهم الوسائل المستعملة في الحملات الانتخابية في بلدان العالم الثالث، لقلة تكلفته واتساع انتشاره على كل الجدران المحيطة بالناخبين.

### ثانياً : التلفزيون:

استفادت الحملات الانتخابية من بعض التطورات في التكنولوجيا ويعد التلفزيون من أهم وسائل الدعاية، فقد أصبح أكثر تأثيراً من الصحافة المقروءة، إذ يضمن الوصول إلى جميع الطوائف، ويخضع ذلك لقانون يسمح بالحرية دون قيد على الإعلام بما يتيح الفرص المتكافئة لكل الأحزاب لاستخدام وسائل الإعلام الحكومية في بعض الأنشطة كالمناظرات، مما يتطلب مهارات خاصة كفن مخاطبة الجمهور.

فيلعب التلفزيون في الولايات المتحدة وعلى وجه الخصوص في الانتخابات الرئاسية دوراً هاماً في عملية الدعاية الانتخابية، لكن في البلدان النامية يسيطر الحزب الحاكم على التلفزيون بشكل كبير طوال العام في حين لا تحظى أحزاب المعارضة إلا بزمن قصير.

### ثالثاً الراديو:

للراديو أهمية خاصة تميزه عن غيره من الوسائل لممارسة الدعاية الانتخابية وذلك بسبب انتشاره، وسهولة استخدامه بين أجهزة الاتصال، إذ يمكن استخدامه بسهولة في المنزل أو أي مكان آخر<sup>(٣٥)</sup>.

ولأن الناخبين لهم توجه خاص، فإنه يكون من الصعوبة تغيير هذا التوجه بمجرد تخصيص وقت بسيط يلقي خلاله المرشحون لبرامجهم الانتخابية<sup>(٣٦)</sup>.

ويلعب كلٌّ من الراديو والتلفزيون دوراً كبيراً في تحقيق المرشحين لأهدافهم فهما قد يسقطان مرشحاً أو يسهمان في إنجاح آخر إذا ما أحسن في التأثير الإعلامي.

### رابعا : أثر جماعات الضغط في العملية الانتخابية:

ترتبط جماعات الضغط بالعملية الانتخابية ارتباطاً وثيقاً في الكثير من الدول ففي فرنسا ارتبطت النقابات العمالية بالأحزاب اليسارية، وتصارع تلك الأحزاب قد انتقل من ساحة هيئة الناخبين إلى الإطار النقابي وهو الأمر الذي أدى إلى انشقاق الاتحاد العام للعمال على نفسه إلى جناحين ؛ الأول خضع لسيطرة الحزب الشيوعي ،



والثاني خضع لسيطرة الحزب الاشتراكي<sup>(٣٧)</sup>.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فتحظى جماعات الضغط بشرعية دستورية بعد أن كانت في الماضي تمارس عملها في الخفاء، كما يمكن لتلك الجماعات توجيه رسائل مختلفة وبرقيات لهيئة الناخبين بأن تتقدم بأراء تلك الجماعات مباشرة إلى السلطات المختصة.

### المبحث الثاني: وسائل الدعاية الانتخابية غير الشرعية

لقد ظهرت وسائل للدعاية الانتخابية غير القانونية، مما يشكل خطراً يهدد العملية الانتخابية، منها:

**أولاً : تقديم الرشاوى:** إذ يقوم المرشح من خلاله بإعطاء قيمة مادية أو معنوية للناخب مقابل صوته، ويكثر ذلك في الدول النامية، بسبب ذلك انخفاض المستوى الاقتصادي للناخبين، غياب الوعي السياسي،... إلخ وتتخذ الرشاوي صوراً عديدة كتقديم السلع التموينية، أو توفير غير المتوفر منها، عمل مسابقة.... إلخ

**ثانياً : القسم وأخذ العهود:** حيث يقوم المرشح بأخذ عهد موثق بالقسم وأخذ العهد مقابل تقديم خدمات جليلة للمنطقة وإعطاء الاهتمام للمشاكل والظروف التي يعيشها الناخبون في حالة الفوز<sup>(٣٨)</sup>.

**ثالثاً: استخدام القوة والعنف والتهديد:** هو عملية الاعتداء جسدياً أو كلامياً بأسلوب جارح على مرشح ما أو على من يمثله في أثناء الحملة الانتخابية، وقد تطور في مصر من عنف قبلي وعصبي إلى العنف المأجور عن طريق بعض المسجلين خطر الذين يتفق معهم المرشح على إرهاب خصومه والتعرض لهم، وقد شهدت انتخابات ٢٠٠٥م حوادث متعددة واتخذت أشكالاً من العنف لم تعرفها مصر من قبل وامتد العنف إلى عدد واسع من المحافظات والمدن الكبرى والمراكز الحضرية<sup>(٣٩)</sup>.

### رابعاً : الدعاية السوداء :

وهي نوع من أنواع الدعاية السلبية، تعتمد على الكذب وتشويه الخصم وتلفيق الاتهامات له، وتعتمد على الغزو النفسي والعقلي للناخب، حتى يفقد السيطرة على قيادة نفسه، وتحرمه حق الانتخاب الحرّ، وخاصة إذا اعتمدت على سياسة الإغراق الإعلامي الذي يحدث حتى في أعرق بلاد الديمقراطية.

**خامساً : توظيف الشعارات الدينية في الحملات الانتخابية رغم حظرها:**



بالرغم من النص صراحة على الامتناع عن استخدام الشعارات الدينية إلا أن الواقع يثبت وجود العديد من الخروقات وتوظيف الشعارات الدينية واستغلال المساجد.

**سادسا : استخدام المال العام والمؤسسات الحكومية في الدعاية الانتخابية:**

حظر المشرع في التشريعات المقارنة استخدام المباني والمنشآت العامة ووسائل النقل أو شركات القطاع العام أو القطاع العام<sup>(٤٠)</sup>.

إلا أنه قد ثبت انتهاك ذلك بطريقة كبيرة مثال ذلك في كثير من الانتخابات قيام بعض المرشحين بتوزيع أغذية معلبة مطبوع عليها وزارة الداخلية وذلك يوضح أن استخدام المال العام في المعركة الانتخابية أمر ما زال مستمرا في ظل وجود رقابة ضعيفة وغير فاعلة<sup>(٤١)</sup>.

**المبحث الثالث: دور المؤتمرات والمناظرات وتكنولوجيا المعلومات "الإعلام الحديث"**

**أولا : المؤتمرات والندوات:** المؤتمر هو الحدث السياسي الأهم أثناء الحملة الانتخابية ؛ ففيه يظهر المرشح مدى التأييد الذي يتمتع به عبر حشد أكبر عدد ممكن من الحضور.

**ثانيا: المناظرات:** عبارة عن مبارزة انتخابية علنية بين المتنافسين يديرها أفراد أو هيئات محايدة والحكم فيها هم هيئة الناخبين<sup>(٤٢)</sup> بهدف تسهيل مهمة الناخب في تحديد رأيه الانتخابي.

**ثالثا: تكنولوجيا المعلومات، حملات الإنترنت<sup>(٤٣)</sup>:**

بدأت شبكة الإنترنت تدريجياً في لعب دور مهم كوسيلة إعلامية يستفيد منها المرشحون والأحزاب في الحملات الانتخابية، إذ إنه مجال حيوى مفتوح لتقديم صورة عن المرشح والتعريف به وبحزبه وبرامجه السياسية عن طريق الصفحات الشخصية والمدونات والمواقع، وميزة هذا المجال أنه هو البوابة المثلى لمخاطبة شريحة مهمة يصعب في العادة إقناعها بالذهاب إلى صناديق الاقتراع، وهى شريحة الشباب.

**الفصل الثالث : الإنفاق على الحملات الانتخابية**

**التمهيد والتقسيم:**

لما كان ضمان نزاهة وشفافية العملية الانتخابية هو الأولوية الكبرى لضمان الثقة في العملية الانتخابية والاعتراف بنتائجها. خاصة بعد ظهور دفع الرشاوى الانتخابية



مما يخل بشفافية ونزاهة العملية الانتخابية لكونه يخل بأحد أهم المبادئ الضامنة للنزاهة في هذه العملية وهو مبدأ تكافؤ الفرص بين المرشحين<sup>(٤٤)</sup>.

وسوف نتناول هذا الفصل في عدة مباحث على النحو التالي:

### المبحث الأول: مفهوم الإنفاق الانتخابي وأهميته

وسوف نعرض هذا الموضوع من خلال مطلبين :

المطلب الأول: مفهوم الإنفاق الانتخابي وأهميته

المطلب الثاني: ضبط الإنفاق الانتخابي

### المطلب الأول: مفهوم الإنفاق الانتخابي وأهميته

#### الفرع الأول: تطور مفهوم الإنفاق الانتخابي عالمياً

لقد تبلورت عملية الإنفاق الانتخابي في السنوات الماضية وتطورت من كونها مجرد عملية تنظيم وإشراف وضبط الإنفاق وصولاً إلى تحولها باتجاه "التمويل العام للانتخابات"<sup>(٤٥)</sup> وحتى سبعينات القرن الماضي، كان تأمين التمويل الانتخابي يركز على تطوع الأفراد والمساهمين في الأحزاب وتقديم عملهم كجزء من التبرع، ولم يكن للدولة أي نوع من أنواع التدخل في عملية تنظيم الإنفاق الانتخابي أو التمويل العام.

ومع الانتشار السريع "للتسويق السياسي" "Political Marketing"<sup>(٤٦)</sup> واتساع دائرة الدعاية السياسية المرافقة لكل الحملات الانتخابية، لم يعد النموذج السابق كافياً لضمان تنافس انتخابي متوازن وفقاً لآليات العصر.

هذا الواقع الجديد، أفضى إلى ازدياد الحاجة إلى المال الانتخابي؛ ولذلك كان من الضروري إيجاد الصيغ التي تضمن من جهة انفاقاً انتخابياً عادلاً دون أن تحرم الأحزاب والكيانات السياسية من حقها في خوض العملية الانتخابية بحرية الأمر الذي يضمن في المحصلة العامة انتخابات ديمقراطية.

