



التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية (دراسة مقارنة)

م.د. صواش شاهين ابراهيم الهرمزي

الجامعة التقنية الشمالية/ الكلية التقنية الهندسية للحاسوب والذكاء

الاصطناعي/كركوك

Legality Regulation of Parliamentary Election Campaign

Financing (Comparative Study)

Dr.sawash Shaheen Ibrahim Hurmuzli

Northern Technical University/ Technical Engineering College for Computer

and Artificial Intelligence/ kirkuk

Savas.h@ntu.edu.iq

Abstract

Campaign financing is a primary means of influencing election results, playing a significant role in shaping voter sentiment by directing their votes towards a particular political entity or candidate.

Given the paramount importance of election campaigning, it must be organized in a way that guarantees free and fair competition among candidates and ensures the integrity of the electoral process. Any violation occurring during any stage of the election could affect the entire process, as it is an integrated system where each stage complements the others. Its impact extends beyond simply influencing the election results. This requires surrounding it with a legal framework through which we can ensure that all political entities and candidates commit to carrying out the activities that constitute their election campaigns within limits that would contribute to achieving electoral justice as the basic pillar for building any democratic society.

Monitoring campaign finance is an urgent necessity for the success of any electoral process, and the need for free and fair elections is rarely met without independent and impartial monitoring. Therefore, it must be based on impartial standards in order to promote the integrity of the electoral process, by confronting all forms of fraud and violations that may accompany the electoral process, and the ability to detect these violations.



The aim of monitoring election financing is to support the democratic process in order to uphold the principle of equal opportunity and equality among candidates

الملخص

تعد تمويل الحملات الانتخابية هي الوسيلة الرئيسية ولها تأثير كبير على نتائج الانتخابات، حيث تلعب دوراً كبيراً في التأثير على الناخبين من خلال توجيه إرادتهم نحو التصويت لكيان سياسي أو مرشح معين، وفي ضوء هذه الأهمية الكبرى للدعاية الانتخابية، فلا بد من تنظيمها بما يضمن التنافس الحر والنزاهة بين المرشحين ويضمن نزاهة العملية الانتخابية، لأن أي خرق يحدث خلال إحدى المراحل الانتخابية قد يؤثر على العملية الانتخابية برمتها، فهي حلقة متكاملة تكمل بعضها البعض، ولا يتوقف تأثيرها عند التأثير على نتائج الانتخابات، بل قد يمتد إلى التجربة الديمقراطية برمتها، مما قد يؤثر على بنية النظام السياسي في الدولة، الأمر الذي يتطلب إحاطتها بإطار قانوني نضمن من خلاله التزام كافة الكيانات السياسية والمرشحين بممارسة الأنشطة التي تشكل حملاتهم الانتخابية في حدود من شأنها أن تسهم في تحقيق العدالة الانتخابية باعتبارها الركيزة الأساسية لبناء أي مجتمع ديمقراطي. وإن مراقبة تمويل الحملات الانتخابية ضرورة ملحة لنجاح أي عملية انتخابية، ونادراً ما تتحقق الحاجة إلى انتخابات حرة ونزيهة دون مراقبة مستقلة ومحيدة، لذا يجب أن تركز على معايير محايدة من أجل تعزيز نزاهة العملية الانتخابية، من خلال مواجهة كافة أشكال الغش والانتهاكات التي قد تصاحب العملية الانتخابية، والقدرة على كشف هذه الانتهاكات. والهدف من مراقبة تمويل الانتخابات هو دعم العملية الديمقراطية من أجل الحفاظ على مبدأ تكافؤ الفرص والمساواة بين المرشحين.

المقدمة:

تتضمن أغلب التشريعات الانتخابية نصوصاً تنظم موضوع الحملات الانتخابية، وتعتبرها من المراحل المهمة التي تسبق عملية الاقتراع، وتكمن خطورة هذه المرحلة في أنها موجهة إلى فئة الناخبين لتوجيه اهتمامهم وقناعاتهم نحو مرشح أو حزب سياسي من خلال وسائل التأثير والاتصال المختلفة، ومنع انتهاك مبدأ المساواة في الوصول إلى أفكار الناخب وبالتالي جذب صوته والتأثير على نتيجة الانتخابات بوسائل غير مشروعة أو بأموال غير مشروعة، وقد وضعت أغلب هذه التشريعات ضوابط وقيوداً زمنية ومكانية ومالية لممارسة هذه الأنشطة، مع فرض عقوبات في حالة المخالفة، بعضها يمس الحرية، وبعضها مالي كالغرامات، وبعضها إداري كالمنع من الترشح لمدة معينة.⁽¹⁾ والانتخابات هي الوسيلة الوحيدة للوصول إلى السلطة في الدول الديمقراطية، حيث يتنافس المرشحون في الفعاليات الانتخابية المختلفة من أجل تحقيق الهدف وهو الفوز في الانتخابات، ولاشك ان الاستحقاق الانتخابي تسبقه فترة عرض البرنامج الانتخابي من قبل المرشحين، وتعتبر تمويل الحملات الانتخابية هو الأداة والوسيلة الأساسية لتحقيق نجاح الدعاية الانتخابية، حيث بات المال السياسي من التهديدات الخطيرة التي تواجه الانتخابات حيث لاحظنا بأنها تؤثر في العملية الديمقراطية وقد غيرت إرادة الشعب وبل من خلالها تحسم فيها النتائج لمن يستطيع القدرة على الانفاق الأكثر من خلال شراء الذمم واستغلال نفوذهم في الدولة مما أدى الى إبعاد الأكفاء والمرشحين المستقلين ودعم المرشحين الموالين لمنظومات الفساد مما ستؤدي بالنتيجة الى برلمان هش يفتقر الى أناس أكاديميين ووطنيين.

(1) سري حارث عبد الكريم الشاوي ، النظام القانوني للحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة ، مجلة العلوم القانونية ، جامعة بغداد ، مجلد 37 ، عدد 2 ، 2022 ص 469



أولاً: أهمية الدراسة

أن التطرق إلى التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية في غاية الأهمية. يدور موضوع هذا البحث حول مراقبة تمويل الحملات الانتخابية في كل من التشريع العراقي والمصري، وذلك لإعادة تمثيل كافة المفاهيم الرئيسية التي تحكم بشكل شامل الحملات الانتخابية في كل من نظامي الانتخابات العامة المذكورين. وتتجلى أهمية البحث أيضاً في أن نظام الانتخابات العامة يعد أحد النظم القانونية الدستورية في السياسة المركزية للأنظمة الديمقراطية الحديثة؛ وذلك لإدارة المتطلبات السياسية للعملية الانتخابية على أسس ديمقراطية.

ثانياً: أهداف البحث

الباحث من خلال البحث يسعى إلى توضيح جوانب التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية والأساليب التي تستخدمها الكيانات السياسية لكسب أصوات الناخبين ومدى توافق هذه الأساليب مع النظام القانوني، بالإضافة إلى توضيح مدى كفاية القواعد المنظمة لتمويل الدعاية والحملات الانتخابية سواء تلك الواردة في القوانين أو الأنظمة الانتخابية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على دور الجهات المختصة في الحد من المخالفات التي ترتكبها الكيانات السياسية والمرشحون أثناء ممارسة الأنشطة التي تشكل حملاتهم الانتخابية وتوضيح الوسائل الكفيلة بمواجهة هذه المخالفات وما تتطلبه من تعديلات على القواعد القانونية المعمول بها.

وبالنسبة لنظامي الانتخابات العامة في العراق ومصر، وذلك من أجل شمول كل المفاهيم الأساسية والمبادئ الدستورية العامة التي تحكم كلا النظامين، والعمل المستمر على تنفيذ نظام ديمقراطي قوي ومتكامل وأكثر فعالية في ضمان النزاهة والشفافية في تمويل الحملات الانتخابية في العراق ومصر.

ثالثاً: إشكالية البحث

تكمن إشكالية البحث في عدم تغطية المشرع لكافة الجوانب المطلوبة للتنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية، ولعل السبب يكمن في طبيعة النظام الانتخابي الذي تبناه المشرع العراقي أو بسبب إهماله لبعض المبادئ المستقرة في التشريعات المقارنة كالتشريع المصري التي تحكم سير الحملات الانتخابية بسبب حداثة تجربة الانتخابات البرلمانية في العراق وتأثير المال السياسي مجهول المصدر الذي لم يثبت المشرع بعد سيطرته على هذه المصادر، بعضها أجنبي وبعضها يأتي من مراكز القوة والنفوذ ورجال المال، وتكمن المشكلة في مقارنة وسائل مراقبة تمويل الحملات الانتخابية في كل من العراق ومصر. وهي مشكلة تتعلق بالدرجة الأولى برؤية محددة تركز على الإيمان الكامل بالقيمة العلمية والعملية لنظام الانتخابات العامة في العراق من جهة، وكذلك التأكيد المستمر والدائم والكامل على قدرة النظام المصري الحالي على تحقيق نظام قانوني لتمويل الحملات الانتخابية، بعد التقدم السريع على أسس النظام الديمقراطي العراقي، وذلك بإدخال هذه الأسس في آليات مراقبة تمويل الحملات الانتخابية في مصر.

رابعاً: فرضيات البحث

ومن خلال هذا البحث حاول الباحث الإجابة على العديد من التساؤلات المهمة أبرزها:

1. هل للكيانات السياسية والمرشحين حرية ممارسة الدعاية الانتخابية؟
2. ما حدود هذه الحرية؟
3. هل يمكن للكيانات السياسية ممارسة نشاطها؟
4. الدعاية في أي وقت ومكان؟
5. ما مصادر تمويل هذه النشاطات؟



6. هل سقف الإنفاق على الدعاية الانتخابية مفتوح أم أن هناك حدود لما يمكن إنفاقه خلال فترة الحملة الانتخابية؟

7. ما هي الضوابط التي تحكم الدعاية الانتخابية للكيانات السياسية والمرشحين؟

8. كيف تضمن التزام الكيانات السياسية بالقوانين واللوائح التي تحكم ممارستها للدعاية الانتخابية؟

9. من هي الجهة التي تراقب الكيانات والمرشحين المتنافسين خلال فترة الحملة الانتخابية؟

خامسا: منهجية البحث

اتبع الباحث في مناقشته لموضوع التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية أكثر من منهج منها المنهج التحليلي وذلك بتحليل النصوص الواردة في القوانين واللوائح الانتخابية التي تنظم موضوع الدعاية الانتخابية وبيان نقاط القوة والضعف في تلك النصوص للوصول إلى التنظيم الأمثل لتلك المرحلة المهمة من العملية الانتخابية، بالإضافة إلى الاعتماد على المنهج المقارن وذلك بمقارنة مواقف التشريعات الانتخابية في عدد من الدول، وقد تم إجراء مقارنة بين التشريعات الانتخابية في كل من مصر والعراق مع الإشارة إلى مواقف تشريعات الدول الأخرى كلما أمكن ذلك.

سادسا: خطة البحث

المطلب الأول: ماهية الدعاية الانتخابية

الفرع الأول: مفهوم الدعاية الانتخابية

الفرع الثاني: أنواع ووسائل الدعاية الانتخابية.

المطلب الثاني: القواعد الخاصة بضبط الدعاية الانتخابية والرقابة عليها

الفرع الأول: القواعد الخاصة بضبط الدعاية الانتخابية

الفرع الثاني: الرقابة القضائية الواقعة على التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية.

خاتمة

نتائج وتوصيات

المطلب الأول:

ماهية الدعاية الانتخابية

تعددت تعريفات الحملة الانتخابية نظرا لاختلاف وجهات النظر حول الركائز التي يجب تحقيقها فيها، فالبعض يعرفها بأنها مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها الأحزاب أو المرشحين بهدف أقناع الجماهير والناخبين وإظهار صورة جيدة عن برنامج الانتخابي، والتأثير عليهم بشتى الوسائل والإمكانيات عبر قناة الاتصال الجماهيري، بهدف الفوز في الانتخابات⁽²⁾. ولذلك ووفقا لما تقدم سنتناول في هذا المطلب الدعاية الانتخابية وفق الآتي:

الفرع الأول: مفهوم الدعاية الانتخابية

الفرع الثاني: أنواع ووسائل الدعاية الانتخابية.

