

# 3

## التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

د. أحمد فاضل حسين  
جامعة ديالى - كلية الحقوق

### المقدمة

تعتبر الانتخابات في العصر الحديث من أهم الوسائل القانونية التي يستخدمها الأفراد والاحزاب السياسية للوصول للسلطة لذا فإنها تحتاج إلى تنظيم قانوني يتمثل في التشرع الدستوري وتشريعات القوانين المتعلقة بالانتخابات والأنظمة والتعليمات التي تنظم العملية الانتخابية .

والعملية الانتخابية تمر بمراحل عديدة مثل الترشيح والموافقة على الترشح والدعاية الانتخابية ويوم الانتخابات وأعلن النتائج وتعتبر الدعاية الانتخابية من أهم المراحل التي تمر بها العملية الانتخابية ، فمن خلال الدعاية الانتخابية يستطيع كل مرشح التعبير عن أفكاره و برنامجه الانتخابي وتوضيحه للناخبين لكي يستطيع الحصول على تأييد الناخبين ، والدعاية الانتخابية تعتبر حقاً قانونياً لكل المرشحين ينبعى أن تقوم على أساس مجموعة من المبادئ والاسس القانونية مثل التساوي بين المرشحين وفسح المجال لهم للتعبير عن أفكارهم وحيادية السلطات العامة أمام جميع المرشحين واتاحة الفرصة لهم لعرض أفكارهم للناخبين وفسح المجال بالتساوي لكل المرشحين في الاستعانة بوسائل الاعلام بمختلف انواعها من صحفة وتلفزيون واذاعة وانترنت... الخ ، وكذلك فإن الدعاية الانتخابية تحتاج إلى قيود توضع لتنظيمها بحيث يلتزم جميع المرشحين بهذه القيود وإلا تعرضوا للعقوبات التي تفرضها قوانين الانتخابات والأنظمة والتعليمات الصادرة من الجهة المشرفة على الانتخابات حيث تملك هذه الجهة مراقبة المرشحين أثناء الحملة الانتخابية وكذلك تراقب وسائل الاعلام ولها الحق في فرض العقوبات والغرامات عليهم اذا اخلوا بالقواعد الموضوعة لتنظيم الحملة الانتخابية .

اذا التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية يتمثل في وضع مبادئ قانونية اساسية لتنظيم هذا الحق وفي الوقت نفسه وضع قيود لتنظيم هذا الحق على الجميع الالتزام بها سواء من قبل المرشحين او السلطات



التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية  
يتمثل في وضع مبادئ قانونية  
اساسية لتنظيم هذا الحق وفي  
الوقت نفسه وضع قيود لتنظيم هذا  
الحق على الجميع الالتزام بها  
سواء من قبل المرشحين او  
السلطات



الجميع الالتزام بها سواء من قبل المرشحين أو السلطات وفرض عقوبات على كل من يخالفها، لذا ونظراً لأهمية الدعاية الانتخابية وأهمية التنظيم القانوني لها أثراً في البحث في هذا الموضوع خاصة أن الانتخابات تعتبر في العصر الحاضر هي الوسيلة القانونية للوصول للسلطة، لذا سوف نتعرف على كيفية معالجة قوانين الانتخابات والأنظمة والتعليمات للحق في الدعاية الانتخابية وذلك في قانون الانتخابات العراقي والأنظمة والتعليمات الصادرة من المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق بشأن الحملات الانتخابية والقيود عليها والعقوبات الفروعية على من يخالفها، كذلك نتعرف على المعالجة القانونية لهذا الحق في بعض قوانين الانتخابات العربية مثل قانون الانتخابات الفلسطيني والجزائري واليمني. لذا فسوف نبحث هذا الموضوع في مبحثين :

المبحث الأول : المفهوم الإعلامي والقانوني للدعاية الانتخابية

المبحث الثاني : الدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الانتخابية

### المبحث الأول

#### المفهوم الإعلامي والقانوني للدعاية الانتخابية

من خلال هذا المبحث سوف نتعرف على مفهوم الدعاية الانتخابية في الدراسات الإعلامية لأن الدعاية الانتخابية فيها جانب اعلامي يتمثل في كيفية توصيل الأفكار للمتلقين وهم مجموعة الناخبين وذلك في المطلب الأول، ومن ثم نتعرف على المفهوم القانوني لهذا المصطلح وذلك في المطلب الثاني .

##### المطلب الأول: المفهوم الإعلامي

تعد الدعاية الانتخابية (Propaganda electoral) مجموعة من الإجراءات التي يتخذها الكيان السياسي لاستمالة الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه<sup>(1)</sup> وبما إن الدعاية الانتخابية تقليد وقواعد وأصول، فإن لكل كيان سياسي حقاً في ممارسة الوسائل والأساليب الشرعية جميعها لتحقيق مقاصده في الوصول إلى استمالة الناخبين والتأثير عليهم للإدلاء بأصواتهم. حيث لا تعمد الانتخابات الناجحة على ما يحدث في يوم التصويت فقط وإنما يجب دراسة العملية الانتخابية جميعها بما في ذلك المسائل الأولية مثل "طبيعة النظام الانتخابي، وحق الناخب، وتسجيل الناخب، وتنظيم الحزب، وإعلام الناخب كيفية الإدلاء بالتصويت وتشجيعه في ممارسة حق التصويت هذه الأمور كلها تشير إلى انتخابات حرة ونزيهة ذات أهمية خاصة فيما يتعلق بسير الحملة الانتخابية". وتعرف الحملة الانتخابية على أنها "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياساته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والأساليب والإمكانات المتوفرة من خلال جميع قنوات الاتصال والإقناع، وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات"<sup>(2)</sup> ويمكننا تحديد العناصر التالية من المفهوم أعلاه :

- 1 - مجموعة الأنشطة: وهي الأفعال والنشاطات التي يقوم بها الحزب أو المرشح السياسي خلال مدة ترشيحه للانتخابات من خلال تعريف الناخبين ببرامج الحزب السياسية وتعريفهم بمكاسب ومنجزات الحزب .
- 2 - إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات: وذلك عن طريق تقديم الإيضاحات والمعلومات الكافية عن الحزب أو المرشح السياسي وتقديم الشرح المفصل عن برامج الحزب السياسية وأهدافه ترشيحه للانتخابات.
- 3 - محاولة التأثير في الجماهير: أي من خلال طرح برامجه وأهدافه واطلاعهم عن المنجزات التي

سوف يحققها لهم في حال فوزه في الانتخابات وتحقيق رغباتهم في حال مساندتهم له في الانتخابات .

4- قنوات الاتصال والإقناع : وذلك عن طريق استخدام كافة وسائل الأعلام سواء عن طريق الاتصال الشخصي أي اللقاء شخصياً مع الناخبين أو عن طريق وسائل الإعلام المختلفة كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والإنترنت ... الخ.

5- بهدف الحصول على أصوات الناخبين: أي من أجل تحقيق الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه الحزب أو المرشح السياسي ألا وهو الفوز في الانتخابات من كسب أصوات أكبر عدد من الناخبين الذين يدللون بأصواتهم في الانتخابات.

وإنَّ الحملة الانتخابية هي نوع من أنواع الحملات الإعلامية السياسية، لأن لها أهدافاً محددة تسعى إلى تحقيقها، ولها مدى زمني محدد ودائماً ما يكون قصيراً، وهي مركزية وتتسم بـ كثافة التغطية، وتحضُّر للتقدير لمعرفة مدى فاعليتها، عادة ليست معروفة أو شائعة بين جمهور الناخبين وتهدُّف إلى تحقيق أهداف ليست خاضعة لجدل مثل التصويت. وإن الدائرة الانتخابية تضم مجموعة من الناخبين الذين يتمركزون في بقعة أرض ذات حدود جغرافية أو إدارية، ويحاول المرشح أن يؤثر عليهم عن طريق حملته الانتخابية وخلال مدة الحملة الانتخابية يكون التحزب منتشرًا كون كل مرشح في الانتخابات يتناهى ليضمن الفوز. وكثيراً ما تسفر مثل هذه الحزبية إلى منافسة قوية وهذه هي الديمقراطية الحقيقة وأحياناً يسفر عن المنافسة ظلم يمكن أن يكون له تأثير كبير قد يؤدي إلى سلوك مخالف لأي انتخابات نزيهة والحملة السياسية الانتخابية الناجحة هي تلك التي تستغل في كل الأحوال، الوقت لاستهداف الناخب، وتقوم بتطوير رسالة مفتوحة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول إلى ذلك الناخب<sup>(٣)</sup> وهنالك عدة أشكال للحملات الانتخابية منها:

1- البداية القوية والتناقص التدريجي: وهي أن تبدأ الحملة بداية كبيرة بدرجة كثيفة من الانتشار لتحقيق تغطية كبيرة وتأثير قوي ثم تبدأ بالتراءج أي بالتناقص بالتدرج حتى تصل إلى حد معين تتوقف عنده من التكرار والتغطية.