#### الفرع الثاني: تطور مفهوم الإنفاق الانتخابي عربياً:

غالباً لا تتطرق الأنظمة الانتخابية في الدول العربية إلى موضوع الإنفاق الانتخابي، فترد عادة في فقرات ومواد تأتي بمعظمها تحت عنوان الأحكام الجزائية باستثناء القليل منها وتحديداً في السنوات العشر الماضية، ومنها قانون الانتخاب الجزائري<sup>(٤٧)</sup> بينما تخلو الأنظمة الانتخابية لبعض الدول العربية من أي ذكر لهذا



الموضوع ومنها لبنان. وعلى ذلك يمكن تعريف النفقات الانتخابية " كل إنفاق مباشر أو غير مباشر، يهدف إلى التسويق لمرشح أو لكيان سياسي ما في الانتخابات"

### الفرع الثالث: أهمية ضبط الإنفاق الانتخابي

إن إجراء الدعاية الانتخابية يعد أمراً باهظ التكاليف ويسير دوماً للارتفاع على نحو متصاعد. وتثير الحاجة إلى جمع مبالغ كبيرة من المال مخاوف خطيرة بشأن تزاهاة الانتخابات. كما أن مصادر هذه الأموال، والمبالغ التي قد تكون مقبولة وعدم توافر موارد متساوية قد تؤثر على نتيجة الانتخابات. ولضمان إجراء حملات صادقة ونزيهة، فقد اعتمدت معظم البلدان قواعد تمويل للحملات الانتخابية تعمل على الحد من التبرعات والنفقات المسموح بها أثناء القيام بالحملات وتتطلب القوانين من الأحزاب السياسية والمرشحين الكشف علناً عن مصادر تمويلهم، فضلاً عن طبيعة وحجم إنفاقهم.

في الواقع أن عدد القنوات التي يمكن من خلالها تدفق المال في السياسة يجعل من التمويل السياسي أمراً صعباً للسيطرة عليه من الناحية العملية، حيث إنه عندما يتم إغلاق قناة واحدة من المال السياسي، فإنه يتم استخدام قنوات أخرى لتأخذ مكانها<sup>(٤٨)</sup>.

وعلى الرغم من أن الأحزاب السياسية في الديمقراطيات المعاصرة تحتاج إلى تمويل مناسب وقانوني للقيام بأنشطتها الأساسية إلا أن هناك مشكلة كبيرة قد تثور في هذا الشأن وهي أن استخدام المال في العملية السياسية قد يؤدي في بعض الحالات إلى ممارسات سلبية مثل (إساءة استخدام موارد الدولة - شراء الأصوات - التمويل غير المشروع للحملات الانتخابية)، وهذا كله من شأنه تشويه تكافؤ الفرص لصالح بعض المرشحين والتأثير على الشفافية الانتخابية وتقليل المساواة بين المرشحين.

### المطلب الثاني: ضبط الإنفاق الانتخابي

#### وسوف نتناوله من خلال فرعين :

- الفرع الأول : ضبط الإنفاق الانتخابي من منظور دولي.
- الفرع الثاني : حدود الإنفاق على عملية الدعاية الانتخابية.

### الفرع الأول : ضبط الإنفاق الانتخابي من منظور دولي

نصت المادة ٢٥ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية<sup>(٤٩)</sup>. على: (يكون لكل مواطن، دون أي وجه من وجوه التمييز المذكور في المادة ٢، الحقوق



- التالية، التي يجب أن تتاح له فرصة التمتع بها دون قيود غير معقولة:
- (أ) أن يشارك في إدارة الشؤون العامة، إما مباشرة وإما بواسطة ممثلين يختارون في حرية.
- (ب) أن يَنتخب ويُنتخب، في انتخابات نزيهة تجرى دورياً بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري، تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين.
- (ج) أن تتاح له، على قدم المساواة عموماً مع سواه، فرصة تقلد الوظائف العامة في بلده.

وفى تفسيرها للمادة ٢٥ من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية علقت اللجنة المعنية بحقوق الانسان التابعة للأمم المتحدة ( يمكن تيرير الحدود المعقولة للأنفاق على الحملة الانتخابية، حيثما يكون ذلك ضرورياً، لضمان عدم تفويض حرية اختيار الناخبين أو تشويه العملية الديمقراطية من خلال الإفراط في الإنفاق لصالح أى مرشح أو حزب )

**وقد نصت أيضا المادة ٧ / ٣ من اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد على :**

( تنظر كل دولة طرف أيضاً فى اتخاذ التدابير التشريعية والإدارية المناسبة، بما يتسق مع أهداف هذه الاتفاقية ووفقاً للمبادئ الأساسية لقانونها الداخلي، لتعزيز الشفافية فى تمويل الترشيحات لانتخاب شاغلي المناصب العمومية وفى تمويل الأحزاب السياسية، حيثما انطبق الحال ).

لقد توافق المجتمع الدولي على عدة معايير مختلفة تتعلق بتمويل الحملات الانتخابية وتم القيام بجهود جماعية لضمان شفافية ونزاهة الانتخابات كحق إنسانى أساسى .

**الفرع الثاني: حدود الإنفاق على الإعلانات السياسية والحملة الانتخابية.**

إن الحد من الإنفاق على الحملة الانتخابية هو شكل غير مباشر لتنظيم الدعاية السياسية المدفوعة الثمن في الكثير من البلدان. في كندا على سبيل المثال، يعنى الحد من الإنفاق، أن الأحزاب لا يمكنها أبداً استخدام نصيبها من الوقت المخصص للإعلان. وفي انتخابات عام ١٩٩٤م في جنوب إفريقيا على سبيل المثال، تم التأكيد على أن الدعاية السياسية تخضع لجميع القيود القانونية الخاصة بالإنفاق على الحملة، وتشير التقديرات إلى أن أعلى نصيب للفرد من الإنفاق على الدعاية السياسية في العالم في فنزويلا، وينظر إلى الولايات المتحدة عادة باعتبارها مركز الدعاية السياسية، ولديها نظام معقد نوعاً ما لتنظيم تمويل الحملات الانتخابية، وخاصة في





الانتخابات الرئاسية . واليابان هي بلد آخر تميز بين الأحزاب والمرشحين في السيطرة على الإنفاق في الحملات الانتخابية ، فلا يسمح للمرشحين أنفسهم بشراء وقت البث. لكن الأحزاب، من ناحية أخرى، يمكن أن تقوم بشراء الوقت المخصص للدعاية، شريطة أن تقوم إعلاناتها بالدعوة إلى تقديم الدعم للحزب، وليس لمرشح معين.

## المبحث الثاني: تمويل الحملات الانتخابية في فرنسا

### المطلب الأول: حدود الإنفاق.

نص قانون ١١ مارس ١٩٨٨ م المتعلق "بالشفافية المالية في الحياة السياسية" على التمويل العام للأحزاب الممثلة في البرلمان، حيث يحق للمرشحين تلقي هبات، إلا ان نفقاتهم تبقى محددة بسقف مالي. ولكن القانون لم يكن ينص على أية مراقبة لحسابات الحملات الانتخابية<sup>(٥٠)</sup>.

وجاء قانون ١٥ يناير ١٩٩٠ ليفرض مبدأ سقف النفقات المالية على كافة الانتخابات وأنشأ "الهيئة الوطنية الخاصة بحسابات الحملات والتمويل السياسي CCFP" التي من شأنها السهر على تطبيق القانون. أما قانون ٢٩ كانون الثاني ١٩٩٣، فحافظ على التمويل الخاص ولكنه وضع سقفاً مالياً أكثر صرامة للنفقات وفرض شفافية لا مثيل لها. وفي خريف العام ١٩٩٤م، مُنع تمويل الأحزاب والمرشحين من قبل القطاع الخاص... (قانون ١٩ يناير ١٩٩٥)<sup>(٥١)</sup>.

### المطلب الثاني : مراقبة المجلس الدستوري على تمويل الحملات الانتخابية<sup>(٥٢)</sup>.

يتيح القانون الأساسي بتاريخ ٥ شباط اكتوبر ٢٠٠١ م المتعلق بانتخاب رئيس الجمهورية، سلطة التقدير، في حال تم تجاوز سقف الإنفاق بالمجلس الدستوري، في هذا السياق، يتعين على مرشح الرئاسة الذي لم يحترم السقف القانوني أن يدفع الفائض للخرينة العامة كما أنه يُحرم من التسديد المقطوع. مع الممارسة، لاحظ المجلس الدستوري أنه قد يكون لهذه القواعد مفاعيل غير عادلة عندما تُدرج النفقات خطأ على سبيل المثال من قبل مرشحين يتمتعون بنية حسنة وبالتالي أصبح للمجلس الدستوري الصلاحية بمنح المرشح حق الاستفادة من التسديد في حال كان جهل الأحكام القانونية غير متعمد وغير بالغ الأهمية.

### المبحث الثالث: التمويل السياسي للدعاية الانتخابية

الهدف من تمويل الدعاية الانتخابية هو محاولة توفير مجموعة من المكونات للقدرة على استخدام الوسائل المتاحة للتأثير على هيئة الناخبين واستمالتهم لصالح مرشح أو حزب معين. وسوف نتناول هذا المبحث في مطالب ثلاثة: المطلب الأول: استطلاع الرأي.



المطلب الثاني: وسائل الإعلام.

المطلب الثالث: أهداف ومكونات سياسة التمويل.

### المطلب الأول: استطلاع الرأي

تعمل الأحزاب السياسية والمرشحون ووسائل الإعلام على إجراء استطلاعات للرأي لقياس مدى تأييد الناخبين للمرشحين أو الأحزاب المختلفة. وتستخدم استطلاعات الرأي أيضاً لتركييز الحملات الانتخابية وتطوير وتحسين الرسائل الموجهة للناخبين. وعندما يتم الإفصاح عن نتائج استطلاع للرأي بصورة علنية فإنه ينبغي بشكل عام بيان المنهجية المستخدمة حتى يتاح للمستخدمين تقييم مدى دقة الاستطلاع.