(2) قبيلي لخضر، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014،



الفرع الأول:

مفهوم الدعاية الانتخابية

ورغم حداثة إلا أن مصطلح الدعاية الانتخابية أصبح مصطلحا شائعا في عصرنا، مما دفع العديد من الباحثين في مجالات مختلفة إلى تقديم تعاريف مختلفة للدعاية بشكل عام والدعاية الانتخابية بشكل خاص. (3) أما (الدعاية) بشكل عام فقد عرفت بأنها "الاستخدام المتعمد المنظم المخطط للرموز عن طريق الإيحاء بقصد تغيير الآراء والتحكم فيها". (4)

أما الدعاية الانتخابية فقد تعددت تعريفاتها هي الأخرى نتيجة لتطور وسائلها بمرور الزمن (5) يعرفها البعض بأنها جهد منظم يسعى للتأثير على عملية صنع القرار داخل جماعة معينة، بينما يقول البعض الآخر: "هي عملية الدعاية المنظمة والمستمرة التي يتم التخطيط لها بعناية من قبل المرشح نفسه أو الحزب أو الكيان السياسي لاستخدام كل الإمكانيات المتاحة ووسائل الإعلام والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة محددة إلى الجمهور". (6) ومن الجدير بالذكر أن هناك من يفرق بين الدعاية الانتخابية والحملات الانتخابية، حيث يعرف الدعاية الانتخابية بأنها النشاط الاتصالي المباشر الذي يسعى به المرشح أو الحزب فيما يتعلق بموقف انتخابي معين لغرض تحقيق الفوز في الانتخابات من خلال حصد على أكبر عدد ممكن من أصوات الناخبين (7)

يعرفها الفقه الدستوري بأنها المدة الزمنية التي يحددها المشرع لعرض برامج الأحزاب في الانتخابات على المواطنين، وتشخيص الاحتياجات والمعوقات التي تمر بها البلاد، مع تقديم الحلول للقضايا المختلفة. (8)

هناك من يعرف الحملة الانتخابية بأنها منظومة الاتصال السياسي المخططة والمنظمة والخاضعة للمراقبة والتقييم، والتي يمارسها المرشح أو الحزب بشأن ظرف انتخابي محدد، وتمتد لفترة زمنية محددة تسبق الموعد الرسمي المحدد للانتخابات (قصير الأمد)، بهدف تحقيق الفوز في الانتخابات من خلال اقناع الناخبين وحصد أكبر عدد من الأصوات، وذلك باستخدام وسائل اتصال مختلفة وأساليب جذب فعالة تستهدف الناخبين. (9)

مما تقدم يتبين لنا أن التعريفين متقاربان بشكل واضح، فقد جاء بنفس المعنى ونفس الغرض، ونحن نؤيد الاتجاه الذي يتخذ مصطلح "الدعاية الانتخابية" الاسم المناسب لهذه المرحلة والأكثر دقة من الناحية

(3) باسم محسن نايف حمود، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية في العراق، دراسة مقارنة، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 36، 2018، ص 245

(4) ووردت الكثير من التعريفات على الدعاية منها: " أنها محاولة السيطرة على اتجاهات ومن ثم سلوك عدد من الأفراد بشأن قضية مختلف عليها، ذلك باستخدام الكلمات أو بدائلها الصور الألفاظ وغيرها"، لمزيد من التفاصيل ينظر إسماعيل علي سعد: الرأي العام والأيدلوجية، دار المعرفة الجامعية القاهرة، 1991، ص 135، وكذلك د. عبد الرزاق محمد الدليمي: الدعاية والإرهاب، ط 1، دار جرير، عمان، 2010، ص 72-73

(5) مي العبد الله: الدعاية وأساليب الإقناع ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 6-16.

(6) محمد منير حجاب: الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديما وحديثا، ط 2، الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 16.

(7) محمد كمال القاضي الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري مكتبة مدبولي من دون مكان نشر، 1987، ص 31

(8) إسماعيل العبادي، المنازعات الانتخابية، دراسة مقارنة لتجربتي الجزائر وفرنسا في الانتخابات الرئاسية والتشريعية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة بسكرة، 2013/2012، ص 282.

(9) زكرياء بن صغير الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 15



اللغوية والقانونية، لأن الدعاية لا تعطي معنى غير الادعاء والقول، وهذا ينطبق تماماً على مرحلة الدعاية الانتخابية، بينما مصطلح "الحملة" يمكن أن يأخذ معنى المشقة والجهد والصراع، وهو يستخدم غالباً في الحملات العسكرية، أو من الممكن أن نطلق على العملية الانتخابية برمتها (الحملة الانتخابية)⁽¹⁰⁾. وبالرجوع إلى التشريعات والقوانين الانتخابية نجد أن أغلبها لم يضع تعريفاً للدعاية الانتخابية. ومن هذه التشريعات الأردن⁽¹¹⁾ البحرين⁽¹²⁾، والجزائر⁽¹³⁾. غير أن الأمر يختلف في تشريعات أخرى ففي العراق بعد عام ٢٠٠٣ لوحظ تطور واهتمام ملموس بالعمليات الانتخابية، إذ منحت أجهزة مختصة، صلاحيات واسعة في مجال الإدارة والإشراف على الانتخابات في العراق عن طريق الأنظمة والتعليمات الخاصة بالعملية الانتخابية في مختلف جوانبها ومراحلها المختلفة، لذا عرف نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 الحملة الانتخابية بأنها "مجموعة من الوسائل والأنشطة المشروعة المستخدمة من قبل المرشحين والأحزاب والتحالفات السياسية لكسب ثقة الناخبين لغرض التصويت لهم" حملة الإقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف لإقناع الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه⁽¹⁴⁾ خلال التدقيق بالتعريف يتضح الآتي: اختلاف التسميات في التشريعات الانتخابية العراقية التي تعني بتنظيم العملية الانتخابية. لاسيما الدعاية الانتخابية، ففي قانون انتخابات مجالس المحافظات أطلقت عليها تسمية (الدعاية الانتخابية، في حين أطلق عليها قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ (الملغى). تسمية (الحملة الانتخابية)⁽¹⁵⁾، من خلال ما تقدم يمكن أن نضع تعريف يشمل كافة عناصر الدعاية الانتخابية، لذلك يمكن القول إن التعريف المناسب للدعاية الانتخابية هي: أنشطة انتخابية مختلفة يقوم بها المرشحون في حدود القانون لإقناع الناخبين ببرامجهم الانتخابية خلال مدة محددة، وبوسائل وأساليب مختلفة من أجل الفوز بالانتخابات".

وتتفاوت التشريعات التي تنظم العملية الانتخابية من حيث ذكر تعريف للحملات الانتخابية فهناك بعض التشريعات تكفي بالإشارة إلى هذه الحملات دون تعريفها، وكما فعل المشرع المصري، وبالرجوع إلى القوانين المتعلقة بالعملية الانتخابية، نجد أنه أيضاً لم يرق بتعريف الحملات الانتخابية أو الدعاية الانتخابية، بل اكتفى بالإشارة إلى هذه المصطلحات عند تنظيم أحكامها، كما هو الحال في "قانون مجلس النواب رقم 46 لسنة 2014 وتعديلاته"⁽¹⁶⁾، و"قانون مباشرة الحقوق السياسية، المرقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) المعدل"⁽¹⁷⁾، التي أشارت إلى ضوابط الدعاية الانتخابية دون تعريفها، كذلك لم تعرف ضوابط الدعاية الانتخابية الخاصة بالانتخابات الرئاسية المرقمة (١٠) لسنة (٢٠١٢)⁽¹⁸⁾.

(10) باسم محسن نايف حمود، مرجع سابق، ص 246

(11) قانون الانتخاب في الأردن لسنة ٢٠١٠.

(12) قانون مباشرة الحقوق السياسية البحريني رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٢.

(13) الأمر التشريعي رقم (٧/٩٩) الجزائري في (٦) حزيران ١٩٩٧.

(14) ينظر المادة (3) من القسم الأول من نظام الحملات الانتخابية رقم (٤) لسنة ٢٠٠٨.

(15) ينظر المادة (٢٧) من قانون انتخابات مجالس المحافظات والأقضية والنواحي رقم (٣٦) لسنة ٢٠٠٨

(المعدل)، في حين نجد نص المادة (٢٠) في الفصل الخامس من قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة

٢٠٠٥ (الملغى)، جاءت تحت تسمية (الحملة الانتخابية، أما الفصل السادس من قانون انتخابات مجلس النواب

العراقي رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٣ جاءت تحت عنوان (الدعاية الانتخابية).

(16) منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيو / ٢٠١٤.

(17) منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيو / ٢٠١٤.

(18) منشورة في الجريدة الرسمية بالعدد (١٥)، تابع، في ١٢ / ابريل / ٢٠١٢.



أما في العراق فإن قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) أشار الى الدعاية الانتخابية باعتبارها حق مكفول للمرشح إلا أنه لم يورد تعريفا لها⁽¹⁹⁾ وكذلك الحال لم يورد المشرع العراقي تعريفاً للدعاية الانتخابية في قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩)⁽²⁰⁾ ، ويلاحظ أن المشرع العراقي استخدم مصطلح (الدعاية الانتخابية في القانون ولكنه استخدم مصطلح (الحملة الانتخابية في نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة (٢٠٢5) الصادر عن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات حيث عرفت المادة (١) الفقرة (6) منه الحملة الانتخابية بأنها "مجموعة الوسائل والأنشطة المشروعة المستخدمة من قبل المرشحين والاحزاب والتحالفات السياسية لكسب ثقة الناخبين لغرض التصويت لهم"⁽²¹⁾.

لذلك فإن الحملة الانتخابية هي الإعلانات تقوم بها الأحزاب السياسية والمرشحون المستقلون، للمشاركة في الانتخابات باستخدام إمكانياتهم المادية والمعنوية، لكسب ثقة الناخب والحصول على أصواتهم.

الفرع الثاني:

أنواع ووسائل الدعاية الانتخابية.

هنالك العديد من الوسائل الدعائية التي يلجأ إليها المرشحون لغرض جذب أصوات الناخبين اتجاههم وعليه يقتضي منا دراسة هذه الوسائل من خلال تقسيم الفرع إلى فترتين سنبيين في الأول منه أنواع الدعاية الانتخابية ، وسنخصص الثاني لوسائل الدعاية الانتخابية .

الفقرة الأولى

أنواع الدعاية الانتخابية

يمكن تقسيم الدعاية تبعاً لهذا الاختلاف واعتبارات أخرى مختلفة إلى عدة أقسام منها: 1- تبعاً لطبيعة المصدر: تنقسم الدعاية إلى دعاية بيضاء ودعاية سوداء ودعاية رمادية، والدعاية البيضاء هي الدعاية العلنية التي تتجه نحو هدف محدد وتهدف إلى إعلام الشعوب الأخرى بجوانب التقدم في كافة المجالات وإيجاد نوع من التقارب والتفاهم بين الشعوب على أساس المعرفة، ورغم كل هذا فلا مانع من أن يكون بعضها خفياً وغير معروف كالأهداف الفرعية والإجراءات التفصيلية⁽²²⁾ ، الدعاية السوداء لا تكشف عن أهدافها وتخفي مصادرها الحقيقية، ولا يشعر الناس بها ولا يشعرون أنهم يدفعون باتجاه معين، وتنمو بشكل سري، وأخبارها كاذبة تسبب بلبلة في الأفكار وتضر بالرأي العام، وبالإضافة إلى إخفائها وصعوبة رؤيتها، فإنها تتداخل مع الحرب النفسية وحرب الشائعات، وتعتبر من أخطر أنواع الدعاية.⁽²³⁾ في حين تعتمد الدعاية الرمادية على بعض الحقائق التي لا يمكن إنكارها، فإنها توظف هذه الحقائق وتقدم تفسيرات مختلطة ببعض الأكاذيب من أجل تحريف الحقائق، وهي تحنفي بهدف محدد وتعمل بطريقة غير مباشرة، ولا تخشى من وقوف الرأي العام على مصادرها الحقيقية.⁽²⁴⁾

(19) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٢)، منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٦٠٣) في ٩ / تشرين الثاني / ٢٠٢٠.

(20) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٥٦٩) في ٣٠ / ١٢ / ٢٠١٩.

(21) سري حارث عبد الكريم الشاوي، النظام القانوني للحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة ، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد ، مجلد 37 العدد 2، 2022، ص 474

(22) محمد جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، عمان دار مجد الدولي، ٢٠٠٨، ص ٦٤ .