2- البداية المحدودة والتراديد التدريجي: وهي عكس الشكل الأول حيث تبدأ بموجات محدودة وفي وسائل محدودة ثم تأخذ بالتراديد التدريجي في التغطية والتكرار فتأخذ بالاتساع والانتشار إلى إن تتوقف عند حد معين.

3- التوازن: وهو الشكل الذي تكون فيه كمية المادة الإعلامية في الصحف أو المجلات أو التلفزيون أو الراديو متساوية خلال المدة الزمنية للحملة<sup>(٤)</sup>.

اما وسائل الدعاية الانتخابية فيعد الوصول إلى وسائل الإعلام في المجتمع الحديث من الأمور المهمة وذلك لنشر الخطاب والبرامج الحزبية وحسب ما جاء بوثيقة كونهاكن التي صدرت عن مؤتمر الأمن والتعاون الأوروبي ١٩٩٠ م ( يجب أن لا يقف عائق قانوني أو إداري في طريق الوصول الميسر إلى وسائل الإعلام على أساس من عدم التفرقة لكل المجموعات السياسية والأفراد الراغبين في المشاركة في العملية الانتخابية) وإذالم توجد هذه التسهيلات ولم تكن متاحة لذا فإن المرشحين لم يتمتعوا بحق التعبير عن أنفسهم بحرية ويجب أن يكون المرشح السياسي على علم بوسائل الاتصال الموجودة في المجتمع والتي يمكن له استخدامها في حملته الانتخابية. كما أن الدور المهم الذي تضطلع به وسائل الإعلام في الحملة الانتخابية وهو سلاحها للناخبين بأن يطلعوا بصورة جيدة حول خياراتهم في الانتخابات والدور الثاني مراقبتها للانتخابات وهل تسير بصورة حرة ونزيهة أما الدور الثالث فيكون من خلال نقل التقارير الخاصة بالبرامج الانتخابية التي تضعها الأحزاب

من أجل الفوز بالانتخابات. ومن وسائل الاتصال المتاحة في مجتمعنا المحلية.

١- الاتصال المباشر (الشخصي): و "يقصد به الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي الذي هو أظهر ما يكون في مجال الخطابة حين يجتمع الخطيب بعدد كبير من الناس يوجّه إليهم كلامه وأن معظم الحملات الانتخابية تتكون من خطب متعددة، وتجمعات حزبية وجماهيرية كبيرة، لذلك يمكن القول بأن الاتصال المباشر يعد بشكله الشخصي والجمعي ركيزة أساسية للاتصالات التي يجريها المرشح السياسي وخاصة في مجتمعاتنا المحلية لهذا يوصي خبراء الاتصال على ضرورة أن تكون كلمات الرسالة للفظية التشفيرية وأفواهها مودة بمعدل سرعة يمكن المتألق من متابعة المرسل وتفهم معنى الرسالة. فلامعنى لتقديم رسالة يتسرع وعجلة يستحيل معها فهم المعنى إذ يتطلب من المرشح السياسي وأيضاً ومن يمثله في اتصاله المباشر بالجماهير ضرورة الانتباه فالاستعجال لا يعطي السامع فرصة فهم الألفاظ وتأمل المعاني من غير تعب ولا جهد، ومن نماذج الاتصال المباشر وتأثيره على الحملات الانتخابية ما نراه في الانتخابات البرلمانية في الأردن ١٩٩٧م حيث يشير البعض من المرشحين بأنهم لم يستعينوا بوسائل الأعلام الجماهيري ليث دعايتهم وبرامجهم الانتخابية بل لجأوا إلى الاتصال الشخصي حين مارسو نشاطاتهم الانتخابية عن طريق ديوان العشيرة لذلك عمل أكثر الناخبين على انتخاب مرشح العشيرة فكان للصيغة العشائرية أثر كبير في المنافسات بين المرشحين على أسس عشائرية وفي الانتخابات البرلمانية في اليمن عام ١٩٩٧م أيضاً كان واضحاً وبشكل كبير أن أكثر الدعايات الانتخابية تركزت على رابطة القرابة وعلى المنزلة الاجتماعية للمرشح للانتخابات وفي الانتخابات التشريعية في مصر عام ٢٠٠٠م تبين بأن غالبية العظمى من الناخبين في مصر لا تصوت على أساس الانتفاء الحزبي بالدرجة الأولى، وإنما لاعتبارات أخرى مثل شخص المرشح ومدى ارتباطه بهم أو وفقاً للمؤشرات اجتماعية تقليدية عائلية أو عشائرية أو غيرها، وفي دراسة في الأردن أيضاً حازت التدوّات على أكبر قدر من مشاركة الجمهور متوفقة على المواد المكتوبة أو المسموعة والمرئية، فإن النشاط الأكثر حضوراً بين الذين أسهموا في تلك الدراسة كانت التدوّات والمحاضرات (٥).

٢- الاتصال الجماهيري: "وهو الذي يتم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري كالراديو والتلفزيون والصحف والمجلات وكتب الثقافة العامة والمعارض والمهرجانات وهي التي تعرض على سائر أفراد الجمهور، ونجد أن كلمة جماهيري تدل على مجموعة كبيرة من الناس تأتي من مجالات الحياة كافة ومن مختلف طبقات المجتمع، وتتضمن هذه المجموعة أفراداً يختلفون في مراكزهم ومهماتهم وثقافاتهم وثرواتهم وهم منفصلون عن بعضهم مادياً وغير منظمين ليعملوا كوحدة يشكل فعال. وتعتبر الصحافة والإذاعة والتلفزيون وسائل مهمة يتم من خلالها نقل النشاط والبرامج السياسية للمرشحين إلى الناخبين وقد تطورت هذه الوسائل بشكل كبير من خلال نقل المعلومات وإيصال تلك المعلومات بشكل سريع وذلك عن طريق الأقمار الصناعية وكذلك عن طريق شبكة الانترنت التي ساعدت في تحقيق خدمة لتلك الوسائل.

أن الحملة الانتخابية هي أساساً سمعية - بصرية وفي الوقت نفسه فإن الحملة الانتخابية قد أصبحت شاملة كون المرشحون يتوجهون للأمة بأكملها، وأصبحت معها مشكل استعمال وسائل الأعلام السمعية - البصرية مقدمة جداً وفي دراسة الحملات السياسية دراسة دقيقة انتهت إلى أن وسائل الاتصال لاتتغير تغييراً مباشراً في قرار نسبة كبيرة من الناخبين لمن تمنحه صوتها ولكنها تؤثر بشكل كبير عمما يتحدث الناس به في إثناء الحملة منأشخاص أو وسائل فهي من خلال تركيزها الانتباه على مسائل معينة دون غيرها تستطيع أن