### ثانياً: تنظيم تغطية استطلاعات الرأي:

نشر نتائج استطلاع الرأي موضوعٌ يثير عواطف قوية؛ فالنظم الديمقراطية الراسخة تأخذ مواقف متناقضة حيال هذا الموضوع. ذلك أن ست عشرة دولة من بين ٢٧ دولة في الاتحاد الأوروبي تحظر تغطية استطلاعات الرأي، ولكن تتفاوت الأطر الزمنية لهذا الحظر من شهر كامل وحتى ٢٤ ساعة فقط قبل يوم إجراء الانتخابات. ولا توجد سوى ثلاثة بلدان فقط - إيطاليا وسلوفاكيا ولوكسمبرغ - يمتد فيها الحظر لأكثر من سبعة أيام. وفي العديد من دول الاتحاد الأوروبي، خفضت الاعتراضات القانونية في السنوات الأخيرة الفترة الزمنية التي يطبق فيها الحظر<sup>(٥٣)</sup>.

### ثالثاً : رأي البعض في استطلاع الرأي:

يرى فريق من أساتذة وخبراء السياسة والرأي العام عدم جدوى استطلاعات الرأي، وهناك حالات كثيرة في أمريكا وأوروبا أثبتت تحقيقات مستقلة عمليات التلاعب بالاستطلاعات وتوظيفها لمصلحة النخب الاقتصادية والسياسية المسيطرة، وهناك توجه أكاديمي يدعو لإلغاء الاستطلاعات واستبدالها بالتفاعلات المباشرة بين ملايين المواطنين على الانترنت.

### المطلب الثاني: وسائل الإعلام في الحملات الانتخابية

يعتبر التلفزيون أهم وسيلة للقيام بالحملات الانتخابية والتواصل مع الناخبين خاصة في البلدان التي تشتمل على تغطيات تلفزيونية واسعة وحضور مشاهدة كبيرة، لذا لزم الأمر ضرورة وجود قانون يحدد المسموح والممنوع لوسائل الإعلام أن تفعله خلال فترة الانتخاب، وفي بعض البلدان، هناك بعض الأنظمة التي تحدد فترة



مخصصة "للصمت الإعلامي"، بحيث لا يسمح خلالها إجراء أية حملات دعائية إنتخابية بصورة مطلقة، وهناك قيود مشددة على ما تكتبه وتنتشره أو تديعه وسائل الإعلام في هذه الفترة وقد ينطبق هذا الحظر على جميع وسائل الإعلام أو على بعضها<sup>(٥٤)</sup>.

### دور وسائل الإعلام في الحملات الإنتخابية :

الهدف العام من التغطية الإعلامية خلال الحملات الإنتخابية يتمثل في التقرير والإعلام والنشر بصورة نزيهة ومحيدة. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تخصيص أوقات بث إذاعي وتلفزيوني فيما بين جميع الأحزاب والمرشحين المتنافسين، والإتفاقات (الطوعية) على برامج إخبارية نزيهة، وتقارير إخبارية، أو غير إخبارية، ومناظرات بين قادة الأحزاب. ومن الهام للغاية في البداية ضمان حق كل حزب ومرشح للاتصال مع وسائل الإعلام.

### المطلب الثالث: أهداف ومكونات سياسة التمويل

نتناول هذا المطلب في فروع ثلاثة على النحو التالي:

#### الفرع الأول: التمويل السياسي

من الواضح أن عدد القنوات التي يمكن من خلالها تدفق المال في السياسة يجعل من السيطرة على التمويل السياسي أمراً صعباً من الناحية العملية، حيث إنه حالما يتم إغلاق قناة واحدة من المال السياسي ، فإنه يتم إستخدام قنوات أخرى لتأخذ مكانها<sup>(٥٥)</sup>.

#### الفرع الثاني: أهداف سياسة التمويل السياسي

تستهدف عادة القوانين التي تنظم تمويل الحملات الانتخابية والمرشحين والأحزاب السياسية تحقيق بعض أو كل من أغراض السياسة التالية : ردع الفساد، وضمان الإنصاف والعدالة في الموارد المتاحة للمرشحين والأحزاب، وتشجيع المنافسة بين الأحزاب والمرشحين، و الحد من الإنفاق العام على الحملات الانتخابية وتشجيع الشفافية وإطلاع الجمهور على معلومات حول تمويل الحملات الانتخابية.

#### وضع الإطار القانوني:

إن إحدى قضايا ضبط الدعاية في الانتخابات، والتي تحتل الأولوية في ضرورة معالجتها، هي عملية تبني قوانين للتمويل السياسي. ومن الناحية المثالية، فإنه ينبغي أن تكون صياغة تلك القوانين وتمريرها من قبل هيئة تشريعية منتخبة بصفة شرعية.



## هيئة تنظيم التمويل السياسي:

عندما يصبح هناك عملية مشروعة بحيث يمكن من خلالها وضع الإطار القانوني للانتخابات ، فإن المسألة الحاسمة التالية هي منح سلطة قانونية لجهة ما كي تتولى القيام بتنفيذ وتطبيق قوانين التمويل السياسي. وتعرف هذه الجهة عادة باسم هيئة تنظيم التمويل السياسي (PFR) ، وقد تكون هذه الهيئة مسؤولة عن :

- صياغة وتنفيذ اللوائح التنظيمية التي تعمل على زيادة توضيح وتحديد أهداف السياسة العامة لقوانين التمويل السياسي .
- إدارة السياسات بشأن الإعانات العامة للمشاركين في العملية الانتخابية ومتطلبات الإبلاغ عن التمويل السياسي.
- فرض قيود التمويل القانونية والتزامات تقديم التقارير من خلال عمليات إدارية أو شبه قضائية.

## الفرع الثالث: مكونات نظام التمويل السياسي

### ثمة طرق رئيسية لتنظيم التمويل السياسي :

- فرض حظر التمويل من مصادر معينة.
- القيود على مبالغ المساهمة.
- حظر أنواع معينة من الإنفاق.
- تحديد الإنفاق.
- تحديد أوقات الحملات الانتخابية.

## المبحث الرابع: إنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية

سوف نقسم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول : المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية .

المطلب الثاني : دور الهيئات الانتخابية في إنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية.

### المطلب الأول: المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية

يمكن تقسيم المراحل التنفيذية للحملة الانتخابية إلى خمس مراحل رئيسية هي:

المرحلة الأولى : مرحلة دراسة موقف الحزب أو المرشح.



هي مرحلة تمهيدية يتم فيها إجراء الدراسة المبدئية لموقف الحزب السياسي في ضوء دراسة ومتابعة الأحزاب السياسية المنافسة وقوانين الانتخابات المعمول بها. ودراسة المرشح مدى تأييد الناخبين في الدائرة، والاتصال بقيادة الحزب السياسي الذي ينتمي إليه.

### المرحلة الثانية : مرحلة التقديم :

تبدأ هذه المرحلة فور إجراء الدراسة المبدئية لموقف الحزب السياسي ومرشحيه المحتمل في الانتخابات، وتقرير التقدم بالترشيح وإعداد الحملة الانتخابية التي تدعم الحزب ومرشحيه، ونشر برنامجہ الانتخابي.

### المرحلة الثالثة : مرحلة الانتشار :

يبدأ المرشح في هذه المرحلة في استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية بكثافة وتكرار شديد، إلى جانب الأنشطة الأخرى في الحملة الانتخابية، وتأكيد الارتباط بين هذه الأنشطة الدعائية ووسائل الإعلام.

### المرحلة الرابعة: مرحلة التحديد والتركيز:

يتم في هذه المرحلة تحديد أهم القضايا الرئيسية التي تحظى باهتمام الناخبين في البرنامج الانتخابي للحزب أو المرشح بحيث يتم التركيز عليها وإبرازها في الوسائل الدعائية والخطب السياسية.

### المرحلة الخامسة : مرحلة الحسم والبروز:

هذه المرحلة يتم فيها إبراز المرشح السياسي أو الحزب على أنه أقوى المرشحين وأكثرهم احتمالاً بالفوز في الانتخابات ، والتأكيد على أنه المرشح الذي في القمة، وهو أكثر المرشحين تأييداً من جانب الناخبين .

### المطلب الثاني: إنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية

#### الفرع الأول: آليات إنفاذ السياسة للدعاية الانتخابية

- هناك مجموعة من الإجراءات العامة التي تتعلق بإنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية وهي تتمثل في كل أو بعض الإجراءات التالية:-
- الكشف عن تمويل الحملات الانتخابية ومتطلبات الإفصاح .
  - فرض قيود على حجم ومصدر التبرعات .



- حدود نفقات الحملة .

- حوافز مثل التمويل العام أو الإعانات والوصول إلى وسائل الإعلام أو الدعاية المجانية .

**ثانيا : آليات الإنفاذ:**

يحدد الإطار القانوني لكل بلد المؤسسات الحكومية التي ستقوم بدور هيئات رقابة التمويل السياسي (PFRs) وآليات التنفيذ التي يتعين استخدامها. وتختلف الآليات من ولاية قضائية إلى أخرى، ولكنها تشمل عادة بعضاً أو كلاً مما يلي<sup>(٥٦)</sup>:

- **متطلبات الإفصاح:** يتم بتقديم أصحاب الحملات تقارير عن التبرعات والمساهمات المقدمة لحملاتهم وإبراز الوثائق التي تعزز وتثبت تقاريرها.

- **التدقيق:** تدقيق التقارير والوثائق المالية للحملة الانتخابية.

- **الإشراف:** عن طريق تلقي شكاوي المشاركين الآخرين في الانتخابات، ومؤسسات المجتمع المدني، وذلك لتقديم تقارير عن مخالفات التمويل التي يشتمه فيها .

- **التحقيق:** تعمل هيئة مراقبة التمويل السياسي على التحقيق في المخالفات المحتملة في تقارير الإبلاغ ، والأخطاء أو الغش، والمخالفات المحتملة للقانون.

- **التفاوض:** بدلاً من اللجوء إلى رفع دعوى مدنية أو مقاضاة جنائية، للتوصل إلى اتفاقات مصالحة مع أصحاب الحملات المخالفة.

- **العقوبات الإدارية:** قد تعمل هيئة مراقبة التمويل السياسي على فرض عقوبات في شكل ("بطاقة مخالفة") بشأن المخالفات الصغيرة نسبياً، أو عقوبات متدرجة بشأن الجرائم الخطيرة أو المعقدة .

- **الدعاوى المدنية:** قد تعمل هيئة مراقبة التمويل السياسي على رفع دعاوى مدنية في المحاكم العامة أو المتخصصة لفرض قوانين التمويل السياسي والمطالبة بتعويضات أو إصدار أوامر قضائية .