(23) صلاح نصر: الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد، ج ١، دار القاهرة، ١٩٩٧، ص ٤٤٤.

(24) طه احمد الزبيدي : معجم ومصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامية، عمان، دار النفائس، ٢٠١٠، ص ١٢٠.



- 2- وتنقسم الدعاية من حيث الهدف إلى دعائية استراتيجية ودعاية تكتيكية: الدعاية الاستراتيجية هي تلك الأنشطة الموجهة إلى الشعوب المعادية وتسمى دعائية أو حرب نفسية، أما الدعاية التكتيكية فهي تتعلق بمجموعة من الخطط المباشرة الموجهة إلى جمهور محدد. (25)
- 3- تنقسم الدعاية من حيث النطاق الجغرافي إلى دعائية داخلية ودعاية خارجية: وهذا تقسيم مرتبط بطبيعة العمل الدعائي محليا أو إقليميا أو دوليا، أي هل الدعاية موجهة داخليا أم خارجيا؟ إلا أن بعض أنواع الدعاية تتجاوز الحدود الوطنية للدولة وتصبح ذات تأثير دولي، رغم حرص رجل الدعاية على ألا تكون دعائته خارجية. وقد انتشر هذا التداخل بين الدعاية المحلية والدعاية الدولية في ظل العولمة وتزايد قدرة وسائل الإعلام والدعاية على تجاوز الحدود الوطنية. (26)
- 4- تنقسم الدعاية الكلامية من حيث طبيعة الرموز المستخدمة إلى دعائية كلامية ودعاية فعلية: الدعاية الكلامية هي التي تعتمد على الرموز اللغوية (شفهية أو مكتوبة) بالإضافة إلى الرموز غير اللغوية (رسم، نحت، صور، الخ) للتأثير على الآراء والمشاعر لدفع الفرد أو الجماعة إلى سلوك معين، والدعاية الفعل تعني أن يقوم الداعية بنفسه بالسلوك الذي يدعو إليه. وعندما يتبنى حزب سياسي حملة تبرعات لقضية ما، يجب أن تكون رموز هذه الحملة في مقدمة المتبرعين. ولا ينبغي لتبني الدعاية الفعل أن يتخلى عن الدعاية الرمزية، فالتكامل أمر لا مفر منه. (27)
- 5- تنقسم الدعاية الإثارة حسب النتائج المستهدفة إلى دعائية إثارة ودعاية تماسكية، فالدعاية الإثارة موجهة إلى عامة الناس وتستغل الدوافع والصراعات والحاجات (الطعام، اللباس، والرغبة، والكرهية) للتأثير على جماهير الشعب بما يحقق أهداف الدعاية، أما الدعاية التماسكية فهي طويلة المدى وتهدف إلى تحقيق سلوك مستقر وجعل الفرد يتكيف مع مجتمعه وفي حياته اليومية ويساهم في كافة مجالات البناء في المجتمع، وهو ما تركز عليه الأنظمة السياسية المستقرة من أجل توسيع المشاركة والاستقرار في البلاد. (28)
- 6- تنقسم الدعاية من حيث درجة وضوح الهدف إلى دعائية كامنة ودعاية ظاهرة، وهذا التصنيف قريب من تصنيف الدعاية من حيث محتواها، حيث تنقسم الدعاية إلى نوعين (دعاية كامنة ودعاية ظاهرة)، أما الدعاية الكامنة فهي أخطر أنواع الدعاية ويزداد استخدامها في الحروب والأزمات، فهي تخفي أهدافها ومصدرها ولا يعلم بها الرأي العام ولا من يحاول التأثير عليها، أما الدعاية الظاهرة فهي تتميز بأنها علنية والأطراف التي تقف وراءها معروفة في الغالب، ولكن هذا لا يمنع أن يكون بعضها مجهولاً. (29)
- 7- تنقسم الدعاية من حيث أسلوب الإقناع إلى دعائية منطقية وغير منطقية، فالدعاية المنطقية تعتمد على المنطق والمجالات المنطقية المبنية على أفضل الأدلة والإمكانات المتاحة وعلى المعلومات والأرقام والإحصائيات والحقائق الصادقة والشاملة، وتهدف إلى تحقيق مصالح القائمين عليها ومن توجه إليهم، أما الدعاية غير المنطقية فتركز على أهداف مصدرها ولا تراعي مصالح الجمهور، لذلك تستخدم الإثارة

(25) شاهيناز طلعت : الدعاية والاتصال ، دراسة نظرية تطبيقية على الوثائق السرية البرلمانية عن ثورة مصر ١٩١٩ ، القاهرة مكتبة الانجلو مصرية ، ١٩٨٧ ، ص ١١٤-١٢٠

(26) محمد منير حجاب : الدعاية السياسية و تطبيقاتها قديما وحديثا ، ط ٢ ، القاهرة ، دار الفجر ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٨

(27) عاطف عدلي العبد : مدخل الى الاتصال و الرأي العام القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٩٨ ، ص ٢٣

(28) محمد منير حجاب : مصدر سابق ، ص ٣٩-٤٠

(29) صالح أبو إصبع : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، الأسس النظرية والتطبيقية ، القاهرة ، دار الفكر ، ٢٠٠٩ ، ص ١٨٠ .



والأساليب غير المنطقية والبيانات والمعلومات المفبركة وغير الكاملة بهدف السيطرة على سلوك الأفراد وتحقيق أهدافها. (30)

8- أنواع أخرى: منها الدعاية العمودية والأفقية والدعاية التحريضية والدعاية التكاملية والدعاية التسويقية. والدعاية العمودية هي الدعاية التقليدية التي يقوم بها الزعيم (السياسي أو الديني أو القبلي) وبحكم سلطته وموقعه القيادي المتفوق يسعى إلى التأثير على الجمهور الذي يتبعه باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري المتقدمة، ويسعى إلى إحاطة الجمهور وردود أفعاله استجابة لصوت الزعيم الأعلى. فالفرد لا يتخذ القرارات بل يستجيب لقرارات القائد (31) والدعاية الأفقية هي نتاج للاتصال الفردي الأفقي داخل الجماعة أي بين أفراد متساوين يتصل بعضهم ببعض بهدف تشكيل وعي متماسك والولاء ولويد القناعة الواضحة والمنطقية القائمة على معلومات وبيانات مدروسة والتقدم باتجاه الاقتناع يتصف بالبطء وهناك نوع آخر من الدعاية وهو الدعاية الاستفزازية التي تتبناها أحزاب المعارضة في سعيها إلى تدمير الحكومة وإقامة نظام جديد، وهي تسعى إلى التمرد أو شن الحرب من خلال تحريض الجماهير على قبول التغييرات الجذرية التي تتبناها، وهي الدعاية المعارضة التي تنشط فيها الحركات الثورية والشعبية، وقد تمارسها الحكومة في إطار تحفيز الطاقات وتعبئة الجهود لمواجهة الحروب والأزمات من أجل تحفيز الطاقات الفردية إلى أقصى حد من أجل الحصول على التضحيات الأساسية ومواصلة عملها الثوري، وهذه الدعاية تنتشل الفرد من واقعه وتدفعه نحو الحماس والمغامرة والتضحية، وتثقله بأعباء إضافية، وتقدم له أهدافاً استثنائية، فهي دعاية لمواجهة الأزمات أو إثارتها.

الفقرة الثانية :

وسائل الدعاية الانتخابية

إن الدعاية الانتخابية بالإضافة إلى اتفاقها مع الأحكام القانونية من حيث الزمان والمكان فإنها تشترط مشروعية الوسائل المستخدمة في الدعاية من أجل ضمان التنافس المشروع بين المرشحين، كما أن طبيعة المنافسة وشدة الحماس والصراعات الشديدة قد تدفع بعض المرشحين إلى اللجوء إلى وسائل غير مشروعة مما يؤدي إلى التشكيك في العملية الانتخابية، ولذلك حرص المشرع على النص على الوسائل غير المشروعة التي لا يجوز للمرشحين اللجوء إليها، فقد نص المشرع الفرنسي في نص المادة 27 من قانون الانتخابات الفرنسية على " يحظر على المرشحين استخدام ألوان العلم الفرنسي في دعايتهم الانتخابية حتى لا يضللون الناخبين بأن المرشح مدعوم من الدولة".

وقد وضع المشرع المصري آلية دقيقة لضمان احترام المرشحين للضوابط المنظمة للدعاية الانتخابية، حيث نص القانون على تشكيل لجان من الخبراء المستقلين تتولى متابعة الوقائع التي تقع ضمن مستوى المحافظات المخالفة للضوابط المقررة بشأن الدعاية الانتخابية، وتقديم تقارير عن تلك المخالفات إلى الأمانة العامة التي تعد تقريراً يرفع إلى اللجنة العليا، وإذا ثبت للجنة ارتكاب المخالفة سيتم إحالة أوراقه إلى النيابة العامة. (32) ، كما أوجب القانون على اللجنة العليا في حالة ثبوت المخالفة تقديم طلب للمحكمة الإدارية العليا لشطب اسم المرشح من القائمة النهائية للترشح متضمناً الوقائع والمستندات الدالة على ارتكابه المخالفة (33) أما فيما يتعلق بالدعاية عن طريق الإذاعة والتلفزيون فقد أزم قانون اتحاد الإذاعة

(30) عاطف عدلي العبد : مصدر سابق، ص ٥٢

(31) عاطف عدلي العبد : مصدر سابق، ص ٥3

(32) ينظر المادة (٣٦) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.

(33) ينظر المادة (٥٢) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤



والتلفزيون في المادة (٧/٢) الالتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الإذاعي والتلفزيوني للأحزاب السياسية بصورة متساوية، وتحديد هذا الوقت يخضع لموافقة وزير الإعلام وهذا يجعل الإعلانات التلفزيونية حكراً على موافقة الحكومة، وبالتالي فإن مرشحي الحكومة لديهم فرصة أفضل من المرشحين المستقلين، وهو ما ينتهك مبدأ المساواة.⁽³⁴⁾ وهذا عيب في المشرع المصري يجب معالجته، يفترض عند تغطية الانتخابات، الالتزام بالموضوعية والعمل وفق الأصول المهنية، بحيث يكون دورها تسليط الضوء على البرامج الانتخابية للمرشحين.⁽³⁵⁾

أما في العراق منع المشرع العراقي المرشحين من استخدام الشعار الرسمي للدولة في الاجتماعات والإعلانات والنشرات الانتخابية وفي الكتابات والرسوم المستخدمة في الدعاية الانتخابية.⁽³⁶⁾ وهكذا عمم المشرع العراقي ذلك على كافة شعارات الدولة، على عكس المشرع الفرنسي الذي اقتصر على الألوان التي تمثل علم الدولة. وقد أحسن المشرع العراقي في عدم تضليل الناخبين بالاعتقاد بأن المرشح مدعوم من الدولة، كما لا يجوز لأي مرشح أن يأخذ لنفسه ما هو ملك للجميع. كما منع المشرع العراقي بث أو نشر أي دعاية كاذبة أو تشويه سمعة أي من المرشحين أو توجيه الشتائم أو الافتراءات بين المرشحين.⁽³⁷⁾ كما فرض المشرع العراقي على جميع موظفي الدولة الالتزام بالحياد وعدم استغلال النفوذ الوظيفي أو موارد الدولة أو أجهزتها لصالحهم أو لصالح المرشحين.⁽³⁸⁾ وكذلك حظر على المرشحين عقد الاجتماعات في الأبنية التي تشغلها الوزارات ودوائر الدولة⁽³⁹⁾ كما منع الكيانات السياسية المشاركة في الانتخابات من تضمين حملاتها الانتخابية أفكار تروج إلى إثارة النعرات الطائفية أو الدينية أو القومية أو القبلية أو الإقليمية بين المواطنين⁽⁴⁰⁾ ومنع استغلال أماكن العبادة للدعاية أو أنشطة انتخابية لكيان أو ائتلاف أو مرشح بينما أجاز استخدامها في حث الناخبين على المشاركة في الانتخابات⁽⁴¹⁾ وحظر أيضاً استخدام الرموز الدينية لأية دعاية انتخابية للكيانات السياسية والمرشحين كما منع المشرع ممارسة أي شكل من أشكال الضغط أو الإكراه أو منح مكاسب مادية أو معنوية أو الوعد بها بقصد التأثير على الناخبين وتوجيه ارادتهم نحو مرشحين معينين⁽⁴²⁾ وقد حدد المشرع عدة عقوبات لمخالفة ذلك، كما حظر المشرع الاعتداء على الدعاية الانتخابية للكيانات السياسية والمرشحين، كالاعتداء على صورهم أو برامجهم الانتخابية، أو الإعلان عن انسحاب أحد المرشحين على خلاف الحقيقة، أو

(34) ينظر في ذلك د. ماجد راغب الطلو، حرية الإعلام والقانون، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، ٢٠٠٩، ص

٤٠٣

(35) ينظر المادة (٣٢) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤

(36) ينظر المادة (9) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(37) ينظر المادة (13 و 17) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 ، وبالمعنى نفسه ينظر قرار الهيئة القضائية العليا للانتخابات رقم ٩٢ / استئناف / ٢٠١٤ في ٤/٥/٢٠١٤ الذي تضمن تصديق قرار مجلس المفوضين بفرض غرامة قدرها خمسين مليون دينار على أحد المرشحين بسبب التشهير بمرشح آخر للمزيد ينظر أحمد العكيلي : المختار من قرارات الهيئة القضائية للانتخابات ، مطبعة اوفسيت، بغداد، ٢٠١٧، ص ١٣٠ .