تجعل لهذه المسائل دوراً أكبر يمكن أن تؤديه في الحملة وقد أصبح عصرنا هذا يسمى عصر التنمية الإعلامية، بعد عصور التنمية الصناعية والزراعية والتجارية، لما للإعلام من دور بارز ومهم في التربية الثقافية وهو دور يكاد يتفوق على سواه من وسائل التحقيق للإنسان المعاصر. وإنه أصبح سلاح ذو فاعلية كبيرة في مجال السياسة لتجيئ الجمهور وتزويداته بالمعلومات والقيم ليصبح مهياً لعمل معين. وعن طريق الإعلام المهيمن يصبح الإنسان مُسخر لقوى لا يعرفها ولا يعلم مقاصدها، تنزل عليه من سماء الأقمار الصناعية بنماذج سلوكية تستطيع التأثير فيه، في ذوقه وفي عاداته الاستهلاكية وحتى في اختياراته الفكرية. وهذه التأثيرات لوسائل الإعلام يجعلها متاحة لرجال الحكم والأحزاب السياسية، ليستطيعوا من خلالها التأثير في الجمهور بكل شرائحه ومن الدراسات التي تبحث في الجمهور حول قدرة وسائل الإعلام المختلفة في إشباع الحاجات، الدراسات التي أجرتها منتسليون وأوكييف حول تقويم جمهور في الولايات المتحدة لقدرة وسائل الإعلام على إشباع رغباتهم السياسية بالرغم من إن دراستهما كانت مقصورة على إجراء مقارنة بين التلفزيون والصحف إلا إن نتائج دراستهما أكدت على أنه يمكن للجمهور أن يميز بين هاتين الوسائلتين ومدى قدرة كل منها إشباع رغباتهم السياسية. وانتهت الدراسة إلى نتيجة رئيسية وهي أن الصحف أكثر قدرة من التلفزيون على إشباع الحاجات المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بالحملات الانتخابية حيث يتم استخدام تقنيات الإعلام في إنشاء الحملات كي تساعد على رفع آمال الجمهور. وأن النظام الذي كانت الصحف تسيطر عليه هو استمرارية الولايات السياسية فالجمهور كان منقسمًا إلى مجموعات حزبية وكل واحدة منها تتقى المعلومات من الأحزاب نفسها ومن الصحافة المقربة المرتبطة تنظيمياً بها أو التي تساندها في سياساتها وكان الولاء الحزبي يتبع الولاء للصحيفة، وبالطبع أيضاً العضوية في مجموعة اقتصادية واجتماعية محددة، وكانت قوة هذه الولايات تدعم بدورها استقرار النظام الحزبي وكذلك فأن الصحافة تستطيع أن تsem في تغيير طبيعة الحملات إذا تم الاتفاق بين الناشرين والمحرريين على هذا (الهدف) ويمكن للمرشح السياسي أن يستخدم الإعلان الصحفي المنشور في الجرائد والمجلات في حملته الانتخابية لأن الصحف والمجلات لها الكثير من الشخصيات الإعلامية التي تتسبّب على المضمون الإعلاني وكذلك يمكن له أن يستخدم التلفزيون لأن له أهمية خاصة في مجال الدعاية السياسية، حيث يستطيع أن يمد الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية، ولذلك أصبح التلفزيون من أهم الوسائل التي تسعى إليها الأحزاب من أجل كسب ثقة الجماهير وأصواتهم في الانتخابات. وتستخدم كذلك اللاقات والملصقات التي يتم تصميمها بأحجام كبيرة، بعرض عرضها على الجدران الثابتة أو في الطريق العام، أي أنها تعرض في مكان ثابت ويتحرك الجمهور في اتجاهها. فيتم الانتباه إليها من خلال تأثير المساحات الكبيرة وعوامل الجذب الشكلية في تقديم مضمونها إلى جمهور المارة، ويمكن للمرشح السياسي أن يستخدم اللافتات والملصقات لتحقيق عدة أهداف منها تقديم شعار المرشح السياسي وتعريف الناخبين به وتعريف بالرمز الانتخابي للمرشح. وحيث الناخبين على المشاركة في الانتخابات وتعريف الناخبين بالتأييد الذي يحظى به المرشح من جانب فئات معينة فبعض اللافتات يكتب عليها أسماء منتجبيها من المؤيدون للمرشح وفي أماكن متعددة تعطي أنحاء الدائرة الانتخابية بشكل يعطي انطباعاً بشعبية المرشح الجماهيرية. وتذكر الناخبين في اللحظات التي تسبق الإدلاء بأصواتهم باسم المرشح وصورته وشعاره ورمزه.

وبما إن الدعاية الانتخابية هي علم وفن ومهارة وكفاءة ودرأة وخبرة ينبغي أن تكون منظمة ومحدة بشكل يحقق مقاصدها ، ولكن يبقى لكل مرشح أو كيان مهاراته الدعائية في استمالة الناخب للفوز من بين مئات

المتنافسين ، وهذا هو الهدف الأساس للحملة الدعائية ، وأن تنظيم الحملة الدعائية يجب أن يضم أشخاصاً مؤهلين يقومون بصياغة ستراتيجيات نشطة وفعالة فيكون مدير الدعاية مسؤولاً عن وضع وصياغة أفكارها ورسم سياستها وإدارة عملياتها ووضع الميزانية لها وتحليل نتائج الاستطلاع والاستبيان والكتابات الخاصة بالناخبين والمرشحين . وهذا ما تفعل به الدول الأوروبية وأمريكا(٦).

فيتبين لنا من هذا المفهوم الإعلامي للدعاية الانتخابية أهميتها في مجال الدراسات الإعلامية خاصة في هذا العصر الذي أصبحت فيه وسائل الإعلام بكافة إشكاليتها المفروضة والمسموعة والمرئية متاحة لجميع الأفراد وتصل إلى كافة الأفراد أي كان المكان الموجودين فيه سواء في الريف أو المدن وفي الوقت نفسه فإن هذه الوسائل الإعلامية تحتاج إلى مصاريف وأموال لا دارتها قد تكون متاحة لجميع المرشحين للانتخابات لذا فتوضع قواعد قانونية لتنظيم عمل الدعاية الانتخابية وكيفية ممارستها وهذا ما سوف نتناوله في البحث الثاني.

#### المطلب الثاني: المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية

بعد أن بينا في المطلب الأول المفهوم الإعلامي للدعاية الانتخابية لابد لنا من التعرف هنا على المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية والمفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتبع لنا من خلال القوانين التي تنظم العملية الانتخابية وقوانين الانتخابات التي تحرض بعضها على ابراد تعريف للدعاية الانتخابية كما يتضح لنا هذا المفهوم من خلال ما يوضعه بعض الكتاب في مجال المسائل المتعلقة بالانتخابات من تعريف للدعاية الانتخابية او الحملة الانتخابية.

فقد عرفت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق من خلال نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ الصادر عن المفوضية استناداً لقانون المفوضية العليا رقم ١١ لسنة ٢٠٠٧ وقانون الانتخابات رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ المعدل إذ جاء في القسم الأول من هذا النظام :(... - الحملة الانتخابية : حملة الإعلام والأقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح لاقناع الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه). (٧).

اما قانون الانتخابات الفلسطيني فقد عرف الدعاية الانتخابية في المادة (٥٤) : (تتمثل الدعاية الانتخابية في النشاطات الانتخابية القانونية المختلفة التي تقوم بها هيئات الحزبية المسجلة والمرشحون لشرح برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين)(٨). أما لجنة الانتخابات المركزية في فلسطين وهي الجهة المشرفة على الانتخابات في فلسطين فقد عرفت الدعاية الانتخابية من خلال نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية صدرت عن اللجنة حيث عرقتها بأن : (الدعاية الانتخابية تتمثل في كافة النشاطات والفعاليات الانتخابية القانونية التي تقوم بها هيئات الحزبية المسجلة والقوائم الانتخابية المعتمدة والمرشحون لشرح برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين وكذلك الدعوات التي يوجهها المرشحون والهيئات الحزبية والقوائم الانتخابية والتي تحت الجمهور للتصويت أي من المرشحين أو لأي من القوائم الانتخابية، والدعاية الانتخابية هي حق مكفول لكافة الهيئات الحزبية والقوائم الانتخابية والمرشحين لعضوية المجلس التشريعي وتمارس وفقاً لأحكام قانون الانتخابات ولوائح و التعليمات ذات العلاقة الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية)(٩).

ويعرف بعض الكتاب الدعاية الانتخابية بأنها هي مجموعة الأعمال التي تؤديها الأحزاب السياسية أو المرشحون لاعطاء صورة حسنة ل الهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي لتكوين رأي عام موحد يمثل اتجاهها سياسياً محدداً للحزب بهدف الوصول إلى السلطة(١٠) . كما عرفها بعض الكتاب بأنها مجموعة الأعمال التي

يقوم بها الحزب او المرشح بغرض اعطاء صورة حسنة للجماهير والناخبين عن سياساته واهدافه ومحاولته التأثير فيهم بكل الوسائل والامكانيات المتاحة من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات (١١).

ويختلف تنظيم الحملة الانتخابية من دولة الى اخرى ومن حزب لأخر وبين مرشح واخر ويعتبر الاتصال والاحتكاك المباشر مع الهيئة الناخبة من انجح وسائل الحملة الانتخابية وكلما تمكن المرشح من اقناع الناس بانه قريب منهم كلما ازداد احتمال انتخابه، وحتى لاتتحول الانتخابات الى فوضى يعمل القانون على تنظيمها ووضع الظواهر التي تحكم الدعاية الانتخابية المسموح بها للمرشحين وتحديد اماكن الاعلانات الخاصة بهم ويبين القانون الاماكن العامة التي يحضر فيها القيام بالدعاية الانتخابية ومن الضروري اناحة الفرصة ويشكل متساو للحزاب المختلفة والمرشحين المستقلين اذا كانت الدولة ستتحمل التكاليف او فرض قيمة للإعلان ومدته والسقف الذي لا يجب تجاوزه واناحة الفرصة لجميع (١٢).

اذا ان تحديد المفهوم القانوني للدعاية الانتخابية يتتمثل في اعتبار الدعاية الانتخابية حق محفوظ لجميع المرشحين في الانتخابات يحق له عرض برنامجه الانتخابي للناخبين من خلال الوسائل التي يحددها القانون والقانون هو الذي يمكن المرشحين من عرض افكارهم وبرامجهم على الناخبين ولكن يمارس هذا الحق القانوني هناك مجموعة من الشروط والمبادئ وضعتها قوانين الانتخابات والقرارات والتعليمات التي تصدر لتنظيم الدعاية الانتخابية كذلك هناك قيود توضع على المرشحين اثناء قيامهم بالدعاية الانتخابية لايجوز لهم مخالفتها وإلا تعرضوا للعقوبة من قبل الجهة المشرفة على العملية الانتخابية.