- **الملاحقة الجنائية:** قد تسعى هيئة مراقبة التمويل السياسي إلى ملاحقة الانتهاكات الجنائية المحتملة لقوانين التمويل السياسي في المحاكم المختصة.



### ثالثاً : السلطات التنفيذية لإنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية:

يجب أن يكون لدى مراقب التمويل السياسي (PFR) سلطة واضحة لفرض قوانين التمويل، كما يجب أن تتاح للمراقب صلاحيات الوصول إلى مجموعة من العقوبات والجزاءات لاستخدامها وتطبيقها.

ويصبح التطبيق والإنفاذ أفضل وأكثر اتساقاً عند التوصل إلى وضع مجموعة كاملة من العقوبات على درجات متفاوتة من الشدة بصورة متدرجة مع شدة المخالفات.

### الفرع الثاني: صلاحيات إنفاذ السياسة المالية للدعاية الانتخابية

**أولاً : الإدارة :** لضمان فعالية نظام التمويل، فإن الهيئة تظل تعتمد اعتماداً كلياً على الوكالات الحكومية والمحاكم لإعطاء قوة الإنفاذ والتطبيق لقوانين التمويل السياسي. ولا يتطلب الإنفاذ بالضرورة فرض عقوبات، أو اللجوء إلى المحاكم بل يمكن الاكتفاء بحلول مثل التدريب أو التفاوض أو عقوبات التشهير.

**ثانياً : التعليم والتدريب:** وذلك بعقد حلقات تدريبية وإصدار كتيبات مبسطة أو ملخصات للقوانين المعمول بها. حتى يمكن للأحزاب والمرشحين مراقبة التقارير الخاصة بهم والأنشطة المالية، وتصحيح الأخطاء.

**ثالثاً: التفاوض:** إن نتيجة المفاوضات هي الامتثال أو التوافق: حيث يقر الكيان الذي قدم التقرير بحصول خرق للقانون، ويوافق على اتخاذ إجراءات معينة، ودفع غرامة مدنية أو تقديم علاجات أخرى .

**رابعاً : عقوبات التشهير أو التوبيخ:** وكمثال على ذلك هو الإفراج العلني للجمهور عن تقارير مراجعة الحسابات الختامية للأحزاب أو المرشحين، من خلال المنشورات المطبوعة أو نشرها على الانترنت.

**خامساً: العقوبات الإدارية:** ربما تكون الطريقة المثلى للتعامل مع الانتهاكات البسيطة (مثل التقديم المتأخر أو غير المكتمل لإقرارات الإفصاح عن البيانات المالية) بموجب معيار "المسؤولية الصارمة"، مع حد أدنى من عملية فرض غرامات صغيرة.

**سادساً : سلطات الإنفاذ المدنية والجنائية :** في بعض النظم، تتمتع هيئة الرقابة (PFR) بالصلاحيات لرفع دعاوى مدنية في المحاكم العامة، فإن الهيئة قد تصبح مضطرة إلى رفع دعوى ضد الجاني في النظام المدني لضمان تنفيذ أوامر إدارية وتطبيق العقوبات إذا لم يكن تنفيذ تلك الأوامر تلقائياً من ذاتها<sup>(٥٧)</sup>.



## المبحث الخامس: تمويل الدعاية الانتخابية

### المطلب الأول: تمويل الأحزاب السياسية

لا شك أن المال يعد عصب الأنشطة الحزبية ، وتمويل الأحزاب السياسية قد يكون خاصاً، وقد يكون عاماً لذلك سوف نتناول هذا المطلب في فرعين على النحو التالي:-

#### الفرع الأول: التمويل الخاص للأحزاب السياسية

**التمويل الخاص للأحزاب:** هو التمويل الذي يأتي بالدرجة الأولى من اشتراكات أعضائها، وبجانبه يوجد نوع آخر وهو التبرعات من الأفراد أو الشركات مما قد يوقع الحزب تحت تأثير سياسات المتبرع.

ومنه أيضاً استثمار أموال الحزب، في الأنشطة غير التجارية للأحزاب، كما يمكن أن تستثمر أموال الأحزاب في أنشطة تجارية وهو ما لا تسمح به أغلب النظم القانونية.

#### الفرع الثاني: التمويل العام للأحزاب السياسية.

**أولاً : التمويل العام المباشر:** تختلف النظم القانونية في شأن التمويل العام المباشر للأحزاب، فهناك بعض النظم القانونية تمنعه وتستعيز عنه بتقديم معونة يطلق عليها في بريطانيا مثلاً " معونة التنمية السياسية " وقد أقرت ألمانيا التمويل العام المباشر للأحزاب والذي ينظم عن طريق قانون الأحزاب الصادر في عام ١٩٦٧م.

**ثانياً : التمويل العام غير المباشر:** الذي قد يكون بأحد الوسائل التالية: الإعانات، والمزايا الضريبية، والمساهمة الخاصة للمسؤولين عن الأعباء العامة، ومساهمة الدولة عن طريق تقديم بعض الخدمات.

وهناك نوع آخر من أنواع تمويل الأحزاب وهو التمويل الخارجي، لكنه محل جدل كبير.

ويمكن تخصيص أموال عامة على أساس المساواة على النحو التالي<sup>(٥٨)</sup>.

- إعطاء مبالغ متساوية لجميع الأحزاب والمرشحين المتسابقين في الانتخابات.
- توزيع مبالغ متساوية على الأحزاب السياسية الحاصلة على عدد محدد من المقاعد النيابية.





**التخصيص النسبي :** حيث تحصل فيها الأحزاب أو المرشحون على مزيد من الأموال اعتماداً على عدد المرشحين المتقدمين للترشيح، والأصوات التي يتم الحصول عليها، الخ.

### الفصل الرابع : السلطات الرقابية والإشرافية على الهيئات التمويلية للدعاية الانتخابية

يقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث :

#### المبحث الأول: مراقبة التمويل السياسي للدعاية الانتخابية

سوف نقوم في هذا المبحث ببيان أساس مبدأ الرقابة على تمويل الدعاية الانتخابية وحدوده، ثم نبين الجهات المنوطة بالرقابة على تمويل الدعاية الانتخابية وذلك في مطلبين على النحو التالي:-

**المطلب الأول: أساس مبدأ الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية وحدوده**  
وسوف نقسمه إلى فرعين:

#### الفرع الأول: أساس مبدأ الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية

ينقسم الفقهاء إلى فريقين ؛ فريق يرى أنه من الأنسب أن يترك أكثر قدر من الحرية للأحزاب في المسائل المالية ولا يفرض عليهم إلا التزام وحيد هو تقديم تقرير دوري عن ماليتها<sup>(9)</sup>، ويعترف هذا الفريق بوجود رقابة على تمويل الدعاية الانتخابية ، إلا أنه يرى أنها لا بد أن تكون في أقل الحدود. وإذا كان أصحاب هذا الرأي يرون أن الرقابة تتعارض مع الديمقراطية؛ فإن هناك فريقاً يجيز للديمقراطية مبدأ الرقابة على تمويل الدعاية الانتخابية.

#### الفرع الثاني: حدود مبدأ الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية

السؤال المثار هنا ما مدى حدود تطبيق هذا المبدأ وإلى أي مدى يمكن أن تبلغ الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية ؟ هذا ما نجيب عليه :-

**أولاً : الإفصاح :**

يسمح الإفصاح عن مصادر التمويل لـ(PFR) بتحديد فيما إذا كانت الحملة ملتزمة بقوانين التمويل السياسي. كما يمكن الدولة من احتساب المبلغ المستحق للحملة من الأموال العامة إن وجد، والتأكد من كيفية إنفاقه.

مما يستلزم تقديم كشف حساب بكافة المصروفات والإيرادات يتضمن الكشف عن حجم وطبيعة كل المساهمات أو التبرعات، كما يكشف عن جميع القروض والسلف



المتلقاة، بما في ذلك هوية المقرض وأعماله وطبيعة عمله، ومن البديهي أن يتناول الكشف بشيء من التوضيح الهدايا والهبات التي تقدم للحملة.

وقد نص على ذلك قانون مكافحة الرشوة الأمريكي الصادر عام ١٩٢٥ حيث ألزم كل مرشح ملزم بتقديم تقرير لمجلس الشيوخ أو مجلس النواب بحسب الأحوال أحدهما قبل الانتخاب والثاني بعدها<sup>(٦٠)</sup>.

### ثانياً التدقيق :

التدقيق عملية ضرورية للغاية لعمل رقابة التمويل السياسي (PFR) إذ يتيح تحليل وثائق التبرعات والنفقات، والبيانات المصرفية وغيرها من السجلات المالية لحزب سياسي، أو مرشح أو مشارك آخر في الانتخابات. وتخدم عملية التدقيق عدة أغراض<sup>(٦١)</sup>:

- التدقيق في تقارير الإفصاح والكشف عن التبرعات والمصروفات والالتزامات .
- تقرر فيما إذا كان المشاركون في الانتخابات ممثلين لقوانين التمويل السياسي .
- يعمل التدقيق على التأكد من أن عمليات زيادة الأرصدة والمنح والنفقات الضريبية قد تمت بطريقة شرعية. كما يتأكد من أن الأموال العامة المتلقاة قد استخدمت لأغراض سياسية سليمة، وليس لمنافع خاصة .
- يقدم التدقيق للجمهور معلومات قيمة عن التبرعات والنفقات الانتخابية.

### ثالثاً : التحقيقات:

فإذا كان هناك شبهة أقرتها مراقبة التمويل أو كان تقريرها غير مكتمل يكون للتحقيق ما يبرره لكشف المخالفات.

وقد يشمل التحقيق ما يلي<sup>(٦٢)</sup>:

- جمع معلومات عامة عن الأنشطة المالية للمشاركين في العملية الانتخابية.
- جمع الشهادات من الموظفين والمتبرعين وغيرهم.
- جمع أدلة على الانتهاكات للاستخدام في الإجراءات المختلفة.

ويمكن أن يقوم التحقيق بناءً على التدقيق الداخلي الذي قامت به مراقبة التمويل السياسي أو بسبب شكوى أو تقرير صحفي، أو رداً على المعلومات الواردة من مصادر أخرى، بما فيها الوكالات الحكومية الأخرى، ووسائل الإعلام والمنظمات



غير الحكومية، ويمكن لهيئة مراقبة التمويل السياسي إجراء التحقيقات بنفسها، أو تحويل القضية إلى وكالة حكومية أخرى أو التعاقد مع محقق خاص للقيام بذلك.