(38) ينظر المادة (٢٧) من قانون انتخاب مجلس النواب العراقي رقم 9 لسنة ٢٠25 ، وبالمعنى نفسه ينظر المادة (١٠) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة ٢٠25 .

(39) ينظر المادة (25) من قانون انتخاب مجلس النواب العراقي رقم 9 لسنة 2025 وبالمعنى نفسه ينظر المادة (8) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(40) ينظر المادة (14) () من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(41) ينظر المادة (25) من قانون انتخاب مجلس النواب العراقي رقم 9 لسنة 2025 وبالمعنى نفسه ينظر المادة (8) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025

(42) ينظر المادة (٢٨) من قانون انتخاب مجلس النواب العراقي رقم (9) لسنة ٢٠25 ، وكذلك المادة (١2) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025



الاعتداء على وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها وفق القانون، وعاقب مرتكبيها بعقوبات جنائية.⁽⁴³⁾ وأما فيما يتعلق باستعمال مكبرات الصوت فإن المشرع لم ينص على ذلك، وهذا لا يعني أن استعمال مكبرات الصوت من قبل المرشح جائز، بل إن من مسؤولية المرشحين احترام مبادئ النظام العام بما في ذلك السكينة العامة.⁽⁴⁴⁾ كما تحرص المفوضية عند إصدار الأنظمة الخاصة بالحملة الانتخابية إلى وضع ضوابط تهدف إلى حماية جمالية المدينة والحيلولة دون تشويهها مثل منع استخدام المواد اللاصقة والكتابة على الجدران في الدعاية الانتخابية⁽⁴⁵⁾ أما فيما يتعلق بالدعاية الانتخابية عبر الإذاعة والتلفزيون فقد بينت الضوابط التي أصدرتها المفوضية أن وسائل الإعلام العراقية ملتزمة بتوفير الإمكانيات المتساوية وتخصيص وقت متساو للمرشحين من أجل شرح برامجهم الانتخابية، ويتم بث البرامج مجاناً.⁽⁴⁶⁾ وقد وضع المشرع العراقي مجموعه من العقوبات التي تطبق على المخالفين لقواعد الدعاية الانتخابية⁽⁴⁷⁾. ولكن ما يؤخذ على المشرع العراقي انه لم يضع آلية محددة لضمان الالتزام بالضوابط وتطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون مما جعل النصوص العقابية مجرد حبر على ورق بينما يقتصر دور المفوضية على فرض غرامات مالية لا تلفت نظر الكيانات السياسية الى حجم المخالفات المرتكبة ولا تدفعها الى احترام تلك النصوص لذا نصي المشرع العراقي بتشكيل محكمة استئناف في كل منطقة للنظر في المخالفات التي يرتكبها المرشحون والتي تشكل جرائم انتخابية على ان تلتزم المفوضية باستبعاد المرشحين الذين يثبت ارتكابهم لتلك الجرائم من قوائم المرشحين كما اشار نظام هيئة الاتصالات والاعلام الخاص بالاعلام الانتخابي الى مجموعة من العقوبات المفروضة على القنوات الاعلامية المخالفة للأنظمة الصادرة عن الهيئة اضافة الى العقوبات المنصوص عليها في قانون هيئة الاتصالات والاعلام.⁽⁴⁸⁾

المطلب الثاني:

القواعد الخاصة بضبط الدعاية الانتخابية والرقابة عليها

تحرص أغلب الدول في قوانينها المتعلقة بالانتخابات على وضع مجموعة من النصوص المنظمة للدعاية الانتخابية سواء فيما يتصل بالمكان والزمان والوسيلة وكذلك الجانب الجنائي، ولذلك سوف نوضح هذا الموضوع من خلال فرعين، في الفرع الأول سوف نتناول القواعد المتعلقة بضبط الإنفاق ووسائل الدعاية الانتخابية، وسنخصص الفرع الثاني للقواعد المتعلقة بضبط زمان ومكان الدعاية الانتخابية، ووفقاً لذلك نتناول في هذا المطلب القواعد الخاصة والرقابة عن طريق الآتي:

الفرع الأول: القواعد الخاصة بضبط الدعاية الانتخابية

⁽⁴³⁾ ينظر المادة (٣٥) الفقرة ثانياً-ثالثاً من قانون انتخاب مجلس النواب رقم 9 لسنة 2025.
⁽⁴⁴⁾ د. ماهر صالح علاوي : مبادئ القانون الإداري دراسة مقارنة، دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد، ١٩٩٨ ، ص ٧٨ .
⁽⁴⁵⁾ ينظر المادة (٧) من نظام الحملات الانتخابية رقم (١١) لسنة ٢٠١٨ المعدل .
⁽⁴⁶⁾ ينظر الفقرة (٢) من القسم الرابع من نظام وسائل الإعلام لانتخاب مجلس النواب العراقي رقم (٨) لسنة ٢٠١٣ .
⁽⁴⁷⁾ ينظر المواد (31,32,33,34,35,36,37) من قانون انتخاب مجلس النواب رقم (9) لسنة ٢٠٢٥ ، وبالمعنى نفسه ينظر المادة (25) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025، وينظر في المادة (11) الفقرة ثالثاً من إجراءات شكاوى وطعون انتخابات مجلس النواب العراقي 2025.
⁽⁴⁸⁾ والمتمثلة بالغرامة أو طلب بث اعتذار أو إعطاء حق الرد أو فرض غرامات مالية أو فرض حجز على الحسابات المصرفية للقنوات المخالفة أو سحب تراخيصها وإذا تكررت المخالفات جاز فرض عقوبة مصادرة المعدات ينظر في ذلك طارق حرب : : الإعلام العراقي ، ط ١ ، دار الحكمة ، لندن، ٢٠١٨، ص ٦٣ .



الفرع الثاني: الرقابة الواقعة على القضائية الواقعة على التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية.

الفرع الأول:

القواعد الخاصة بضبط الدعاية الانتخابية

تركز بعض التشريعات المتعلقة بالانتخابات على وضع قواعد خاصة لتنظيم الدعاية الانتخابية، بهدف تحقيق المساواة بين الكيانات السياسية، سواء في ما يتصل بمصادر التمويل، أو ضوابط الإنفاق على الدعاية الانتخابية، أو وسائل الدعاية. وسنتولى دراسة الموضوع في هذا الفرع من خلال تقسيمه على فقرتين نتناول في الأول القواعد الخاصة بضبط الإنفاق المالي على الدعاية الانتخابية، ونسلط الضوء في الفقرة الثانية على القواعد الخاصة بالقواعد المتعلقة بضبط زمان ومكان الدعاية الانتخابية وكما يأتي:

الفقرة الأولى:

القواعد الخاصة بضبط الإنفاق المالي على الدعاية الانتخابية

إن الدعاية الانتخابية أو ما يطلق عليها بعضهم المعركة الانتخابية⁽⁴⁹⁾ إن الإجراءات التي يقوم بها المرشحون من أجل كسب تأييد الناخبين للفوز بأصواتهم تتطلب إنفاق مبالغ طائلة قد تتجاوز القدرات المالية للمرشحين، وبالتالي قد يلجأون إلى أصحاب المال لتمويل حملتهم الانتخابية، فضلاً عن أن المرشح قد يكون من أصحاب المناصب في الدولة أو من أعضاء الأحزاب المهيمنة على السلطة، وبالتالي قد يستغل هذا الجانب للاستفادة من المال العام لتمويل حملته الانتخابية، وهو ما يخالف مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص بين المرشحين.⁽⁵⁰⁾ كما يجوز للمرشح أن يزيد نسبة الإنفاق على حملته الانتخابية في المناطق التي يكون فيها عدد مؤيديه قليلاً أو حيث تكون نسبة مؤيديه مساوية لنسبة المرشحين الآخرين، وبالتالي يضيع مبدأ المساواة.⁽⁵¹⁾ ومن كل هذا تبرز ضرورة تدخل المشرع لوضع القواعد المنظمة لحجم الإنفاق المالي من جانب المرشحين بما يضمن وصول الأكثر تأهيلاً منهم إلى المنصة ويمنع أصحاب رؤوس الأموال من التأثير على نتائج الانتخابات.

ومن هنا نجد أن المشرع المصري قد منع في قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية استخدام المال العام في الدعاية الانتخابية.⁽⁵²⁾ وكما نصت المادة (35) من القانون نفسه "بمنع تلقي أي تبرعات أو دعم نقدي أو عيني للإنفاق على الدعاية الانتخابية من أي شخص اعتباري مصري أو أجنبي أو من دولة أجنبية أو منظمة دولية أو أي جهة أجنبية أياً كان شكلها القانوني"⁽⁵³⁾ وقد عاقب من يتلقى دعماً من تلك الجهات بعقوبة السجن والغرامة التي لا تقل عن مئة ألف جنيه ولا تزيد عن مليون جنيه⁽⁵⁴⁾ أما مسألة تحديد سقف الإنفاق المالي فقد حدد المشرع الحد الأقصى لما ينفقه كل مرشح على الدعاية الانتخابية في

(49) د. أحمد سعيقان: الأنظمة السياسية والمبادئ الدستورية العامة، ط ١، منشورات الحلبي، بيروت، ٢٠٠٨، ص ٢٧٨.

(50) د. محمد عبد اللطيف: النظم السياسية، مصدر سابق، ص ٢٤٨ وما بعدها، وكذلك ينظر مركز العراق للمعلومات العراقية، أوراق ديمقراطية، العدد الرابع، ٢٠٠٥، ص ٤٥.

(51) محمد محمود إبراهيم الديب: الجغرافية السياسية منظور معاصر، ط ٦، المكتبة الأنجلو مصريه، ٢٠٠٨، القاهرة، ص ٧٧.

(52) ينظر المادة (٣١) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.

(53) ينظر المادة (٣٥) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤، وجدير بالذكر ان المواد (١١ و ٢٥) من قانون الأحزاب السياسية رقم (٤٠) لسنة ١٩٧٧ وكذلك ينظر المادة (١١) من قانون مجلس الشعب رقم (٣٨) لسنة ١٩٧٢ المعدل بالقانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠٠٥ قد حظرت الإنفاق على الدعاية الانتخابية من المال العام أو من أموال الدعم الخارجي.

(54) ينظر المادة (٦٩) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.