## المبحث الثاني

### الدعاية الانتخابية في ظل القوانين والتشريعات الانتخابية

لقد نظمت قوانين الانتخابات والتشريعات الانتخابية عملية الدعاية الانتخابية او 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 ، اذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على هذه الشروط والقيود والجزاءات.

#### المطلب الاول : المبادئ القانونية للدعاية الانتخابية

هناك مجموعة من الشروط والمبادئ التي تحكم عملية الدعاية الانتخابية حتى تكون هذه الدعاية وسيلة قانونية للتعرف الناخبين ببرامج المرشحين وخططهم المستقبلية لكي يحظى هؤلاء المرشحون بثقة الناخبين ومن أهم هذه المبادئ القانونية:

أولاً : أناحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكينهم من عرض برامجهم الانتخابية : فيجب ان يتضمن القانون اناحة الفرصة لجميع المرشحين وتمكنهم من عرض تفاصيل برامجهم الانتخابية وعن طريقها يتمكن المرشحون من تعريف المواطنين بأنفسهم ومايحملونه من قدرات ومؤهلات وبرنامج سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي لتحقيق متطلبات الناخبين ، حيث نص قانون الانتخابات في العراق رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ في المادة (٢٠) على ان: ( تكون الحملة الانتخابية حرة ويجوز لأي مرشح القيام بها من تاريخ انتهاء مدة الترشيح وتستمر لليوم السابق مباشرة لليوم المحدد لإجراء الانتخاب) وحددت المادة (٢٦) من القانون الاماكن

## التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

المخصصة من قبل البلديات والمجالس المحلية لنشر او الصاق او وضع اعلان او منشور او لافتة مخصصة للمرشحين للانتخابات (١٣) .

ونص قانون الانتخابات الجزائري رقم ١٩٩٧ لسنة ١٩٩٠٧ في المادة (١٧٨) على أن : (تختص داخل الدوائر الانتخابية اماكن عمومية لنشر القوائم الانتخابية توزع مساحتها بالتساوي) ونص القانون في المادة (١٧٦) على أن : (تم التجمعات والمهرجانات الانتخابية طبقاً لأحكام قانون الجمعيات والتظاهرات العمومية) (١٤) .

وجاء في قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر في كانون الاول ١٩٩٥ وفي المادة (٥٦) : (١- من أجل تنظيم القيام بالفعاليات الانتخابية من قبل الهيئات الحزبية المسجلة ومن قبل المرشحين ، يتوجب على كل لجنة من لجان الدوائر الانتخابية ان تدقق ائمة بالموقع والاماكن العامة في دائتها و المخصصة لاقامة المهرجانات والاجتماعات والمسيرات الانتخابية كما يتوجب عليها ان تحدد في تلك القائمة الاماكن والموقع العامة التي يجوز وضع الملصقات والبافتات الانتخابية عليها) ، وجاء في المادة (٥٧) والتي جاءت تحت عنوان (الدعاية الانتخابية في وسائل الاعلام) : - يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتراك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجاً خاصاً يحدّد فيه الاوقات والمواعيد المخصصة للاعلام الحر والمجاني لجميع الهيئات الحزبية والمرشحين المشتركين في الانتخابات) (١٥) .

ان هذه النصوص القانونية في قوانين الانتخابات في بعض الدول العربية يتضح لنا من خلالها أعطاء الحق للمرشحين في ممارسة الدعاية الانتخابية من خلال تمكينهم من القيام بذلك بتوفير الوسائل التي يمكنهم من خلالها ممارسة الدعاية الانتخابية للتعریف بأنفسهم ومؤهلاتهم وبرامجهم للناخبين وهذا من اهم الامور في مجال الدعاية الانتخابية.

ثانياً : التساوي بين المرشحين في عرض دعايتهم الانتخابية: لضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن الرأي العام، يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الإعلام من جانب المرشحين أو الأحزاب ، ومن جانب أنصار الاستفتاء وخصوصه ، وهذا يقتضي محاربة المحاباة أو التمييز الذي يختص به البعض منهم دون البعض الآخر سواء كان ذلك بسبب تقل المركز المالي أو التأييد الحكومي (١٦)، لذا يجب أن تجري الدعاية الانتخابية للمرشحين كافة تحت إطار من المساواة أمام للقانون وفي ضوء مجموعة من الضوابط تهدف إلى مراعاة الأسس التي يقوم عليها نظام الحكم، وأمن المواطن والوطن وإن ينظم استخدام وسائل الأعلام الرسمية المرئية والسموعة والمقرئية للمرشحين كافة بالتساوي لعرض برامجهم الانتخابية بما يكفل تكافؤ الفرص في استخدام تلك الوسائل (١٧) . ، وهناك الكثير من المواد القانونية التي تنص على مبدأ المساواة بين المرشحين وتمتعهم بالتسهييلات نفسها التي تقدمها لهم الدولة ، ولتحقيق هذه المساواة يجب 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 كلهم (١٨) والمساواة بينهم في الوقت المخصص للأحزاب والمرشحين وأنصار الاستفتاء وخصوصه في وسائل الإعلام كافة لعرض أفكارهم والدفاع عنها مع المساواة بين المتنافسين في إمدادهم بالمعلومات الأولية الازمة للدعاية كورق الطباعة والأبحار وما إلى ذلك من مواد لازمة لتسهيل سبل الدعاية والإعلان عنها) (١٩) .

ولقد أكدت قوانين الانتخابات على هذا المبدأ حيث جاء في المادة (١٧٥) من قانون الانتخابات الجزئي : (يكون كل مرشح للانتخابات التشريعية أو الرئاسية قد تقدم برنامجه للناخبين مجال عدال في وسائل العلام التلفزية والإذاعية ، تكون مدة الحصص الممنوحة متساوية بين كل مرشح وآخر للانتخابات الرئاسية وتختلف بالنسبة إلى الانتخابات التشريعية تبعاً لأهمية عدد المترشحين الذين يرشحهم حزب سياسي أو مجموعة أحزاب سياسية ، ونصت المادة (١٧٨) على أن : (تنصص داخل الدوائر الانتخابية أماكن عمومية لنشر القوائم الانتخابية توزع مساحتها بالتساوي ... )، كما نص قانون الانتخابات الفلسطينية في المادة (٥٧) على : (١- يعد مكتب الانتخابات المركزي بالاشتراك مع وسائل الاعلام الفلسطينية الرسمية برنامجاً خاصاً يحد فيه الاوقات والمواعيد المخصصة لاعلام الحر والمجاني لجميع الهيئات الحزبية والمرشحين المشتركين في الانتخابات).

٢- على مكتب الانتخابات المركزي ان يراعي في وضع البرنامج المذكور ضرورة اتاحة فرص متكافئة ومناسبة للهيئات الحزبية والمرشحين مع الاخذ بعين الاعتبار عدد المرشحين الذين قدمتهم كل هيئة حزبية في مختلف الدوائر الانتخابية وبالنسبة للمرشحين لم يذكر الرئيس فيجب ان تكون هذه الفرص متساوية .) ونص قانون الانتخابات العامة والاستفتاء اليمني لسنة ٢٠٠١ في المادة (٣٩) على أن : (تنظم اللجنة العليا استخدام وسائل الاعلام الرسمية المرئية والمسموعة والمقرؤة لكافة المرشحين بالتساوي لعرض برامجهم الانتخابية وبما يكفل تحقيق تكافؤ الفرص في استخدام تلك الوسائل ويحق للأحزاب والتنظيمات السياسية عرض برامجها الانتخابية في وسائل الاعلام الرسمية المرئية والمسموعة والمقرؤة وفقاً لقواعد التي تضعها اللجنة العليا وبصورة متساوية )، كما نصت المادة (٥١) على أن : (تنظم اللجنة العليا استخدام وسائل الاعلام الرسمية في الدعاية الانتخابية لمرشحي الانتخابات الرئيسية بما يكفل تحقيق المساواة وتكافؤ الفرص في الوقت والمساحة لكافة المرشحين)، هذا ولم يشير قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ او نظام الحملات الانتخابية الذي وضعه المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق الى ضرورة المساواة بين المرشحين في استخدام وسائل الاعلام بكافة اشكالها لعرض برامج المرشحين الانتخابية وكان من الضروري الاشارة الى هذا المبدأ كونه من المبادئ المهمة المتعلقة بالدعاية الانتخابية، في انتخابات مجلس النواب السابقة التي جرت ٢٠٠٥ وبعد ان أصدرت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تعليماتها بهذه الحملة الدعائية بتاريخ ٢٠٠٥/١١/١٣ ولغاية ٢٠٠٥/١٢/١٣ لكنها لم تأخذ بمبدأ المساواة الدعائية بين القوائم الانتخابية التي حصلت المصادقة عليها من خلال تعليماتها بأن كل كيان سياسي يتحمل نفقات دعايته الانتخابية، إذ أصبحت الكيانات التي لها مصادر تمويل متعددة تمتلك الدعاية القوية في وسائل الإعلام كافة سواء المحلية أو العربية أو الدولية، بالطرق وأساليب كافة ، إما الكيانات ذات الموارد المحدودة ، فإنها لم تستطع أن تطبع ملصقاً بالمواصفات المطلوبة ، وهذا أدى إلى عدم تكافؤ الفرص بين الكيانات السياسية إثناء العملية الدعائية .