### المطلب الثاني: أجهزة الرقابة على تمويل الدعاية الانتخابية

من الضرورة أن تخول هيئة حكومية لمراقبة التمويل السياسي أو تفويض هيئة حكومية للعمل على تنفيذ القوانين ذات الصلة. فيمكن إسناد مسؤولية الإنفاذ لهيئة واحدة أو لجهة مشتركة مؤلفة من عدد من الهيئات.

وسوف نتناول هذا المطلب في فرعين :

### الفرع الأول : الأجهزة القائمة على الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية

إذ أنه لا بد لكل نظام رقابي من أجهزة تقوم بمباشرة هذه المهمة الرقابية، وقد أجمعت كافة المشاريع الدستورية والقانونية سواء كانت ذات طابع فقهي أو كانت مشاريع رسمية على تحويل مهمة الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية إلى القضاء<sup>(٦٣)</sup>. وقد ورد في المادة الرابعة من المشروع المقدم من "فرانسوا جوجل" عام ١٩٤٦ ضرورة إنشاء محكمة عليا تتقدم إليها الأحزاب كل عام بحساباتها التفصيلية عن مصروفاتها وإيراداتها مصحوبة بكافة المستندات لفحصها<sup>(٦٤)</sup>.

### الفرع الثاني: سبل قيام الأجهزة الرقابية بدورها في الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية

وحتى تتمكن من أداء دورها الرقابي والتنفيذي، فإنه يجب أن تتمتع هيئات مراقبة التمويل السياسي بالاستقلالية والحيادية والنزاهة التنفيذية.

### السلطات الإشرافية لهيئات مراقبة التمويل السياسي:

فبدون رقابة فعالة على النشاط المالي للمرشحين والأحزاب، لا يمكن لرقابة التمويل السياسي (PFR) أن تعمل بنجاح على إنفاذ قوانين التمويل السياسي. ومن شأن الإشراف أن يُمكن الهيئة من تحديد إذا ما كان المشاركون بالعملية الانتخابية يمثلون لقوانين التمويل السياسي. والتأكد من أن إنفاق الأموال في أغراض مشروعة وثيقة الصلة بالانتخابات فقط.

### المبحث الثاني: مدى الحصول على معلومات حول التمويل السياسي

رغم أهمية الحصول على معلومات إلا أن هناك دراسة حديثة من ١١٨ بلداً اعتباراً من تاريخ ١ يناير ٢٠٠٠، قد بينت أن ما نسبته ١٧ بالمئة منها لم تعمل على إتاحة



التقارير المالية للأحزاب أو المرشحين لإطلاع الجمهور عليها، بدلاً من إتباعها سياسة "الكشف المخفي" أو "الإفصاح المستتر".<sup>(٦٥)</sup>

وأفضل الممارسات هو نشر المعلومات عبر وسائل الإعلام وعلى موقع خاص بهيئة مراقبة التمويل السياسي أو توفيرها في شكل مطبوع، بحيث تتاح في نطاق واسع مما يوفر لجمهور الناخبين معلومات عن المصدر الذي يتأتى منه المال السياسي للحملات الانتخابية، وكيف يتم صرف الأموال من قبل المرشح.

### خطوتان نحو الشفافية : الإطار القانوني والإفصاح:

إن الخطوة الأولى في إنشاء نظام تمويل سياسي يقوم على أساس الشفافية هو الإطار القانوني الذي يتطلب إعداد التقارير المالية الروتينية والشاملة من قبل الأحزاب السياسية والمرشحين وسائر المشاركين الآخرين في العملية الانتخابية. وهو أمر بالغ التعقيد، وينطوي على وضع قواعد واضحة بشأن من يضع التقارير، وإلى من تُرفع، وما المعلومات التي يتعين أن تحتويها التقارير وكيفية الإفصاح عنها. كما يجب تدعيم هذه الخطوة الأولى من خلال الإنفاذ السليم والتدقيق الصحيح، والخطوة التالية هي ما يسمى عادة "الكشف" أو "الإفصاح"، وهي تعني جعل المعلومات المالية التي تتلقاها السلطات الانتخابية متاحة لإطلاع الجمهور عليها.

**من يجب عليه وضع تقارير الإفصاح :** إنهم المشاركون في العملية الانتخابية الخاضعين لالتزامات وضع ورفع تقارير عن التمويل السياسي لديهم، ويجب أن يكون من ضمن هؤلاء المسؤولون المنتخبون والمرشحون والأحزاب والمنظمات السياسية<sup>(٦٦)</sup>.

كما يجب الإبلاغ عن جميع المعلومات المالية ذات الصلة، مثل التبرعات النقدية وغير النقدية (العينية). وتشمل معلومات الإفصاح النموذجية كافة بيانات الإيرادات والنفقات للحملات الانتخابية، المدخولات والمصاريف العادية للمجموعات السياسية، والأصول المتوفرة والالتزامات المترتبة.

ويجب القيام بالإفصاح بصورة منتظمة ومفصلة وفي الوقت المناسب ومن الناحية المثالية، فإنه ينبغي أن يتم الإبلاغ والإفصاح العلني قبل يوم الانتخابات بحيث يكون للإفصاح أثرٌ على قرارات الناخبين.

### أساليب الإفصاح:

لعل الطريقة المثلى هي نشر المعلومات عن طريق وسائل الإعلام المطبوعة في جريدة أو صحيفة رسمية في الدولة مع تداول محدود لها؛ بحيث تكون عامة ولكن في



إطار محدود، أو وضعها نسخ إلكترونية مصورة على مواقع الإنترنت الحكومية. مما يوفر نطاقاً أوسع أكثر من الإصدارات المطبوعة، وقد يكون هو الحل الأمثل إذ أنه أقل تكلفة من إدخال معلومات الإفصاح في قاعدة بيانات.

ويجب أن يظل الحصول على المعلومات متاحاً لجميع الأشخاص والمجموعات المهتمة، بما فيهم الصحفيين والأكاديميين ومنظمات المجتمع المدني والمشاركين في الانتخابات نفسها<sup>(٦٧)</sup>.

وتستطيع المنظمات ووسائل الإعلام رصد وتحليل التقارير، واستخدام بيانات الحسابات المالية التي جرى الإفصاح عنها، وتقديم الشكاوى الخارجية وتعمل هذه الإجراءات على زيادة مستوى المساءلة وتشجيع المجتمع الخاضع لمراقبة التمويل السياسي لديه لوضع تقارير الإفصاح عن التمويلات والنفقات بدقة أكثر<sup>(٦٨)</sup>.

### الضمانات المطلوبة:

ولأن الإفصاح عن الذمم المالية للمرشحين قد يُساء استخدامه مما يشكل مخاطر بإساءة استخدام المعلومات في ظروف سياسية معينة بطريقة خاطئة لمضايقة أحزاب المعارضة ومؤيديها، فإنه ينبغي لقوانين التمويل السياسي أن تعمل على توفير ضمانات تكفل عدم إساءة استخدام المعلومات وعدم متابعة الإنفاذ بشكل تعسفي أو اعتباطي ضد معارضي الحزب القائم في السلطة<sup>(٦٩)</sup>.

### - رفع التقارير حول تمويل الحملة والإنفاق:

قد لا تكون معلومات تمويل الحملات الانتخابية متاحة بسهولة لوسائل الإعلام أو للجمهور. وكثير منها لا يتم إبلاغها إلى هيئة إدارة الانتخابات، بالإضافة إلى صعوبة التحقق من المعلومات التي تقدمها الأحزاب والمرشحون في التقرير. ولذلك فإن تحديد مصادر التمويل والإنفاق يتطلب قدراً من المهارة في الصحافة الاستقصائية. ومن المهم للغاية أن تكون القوانين الانتخابية والتشريعات العامة في مجال تمويل الحملات الانتخابية وحمايتها فعالة على السواء، وعلاوة على ذلك، أن تكون آليات الإنفاذ في مكانها الصحيح.

### المبحث الثالث: القواعد المنظمة للتمويل السياسي للدعاية الانتخابية

قوانين التمويل السياسي قوانين تقنية ومعقدة، وهي عرضة للمراوغة والتهرب منها، وإساءة استخدامها، والمجادلة فيها بسبب غموض بعض مصطلحاتها على سبيل المثال المساهمات أو التبرعات إذ لا ينطبق القانون إلا على المساهمات المادية مما يسمح بالعينية منها، ويجب أن يكون القانون واضحاً، كما يتعين على قانون التمويل السياسي الفعال أن ينص بوضوح على نطاق صلاحياته، وأن يحدد جميع الأحكام



ذات الصلة بشكل لا لبس فيها<sup>(٧٠)</sup> وتتألف القواعد التي تحكم تنظيم الانتخابات وإجراءها من مجموعة واسعة من النصوص يمكن تصنيفها على أربع درجات، بحسب الترتيب التالي<sup>(٧١)</sup>: القواعد الدستورية، وقوانين الانتخاب، والأنظمة الإدارية التي هي على درجة أدنى من القوانين الشرعية المسلكية (الضمنية أو العلنية).