النظام بما لا يتجاوز 500000 جنية، وفي مرحلة الإعادة بما لا يتجاوز 200000 جنية ويضاعف الحدان المشار إليهما لكل خمسة عشر مرشح تجمعهم قائمة واحدة⁽⁵⁵⁾ أما بالنسبة للانتخابات الرئاسية، فقد حدد المشرع الحد الأقصى للمبلغ الذي يمكن للمرشح إنفاقه على حملته الانتخابية بعشرين مليون جنية في الجولة الأولى، أما الجولة الثانية فلا يجوز أن يتجاوز الإنفاق خمسة ملايين جنية.⁽⁵⁶⁾ وكذلك اتفق المشرع المصري بفرض مجموعة من العقوبات على المخالف (كعقوبة السجن مصادرة الأموال غير المشروعة والحبس، والحرمان من ممارسة الحقوق السياسية وكلفة إزالة الملصقات على عاتق المخالف⁽⁵⁷⁾)

وفي العراق لم يتضمن قانون الأحزاب السياسية نصاً يحدد سقف الإنفاق على الدعاية الانتخابية ولكن بموجب نظام تنظيم انفاق الحملات الانتخابية الذي أصدرته الهيئة تم تحديد سقف محدد للإنفاق الانتخابي لكل من المرشح والحزب السياسي والقائمة المغلقة أما المرشح فيجب ان لا يتجاوز السقف المحدد له والذي يمثل مجموع مائتين وخمسين ديناراً مضروباً بعدد الناخبين في الدائرة الانتخابية أما سقف الإنفاق للحزب السياسي فيتكون من المبلغ المخصص للمرشح مضروباً بعدد المرشحين لقائمة الكيان السياسي في الدائرة الانتخابية أما سقف الإنفاق للقائمة المغلقة فيحسب وفق المعادلة (٢٥٠) عدد الناخبين في الدائرة الانتخابية × عدد المرشحين في القائمة المغلقة للحزب) وتم حظر تلقي أي مساهمة في الحملة الانتخابية للمرشح أو الحزب من أشخاص غير عراقيين أو أي جهة أجنبية⁽⁵⁸⁾ كما تلتزم كل جهة سياسية بفتح حساب خاص للنفقات الانتخابية في كل دائرة انتخابية تترشح فيها في أحد المصارف العراقية المعتمدة، ويجب استلام كافة المساهمات ودفع كافة النفقات الانتخابية من خلال هذا الحساب حصراً، وللمفوضية أن تطلب كشف حساب للحملة الانتخابية أو أية وثائق تتعلق بالحساب أثناء وبعد الحملة الانتخابية. تلتزم الأحزاب السياسية بتقديم التقارير المالية الأولية متضمنة إجمالي التبرعات النقدية والعينية وكذلك إجمالي النفقات التي تحملها الحزب السياسي وبيان مالي لحساب الحملة الانتخابية خلال سبعة أيام من تاريخ التصويت، على أن تقدم التقارير التفصيلية النهائية خلال ثلاثين يوماً من إعلان نتائج الانتخابات، مشفوعة بتوقيعات الممثلين المعتمدين للأحزاب السياسية والمحاسب المالي⁽⁵⁹⁾.

إن هذا التنظيم خطوة جيدة من قبل لجنة الانتخابات، ولكن ما يندقد هو ضعف العقوبات التي فرضتها اللجنة على من يخالف الالتزامات التي فرضتها على الأحزاب السياسية والمرشحين، حيث اقتصر على فرض عقوبات مالية في شكل غرامات ومبالغ مالية متفاوتة ولكنها ليست كبيرة⁽⁶⁰⁾، مما يترك الباب مفتوحاً لانتهاك هذه الالتزامات، وخاصة من قبل الكيانات السياسية المتنفذة، الأمر الذي يتطلب فرض عقوبات رادعة تمنع خرق النظام، مثل إلغاء اعتماد حزب سياسي أو شطب اسم من قائمة المرشحين. كما يمكننا الإشارة إلى عدم قدرة اللجنة على تنفيذ الضوابط التي تضعها في مواجهة الأحزاب السياسية. فرغم النص الصريح على أن نظام تنظيم الإنفاق على الحملات الانتخابية ينطبق على انتخابات مجلس النواب

(55) ينظر المادة (٢٥) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.

(56) ينظر المادة (٢٢) من قانون الانتخابات الرئاسية رقم (٤٦) لسنة ٢٠١٤.

(57) د. جورج شفيق ساري دراسات وبحوث حول الترشيح للمجالس النيابية دراسة علمية نقدية، ٢٠٠١، دار النهضة العربية القاهرة، ص ١١٣.

(58) ينظر المادة (٣٧) من قانون الأحزاب السياسية رقم (٣٦) لسنة ٢٠١٥، وكذلك الفقرات (1، 2، 3، 4، 5) من القسم الثالث من نظام تنظيم الإنفاق على الحملة الانتخابية رقم (1) لسنة ٢٠١٣.

(59) ينظر المادة (6) من تعليمات الحد الأعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية رقم (5) لسنة 2025.

(60) ينظر الى نصوص قرار مجلس المفوضين (شكوى/51/حملات/2025) و (شكوى/109/ حملات/2025) و (شكوى/80/حملات/2025) حيث تم فرض غرامة مالية قدرها خمسة ملايين دينار في الشكاوى المشار إليها أعلاه على المرشحين لمخالفتهم للأنظمة والتعليمات الصادرة عن المفوضية.



2025، إلا أن أيًا من الأحزاب السياسية المشاركة في تلك الانتخابات لم تلتزم بما ورد فيه، ولم تفرض اللجنة أي عقوبات على الأحزاب المخالفة لمخالفة أحكامه. وقد يعود ذلك إلى آلية اختيار أعضاء مجلس المفوضين، وهو الهيئة المسؤولة عن وضع وتنفيذ الأنظمة الانتخابية، مما يجعلهم غير قادرين على القيام بمهامهم باستقلالية وحيادية، فممثلو الكتل السياسية المؤثرة هم من يرشحون أعضاء المجلس من خلال مناصبهم كأعضاء في اللجنة المختصة (لجنة الخبراء)، ومن ثم يتم التصويت عليهم من قبل أعضاء مجلس النواب، حيث تتمتع تلك الكتل بالأغلبية الأمر الذي يعكس سلباً على أداء المفوضية مما يقتضي من المشرع إعادة النظر في طريقة اختيار أعضاء مجلس المفوضين والمدراء العامين بما يضمن قدرتهم على انجاز مهامهم بأعلى درجات الحياد ويحقق التمثيل العادل لجميع أبناء الشعب في المجالس التشريعية والمحلية.

من خلال ما تقدم يرى الباحث ان موقف المشرع العراقي يتفق مع موقف المشرع المصري في إطار عدم جواز استخدام المال العام في الإنفاق على الدعاية الانتخابية، وكذلك فيما يتعلق بالتمويل الخارجي، وتضمن مجموعة من العقوبات لمن يخالف ذلك، من بينها السجن والغرامة، وهذه العقوبات ليست بالمستوى المطلوب الذي يتناسب مع خطورة المخالفة.

وعليه نجد أن المشرع العراقي لم يكن موفقاً في تحديد مستوى العقوبات التي نص عليها لمخالفة ضوابط الدعاية الانتخابية، إذ أن تلك العقوبات لا تتناسب مع خطورة المخالفة، مما يجعلها رادعة قوية من ارتكابها أو التفكير في ارتكابها.

الفقرة الثانية:

القواعد المتعلقة بضبط زمان ومكان الدعاية الانتخابية

أولاً: القواعد المتعلقة بضبط زمان الدعاية الانتخابية

إن الدعاية الانتخابية لها فترة زمنية محددة يتنافس خلالها المرشحون على حصد أصوات الناخبين، وفي هذا الصدد نجد أن التشريع انقسم إلى اتجاهين من حيث رؤيته لتنظيم الفترة الزمنية، فالأول لا يرى ضرورة لتحديد فترة زمنية يمارس فيها المرشح الدعاية الانتخابية ويتركها مفتوحة دون تحديد، أما الاتجاه الثاني فيرى ضرورة تحديد تلك الفترة وأقر مجموعة من العقوبات لمن يخالفها، وهذا ما نعتقده ونؤيده، فهو يمنع الصراع بين المرشحين أمام لجان الاقتراع على نحو يضر بحرية الانتخابات من خلال التأثير على الناخبين، والتشريع محل الدراسة لم يخرج عن إطار هذين الاتجاهين.

حيث نجد أن المشرع المصري لم يهتم في السابق بتحديد فترة الصمت الانتخابي، فرغم تحديده فترة الدعاية الانتخابية بـ 45 يوماً إلا أنه مددها إلى اليوم المحدد للانتخابات، وبالتالي لا نجد أنه حدد عقوبة لمن يخالف هذه الفترة، وهذا عيب في المشرع المصري كان لابد من معالجته.

وفي ضوء التشريع المصري الحالي، تلافى المشرع هذا الخلل من خلال النص صراحة على الإطار الزمني للدعاية الانتخابية، ففي الانتخابات التشريعية حدد المشرع تاريخ بدء الدعاية الانتخابية بإعلان القائمة النهائية للمرشحين، على أن تتوقف عند الساعة 12 ظهراً من اليوم السابق للموعد المحدد للتصويت،⁽⁶¹⁾ وفي الانتخابات الرئاسية تبدأ الدعاية الانتخابية بمجرد إعلان القائمة النهائية للمرشحين وتنتهي قبل يومين من تاريخ الاقتراع، وفي حالة الانتخابات التكميلية تبدأ الدعاية الانتخابية من اليوم الذي يلي الإعلان لنتائج الاقتراع حتى الساعة الثانية عشرة ظهراً من اليوم السابق للتصويت.⁽⁶²⁾

(61) ينظر المادة (٢٤) من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.

(62) ينظر المادة (١٨) من قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة ٢٠١٤.



ويشار إلى أن المشرع العراقي، ورغم تحديده سقفاً زمنياً للدعاية الانتخابية، وهو المدة الزمنية التي تبدأ من تاريخ مصادقة المفوضية على قوائم المرشحين وتنتهي قبل 24 ساعة من بدء عملية التصويت الخاص.⁽⁶³⁾ ، إلا أنه لم يحدد عقوبات جزائية لمخالفة هذه المدة، فيما تضمنت المادتان 34 و35/ثانياً من قانون انتخابات مجلس النواب رقم 9 لسنة 2020 عقوبات جزائية لجرائم مخالفة القيود المكانية، حيث عاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر أو بغرامة لا تزيد على (1,000,000) مليون دينار كل من علق بيانات أو صور أو منشورات انتخابية خارج الأماكن المخصصة لها، كما عاقب المشرع بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن (1,000,000) ولا تزيد على (5,000,000) أو بكلتا العقوبتين كل من اعتدى على وسائل الدعاية الانتخابية المسموح بها قانوناً لأي سبب سواء بالحذف أو التمزيق أو غير ذلك أو أي عمل من هذا القبيل.⁽⁶⁴⁾ ، وبالرجوع إلى تعليمات الحد الأعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية (5) لسنة 2025 نلاحظ أن الأخير حدد المحظورات وبين العقوبات للمخالفين لاحكامها، ، وأحال المخالفات الأخرى إلى قانون الانتخابات.⁽⁶⁵⁾ كما أسند المشرع مهمة مراقبة الالتزام بشروط الحملات الانتخابية إلى لجان الرقابة المشكلة في المكتب الوطني والمكاتب الانتخابية في المحافظات، بالتنسيق مع أمانة بغداد والمديريات والدوائر البلدية، لرصد المخالفات المتعلقة بالحملات الانتخابية في الأماكن التي تمارس فيها الدعاية الانتخابية، والتنسيق مع هيئة الاتصالات والإعلام بشأن مخالفات وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة.⁽⁶⁶⁾ ، ويلاحظ أن المشرع العراقي أطلق مصطلح (الأحكام الجزائية) في الفصل الثامن من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (9) لسنة 2020، وبالتالي اعتبرها جرائم انتخابية، في حين اعتبرها أفعالاً محظورة في تعليمات الحد الأعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية رقم (5) لسنة 2025، واعتبرها مخالفات تتعلق بالحملات الانتخابية وأهمل تضمين نص جزائي في حال خرق الصمت الانتخابي. أما فيما يتعلق بمخالفة القيود المالية مثل تجاوز سقف الإنفاق أو عدم تقديم التقارير المالية أو وجود غش في التقرير المالي أو إذا كان المحاسب غير قانوني، فقد تضمن المادة (15) من تعليمات الحد الأعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية رقم (5) لسنة 2025 بشأن تنظيم الإنفاق على الحملة الانتخابية للهيئة في حال ثبوت المخالفة تحديد مبلغ الغرامة وآلية فرضها، والعقوبات الإدارية المتمثلة بحرمان الجهة أو المرشح من الترشح مستقبلاً لدورة أو دورتين أو إلغاء الأصوات التي حصلت عليها الجهة أو المرشح في دائرته الانتخابية، مع إمكانية إحالة مرتكب المخالفة إلى المحاكم المختصة إذا تضمن الفعل ركناً جزائياً وفقاً للقوانين المعمول بها.⁽⁶⁷⁾

ولما ما تقدم وعليه فقد اعتبر المشرع العراقي مخالفة القيود المالية مخالفات إدارية يعاقب عليها بالغرامة أو الإجراءات الإدارية الرادعة ونعتقد أن هذا الموقف موفق ، مع الأخذ في نفس الوقت بأن المشرع لم يشر لا في قانون انتخابات مجلس النواب ولا في نظام الحملات الانتخابية إلى مسألة في غاية الأهمية ألا وهي ممارسة الأنشطة الدعائية الانتخابية خارج المدة المحددة حيث أنها يشكل مخالفة واضحة للقوانين والانظمة الانتخابية لا تقل خطورة عن تلك الصادرة خلال فترة الصمت الإعلامي وإن الهيئة لم تستخدم صلاحياتها في استبعاد أي مرشح خالف نظام الدعاية الانتخابية، واكتفت بفرض غرامات مالية لم تثبت

(63) المادة (٢٢) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).