ثالثاً: تحديد موعد الدعاية الانتخابية : من المبادئ المهمة في الدعاية الانتخابية هو تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية وتحديد موعد نهايتها ويجب على جميع المرشحين الالتزام بهذه المواعيد فكل ممارسة للدعاية الانتخابية تتم قبل هذا الموعد او بعده يعتبر مخالفة وعمل غير مشروع ، لكنه لا يؤدي إلى انتهاء الانتخابات اذا كان لها تأثير في نتيجة الانتخابات (٢٠).. واختلفت قوانين الانتخابات في تحديد موعد بداية الحملة الانتخابية وموعد نهايتها حيث نص نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٩ في

القسم الثاني : (١) يحق لكيانات السياسية والائتلافات والمرشحين المصدق عليهم من قبل المفوضية ان يباشروا حملاتهم الانتخابية ابتداء من اليوم التالي لتاريخ نشر اسماء المرشحين المصدق عليهم على ان تتوقف قبل (٤) ساعة من وقت فتح مراكز الاقتراع وهذا ما نصت عليه المادة (٢٠) من قانون الانتخابات العراقي رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ . ونص قانون الانتخابات الفلسطيني في المادة (٥٥) على (١) - ان تبدأ الدعاية الانتخابية قبل اثنين وعشرين يوما من اليوم المحدد للاقتراع وتنتهي باربعة وعشرين ساعة قبل ذلك الموعد. ٢- تحظر كافة الفعاليات الدعائية في اليوم السابق ل يوم الاقتراع وكذلك في يوم الاقتراع)، وحدد قانون الانتخابات الجزئي في المادة (١٧٢) بان: ( تكون الحملة الانتخابية مفتوحة واحد وعشرين يوما قبل يوم الاقتراع وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع، واذا جرت الدورة الثانية للاقتراع فأن الحملة الانتخابية التي تقوم بها المرشحون للدور الثاني تفتح قبل اثني عشر يوما من تاريخ الاقتراع وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع).

اذا هذه مجموعة المبادئ القانونية التي يجب ان تقوم عليها قوانين الانتخابات فيما يتعلق بالدعاية الانتخابية فيجب اتاحة الفرصة للك مرشحين لكي يستطيعوا ممارسة الدعاية الانتخابية وكذلك يجب المساواة فيما بينهم في هذه الممارسة في جميع الوسائل الاعلامية المتاحة وكذلك يجب تحديد موعد بداية الدعاية الانتخابية وموعد نهايتها.

**المطلب الثاني : قيود الدعاية الانتخابية وجزاء مخالفتها**

بعد ان تعرفنا في المطلب الاول على المبادئ والاسس القانونية التي تقوم عليها الدعاية الانتخابية نتعرف في هذا المطلب على القيود التي تضعها قوانين الانتخابات والتشريعات المتعلقة بالانتخابات على المرشحين اثناء ممارستهم للدعاية الانتخابية وهذه القيود تعتبر ملزمة للمرشحين لذا فأنهم في حال مخالفتهم لها سوف يتعرضون الى العقوبة التي تفرضها الجهة المسؤولة عن الانتخابات . وسنعرف على هذه القيود في بعض قوانين الانتخابات.

حيث نصت المواد (٢٦،٢٥،٢٤،٢٣،٢٢،٢١) من قانون الانتخابات العراقي رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٥ على القيود التي لايجوز للمرشحين مخالفتها وهذه القيود تشمل منع تنظيم الاجتماعات الانتخابية في الابنية التي تشغله الوزارات ودوائر الدولة وعدم استعمال شعار الدولة الرسمي في الدعاية الانتخابية ولايجوز لموظفي الحكومة والسلطات المحلية القيام بالحملة الانتخابية لصالح اي مرشح ولايجوز ان تتضمن وسائل الحملة الانتخابية المختلفة الطعن باي مرشح اخر او اثار النعرات القومية او الدينية او الطائفية او القبلية ولايجوز المرشح تقديم هدايا وتيارات خلال الحملة الانتخابية ويعنى نشر او الصاق او وضع اعلان او منشور او لافتة بما في ذلك الرسوم والصور والكتابة على الجدران

وانما تحدد الاماكن المخصصة لها من قبل البلديات والمجالس المحلية، كما نص نظام الحملات الانتخابية لأنتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٩ في القسم الثالث وتحت عنوان (شروط الحملات الانتخابية) تنظيم عملية الدعاية الانتخابية من خلال تحديد الاماكن التي يمنع فيها ممارسة الدعاية الانتخابية من قبل أمانة بغداد والبلديات المختصة في المحافظات بالتنسيق مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات كما تضمنت هذه الشروط تفصيلاً أكثر للقيود التي أوردها قانون الانتخابات مثل التأكيد على عدم استخدام شعار الدولة او الاموال العامة للدعاية الانتخابية او اثار النعرات الطائفية او القومية او الدينية او الشهير بالاشخاص .. الخ، اما بالنسبة للمرشحين الذين يخالفوا شروط الدعاية الانتخابية فقد حدد القسم الرابع من

هذا النظام العقوبات التي يمكن ان تفرض عليهم فللمفوضية فرض غرامة على أي كيان سياسي أو ائتلاف أو مرشح يخالف هذا النظام او قواعد سلوك الكيانات السياسية فضلا عن اتخاذ الاجراءات القانونية الكفيلة بتطبيق العقوبات المنصوص عليها في قانون الانتخابات رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ حيث نصت المادة (٢٧) من قانون الانتخابات على أن : (يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في القوانين النافذة كل من ارتكب أي فعل من الفعاليات الآتية :..... ي - ارتكاب أي عمل من الاعمال الممحظوظة المنصوص عليها في الفصل الخامس من هذا القانون)، والفصل الخامس هو المتعلق بالدعائية الانتخابية، كذلك وضعت المفوضية المستقلة للانتخابات مجموعة من العقوبات على كل مرشح يخالف الاحكام المتعلقة بالدعائية الانتخابية مثل نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات العراقي رقم ١١ لسنة ٢٠٠٥ ، ونظام الجرائم والعقوبات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات والاستفتاءات رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٥ . ونشير هنا الى بعض هذه العقوبات فمثلا يحظر نشر أو إصانة أو وضع أي إعلان أو منشور أو لافتة في غير الأماكن المخصصة لها من قبل البلديات والمجالس المحلية، وذلك طبقاً لما تنصي به المادة (٢٦) من قانون الانتخابات العراقي، ويُعاقب على انتهاك هذا الحظر بالعقوبات المنصوص عليها في القسم العاشر في المادة (١٣ - ١٠) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات: "الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة أو الغرامة المالية التي لا تقل عن (٥٠٠,٠٠٠) دينار ولا تزيد على (١,٠٠٠,٠٠٠) دينار أو بكلنا العقوبتين". كما جرم المشرع العراقي إثلاف أو العبث أو إزالة أي شعار وإعلان معروض بموجب القواعد الانتخابية من دون تخويل حسب الأصول المرعية، وذلك في المادة (٥ - ٣ - ٥) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات، وكذلك يحظر استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والإعلانات والنشرات الانتخابية وفي أ نوع الكتابات والرسوم كافة التي تستخدم في الحملة الانتخابية. وهو ما نصت عليه المادة (٢٢) من قانون الانتخابات العراقي ويُعاقب على انتهاك هذا الحظر بالعقوبات المنصوص عليها في القسم العاشر في المادة (١٣ - ١٠) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات السالف ذكرها. نص المشرع العراقي في المادة (٢٤) من قانون الانتخابات على أنه: - "لا يجوز أن تتضمن وسائل الحملة الانتخابية المختلفة الطعن بأى مرشح آخر أو إثارة التعرات القومية أو الدينية أو الطائفية أو القبلية أو الإقليمية بين المواطنين". ويُعاقب من ينتهك هذا الحظر بالعقوبة المقررة في القسم العاشر المادة (١٠ - ١١) من نظام المخالفات المتعلقة بالاستفتاء والانتخابات".