## الفصل الثاني:

### الإطار القانوني وضمانات الرقابة على الدعاية الانتخابية

لابد أن تلتزم عملية الدعاية الانتخابية بمجموعة من المبادئ التي تنظمها مروراً بعدد من المحظورات التي يجب اجتنابها، وانتهاءً بالنص على الرقابة على هذه الدعاية، وكذلك الجزاء الذي يطبق على مخالف هذه النصوص؛ ذلك أن النص القانوني لن يكون محل احترام إلا إذا كان له جزاء يطبق على من يخالفه، مما يعني ضرورة وجود رقابة قوية ترصد أية انتهاكات تؤثر على نزاهة الانتخابات. بناءً على ذلك سوف نقسم هذا الباب الى مبحثين:

#### المبحث الأول: تناول الإطار القانوني للدعاية الانتخابية

#### المبحث الثاني: الرقابة على الدعاية الانتخابية .

#### المبحث الأول: تناول الإطار القانوني للدعاية الانتخابية

#### تمهيد وتقسيم:

لن يختار الناخبون مرشحين إلا إذا كانوا يعرفونهم، مما يعني أهمية توافر المعلومات عن المرشحين للناخبين وهو ما تتكفل به الدعاية الانتخابية التي تعد من أهم عناصر النظام الانتخابي، كونها وسيلة تعريف الناخبين بمرشحيهم وبرامجهم السياسية<sup>(٧٢)</sup>، ولضمان سلامة الانتخاب وتجنب احتمالات الانحراف به عن الحقيقة، فلا بد من أن تكون هناك عدة مبادئ يجب الالتزام بها، لذا سوف نتناول ذلك من خلال مطلبين على النحو الآتي:

#### المطلب الأول: المبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية.

#### المطلب الثاني: التنظيم القانوني لوسائل الدعاية الانتخابية.



## المطلب الأول: المبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية

تسعى الدول الديمقراطية إلى أن تتضمن تشريعاتها النصوص التي تكفل مجموعة من المبادئ التي تحكم الدعاية الانتخابية ويتبين ذلك في المطلبين التاليين:

### المطلب الأول: مبدأ المساواة.

### المطلب الثاني: مبدأ حياد السلطة الإدارية.

### المطلب الأول: مبدأ المساواة

مبدأ المساواة في الدعاية الانتخابية من المبادئ الهامة جدا خاصة أنه يتزامن مع مسألة مهمة جداً وهي ما يمكن أن تقدمه الدولة من مساعدات متساوية للمرشحين من خلال إعطائهم فرص متكافئة في استغلال وسائل الإعلام المملوكة للدولة<sup>(٧٣)</sup>.

مرحلة الدعاية الانتخابية يلزمها مبدأ المساواة المادية في منح الفرص المتكافئة لكافة الأحزاب السياسية والمرشحين، وتقتضى المساواة في الدعاية الانتخابية المساواة في النفقات الانتخابية؛ لذا يستلزم تدخل المشرع لوضع حدود المبالغ التي يمكن إنفاقها من قبل المرشحين المستقلين منهم والحزبيين على حد سواء، لضمان مباشرة حق الانتخاب سليماً غير منقوص أو مشوه، وقد نصت العديد من التشريعات على مبدأ المساواة في الدعاية الانتخابية وأكدت عليه كثير من أنظمة الانتخابات المقارنة:

وفي هذا السياق أوصت هيئة المفوضين بالمحكمة الدستورية العليا ، بعدم دستورية نص المادة ٢٥ من قانون مباشرة الحقوق السياسية، فيما تضمنته من تمييز بالحد الأقصى للإنفاق على الدعاية الانتخابية بين المرشحين؛ أفراداً وقوائم .

فقد نصت هذه المادة على "أن يكون الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح في الدعاية الانتخابية، في النظام الفردي ٥٠٠ ألف جنيه، ويكون الحد الأقصى للإنفاق في مرحلة الإعادة ٢٠٠ ألف جنيه، ويضاعف الحدان لكل خمسة عشر مرشحاً تجمعهم قائمة واحدة".

### المطلب الثاني: مبدأ حياد السلطة الإدارية

لتحقيق المساواة بين المرشحين على النحو الذي ذكرناه فإن هناك مبدأً آخرًا يتمثل في حياد السلطة الإدارية فيجب أن تكون الحكومة على حياد إزاء المرشحين كلهم ، بسبب ما يملكه الحزب من وسائل وإمكانات إذا أسيء استخدامها فإنها تؤدي إلى انتهاك فكرة الحياد السياسي والتي تعد إحدى الأسس لضمان حرية وديمقراطية



الانتخابات والاستفتاءات وتنظيم الدعاية الانتخابية على نحو دقيق يهدف إلى تكافؤ الفرص أمام المرشحين كافة<sup>(٧٤)</sup>.

ويقصد بهذا المبدأ أن تعامل السلطة الإدارية جميع أعضاء هيئة الناخبين والمرشحين أو قوائم المرشحين والأحزاب المشاركة في الانتخاب معاملة واحدة.

### المطلب الثاني: التنظيم القانوني لوسائل الدعاية الانتخابية

إن من ضمانات تحقيق نزاهة الانتخاب ومصداقيتها وجوب حماية حقّي الانتخاب والترشيح للمواطنين، وهو ما يلزم له أن يدعى المرشح ويعلن عن نفسه بوسائل الدعاية كافة بما لا يخالف أحكام الدستور والقانون المنظم والنظام العام، وقد علمنا أن الدعاية كما يعرفها بعض الفقهاء<sup>(٧٥)</sup>. هي "محاولة التأثير في الجماهير بمخاطبة عواطفهم ومشاعرهم والوصول إلى السيطرة على سلوكهم لتحقيق أهداف معينة، وقد تكون سليمة وقد تكون غير سليمة أو ذات قيمة مشكوك فيها مع التضحية بكل شيء في سبيل تحقيقها".

وقد نظمت قوانين الانتخابات والتشريعات الانتخابية عملية الدعاية الانتخابية أو الحملة الانتخابية من خلال وضع الشروط والمبادئ التي تحكم عملية الدعاية الانتخابية ومن خلال القيود التي لايجوز للدعاية الانتخابية التجاوز عليها وكذلك من خلال الجزاءات المفروضة على من يخالف هذه الشروط والقيود التي وضعتها قوانين الانتخابات

### الخاتمة:

تمثل الدعاية الانتخابية الوسيلة الأساسية التي يسلكها المرشحون من أجل تعريف الناخبين بهم وبرنامجهم السياسية ويختلف تأثير الدعاية الانتخابية على الجمهور باختلاف الأنظمة السياسية والاجتماعية السائدة فقد يتضاءل ذلك التأثير في مجتمعات الدول النامية في الوقت الذي يكون لها تأثير ملحوظ ومباشر في الدول المتقدمة.

وللدعاية الانتخابية مدة زمنية محددة تظهر فيها المنافسة المشروعة بين المرشحين من خلال وسائل عدة تتمثل بعرض صور المرشح ومقتطفات من أقواله البارزة وإظهار الشعارات الحزبية وتنظيم مناظرات بين المرشحين في محاضرات عامة.

ويحكم الدعاية الانتخابية مبدأ المساواة، بأن تتاح الفرص بالتساوي أمام جميع المرشحين وتمكينهم من إظهار أفكارهم واتجاهاتهم السياسية والحزبية بالوسائل المرئية منها والمسموعة وعدم التمييز بينهم في الوقت المخصص لبيان آرائهم





وأهدافهم والدفاع عنها من خلال وسائل الإعلام كالإذاعة والتلفاز وعدم محاباة البعض على أساس الانتماء للحزب الحاكم، أو ثمناً لتأييده السلطة القائمة.

نص المشرع المصري على أن يعين ميعاد الانتخابات العامة بقرار من رئيس الجمهورية، والتكميلية بقرار من وزير الداخلية، ويكون إصدار القرار قبل الميعاد المحدد لإجراء الانتخابات بثلاثين يوماً على الأقل ونص كذلك على أن يعلن القرار الصادر بدعوة الناخبين إلى الانتخاب أو الاستفتاء بنشرة في الجريدة الرسمية.

وعلى العكس من أقدم قوانين مباشرة الحقوق السياسية في مصر وهو القانون رقم ٧٣ لسنة ١٩٥٦ م وكذلك القانون رقم ٢٣ لسنة ١٩٧٩ م، فقد جاءت المواد ٣٢، ٣٣، ٣٤، ٣٥، ٣٦، ٣٧ في قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية الجديد رقم (٤٥) السنة (٢٠١٤م)، وكل ما كان موجوداً قبله هو نص المادة الحادية عشرة<sup>(٧٦)</sup>. من القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٢ م في شأن مجلس الشعب<sup>(٧٧)</sup>. التي تنص على أنه تلتزم الأحزاب السياسية وكل مرشح لعضوية مجلس الشعب في الدعاية الانتخابية بالمبادئ التي وافق عليها الشعب في الاستفتاء بتاريخ ٢٠ من إبريل سنة ١٩٧٩ م.

وكذلك بالمبادئ المنصوص عليها في المادة الأولى من القانون رقم ٣٣ لسنة ١٩٧٨ بشأن حماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعي وكذلك بالوسائل والأساليب المنظمة للدعاية الانتخابية وبالحد الأقصى للمبالغ التي يجوز إنفاقها عليها، وذلك كله طبقاً للقواعد التي يصدر بها قرار من وزير الداخلية، ويعلن قرار وزير الداخلية المشار إليه في جريدين يوميتين واسعتي الانتشار. وللمحافظ المختص أن يأمر بإزالة الملصقات وكافة وسائل الدعاية الأخرى المستخدمة بالمخالفة لأحكام القواعد المشار إليها في الفقرة الأولى على نفقة المشرع. ويعاقب كل من يخالف أحكام الفقرة الأولى بالعقوبة المنصوص عليها في المادة الثالثة عشرة من قانون حماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعي رقم ٣٣ لسنة ١٩٧٨ م، وذلك مع عدم الإخلال بأحكام القانون المذكور أو القانون رقم ٤٠ لسنة ١٩٧٧ م بشأن الأحزاب السياسية أو بأية عقوبة أشد ينص عليها قانون العقوبات أو أي قانون آخر. وكانت مخالفة أحكام هذا القانون من الجرائم الانتخابية ويسري عليها أحكام المادة الثانية من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم ٧٣ لسنة ١٩٥٦ م فيما يتعلق بالحرمان من مباشرة الحقوق السياسية.



## التوصيات :

### تمثل توصيات الباحث، فيما يلي :

- ١- تدريب العاملين باللجنة العليا للانتخابات في مصر على أعمال الرقابة للدعاية الانتخابية.
- ٢- رفع عقوبة الجرائم المتعلقة بالوسائل غير المشروعة التي يجري استخدامها في الدعاية الانتخابية إلى أقصى حد.
- ٣- إعادة دراسة تحديد قواعد الدعاية الانتخابية ومدى ملائمتها لحق المرشح في التعبير.
- ٤- دعم وسائل الرقابة تجاه تصرفات السلطة الإدارية المحلية والعمل على ضمان التزامها بالحياد الإيجابي.
- ٥- مساندة رقابة المجتمع المدني للدعاية الانتخابية ومراقبة سير عملية الدعاية.
- ٦- العمل على إعطاء مزيد من الصلاحيات وتحويلها إلى اللجنة العليا للانتخابات.