(64) المواد (٣٤) و (٣٥ / ثانياً) من قانون انتخابات مجلس النواب رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠).

(65) المواد (7) و (8) و (9) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة (٢٠٢5).

(66) المادة (5) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة (٢٠٢5).

(67) المادة (15) تعليمات الحد الاعلى للإنفاق على الحملات الانتخابية رقم (٥) لسنة (٢٠٢5).



فعاليتها في ضمان احترام وتطبيق القوانين والأنظمة الانتخابية الصادرة عن الهيئة. (68) كما لم يشر صراحة إلى عقوبة المصادرة، إلا أن قانون العقوبات قد بين أنه يجوز الحكم بمصادرة الأشياء المضبوطة عند ثبوت ارتكاب جناية أو جنحة، حيث تضمن المبادئ العامة التي تنطبق على جميع الجرائم. (69)

ثانياً: القواعد المتعلقة بضبط مكان الدعاية الانتخابية

في مكان الدعاية الانتخابية: اختلفت التشريعات الانتخابية في طريقة تحديد أماكن الدعاية الانتخابية، فذهب بعضها إلى تحديد الأماكن التي لا يجوز فيها ممارسة الدعاية الانتخابية. (70) وبعض آخر ذهب إلى العكس من ذلك، فيحدد الأماكن التي يجوز فيها ممارسة الدعاية الانتخابية (71) كما واختلفت في تحديد الجهات التي تتولى تحديد تلك الأماكن فمنها من أنط ذلك بالمجالس البلدية (72)، والآخر يجعل هذه المهمة من اختصاص لجنة مستقلة مالياً وإدارياً تشكل لهذا الغرض (73) والبعض الآخر يجعلها من مهام الدوائر البلدية في المحافظات شريطة التنسيق مع الجهات المشرفة على الانتخابات. وبغض النظر عن انتماء الجهة المسؤولة عن تحديد أماكن الحملات الانتخابية، فإنه يجب عليها أن تأخذ بعين الاعتبار الالتزام بتحديد الأماكن بما يحقق العدالة الانتخابية بين المرشحين ولا يمس جمال المدن ويحافظ على المظهر الحضاري لتلك المدن ولا يضر بالبيئة، حيث أن ترك الباب مفتوحاً أمام المرشحين قد يؤدي إلى عدم مراعاة الجوانب المذكورة..

أما التشريعات المصرية فقد حظرت استخدام المرفق العام والمساجد والجامعات والمدارس والمؤسسات التعليمية الخاصة، وكذلك استخدام المباني والمرافق المملوكة للدولة، كما حظرت الكتابة بأي وسيلة على الجدران، وأعطت المحافظ سلطة الأمر بإزالة المخالفات. (74) . ويلاحظ أن المشرع المصري حظر ممارسة الدعاية الانتخابية في الأماكن العامة، ومن ناحية أخرى أعطاه الحق في الترخيص بممارسة الدعاية الانتخابية في الأماكن العامة، وهذا عيب في المشرع المصري لا بد من معالجته حتى لا تستغل السلطات لصالح مرشحها.

أما المشرع العراقي فقد اختلف موقفه عما سبق، وأوضح أن أمانة بغداد والبلديات المعنية في المحافظات وبالتنسيق مع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات هي المسؤولة عن تحديد الأماكن التي يمنع فيها الدعاية الانتخابية، كما منع ممارسة الدعاية الانتخابية في الأبنية التي تشغلها الوزارات ودوائر الدولة (75) "كما يمنع نشر أي اعلان أو برنامج أو صور للمرشحين والأحزاب والتحالفات السياسية في مراكز ومحطات

(68) ينظر قرار مجلس المفوضين رقم (2) للمحضر الاعتيادي (41) المؤرخ في (٣١/٣/٢٠١٤)، وبالمعنى نفسه ينظر قرار مجلس المفوضين رقم (٦) للمحضر الاعتيادي المرقم (١٤) في ٩/٢/٢٠١٠ المتضمن فرض غرامة مالية بحق المرشحين الواردة أسماؤهم في القرار لقيامهم بالحملة الانتخابية قبل بدءها.

(69) ينظر المادة (١٠١) من قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩.

(70) ينظر المادة (٢٤) من قانون انتخاب مجلس النواب العراقي رقم (9) لسنة 2025.

(71) ينظر المادة (٥١) من مدونة الانتخابات المغربية قانون الانتخابات المغربي رقم (٩/٩٧) لسنة ١٩٩٧.

(72) ينظر المادة (١٩) من قانون الانتخابات الأردني رقم (٢٢) لسنة ١٩٨٦ المعدل.

(73) المادة (٤٢) من قانون الانتخابات اليمني رقم (١٣) لسنة ٢٠٠١.

(74) وجدير بالذكر إن صلاحية تحديد أماكن الدعاية الانتخابية كانت تعود إلى السلطة التنفيذية من خلال القرارات الصادرة من وزير الداخلية كما في القرار المرقم (٦٤٢٧) لسنة ١٩٩٠ المادة الرابعة، والقرار رقم (٢٢٧٠) لسنة ١٩٩٨ المادة الرابعة، والقرار (١٥٤٢) لسنة ١٩٩٨ المادة الخامسة والتي أشارت إلى منع تعليق اللافتات المصنوعة من القماش على وسائل النقل وأعمدة الإنارة ومنع إقامة السرادقات الخاصة بالمؤتمرات الانتخابية للمرشح في الميادين والشوارع الرئيسية التي تؤثر على المواصلات، وبينت القرارات أنفة الذكر اعتماد القانون رقم (٦٦) لسنة ١٩٥٦ الخاص بتنظيم الإعلانات.

(75) ينظر المادتين (٢٤، ٢٥) من قانون انتخاب مجلس النواب رقم (9) لسنة ٢٠25.



الاقتراع وكذلك ممارسة الدعاية ولصق الإعلانات الانتخابية لمسافة تقل عن 100 متر عن أماكن مراكز ومحطات الاقتراع⁽⁷⁶⁾ وحيث وضعت الهيئة آلية لضمان التزام الكيانات السياسية والمرشحين بإجراء أنشطة الدعاية الانتخابية في الأماكن المسموح بها، وتم تشكيل لجنة مركزية ولجان فرعية في كل مكتب محافظة للتنسيق مع مديريات ودوائر البلدية لرصد المخالفات المتعلقة بالحملة الانتخابية⁽⁷⁷⁾ وتسعى الهيئة من خلال ذلك إلى الحفاظ على ممتلكات الدولة والأماكن العامة من العبث بها أثناء الحملات الانتخابية، مثل منع تعليق المواد الدعائية على الجسور والمدارس والمستشفيات وأعمدة الكهرباء. ولضمان الالتزام بهذه الضوابط تقوم لجان المراقبة بتوثيق المخالفات المرتكبة وتقديمها إلى اللجنة المركزية في ديوان المحافظة، التي تقوم بتوحيد تقارير اللجان الفرعية وتقديمها إلى الديوان الوطني لدراستها من قبل دائرة الاستشارات والشكاوى وعرضها على مجلس المفوضين لفرض العقوبات على المخالفين. وتعتبر تقارير لجان المراقبة دليلاً يمكن الاعتماد عليه لإثبات المخالفة. وفي قرار للهيئة القضائية للانتخابات رفضت الطعن المقدم من المستأنف وقررت التصديق على قرار مجلس المفوضين بفرض غرامة على الكيان السياسي (ائتلاف الأحرار)، وذلك استناداً إلى أن المجلس أصدر قراره بناءً على تقارير لجان المراقبة المختصة⁽⁷⁸⁾. في حالة مخالفة أماكن الدعاية الانتخابية سيتم استقطاع أجور كلفة إزالة المخالفات للمرشحين والأحزاب والتحالفات السياسية من مبلغ التأمينات المودعة من المخالف لدى المفوضية وفي حالة عدم تغطيتها المبلغ يبلغ بتسديدها خلال مدة 10 أيام وبخلافه سيتم اتخاذ الإجراءات القانونية⁽⁷⁹⁾. ويجوز الطعن بقرارات مجلس المفوضين أمام الهيئة القضائية للانتخابات أو إلى المكتب الوطني أو المكتب الانتخابي للمحافظة أو مكتب هيئة الإقليم خلال مدة 3 أيام تبدأ من اليوم التالي لنشر القرار⁽⁸⁰⁾ وتؤكد الهيئة المذكورة على ضرورة ممارسة الدعاية الانتخابية في الأماكن المحددة، ففي قرار لها إلى (إن) مديرية بلدية كربلاء حددت الأماكن التي لا يسمح بوضع الدعاية الانتخابية عليها ومنها أعمدة الكهرباء⁽⁸¹⁾ وهناك جملة من الملاحظات منها: إن المشرع خالف النص الدستوري إذ جعل المفوضية جهة استشارية في حين أن المشرع الدستوري قد بين أن المفوضية هي الجهة التي تشرف على الانتخابات⁽⁸²⁾ وأحال تنظيم ذلك إلى قانون المفوضية الذي أكد على ذلك ومن هنا نرى ضرورة إعادة النظر في النص بما يتوافق مع الدستور، فضلاً عن أن السلطة التنفيذية قد تستغل هذا الجانب في خدمة مرشحيها، فضلاً عن ضرورة اعتماد النهج الثاني بتحديد الأماكن التي يجوز ممارسة عملية الدعاية الانتخابية فيها، مع ضرورة المحافظة على الآثار نظراً لقيمتها المعنوية والجمالية..

الفرع الثاني:

الرقابة القضائية الواقعة على التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية.

تعتبر وسائل تمويل الحملات الانتخابية من الأمور المهمة في العملية الانتخابية نظراً لضخامة الأموال التي يتم إنفاقها على الحملات الانتخابية، ولذلك أصبح من الضروري مراقبة مصادر هذه الأموال والنفقات الاختيارية، ومن خلال ما تقدم سنتناول في فقرتين أساس الرقابة من الناحية العامة ومن ثم الرقابة القضائية على تمويل الحملات الانتخابية ولك وفق ما يأتي:

(76) ينظر المادة (5) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(77) ينظر المادة (24) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(78) ينظر القرار ٢٤ / استئناف / ٢٠١٣ .

(79) المادة (27) من نظام الحملات الانتخابية رقم (4) لسنة 2025 .

(80) ينظر المادة (13) من إجراءات الشكاوى وطعون الانتخابات لمجلس النواب العراقي لسنة 2025 .

(81) ينظر قرار الهيئة القضائية للانتخابات رقم ٥٩٤ / طعن / ٢٠٠٩ في ٢٤/٣/٢٠٠٩ .

(82) ينظر المادة (١٠٢) من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ .



الفقرة الأولى

أساس الرقابة

الدستور المصري قد كفل حرية الفكر والرأي لكل مواطن، ولكل إنسان له الحق في التعبير عن ارادته بالقول أو بالكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير والنشر. (83)، كما كفل حرية الصحافة والطباعة والنشر المرئي والمسموع (84)، كما كفل حق تكوين الأحزاب السياسية وممارسة النشاط السياسي في حدود القانون، كما على صعيد القوانين نجد أن هنالك العديد من القوانين التي أصدرها المشرع المصري لتنظيم العملية الانتخابية ومنها الحملات الانتخابية والدعاية الانتخابية، وقد نصت المادة (١٩) من قانون مجلس النواب المصري رقم (٤٦) لسنة (٢٠١٤) المعدل على أن (يتوجب الالتزام في الدعاية الانتخابية بمبادئ الدستور.... الخ)، وبالرجوع إلى قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة (٢٠١٤) نجد أنه نظم في الفصل الرابع منه المواد (٢٣) - (٣٨) ضوابط الدعاية في الانتخاب والاستفتاء، كما تضمن قانون تنظيم الانتخابات الرئاسية رقم (٢٢) لسنة (٢٠١٤) في الفصل الرابع منه المواد (١٨) - (٢٦) ضوابط الدعاية الانتخابية، كما أصدرت لجنة الانتخابات الرئاسية ضوابط الدعاية الانتخابية رقم (١٠) لسنة (٢٠١٢) التي نظمت ضوابط الدعاية الانتخابية للمرشحين لرئاسة جمهورية مصر العربية لسنة ٢٠١٢ (85)

وقد كفل دستور جمهورية العراق لسنة (2005) حرية الرأي والتعبير بكل الوسائل، وحرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر. (86) وحرية ممارسة الحياة السياسية وتأسيس الأحزاب والانضمام إليها (87)، وتعد حرية التعبير بوسائل التعبير كافة وحرية ممارسة الأنشطة السياسية هي الأساس الدستوري للحملات الانتخابية للمرشحين لعضوية مجلس النواب في العراق، كذلك تضمن قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠) (88) النص على حق المرشح في تنظيم الدعاية الانتخابية حيث نصت المادة (٢٢٩) منه على أن الدعاية الانتخابية الحرة حق مكفول للمرشح بموجب أحكام هذا القانون تبدأ من تاريخ المصادقة على قوائم المرشحين من قبل المفوضية وتنتهي قبل (٢٤) ساعة من بدء الاقتراع، أما قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (3) لسنة (٢٠١٩) (89) فلم يتضمن الإشارة إلى الحملات الانتخابية بصورة مباشرة وإنما أشار إلى وضع الأنظمة والتعليمات المعتمدة في الانتخابات والاستفتاءات الاتحادية والإقليمية والمحلية في جميع أنحاء العراق لضمان تنفيذها بصورة عادلة

(83) على إبراهيم إبراهيم، شعبان، منظمات المجتمع المدني ودورها في الرقابة على الانتخابات، دار الجامعة الجديدة، 2016 ص ٣٨٤

(84) David Mathews: politics for people, finding are possible vice, university of illinois, press urban and Chicago, ٢٩, p..١٩٩٤

مشار إليه: ياسر دسوقي السيد بدوي المكاوي، وسائل الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة، مجلة بحوث الشرق الأوسط، السنة الثامنة والأربعون، العدد التاسع والسبعون، 2022، ص334

(85) وحدد القانون مدة ٣٠ يوماً كحد أدنى و ٩٠ يوماً كحد أقصى للوصول إلى التراضي من أجل تصحيح المخالفة، فإذا لم يتم التوصل إلى تسوية خلال تلك المدة كان للجنة ان ترفع الأمر للقضاء راجع: فاطمة بريخ.

تمويل الأحزاب السياسية في الأنظمة الديمقراطية، بين المنظور القانوني والواقعي مقال منشور على موقع جريدة الأحداث المغربية على شبكة الإنترنت عام ٢٠٠٠، وعنوان الموقع www.ahdath.info

(86) المادة (٣٨) من دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥).

(87) المادة (٣٩) من دستور جمهورية العراق لسنة (٢٠٠٥).

(88) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٦٠٣) في ٩ / تشرين الثاني / ٢٠٢٠.

(89) منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٥٦٩) في ٣٠ / ١٢ / ٢٠١٩.



ونزيهة⁽⁹⁰⁾ كما نص على إعطاء هيئة المفوضين صلاحية وضع الأنظمة والتعليمات التي تحفظ للعملية الانتخابية نزاهتها⁽⁹¹⁾ ونشر الثقافة الانتخابية وتوعية الناخبين وتعزيز الممارسة الديمقراطية بالوسائل المتاحة⁽⁹²⁾ ، وعلى هذا الأساس أصدرت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات لائحة الحملة الانتخابية رقم 4 لسنة 2025 والتي تضمنت ضوابط وشروط الحملات الانتخابية وعواقب مخالفتها، كما عملت المفوضية على إصدار لائحة السلوك الانتخابي والتي تضمنت الضوابط والمحظورات التي يجب على الجهة الموقعة عليها الالتزام بها باعتبارها ميثاقاً سياسياً أخلاقياً يجب على الأحزاب السياسية ومناصريها الالتزام به أثناء العملية الانتخابية.⁽⁹³⁾

الفقرة الثانية

الرقابة القضائية على تمويل الحملات الانتخابية

إن كل الدول الديمقراطية الحرة - منذ أن عرف العالم النظام الانتخابي بإسناد السلطة السياسية - توفر الضمانات اللازمة لإجراء انتخابات حرة ونزيهة، بعيدة عن أية ضغوط أو توترات سياسية أو غيرها. وكان من الضروري إسناد الإشراف عليها من البداية إلى النهاية، بإشراف كامل وفعلي، غير شكلي أو رمزي، إلى سلطة مستقلة تتمتع بالحياد والنزاهة.⁽⁹⁴⁾

وهذا ما يتوفر أيضاً في القضاء، فضلاً عن السلطتين التشريعية والتنفيذية، باعتبار أن القضاء هي الحصن الأمين لحماية الحقوق والحريات ونشر قواعد العدالة وتنفيذ وتطوير القوانين التي يبنى عليها المجتمع وتستند إليها العلاقة بين الناس؛ ومن المعلوم أنه لا يتولى منصب القضاء أحد إلا إذا توافرت فيه صفات الكفاءة والنزاهة والصدق والاستقلال والاستقامة والشرف. ولذلك، وقبل توضيح أسباب إسناد هذه المهمة إلى القضاة، لا بد من إبراز دورهم الفعال والجاد فيها - حتى يتسنى لجميع أفراد الشعب المشاركة بكل قوة وجدية في الحياة السياسية.

ففي مصر تعتبر العملية الانتخابية عملية شائكة ومعقدة، وتستمر السلطة التنفيذية ممثلة بوزارة الداخلية في لعب دور بارز، بدءاً من تسجيل الناخبين في الجداول الانتخابية وإعدادها ومراقبة نزاهتها، ثم تقسيم البلاد إلى دوائر انتخابية، وتقسيم الدوائر إلى لجان، وتوزيع الناخبين على اللجان، ومتابعتهم في كافة مراحلهم المختلفة حتى الانتهاء من عملية الاقتراع والفرز وإعلان النتائج النهائية للانتخابات.⁽⁹⁵⁾

وكما نعلم فإن تقديم أوراق الترشيح تتم عن طريق مديريات الأمن بالمحافظات والتي تتبع أيضاً لوزارة الداخلية، كما أن طباعة كافة الأوراق المتعلقة بالعملية الانتخابية من ترشيح أو استفتاء أو تصويت وإعلان وحتى توزيع الرموز والاستمارات الخاصة بالمرشحين، كل ذلك من اختصاص وزارة الداخلية، وبالتالي فإن دور القضاء ووجوده داخل اللجان الانتخابية يقتصر على مهمة محددة وهي الرقابة القضائية.⁽⁹⁶⁾

إن الرقابة والضبط على تمويل الحملات الانتخابية من أهم جوانب نزاهة وشفافية العملية الانتخابية، وهو ما يتطلب إنشاء هيئة انتخابية مسؤولة عن إدارة مجمل العملية الانتخابية ووجود رقابة قضائية محايدة

(90) المادة (١ / أولاً) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).

(91) المادة (١٠ / ثامناً) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).

(92) المادة (١٠ / سادس عشر) من قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (٣١) لسنة (٢٠١٩).

(93) منشور في موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات على الرابط : [www. Inc. Iq](http://www.Inc.Iq).

(94) ياسر دسوقي السيد بدوي المكاوي، وسائل الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة، مجلة

بحوث الشرق الأوسط، السنة الثامنة و الأربعون، العدد التاسع و السبعون، 2022، ص341

(95) المادة ٢٨ من الإعلان الدستوري الصادر في ٣٠ مارس سنة ٢٠١١

(96) ياسر دسوقي السيد بدوي المكاوي، وسائل الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة، مجلة

بحوث الشرق الأوسط، السنة الثامنة و الأربعون، العدد التاسع و السبعون، 2022، ص342



ومستقلة تعمل على الموازنة بين المصلحة العامة للدولة والمصلحة الخاصة للمرشحين، مع ضرورة الحفاظ على الحقوق الأساسية للمجتمع والرقابة من قبل الأحزاب السياسية والمجتمع المدني والمجتمع الدولي.⁽⁹⁷⁾

كما كان لوزارة الداخلية النصيب الأكبر في مراقبة العملية الانتخابية قبل ثورة يناير 2011، ثم في الإشراف القضائي على بعض مراحل العملية الانتخابية بعد إنشاء اللجنة العليا للانتخابات عام 2005. إلا أنه بعد ثورة يناير أصبحت مسألة مراقبة نفقات الحملات الانتخابية من اختصاص اللجنة العليا للانتخابات فيما يتعلق بالانتخابات البرلمانية، أما بالنسبة للانتخابات الرئاسية، فإن الأمر منوط بلجنة الانتخابات الرئاسية، وذلك بموجب القانون رقم 174 سنة 2005 المعدل بالمرسوم رقم 12 لسنة 2012⁽⁹⁸⁾

وتختص القضاء الإداري - كقاعدة عامة - بالطعن على القرارات المتعلقة بالعملية الانتخابية لانتخاب أعضاء مجلسي الشعب والشورى، أما فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية فإن قرارات لجنة الانتخابات الرئاسية نهائية ولا يجوز الطعن عليها أمام أية جهة.

بينما الرقابة القضائية في العراق نجد بان المشرع العراقي قد أناطت مهمة الرقابة الى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وذلك من خلال تلقيها الشكاوى والطعون الانتخابية وحيث ان الهيئة القضائية للانتخابات تختص بالنظر في طعون قرارات مجلس المفوضية سواء التي قدمت اليهم من قبل المرشحين او من قبل وكلائهم وان الهيئة القضائية لهم سلطة اتخاذ القرار الذي تراها مناسباً أما بتأييد الطعن أو رفضها .

ولا يخفى ان الرقابة القضائية هي الركيزة الأساسية وأحد أهم الضمانات القانونية لضمان شفافية ونزاهة العملية الانتخابية ومن خلالها تعزز ثقة المواطن بالعملية الانتخابية الديمقراطية ، وان الرقابة القضائية في العراق تستند الى نصوص القانونية والدستورية، ونستدل بذلك نص المادة (102) من دستور جمهورية العراق لسنة 2005 حيث نصت على أن "المفوضية العليا المستقلة للانتخابات هيئة مستقلة تخضع لرقابة مجلس النواب"، وان المفوضية العليا عي هيئة مستقلة تدير الانتخابات وبرقابة قضائية وذلك استنادا الى قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم (31) لسنة 2019. حيث بينت الآلية القانونية للطعن في قرارات المفوضية أمام الهيئة القضائية للانتخابات. وحسب قانون الانتخابات مجلس النواب رقم (9) لسنة 2020 (وتعديلاته) والذي أوضح ما بعد انتهاء العملية الانتخابية وحق تقديم الطعون في النتيجة أمام الجهات القضائية المختصة بالرقابة، وان الهيئة القضائية للانتخابات تتألف من ثلاثة قضاة من محكمة التمييز الاتحادية ومن خلالها يتم تقديم الطعون بالقرارات الصادرة من المفوضية العليا للانتخابات سواء قبل أو بعد إعلان النتائج الأولية وان قراراتها تكون باتة وملزمة للجميع.

وان المحكمة الاتحادية العليا هي الجهة المعنية بالمصادقة النهائية على نتائج الانتخابات العامة وذلك بعد حسم جميع الطعون وكما انها لها صلاحية النظر في الطعون الدستورية التي تتعلق بشرعية العملية الانتخابية أو مخالفتها للدستور والرقابة القضائية للعملية الانتخابية تمتد لتشمل: أولاً: مرحلة تسجيل الناخبين والمرشحين وثانياً: البت في الطعون المقدمة بالقرارات الصادرة من المفوضية حول رفضها لتسجيل مرشح أو لبيان سياسي ما وكذلك في مرحلة الحملات الانتخابية لها صلاحية الرقابة حول مدى التزام الكيانات بالقوانين او من عدمه (مثل حظر استخدام المال العام واستغلالها، أو بيانات التحريض

Marie- france Harve TRANKA.Op. cit. p. 1, pierre AVRIL. op. cit. p.)⁽⁹⁷⁾
TOINET. Op.cit p. TV, William kimbeling. Op.cit.loc.cit.