ذلك تضمن نظام الجرائم والعقوبات المتعلقة بالانتخابات والاستفتاءات رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٨ مجموعة من العقوبات على كل من يخالف الاحكام المتعلقة بالدعائية الانتخابية وهو نظام خاص بانتخابات مجالس المحافظات ، ونتعرف هنا على بعض هذه العقوبات التي وردت في القسم الثامن والتاسع وكما يلي :

1 - ( يُعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن مليون ولا تزيد على خمسة ملايين دينار اذا قام وكيل الكيان السياسي او اي مرشح بـ اية دعاية انتخابية تتطوي على خداع الناخبين او غشهم بـ بث او نشر او توزيع او التسبيب او السماح او التخويف بـ بث او نشر او توزيع كل ما له علاقة بـ عمليتي الاستفتاء والانتخابات او نتائجها .

2 - يُعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة اي شخص نشر او اذاع بين الناخبين اخبارا غير صحيحة عن سلوك أحد المرشحين او سمعته بقصد التأثير على آراء الناخبين في نتيجة الانتخاب .

3 - يُعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن مليون ولا تزيد على

خمسة ملايين دينار اي شخص وضع اعلانات او قام بتوزيع برامج عمل او منشورات او بطاقات باسم مرشح غير مسجل في كشف المرشحين .

٤- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد على سنة كل من اعلن عن انسحاب مرشح او أكثر من العملية الانتخابية وهو يعلم بان الامر غير صحيح بقصد التأثير على الناخبين أو تحويل اصوات المرشح اليه .

اما القسم التاسع والذي جاء تحت عنوان (جرائم الانتخابات) تضمن مايلي : ٢- يعاقب بالحبس مدة لاتزيد على شهر كل من الصق البيانات أو الصور أو النشرات الانتخابية الخاصة خارج الاماكن المخصصة لها .

٣- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد على سنة كل من اعدى على وسائل الدعاية الانتخابية المسماوح بها قانونا لأي سبب كان سواء أكان بالشطب أو التمزيق أو غير ذلك أو كل تصرف من هذا القبيل .

٤- يعاقب بالحبس مدة لاتقل عن شهر ولا تزيد عن ستة أشهر وبغرامة لاتقل عن مليون ولاتزيد على خمسة ملايين دينار من ارتكب الافعال التالية :

أ : تنظيم الدعاية الانتخابية التي يعدها المرشح أو مؤيدوه خلال فترة الحملة الاعلامية في الابنية التي تشغلهها الوزارات ودوائر الدولة المختلفة .

ب : استعمال شعار الدولة الرسمي في الاجتماعات والاعلانات والنشرات الانتخابية وفي الكتابات والرسوم التي تستخدم في الحملة الانتخابية .

ج : قيام موظفي دوائر الدولة والسلطات المحلية باستخدام نفوذهم الوظيفي او موارد الدولة او وسائلها او اجهزتها لصالح انفسهم او اي مرشح بما في ذلك اجهزتها الامنية والعسكرية بالدعاية الانتخابية او التأثير على الناخبين ) .

اما بالنسبة لفاعلية هذه العقوبات وتطبيقها على نطاق الواقع ففي انتخابات مجلس النواب السابقة قدمت العديد من الشكاوى الى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات فيما يتعلق بخروقات حاصلة من بعض الكيانات السياسية للقواعد المتعلقة بالدعاية الانتخابية واتخذت المفوضية الاجراءات اللازمة واعقبت هذه الكيانات وغرتها (٢١) . اما بالنسبة لانتخابات مجالس المحافظات فقد عاقبت المفوضية المستقلة للانتخابات الكيانات السياسية التي خالفت شروط الدعاية الانتخابية في انتخابات مجالس المحافظات حيث تعرض اكثر من ٢٥ كيانا سياسيا للعقوبة من قبل المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق بعد تعليقهم ملصقاتهم الانتخابية في موقع حكومية، كما خضعت كيانات اخرى للعقوبة ودفع الغرامة بسبب استخدامهم الملزمون الدينية في الحملات الانتخابية، ورغم الدور الفاعل الذي لعبته المفوضية العليا للانتخابات في رصد مخالفات الكيانات السياسية الا ان تلك الكيانات لم تتوقف عن المخالفات وفضلت دفع الغرامة المالية على رفع مخالفتها (٢٢). لذا فيطلب الامر عقوبات اشد على الكيانات والمرشحين لكي يتزموا بالقيود التي تنظم الدعاية الانتخابية.

اما في اليمن فنص قانون الانتخابات على قيود الدعاية الانتخابية حيث نصت المادة (٤) على انه يحظر الانفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام او من ميزانية الوزارات والمؤسسات والشركات والهيئات العامة او من دعم خارجي، كما يحظر استخدام المؤسسات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية، ونصت المادة (٤١) على ان يتم تحديد الاماكن الخاصة بوضع الاعلانات الانتخابية والوقت المحدد لها، ونصت المادة (٤٦) على انه لايجوز استخدام المساجد والجوامع والكليات والمدارس ودوائر الحكومية والمعسكرات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية بأي شكل من الاشكال ونصت المادة (٥٢) على أنه يحظر على أي حزب أو جماعة أو

تنظيم أو أفراد ممارسة اشكال من الضغط أو التخويف أو التهديد أو التلويح بالمخالفات أو الوعود بمكافأة مادية أو معنوية كذلك تناولت مواد أخرى وضع قيود على الدعاية الانتخابية مثل المواد (٤٥، ٤٤، ٤٩)، أما بالنسبة لفاعلية هذه النصوص على صعيد الواقع فكما يرى البعض فإن اللجنة العليا للانتخابات في اليمن لم تستطع القيام بدور فعال في عدم خرق الأحزاب والمرشحين لقيود الدعاية الانتخابية حيث لم تتمكن اللجنة من حظر الدعاية المنظورة على خداع الناخبين أو التدليس عليهم، ولم تقدم بدعوى ضد من يمارسون هذه الدعاية المحظورة والجريمة بنص القانون ولم تتمكن اللجنة من تطبيق نص المادة فيما يتعلق بحظر استخدام أسلوب التجريح أو التشهير بالآخرين في الدعاية الانتخابية أما المادة (٤٠) المتعلقة بحظر الإنفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام أو من ميزانية الوزارات والمؤسسات والشركات وحظر الانفاق من العمليات الخارجية وتحريم استخدام المؤسسات والمرافق العامة للدعاية الانتخابية فهذه الأمور الثلاثة على رغم أهميتها الحيوية لم تتحقق أو إن اللجنة لم تتمكن من تحقيقها لظروف ذاتية وموضوعية (٢٣).

اما في فلسطين فقد وضعت لجنة الانتخابات المركزية من خلال النشرة الخاصة بأحكام الدعاية الانتخابية مجموعة من الضوابط والقيود على الدعاية الانتخابية مثل وجوب التزام السلطة التنفيذية واجهزتها المختلفة الوقوف موقف الحياد وعدم القيام بأي نشاط دعائي، ولا يجوز أن تتضمن الخطاب أو التسراط أو الإعلانات أو الملصقات أي تهديد أو تشهير أو طعن بالمرشحين ولا يجوز استعمال الشعار الرسمي للسلطة الوطنية الفلسطينية في الدعاية الانتخابية ولا يجوز إعطاء الناخبين نقوداً أو منفعة لحمل الناخبين على الاقتراع لصالح قائمة أو مرشح معين ولا يجوز وضع الملاقيات أو الرسوم أو أية وسائل دعائية أخرى على الممتلكات الخاصة للمواطنين أو لأية جهة قبل الحصول على موافقة مسبقة من أصحابها، كما أكدت النشرة الخاصة بأحكام الدعاية الانتخابية على أن يحظر على قائمة انتخابية أو مرشح يشتراك في الانتخابات الحصول على أموال لحملته الانتخابية من أي مصدر أجنبي أو خارجي غير فلسطيني بشكل مباشر أو غير مباشر كما وضعت عقوبات على كل من يخالف هذه القيود التي تنظم عملية الدعاية الانتخابية حيث يعاقب بالحبس لمدة لا تزيد على ستة أشهر أو بغرامة لا تتجاوز الف دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المحلية أو بكلتا العقوبتين معاً كل من يخالف الأحكام المتعلقة بمصادر تمويل الحملة الانتخابية، وكل من يخالف القيود الموضوعة لتنظيم الدعاية الانتخابية مثل التشهير أو القذف بالمرشحين الآخرين أو استخدام المساجد والمؤسسات العامة للدعاية الانتخابية... الخ، يعتبر مرتكباً للجريمة الانتخابية حيث يعاقب بالحبس لمدة لا تقل عن ستة أشهر أو بغرامة لا تزيد عن ألف دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المحلية.