## قائمة المراجع

### القرآن الكريم :

#### أولاً: الموسوعات والمعاجم اللغوية:

- ١- لويس معلوف: المنجد في اللغة والأعلام، ط٣، دار المشرق، بيروت، ١٩٨٦.
- ٢- محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح، دار الرسالة، الكويت، ١٩٨٣.
- ٣- العلامة محمد بن مكرم بن منظور الأنصاري: لسان العرب، ج١٢، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (ب.ت).
- ٤- د. نظام عبد الواحد الجاسور: موسوعة علم السياسة، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤.

#### ثانياً: الكتب باللغة العربية:

- ١- د. إبراهيم عبد العزيز شيحاً:
  - النظم السياسية والقانون الدستوري، منشأة المعارف الإسكندرية، (ب.ت).
  - النظام الدستوري اللبناني، الدار الجامعية، بيروت، ١٩٨٣.
  - وضع السلطة التنفيذية رئيس الدولة - الوزارة في الأنظمة السياسي المعاصرة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٦.
- د. عبد الغني بسيوني :
  - أنظمة الانتخابات في مصر والعالم، منشأة المعارف، الإسكندرية، (ب.ت).
  - النظم السياسية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، (ب.ت).
٣٨. د. عفيفي كامل عفيفي: مبدأ الإشراف القضائي على الانتخابية النيابية منشأة المعارف، الإسكندرية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ٤٢- د. فتحي فكري: ثلاث قضايا انتخابية للمناقشة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٢.
- ٥٦- د. نعمان أحمد الخطيب:
  - الأحزاب السياسية ودورها في أنظمة الحكم المعاصر، دار الثقافة، الأردن، ٢٠٠٤.
  - الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري، ط١، دار الثقافة، الأردن، ٢٠٠٤.

#### ثالثاً: الكتب المترجمة:

- ١- اندريه هوريو: القانون الدستوري، دار المؤسسات السياسية، ترجمة على مقلد وآخرون؛ ج٣، ١٩٧٩.
- ٢- جبريل آية. الموند وجي. بنجهام باويل الأين: السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر، ترجمة هشام عبد الله؛ ط٢، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، ١٩٩٨.

#### رابعاً: الرسائل والأطروحات الجامعية :

- ١- عفيفي كامل عفيفي: الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية والقانونية في القانون المصري والمقارن، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الحقوق، جامعة أسيوط، مصر، ٢٠٠٠.
- ٢- محمد على عبد الرضا علفوك: الجرائم الماسة بنزاهة الانتخابات، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الحقوق جامعة عين شمس، ٢٠٠٧.

#### خامساً: البحوث والدوريات:

- ١- د. أمل هندي بشير: دور مؤسسات المجتمع المدني في التغيير الديمقراطي، مجلة الديمقراطية، يناير، ٢٠١١.
- ٢- د. حازم الشمري: الاستحقاق الانتخابي للمرحلة المؤقتة للعراق، مجلة السياسية، السنة



السابعة، العدد (٣٢)، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، ٢٠٠٦.  
 ٣- **د. حسن نافعة:** دور المؤسسات الدولية ومنظمات الشفافية في مكافحة الفساد، مجلة المستقبل العربي، السنة السابعة والأربعون، العدد (٣١٠)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٤.

#### سادساً : التقارير:

١- تقرير الجمعية العامة للأمم المتحدة، حول تعزيز فاعلية مبدأ إجراء انتخابات دورية نزيهة، الدورة السادسة والخمسون، البند (١٣١/ب) من جدول الأعمال المؤقت.  
 ٢- تقرير المنظمة العراقية لتنسيق حقوق الإنسان، دراسة مدى مطابقة التشريعات الانتخابية في العراق مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان، بغداد، ٢٠٠٧.

#### سابعاً: الإعلانات والمواثيق الدولية والإقليمية:

##### أ- الإعلانات والمواثيق الدولية:

١- ميثاق الأمم المتحدة لسنة ١٩٤٥.  
 ٢- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لسنة ١٩٤٨.  
 ٣- الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، لسنة ١٩٦٥.  
 ٤- العهد الدولي لحقوق المدنية والسياسية لسنة ١٩٦٦.

##### ب- المواثيق الإقليمية:

١- الاتفاقية الأوربية لحقوق الإنسان الصادرة سنة ١٩٥٠.  
 ٢- الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان الصادرة سنة ١٩٩٩.  
 ٣- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان الصادر سنة ١٩٨١.  
 ٤- مشروع الميثاق العربي لحقوق الإنسان لعام ٢٠٠٤.  
 ٥- اتفاقية حقوق الإنسان ذوي الإعاقة الصادرة سنة ٢٠٠٦.

#### ثامناً: الدساتير والقوانين:

##### أ- الدساتير:

١- القانون الأساسي العراقي (دستور ٢١/آذار/١٩٢٥) الملغي.  
 ٢- دستور المملكة الأردنية الهاشمية الصادر سنة ١٩٥٢ النافذ.  
 ٣- الدستور الفرنسي الصادر سنة ١٩٥٨ النافذ.  
 ٤- الدستور المصري الصادر سنة ١٩٧١ النافذ.  
 ٥- دستور جمهورية العراق الدائم الصادر سنة ٢٠٠٥ النافذ.

##### ب- القوانين:

١- قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية المصري رقم (٧٣) لسنة ١٩٥٦ المعدل.  
 ٢- قانون مجلس الشعب المصري رقم (٣٨) لسنة ١٩٧٢ المعدل.  
 ٣- قانون الانتخاب الفرنسي رقم ٧٦ / ٣١ الصادر في ٥ يونيو ١٩٧٤ المعدل.

#### تاسعاً: المقابلات الشخصية :

مقابلة شخصية أجريت مع موظفي مفوضية الانتخابات مكتب كركوك، يوم الأحد المصادف ٢٠٠٩/٥/٣ الساعة الحادية عشر صباحاً.

#### عاشراً: (المواقع الإلكترونية) الإنترنت :

١. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان : [www.Unchr.Ch/udhr](http://www.Unchr.Ch/udhr).



- ٢ . العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية:  
[www.2ohchr.org/English/law/ccpr.htm](http://www.2ohchr.org/English/law/ccpr.htm)
- ٣ . الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري:  
[www.ohchr.org/English/law/cred.htm](http://www.ohchr.org/English/law/cred.htm)
- ٤ . الميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان:  
[www.Achpr.org/English/info/courten](http://www.Achpr.org/English/info/courten)
- ٥ . اتفاقية حقوق الإنسان ذوي الإعاقة:-  
[www.ohchr.org/English/law/disabilities-convention.htm](http://www.ohchr.org/English/law/disabilities-convention.htm)
- ٦ . قانون الانتخاب الفرنسي:  
[www.Affaires-publiques.com](http://www.Affaires-publiques.com)
- ٧ . المفوضية العليا المستقلة للانتخابات العراقية:  
[www.Fineprint.com](http://www.Fineprint.com)
- ٨ . قرارات مجلس المفوضين:  
[www.Iceirq.org](http://www.Iceirq.org)
- ٨ . قرارات مجلس المفوضين:  
[www.ihec.Ig/laws&ofIraq/laws,Jhec/As.htm](http://www.ihec.Ig/laws&ofIraq/laws,Jhec/As.htm)

أحد عشر: المصادر الأجنبية:  
(١) باللغة الإنجليزية:

- 1- Jon. T. Rourke, International Politics on the world State, Tenth Edition, Connecticut, 1998.
- 2- Philip, State and local Government in America, New york, American (7) Company, 1954.
- 3- Tudor Zhirkov, Socialism and Democracy, Sofia press publishing House, 1986.
- 4- W. Philips Shively, Power and Choice, An Introduction to Political Scince, Ninth Edition, Minnesota, 1980.

٢- باللغة الفرنسية :

- 1- Leonard favoreu, les Cours constitutionnels, serie Que sais Je ? PUF, Paris. ler edition, 2009.
- 2- Edrar Ohio, le parlement marocain et les finances de
- 3- L'etat. Afrique Drient, 2008.
- 4- Coeire Daene, Le Droit constitutionnel et le institution politique, Paris, 2005.
- 5- Fedal luhaire ,le conseil constitutionnel Economica, Paris, 2009.

(١) د. عبدالغني البسيوني عبدالله، القانون الدستوري، منشأة دار المعارف، الاسكندرية، ١٩٩٧م، ص ١٥٨.

(٢) د. إبراهيم عبدالعزيز شيجا، النظم السياسية والقانون الدستوري، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٦، ط ١، ص ٢٩٥.

(٣) د. محمد أبو زيد، النظم السياسية، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٧، ص ٢٤٦.



- (٤) د. نعمان أحمد الخطيب، الوسيط في النظم السياسية والقانون لدستوري، ط١، دار الثقافة، الأردن ٢٠٠٤، ص ٢٧٥.
- (٥) لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، ط٣، دار المشرق، بيروت ١٩٨٦، ص ٧٩٦.
- (٦) د. داود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية (دراسة تحليلية للمادة ٩٢ من الدستور المصري مقارنة مع النظام في فرنسا)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ٢٠٠٦، ص ٤٢.
- (٧) د. ناظم عبد الواحد الجاسور، موسوعة علم السياسية، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٤، ص ٨٤.
- (٨) د. نعمان أحمد الخطيب، مبادئ القانون الدستوري، دار النهضة العربية، القاهرة ١٩٩٠، ص ٨٧.
- (9) Academic American Encyclopedia Arete Publishing Company Inc. Volume (7), United State, New Jersey, 1981, p.103.
- (١٠) د. إبراهيم عبد العزيز شبحا، النظم السياسية والقانون الدستوري، مرجع سابق، ص ٢٦٩.
- (١١) د. نعمان أحمد الخطيب، الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري، مرجع سابق، ص ٢٧٦.
- (١٢) د. نعمان أحمد الخطيب، الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري، مرجع سابق، ص ٢٧٨.
- (١٣) عبد الغني بسيوني عبد الله، النظم السياسية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٢٢٧.
- (١٤) قرار اللجنة العليا للانتخابات مجلس النواب المصري ٢٠١٥.
- (15) Leonard W. oob, Prpaganda, "1stPsychologyand Techniqes", (New York Henry Holt and Co) P.89
- (١٦) حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، (بغداد، دار واسط، ١٩٨٩)، ص ١٦١.
- (١٧) محمود يوسف، دراسات في العلاقات العامة المعاصرة، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)، ص ٧.
- (18) R. K., Merton, "Socail Tbeory and Socail Structure", Free Press Blence III. P. 265.
- (١٩) د. جابر جاد نصار: الأداء التشريعي لمجلس الشعب، رقابة دستورية القوانين ص ٣٩
- (٢٠) د. عبدالوهاب الكيالي "الموسوعة السياسية" الجزء الثاني ص ٨٣



(٢١) د . صفوت العالم ، الدعاية الانتخابية مرجع سابق ص ٥٦

(٢٢) جيوفانا مايولا : التجارب الدولية في مجال الإعلام والانتخابات منشورات مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ٢٠١٠، ص ٣١

(٢٣) انظر مي مجدي ، الدعاية الانتخابية. تاريخ التسويق السياسي. والسباق إلى كراسي الحكم، بحث منشور على الموقع الإلكتروني لجريدة اليوم السابع .