مشار اليه : ياسر دسوقي السيد بدوي المكاوي، وسائل الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة ، مجلة بحوث الشرق الأوسط ، السنة الثامنة و الأربعون ، العدد التاسع و السبعون ، 2022 ، ص334
(98) قرار لجنة الانتخابات رقم 21 سنة 2011 بشأن القواعد المنظمة للحملات الانتخابية في مادته الرابعة.



(الطائفي) وبخصوص مرحلة الاقتراع وفرز الأصوات فانها تنظر في الشكاوى حول التلاعب أو الخروقات في صناديق الاقتراع أو عد الأصوات وحتى إعلان النتائج الانتخابية والمصادقة النهائية عليها من قبل المحكمة الاتحادية، وهنا تبرز أهمية الرقابة القضائية كونها حامي الحقوق الانتخابية للناخبين والمرشحين وإشرافه على حماية العملية الانتخابية من التزوير والتلاعب السياسي كما تعمل على تعزيز الثقة العامة في نتائج الانتخابات ومواجهة التحديات كافة من جل اظهار صورة مشرقة للعملية الانتخابية. وفي الختام يتبين لنا بوضوح أن القضاء ليس مجرد مؤسسة تفصل الخلافات والمشاكل القانونية، بل هو الحجر الأساسي في استقرار البلد وضمان سير العملية السياسية وإنجاحها فمن خلال ضمانه لسيادة القانون وحمايته للحقوق، ومكافحته للفساد، وإشرافه على الانتخابات، يتحول القضاء الى صمام أمان حقيقي للدولة والمجتمع ومن دون قضاء مستقل وقوي تفقد العملية السياسية توازنها ومصدقيتها، وتبدأ الدولة بالانزلاق نحو الفوضى والانقسام.

الخاتمة

وفي نهاية بحثنا (التنظيم القانوني لتمويل الحملات الانتخابية البرلمانية – دراسة مقارنة) وقد تضمن البحث خلاصة معمقة لأهم الاستنتاجات والتوصيات وكما يأتي:
أولاً: الاستنتاجات:

- 1- الحملات الانتخابية هي مجموعة من الفعاليات والأنشطة السياسية التي يقوم بها المرشح أو الكيان السياسي بوسائل مشروعة وبأموال مشروعة بهدف جذب أكبر عدد ممكن من الأصوات الانتخابية خلال فترة زمنية محددة تسبق عادة يوم الاقتراع المحدد، وينظم المشرع عادة الضوابط الزمانية والمكانية والمالية لإجراء هذه الحملات.
- 2- استخدم المشرع العراقي مصطلح (الحملة الانتخابية) والذي نراه مصطلحاً أوسع وأشمل لمفهوم الأنشطة السياسية والأنشطة التي تسبق عملية الاقتراع، إلا أنه عاد واستخدم مصطلح الدعاية الانتخابية) في المادة (22) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم 9 لسنة 2020، وتشمل الحملة الانتخابية الأنشطة الإعلامية واللقاءات وغيرها من وسائل الاتصال بالناخب، أما الدعاية الانتخابية فتقتصر على الأنشطة الإعلامية بكل الوسائل.
- 3- نظمت أغلب القوانين الانتخابية العملية الانتخابية برمتها بما في ذلك مرحلة الحملة الإعلانية ووضعت لها شروطاً وقيوداً منها ما يتعلق بزمن الحملة الإعلانية ومنها ما يتعلق بمكان استخدام وسائل الدعاية للمرشحين ومنها ما يتعلق بضمان نزاهة وشفافية الحملة الانتخابية ومنها ما يتعلق بالقيود المالية ومصادر تمويل الحملات الانتخابية وقد حدد المشرع عقوبات على مخالفة هذه القيود أو المحظورات.
- 4- يجب أن تخضع الحملات الانتخابية كإحدى مراحل العملية الانتخابية لمعايير معينة كمبدأ المساواة والحياد الإداري وسلامة الإجراءات المتخذة لضمان نزاهة وشفافية ونزاهة الحملات الانتخابية.
- 5- ضرورة إصدار قانون مستقل للرقابة على النفقات الانتخابية.
- 6- إنشاء هيئة مستقلة للرقابة على الإنفاق المالي في الانتخابات.

ثانياً : التوصيات

- 1- نطالب المشرع العراقي بتوحيد المصطلحات التي تعبر عن الأنشطة والفعاليات السياسية التي تسبق عملية الاقتراع، ونفضل استخدام مصطلح (الحملة الانتخابية) لأنها تتضمن الدعاية الانتخابية، فالدعاية الانتخابية عبر وسائل الاعلام المختلفة هي احد أنشطة الحملات الانتخابية.
- 2- نطالب المشرع العراقي بتوحيد موقفه من قضية تمويل الحملات الانتخابية من المال العام او ما يسمى في الفقه بالتمويل العام) للحملات الانتخابية، فهو من جهة يقرر منحة مالية تصرف من خزينة الدولة



وذلك في قانون الاحزاب السياسية رقم 36 لسنة 2015، ومن جهة اخرى يحظر استخدام المال العام لاغراض تمويل الحملات الانتخابية.

3- نطالب المشرع العراقي بفرض عقوبة على مخالفة مدة الحملات الانتخابية ومخالفة الصمت الانتخابي حيث اعتبرها محرمة، لكنه لم يقرر عقوبة على مخالفة هذا المنع.

4- نطالب المشرع العراقي بفرض رقابة مالية فعّالة على حسابات المرشحين والأحزاب السياسية لتغطية نفقات الحملات الانتخابية وعدم الاكتفاء بالتقارير المالية التي يقدمها المرشحون والأحزاب، بل يتطلب ذلك إما عرضها على لجان التدقيق في المفوضية العليا المستقلة للانتخابات المشكلة لهذا الغرض من محاسبين قانونيين أو بإسناد هذا الأمر إلى جهة متخصصة من ديوان الرقابة المالية الاتحادي المشكلة لهذا الغرض.

5- نطالب المشرع العراقي بتوحيد موقفه من طبيعة الأفعال التي يقوم بها المرشح أو الحزب والتي تشكل مخالفة للقيود أو المحظورات القانونية، سواء كانت تشكل جريمة جنائية أو مخالفات إدارية، حيث لوحظ أن المشرع العراقي أدرج العديد من الإجراءات الإدارية كعقوبات لمخالفة بعض المحظورات، كما أوضحنا في البحث.

6- نطالب المشرع العراقي بدراسة إمكانية تمويل المرشحين المستقلين من فئة الشباب أو تعويضهم عن النفقات الانتخابية وفقاً لنسبة الأصوات التي حصلوا عليها.

قائمة المصادر

أولاً: الكتب

1. احمد العكيلي : المختار من قرارات الهيئة القضائية للانتخابات ، مطبعة اوفسيت، بغداد، ٢٠١٧.
2. أحمد سعيقان : الأنظمة السياسية والمبادئ الدستورية العامة ، ط ١، منشورات الحلبي، بيروت، ٢٠٠٨
3. إسماعيل علي سعد : الرأي العام والأيدلوجية، دار المعرفة الجامعية القاهرة، ١٩٩١.
4. اسماعين العبادي، المنازعات الانتخابية، دراسة مقارنة لتجربتي الجزائر وفرنسا في الانتخابات الرئاسية والتشريعية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة بسكرة ، 2012/2013
5. الأمر التشريعي رقم (٧/٩٩) الجزائري) في (٦) حزيران ١٩٩٧.
6. بوحنية قوي وآخرون الانتخابات وعملية التحول الديمقراطي في الخبرة العربية المعاصرة، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
7. جورج شفيق ساري دراسات وبحوث حول الترشيح للمجالس النيابية دراسة علمية نقدية ، ٢٠٠١، دار النهضة العربية القاهرة .
8. زكرياء بن صغير الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004
9. سري حارث عبد الكريم الشاوي، النظام القانوني للحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة ، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد ، مجلد 37 العدد 2، 2022
10. شاهيناز طلعت : الدعاية والاتصال ، دراسة نظرية تطبيقية على الوثائق السرية البرلمانية عن ثورة مصر ١٩١٩، القاهرة مكتبة الانجلو مصرية ، ١٩٨٧،
11. صالح أبو إصبع : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الأسس النظرية والتطبيقية، القاهرة، دار الفكر، ٢٠٠٩.
12. صلاح نصر: الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد، ج ١، دار القاهرة، ١٩٩٧.
13. طارق حرب : : الإعلام العراقي ، ط ١ ، دار الحكمة ، لندن ، ٢٠١١.



14. طه احمد الزبيدي : معجم ومصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامية، عمان، دار النفائس، ٢٠١٠.
15. عاطف عدلي العبد : مدخل الى الاتصال و الرأي العام القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٨.
16. عبد الرزاق محمد الدليمي : الدعاية والإرهاب ، ط١ دار ، جرير، عمان، ٢٠١٠.
17. على إبراهيم إبراهيم ، شعبان، منظمات المجتمع المدني ودورها في الرقابة على الانتخابات، دار الجامعة الجديدة ، 2016
18. قبيلي لخضر، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية، رسالة ماجستير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2014 باسم محسن نايف حمود، التنظيم القانوني للحملات الانتخابية في العراق ، دراسة مقارنة ، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية ، مجلد 11، عدد 36، 2018 .
19. ماجد راغب الحلو، حرية الإعلام والقانون، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، ٢٠٠٩.
20. ماهر صالح علاوي : مبادئ القانون الإداري دراسة مقارنة، دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد، ١٩٩٨
21. محمد جودت ناصر : الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، عمان دار مجد الدولي، ٢٠٠٨
22. محمد عبد اللطيف : النظم السياسية ، مصدر سابق، ص ٢٤٨ وما بعدها، وكذلك ينظر مركز العراق للمعلومات العراقية ، أوراق ديمقراطية ، العدد الرابع ، ٢٠٠٥
23. محمد فرغلي محمد علي : نظم وإجراءات انتخاب أعضاء المجالس المحلية في ضوء القضاء والفقهاء، دار النهضة العربية ، القاهرة، ١٩٩٨
24. محمد محمود إبراهيم الديب : الجغرافية السياسية منظور معاصر، ط ٦، المكتبة الأنجلو مصريه ، ٢٠٠٨ القاهرة
25. محمد منير حجاب : الدعاية السياسية و تطبيقاتها قديما وحديثا، ط ٢ ، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٢.
26. محمد منير حجاب : الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديما وحديثا، ط ٢ ، الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢ محمد كمال القاضي الدعاية الانتخابية والنظام البرلماني المصري مكتبة مدبولي من دون مكان نشر، ١٩٨٧)
27. منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيه / ٢٠١٤.
28. منشور بالجريدة الرسمية بالعدد (٢٣)، تابع، في ٥ / يونيه / ٢٠١٤.
29. منشورة في الجريدة الرسمية بالعدد (١٥) ، تابع، في ١٢ / ابريل / ٢٠١٢.
30. مي العبد الله : الدعاية وأساليب الإقناع ط ١ ، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦
31. نظام الحملات الانتخابية رقم (١١) لسنة ٢٠١٨
32. نظام الحملات الانتخابية رقم (٤) لسنة ٢٠٠٨.
33. ياسر دسوقي السيد بدوي المكاوي، وسائل الرقابة على تمويل الحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة ، مجلة بحوث الشرق الأوسط ، السنة الثامنة و الأربعون ، العدد التاسع و السبعون ، 2022.
- David Mathews: politics for people, finding are possible vice, university of Illinois, press urban and Chicago, ٢٩, p.. ١٩٩٤
- ثانيا: القوانين والتعليمات
1. دستور جمهورية العراق لسنة 2005.
2. دستور جمهورية مصر العربية
3. قانون الانتخاب في الأردن لسنة ٢٠١٠.



4. قانون الانتخابات العراقي رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥ (الملغى)،
 5. قانون الأحزاب السياسية رقم 36 لسنة 2015.
 6. قانون انتخابات مجالس المحافظات والاقضية والنواحي رقم (٣٦) لسنة ٢٠٠٨ (المعدل)
 7. قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة (٢٠٢٠)، منشور في جريدة الوقائع العراقية بالعدد (٤٦٠٣) في ٩ / تشرين الثاني / ٢٠٢٠.
 8. قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٤.
- قانون مباشرة الحقوق السياسية البحريني رقم (١٤) لسنة ٢٠٠٢
قانون المفوضية العليا المستقلة للانتخابات رقم 3 لسنة 2019.
نظام الحملات الانتخابية رقم 4 لسنة 2025