وبالإضافة إلى هذه القيود المتعلقة بتنظيم الدعاية الانتخابية فإن الجهة المشرفة على العملية الانتخابية يمكنها أن تضع نظاماً لوسائل الإعلام يجب على هذه الوسائل الالتزام به وعلى وسائل الإعلام الالتزام بهذا النظام ولاتعرضت للعقوبة من الجهة المشرفة على العملية الانتخابية لأن هذه الانظمة تدخل ضمن تنظيم عملية الدعاية الانتخابية، وهذا الأمر يعتبر من المعايير الدولية في تنظيم العملية الانتخابية فثلاثة نجد أن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق أصدرت نظام وسائل الإعلام رقم (١١) لسنة ٢٠٠٤ وهذا ما يتطرق مع المعايير الدولية للانتخابات (٢٤)، وعلى وسائل الإعلام الالتزام بهذه الانظمة من حيث المساواة بين المرشحين في عرض دعايتهم الانتخابية واحترام قواعد السلوك والمهنية في عرض الدعاية الانتخابية وعدم التشهير أو القذف بالمرشحين والتزام الصمت قبل بداية الانتخابات. إن محاسبة وسائل الإعلام يعد من الأمور الأساسية في

تنظيم عملية الدعاية الانتخابية حيث تتولى جهات مرتبطة بالجهة المسئولة عن الانتخابات في بعض الدول مراقبة وسائل الاعلام وفرض العقوبات والغرامات عليها في حال مخالفتها لهذه القواعد والأنظمة ، كما هو الحال في البوسنة حيث قامت الوكالة الانظيمية لقطاع الاتصالات باتباع الاجراءات القانونية الخاصة بحالات انتهاء القواعد والتشريعات بعد ان وجدت قيام احدى المحطات بخرق الفقرة رقم (٧) المتعلقة بفترة التزام الصمت من قانون تقديم وسائل الاعلام لكيانات السياسية خلال الانتخابات وتم تغريم المحطة (١٥٠٠ يورو) كما قامت الوكالة بتغريم محطة اخرى مبلغ يعادل (٥٠٠٠ يورو) لانتهاك المحطة الفقرة رقم (١) و (٢) المتعلقة باللائحة والقياسة من قواعد ولوائح ممارسة العمل الاعلامي (٢٥).

اذا الجهة المشرفة على العملية الانتخابية يمكنها ان ترافق كيفية ممارسة المرشحين للدعاية الانتخابية في كل وسائل الاعلام من صحفة واذاعة وتلفزيون وشبكة الانترنت وفي الاماكن المخصصة للدعاية الانتخابية لضمان التزام جميع المرشحين بالقيود الموضوعة لتنظيم الدعاية الانتخابية ويجب ان تمتلك هذه الجهة العقوبات والاجراءات الفعالة التي تضمن التزام الجميع بهذه القيود وفرض العقوبات على كل من يخالف هذه القيود .

وفي النهاية فأن الدعاية الانتخابية بقدر ما هي حق للمرشحين فانها تحتاج الى تنظيم قانوني يضع المبادئ الرئيسية التي على الجميع الالتزام بها المرشحين والجهات الحكومية وقيود لتنظيم عملية الدعاية الانتخابية يجب ان يتلزم بها المرشحون ووسائل الاعلام والهدف من كل هذا هو تمكن الجميع من ممارسة حقه في الدعاية الانتخابية والمساواة بين جميع المرشحين وحيادية السلطة العامة تجاه كل المرشحين بما يحقق العدالة بين الجميع في توصيل افكاره وبرامجه للناخبين .

#### الخاتمة

بعد ان تعرفنا على الدعاية الانتخابية باعتبارها حق مكفول لجميع المرشحين في الانتخابات لا بد لما من تحديد مجموعة النتائج والمقررات التي توصلنا اليها من خلال هذا البحث .

او لا: النتائج :

هناك مجموعة من النتائج التي توصلنا اليها من خلال هذا البحث :

- 1- ان الدعاية الانتخابية تعتبر حقا لكل المرشحين وهذا يعني ان هذا الحق هو مقرر بموجب القانون لذا فلا يمكن لأي جهة حرمان المرشحين من ممارسة هذا الحق .
- 2- على الجهة المشرفة على الانتخابات تمكين كافة المرشحين من ممارسة حقهم في الدعاية الانتخابية لأن الدعاية الانتخابية تعتبر من أهم مراحل العملية الانتخابية لذا فيجب ان تكون هذه الفرصة متاحة لجميع المرشحين وبالتالي تمكينهم من الدعاية لبرامجهم وتعريف الناخبين بها .
- 3- ان الدعاية الانتخابية فضلا عن كونها حقا لجميع المرشحين لكنها في نفس الوقت يجب ان تتنظم من خلال القيود التي تضعها القوانين والتشريعات المتعلقة بالانتخابات وبالدعاية الانتخابية ويجب ان تفرض عقوبات وغرامات على المرشحين الذين يخالفوا الدعاية الانتخابية .
- 4- ان التنظيم القانوني الصحيح للدعاية الانتخابية يرتبط بمدى فاعلية الجهة المشرفة على الانتخابات في ايقاع العقوبات والجزاءات على من يخالف الاحكام المتعلقة بالدعاية الانتخابية ، وقد لاحظنا أن المفوضية

## **التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية**

العليا المستقلة للانتخابات في العراق بذلك ما في وسعها لمعاقبة المخالفين لأحكام الدعاية الانتخابية.  
5-أن وسائل الاعلام وخاصة وسائل الاعلام المرئية اصبحت اليوم من اهم وسائل الدعاية الانتخابية لذا فيقتضي الامر مراقبة عملها أثناء فترة الدعاية الانتخابية ومعاقبة منيخالف أحكام الدعاية الانتخابية وهو الامر المعتمد في دول العالم المتقدمة في اثناء الحملات الانتخابية.

**ثانياً: المقترنات :**

نظراً لأهمية الدعاية الانتخابية في الوقت الحاضر فهناك مجموعة من المقترنات فيما يتعلق بالتنظيم القانوني للدعاية الانتخابية:

1- التعامل بالتساوي مع جميع المرشحين في الدعاية الانتخابية بحيث يجب توفير كافة الوسائل الازمة لتمكين المرشحين من عرض أفكارهم وبرامجهم حتى لانسان احزاب الكبيرة وأحزاب السلطة بما تملكه من امكانيات وتسهيلات واموال وما تملكه من وسائل اعلام بالدعاية الانتخابية لمرشحيها انما يقتضي الامر مساعدة الاحزاب الصغيرة والمرشحين المستقلين وتمكينهم من عرض برامجهم الانتخابية من خلال توفير وقت لهم في وسائل الاعلام الحكومية مثلـاـ.

2- اعطاء الجهة المشرفة على الانتخابات فاعلية أكبر في فرض العقوبات وتغريم الجهات التي تخل بأحكام الدعاية الانتخابية وتشديد العقوبات المتعلقة بمخالفة احكام الدعاية الانتخابية وعدم قصرها على الغرامات أو الحبس البسيط ، وأنما يمكن ان تتضمن العقوبات الاستبعاد من العملية الانتخابية.

3- توحيد التشريعات المتعلقة بقيود الدعاية الانتخابية في تشريع واحد كأن يكون على شكل قوانين أو أنظمة أو تعليمات ، وهذا مالاحظناه في العراق حيث هنالك أنظم تتعلق بأحكام الدعاية الانتخابية تتعلق بانتخابات مجلس النواب واخرى تتعلق بانتخابات مجالس المحافظات ومن الافضل توحيد هذه التشريعات المتعلقة بالدعاية الانتخابية في تشريع واحد.

4- الزام المرشحين بالالجوء الى خبراء الدعاية الانتخابية من الاعلاميين لكي تكون الدعايات الانتخابية مدروسة في ابعادها ونتائجها على جمهور المتلقين من الناخبين بحيث تتناسب الدعاية الانتخابية في خطابها مع كل فئات المجتمع من المثقفين والعمال والفلبين وكبار السن والشباب لكي تكون نتائجها ايجابية.

## **الهوامش**

- 1- حاتم بدبو عبيد الشمري ، الدعاية الانتخابية عبر الملصقات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد - ٢٠٠٨ ، ص ٣١ .
- 2- جاي سي جوردين جيل ، الانتخابات الحرة والنزيهة ، ترجمة احمد منيب وفائزه حكيم ، بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، ٢٠٠٣ ، ص ٦٦ .
- 3- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد - ٢٠٠٦ ، ص ٧٧ .
- 4- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية ، المصدر نفسه ، ص ٧٨ .

## التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

- 5- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية ، المصدر نفسه ، ص ٨١ .
- 6- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية ، المصدر السابق ، ص ٨٨ .
- 7- نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ منشور على موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات : [www.IHR.COM](http://www.IHR.COM)
- 8- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر بتاريخ ١٩٩٥ ، قوانين الانتخابات في الدول العربية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٥ ، ص ١٩٧ .
- 9- نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية لانتخابات التشريعية الفلسطينية الثانية ٢٠٠٦ صادرة عن لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية ، منشور على موقع اللجنة : [WWW.C.E.C.P.COM](http://WWW.C.E.C.P.COM).
- 10- د. مزياني فريدة ، الرقابة على العملية الانتخابية ، بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.Droituniv.batana.com](http://www.Droituniv.batana.com)
- 11- كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية والنظام الانتخابي المصري ، مكتبة مدبولي ، ١٩٨٧ ، ص ١١٧ .
- 12- النظم الانتخابية ، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى ، بيروت ، ٢٠٠٥ ، ص ١١٥ . كذلك انظر د. فلاح اسماعيل حاجم ، المعالجة القانونية لتنظيم العملية الانتخابية (دراسة مقارنة) ، ص ٣٧ .
- 13- قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ منشور بالواقع العربي - العدد ٤٠١ - تشرين الثاني ٢٠٠٥ - السنة ٤٧ .
- 14- قانون الانتخابات الجزائري رقم ٠٧ لسنة ١٩٩٧ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - اعداد قسم الدراسات الانتخابية والقانونية في مركز بيروت للابحاث والمعلومات - منشورات الحلبي - الطبعة الاولى بيروت - ٢٠٠٥ - ص ٦٩ .
- 15- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر في كانون الاول ١٩٩٥ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - المصدر نفسه - ص ١٩٧ .
- 16- عاطف البنا ، الوسيط في النظم السياسية ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ط ١ ، ١٩٨٢ ، ص ٢٣٤ .
- 17- رشاد أحمد يحيى ، النظام الانتخابي في جمهورية اليمن : أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، ١٩٩٥ ، ص ٤٤٣ .
- 18- رمزي الشاعر ، النظرية العامة لقانون الدستوري ، دار النهضة العربية ، ط ٣ ، ١٩٨٣ ، ص ٦٨٧ .
- 19- صلاح الدين فوزي ، الأنظمة السياسية وتطبيقاتها المعاصرة ، القاهرة : دار وهدان للطباعة ، ط ١ ، ١٩٨٥ ، ص ٤٣٤ .
- 20- د. صلاح الدين فوزي - النظم والاجراءات الانتخابية - المصدر السابق - ص ٣٦٣ .
- 21- التبليغ الخاص بقرار المفوضية في الشكاوى التي من الممكن أن تؤثر على نتيجة الانتخابات - منشور في جريدة الصباح - العدد ٧٤٧ ) - التاريخ (الأربعاء ١٨ ذو الحجة ١٤٢٦ هـ - ١٨ كانون الثاني ٢٠٠٦ م ) - تسلسل (٣٨ و ٣٥ ) - ص ٧ .
- 22- خلود رمزي ، خروفات بالجملة اثناء الحملات الانتخابية ، تقرير منشور على الانترنت في ٢٠٠٩ / ٣١ / ١ على الموقع : [www.nigash.com](http://www.nigash.com)
- 23- د. محمد عبد الله نعمن ، قراءة نقديّة لقانون انتخابات العامة في اليمن ، بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.al-tagheer.com](http://www.al-tagheer.com).
- 24- مدى مطابقة التشريعات الانتخابية في العراق مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان ، ٢٠٠٧ ، ص ٩ ، تقرير منشور على الانترنت على الموقع : [www.Brob.org](http://www.Brob.org).
- 25- حالات انتخابية، ترجمة مجلة تواصل ، مجلة شهرية تصدر عن هيئة الاعلام والاتصالات ، العدد ٢٦ ، السنة ٣ ، ايلول ٢٠٠٨ ، ص ٢٠ .

## المصادر

### - المصادر العامة :

- 1- جاي سي جودرين جيل ، الانتخابات الحرة والنزاهة ، ترجمة احمد منيب وفائز حكيم ، بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، ٢٠٠٣ .
- 2- كمال القاضي ، الدعاية الانتخابية و النظم الانتخابي المصري ، مكتبة مدبولي ، ١٩٨٧ .
- 3- النظم الانتخابية، مركز بيروت للابحاث والمعلومات، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى ، بيروت ، ٢٠٠٥ .
- 4- د. فلاح اسماعيل حاجم ، المعالجة القانونية لتنظيم العملية الانتخابية (دراسة مقارنة).
- 5- عاطف البنا ، الوسيط في النظم السياسية ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ط١ ، ١٩٨٢ ، ٦ .
- 6- رشاد أحمد بخي ، النظم الانتخابي في جمهورية اليمن : أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، ١٩٩٥ .
- 7- رمزي الشاعر ، النظرية العامة للقانون الدستوري ، دار النهضة العربية ، ط٣ ، ١٩٨٣ .
- 8- صلاح الدين فوزي، الأنظمة السياسية وتطبيقاتها المعاصرة ، القاهرة : دار وهدان للطباعة ، ط١ ، ١٩٨٥ .
- 9- د. صلاح الدين فوزي - النظم والإجراءات الانتخابية - دار النهضة العربية - القاهرة .
- رسائل الماجستير
- 1- تغريد فاضل حسين ، الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد ٢٠٠٦ .
- 2- حاتم بدوي عبيد الشمري ، الدعاية الانتخابية عبر المتصفحات الجدارية لانتخابات مجلس النواب العراقي ، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة بغداد ، ٢٠٠٨ .

### - القوانين والأنظمة

- 1- قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ منشور بالواقع العراقي - العدد ٤٠١٠ - تشرين الثاني ٢٠٠٥ - السنة ٤٧ .
- 2- قانون الانتخابات الجزائري رقم ٧ لسنة ١٩٩٧ - قوانين الانتخابات في الدول العربية - اعداد قسم الدراسات الانتخابية والقانونية في مركز بيروت للابحاث والمعلومات - منشورات الحلبي - الطبعة الاولى بيروت . ٢٠٠٥ .
- 3- قانون الانتخابات الفلسطيني الصادر بتاريخ ١٩٩٥، قوانين الانتخابات في الدول العربية، مركز بيروت للابحاث والمعلومات ، منشورات الحلبي ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٥ .
- 4- نظام الحملات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي رقم (١٩) لسنة ٢٠١٠ منشور على موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات : [www.IHR.COM](http://www.IHR.COM) .

- 5- نشرة خاصة بأحكام الدعاية الانتخابية لانتخابات التشريعية الفلسطينية الثانية ٢٠٠٦ صادرة عن لجنة الانتخابات المركزية الفلسطينية ، منشورة على موقع اللجنة : [WWW.C.E.C.P.COM](http://WWW.C.E.C.P.COM) .

### - المجالات والصحف :

- 1- حالات انتخابية، ترجمة مجلة تواصل ، مجلة شهرية تصدر عن هيئة الاعلام والاتصالات ، العدد ٢٦ ، السنة ٣ ، ايلول ٢٠٠٨ .
- 2- التبليغ الخاص بقرار المفوضية في الشكاوى التي من الممكن أن تؤثر على نتيجة الانتخابات - منشور في جريدة الصباح - العدد ٧٤٧ ) - التاريخ (الأربعاء ١٨ ذو الحجة ١٤٢٦ هـ - ١٨ كانون الثاني ٢٠٠٦ ) - تسلسل (٣٨ و ٣٥) .

### - الانترنيت

- 1- خلودرمزي ، خروقات بالجملة أثناء الحملات الانتخابية، تقرير منشور على الانترنيت في ٢٠٠٩ / ١ / ٣١ على الموقع : [www.nigash.com](http://www.nigash.com) .
- 2- د. مزياني فريدة ، الرقابة على العملية الانتخابية ، بحث منشور على الانترنيت على الموقع : [Droituniv.batana.com](http://Droituniv.batana.com) .

---

---

### **التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية**

---

---

- 3- د. محمد عبد الله نعمن ، قراءة نقدية لقانون الانتخابات العامة في اليمن ، بحث منشور على الانترنت على الموقع : [www.al-tagheer.com](http://www.al-tagheer.com)
- 4- مدى مطابقة التشريعات الانتخابية في العراق مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان ، ٢٠٠٧ ، ص ٩ ، تقرير منشور على الانترنت على الموقع : [www.Brob.org](http://www.Brob.org)