<http://cairodar.youm7.com/225535/>

(24) voir Article R. 38

(٢٥) د. عفيفي كامل عفيفي ، المرجع السابق ص ٩٧٠

(26) Colin Seymour ,Ibid p.205.

(٢٧) الانتخابات في الهند : مقال بقلم " ساتبير سيلاس " و " ن ز كومار " منشور في مجلة أففاق الهند عدد يوليو ٢٠٠٤ ج ٢ .

(٢٨) المادة ٣٢٤ من الدستور الهندي الصادر عام ١٩٤٩.

(٢٩) د. نجوى إبراهيم محمود: الهند في مواجهة التيارات الانفصالية، مقال منشور في مجلة السياسة الدولية العدد ٦٢، أكتوبر ١٩٨٠، ص ١٦٣ وما بعدها.

(٣٠) [www.india.gov.in](http://www.india.gov.in)

(٣١) س.ك مندبراتا: هيئة الانتخابات في الهند، مقال منشور في مجلة أففاق الهندي، عدد يوليو، ٢٠٠٤، ج ١٥.

(٣٢) هيئة الانتخابات الهندية، مقال سابق الإشارة إليه، ص ١٦.

(٣٣) لمزيد من التفصيل حول هذا الموضوع انظر:

- د . عمر حلمي فهمي الانتخاب وتأثيره في الحياة السياسية مرجع سابق ص ٢٤٠ - ٢٤٢



- د محمد كمال القاضي الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري ، مكتبة مدبولي القاهرة ١٩٨٧ ص ١٥٢
- (٣٤) د . كلثوم السويح محمود ، المشاركة الشعبية في الحياة الدستورية في ليبيا – دراسة مقارنة مرجع سابق ص ٨٧
- (٣٥) المرجع السابق ص ٨٢٨
- (٣٦) انظر د . عمر حلمي فهمي الانتخاب وتأثيره في الحياة السياسية والحزبية ، مرجع سابق ص ٢٤٢
- (٣٧) د. اكرام بدر الدين : الديمقراطية اللبرالية ، دار النهضة العربية ، ص ١٦٨
- (٣٨) محمد كمال القاضي، الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري، مكتبة مدبولي، سنة ١٩٨٧، ص ٢٧
- (٣٩) الانتخابات البرلمانية في مصر ٢٠٠٥ يصدر عن مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية الفصل الثالث ص ٦٥
- (٤٠) المادتين (٢، ٣) من القانون ١٧٥ لسنة ٢٠٠٥ المعدل لأحكام القانون ٣٨ لسنة ١٩٧٢
- (٤١) د . وليد محمد يوسف ، الانتخابات بين إشراف القضاء واللجان الإدارية ، مرجع سابق ص ١٨٠
- (٤٢) د . كمال محمد محمد الأسطل : فن وعلم وتقنيات إدارة الحملات الانتخابية ، مرجع سابق ص ٢٧
- (٤٣) مي مجدي : الدعاية الانتخابية تاريخ التسويق السياسي والسباق إلى كراسي الحكم ، مرجع سابق جريدة المصري اليوم
- (٤٤) د. سمير الباجوري : دراسة تحليلية ومقارنة للمنظومة القانونية الحاكمة للإنفاق المالي للانتخابات في التشريعات المصرية أبحاث ودراسات قانونية بحث منشور على الانترنت ص ٣ على الموقع

[Fttp//.www.qadaya.net](http://www.qadaya.net)





(٤٥) يقصد بالتمويل العام للانتخابات : مساهمة الدولة بتمويل جزء أو كل من الإنفاق الانتخابي للأحزاب أو الكتل السياسية المشاركة في الانتخابات

(46) (Jean Clude Masclet: Droit electoral "political marketing " 1989 p 76

(٤٧) انظر قانون الانتخابات الجزائري المعدل الصادر سنة ١٩٩٥  
[http://www.arabelectionlaw.net/eleclaw\\_ar.php](http://www.arabelectionlaw.net/eleclaw_ar.php)

(٤٨) مايكل بينتو-دوشينسكي ، " تمويل السياسات : نظرة عالمية" ، مجلة الديمقراطية ، المجلد- ١٣ (٤) ، ٢٠٠٢ ، ص ٦٩ .

(٤٩) انظر المادة (٢٥) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية

(٥٠) انظر قانون ١١ مارس ١٩٨٨ المتعلق "بالشفافية المالية في الحياة السياسية" على التمويل العام للأحزاب الممثلة في البرلمان (الجمعية الوطنية ومجلس الشيوخ) .

(٥١) د . فتحي فكري : ثلاث قضايا للمناقشة ، ٢٨ - ٣١

(٥٢) تمويل الحملات في فرنسا ، بحث منشور بالموقع التالي

[http://www.elections-lebanon.org/docs\\_6\\_G\\_2\\_2a\\_8.aspx](http://www.elections-lebanon.org/docs_6_G_2_2a_8.aspx)

(53) "Political Opinion Polls," Spotlight, ٢٠٠٩ ، رقم ١ ، Oireachtas Library and Research Service,  
[http://www.oireachtas.ie/parliament/media/housesoftheoireachtas/libraryresearch/Polling\\_web.pdf](http://www.oireachtas.ie/parliament/media/housesoftheoireachtas/libraryresearch/Polling_web.pdf)

(٥٤) جيوفانا مايولا : مرجع سابق ص ٣٤

(٥٥) مايكل بينتو-دوشينسكي ، " تمويل السياسات : نظرة عالمية" ، مجلة الديمقراطية ، المجلد- ١٣ (٤) ، ٢٠٠٢ ، ص ٦٩ .

(٥٦) المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية ، نزاهة الانتخابات ، مرجع سابق ص ١٥٤



(57) Saldana, Augustin Ricoy. "Electoral Offenses." Paper presented at the Third Annual Conference on Electoral Systems, IFES, May 8–10, 1996p. 89.

(٥٨) المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات : الأحزاب والمرشحون مرجع سابق ص ١٣٢

(٥٩) د. حسن عبد المنعم خيرى البدر اوي الأحزاب السياسية والحريات العامة ، مرجع سابق ص ٣١٦

(60) Charles Debbasch et JeanMarie pontier introduction a les politique p. 336

(٦١) المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات International IDEA – ، تمويل الأحزاب السياسية والحملات الانتخابية ، عام ٢٠٠٣ ، ص ١٥٠

(٦٢) المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية IFES -، إنفاذ القوانين المالية السياسية : دليل التدريب ، عام ٢٠٠٥ ، ص-٤٥.

(63) Didier Maus institutional politiques francaises p. 102

(64) RAINER KRACHE le financement des partis politiques p 187

(٦٥) تقرير الفساد العالمي لعام ٢٠٠٤ ، ص ٤٦ (نقلا عن كتيب المال في السياسة : دليل زيادة الشفافية في الديمقراطيات الناشئة، واشنطن العاصمة : الوكالة الأميركية للتنمية الدولية ، عام ٢٠٠٣

(٦٦) دليل تطبيق الدروس المستفادة من المال والسياسة ، مشاريع غير منشورة، المؤسسة العالمية للأنظمة الانتخابية .

(٦٧) روبرت داهل ، المال والسياسة في إندونيسيا ، المجلد-٤ تقرير مشروع المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية، واشنطن ، العاصمة ، عام ٢٠٠٣ .

(٦٨) ساندرا إيلينا، بوكوب بورويانا، وفايولين إوثيمان، أفضل الممارسات العالمية : متطلبات الإفصاح عن الدخل والأصول للقضاة ، سيادة القانون - سلسلة الكتيبات البيضاء، المؤسسة الدولية للأنظمة الانتخابية، واشنطن العاصمة، عام ٢٠٠٤ ، ص-١٦ .



- (٦٩) قضية "باكلي ضد فاليو" ، ٤٢٤ الولايات المتحدة- ١ (١٩٧٦) ، ص-٦٧.
- (٧٠) انظر : دليل الأموال في كتيب السياسة : دليل لزيادة الشفافية في الديمقراطيات الناشئة ، واشنطن العاصمة : الوكالة الأميركية للتنمية الدولية ، ٢٠٠٣ ، الملحق ج.
- <sup>٧١</sup>(٧١) آمال أبو خديجة: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مشروع إدارة الانتخابات وكلفتها. ص ١٣ منشور على الموقع [www.america.go](http://www.america.go)
- (٧٢) د. عمر حلمي فهمي: الانتخاب وأثره في الحياة السياسية والحزبية، مرجع سابق، ص ٢٣٠.
- (٧٣) تقرير منشور على موقع جريدة الوسط الإلكتروني
- <http://www.alwasatnews.com/elections/page/474324.html>
- (٧٤) رمزي الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، مرجع سابق ، ص ٦٨٧
- (٧٥) د. رمزي طه الشاعر: النظرية العامة للقانون الدستوري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٣، ص ٦٨٩.
- (٧٦) معدلة بالقانون رقم ٢٣ لسنة ١٩٧٩ العدد ١٨ تابع في ١٩٧٩.
- (٧٧) الجريدة الرسمية العدد ٢٩ في ١٩٧٢/٩/٢٨.





# Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal  
(Accredited) Monthly



Issued by  
Middle East  
Research Center

Vol. 84  
Febraury 2023

Forty-ninth Year  
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504  
Online Issn: 2735 - 5233