

قراءة دستورية في الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية في العراق

م. د. صواش شاهين إبراهيم

**رئيس قسم تقنيات إدارة المواد
الجامعة التقنية الشمالية المعهد التقني كركوك**

**A constitutional reading in the legal controls for
electoral campaigning in Iraq
The Teacher Dr.Sawash Shaheen Ibrahim
Head of department Material Management technical
Savas.h@ntu.edi.iq**

إن تقديم طلب الترشح مستوفياً لشروطه القانونية سواء لمنصب رئاسة الدولة أو للحصول على مقعد في المجالس النيابية فإنه يترتب عليه اكتساب المرشح مجموعة من الحقوق ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحق الترشح ولا يمكن ممارسة هذا الحق بدونها ومن أهمها هو حق المرشح في الدعاية الانتخابية وهذه الدعاية تعتبر من أهم العناصر المُهذبة للمشاركة في الانتخابات باعتبارها وسيلة تعريف المواطنين بمرشحيهم وبرامجهم السياسية وان الدعاية هي ليست للمرشح ولكنها أيضاً حق للناخب حتى يتعرف على المرشحين قبل الاختيار بينهم ، وفي تلك الفترة يعمل المرشح أو الحزب على بيان مزاياه حتى يمكن له الحصول على أصوات الناخبين .

Abstract

The candidate acquires a set of rights that are closely related to the right of nomination, and this right cannot be exercised without it, by submitting a candidacy application that satisfies its legal requirements, whether for the position of state president or obtaining a seat in the parliament . One of the most crucial of these is the candidate's right to electoral campaigning. Propaganda is regarded as one of the most crucial factors that facilitate election participation and serves as a way to inform voters about their candidates and political platforms. The electoral campaign is not for the candidate, but it is also the right of the voter to get to know the candidates before choosing between them . During that period, the candidate or party works to explain its advantages so that it can obtain the votes of the voters.

المقدمة

تعد مرحلة الدعاية الانتخابية الأساس الذي تبنى عليه العملية الانتخابية برمتها كما أن هذه المرحلة تعتبر من أكثر مراحل هذه العملية التي تكون عرضة للانتهاكات حيث لم يعد الانتهاك يقتصر على المرشحين او الإدارة القائمة على الانتخابات بل يقع أيضاً من بعض الناخبين لصالح مرشحهم أو حزبه بهدف حصد المقاعد البرلمانية أو الوصول لمنصب رئيس الدولة. وان نجاح وسائل الدعاية الانتخابية وتحقيق مبدأ المساواة والشفافية بين المرشحين يتوقف بالدرجة الأولى على طبيعة نظام الحكم السائد في الدولة الذي تجرى فيه الدعاية الانتخابية وهل هو نظام ديمقراطي يحترم حقوق الانسان وحرياته وخاصة السياسية أم انه نظام استبدادي لا يؤمن بهذه الحقوق أو تلك الحريات ، وللدعاية الانتخابية تنظيم قانوني وقواعد عدة وضعتها المشرع العراقي ساعياً بذلك الى التنظيم الجيد الذي يضمن المساواة بين جميع المرشحين بحيث حدد إطارها الزمني ولم يجعلها مفتوحة المدة بعيداً عن التدخل والفوضى كما عمد المشرع الى تحديد الوسائل القانونية التي يسمح للمترشحين استعمالها في حملاتهم الانتخابية والغاية منها هي تمكين المترشحين من عرض برامجهم الانتخابية لجمهور الناخبين بكل سهولة ، وان مصير الدعاية الانتخابية يتوقف على ما يوفره لها نظام الحكم من ضمانات فإن الدعاية تعتبر بمثابة مؤشر لتحديد طبيعة هذا النظام أو للحكم على قانونية الدولة أمام الرأي العام .

أولاً : أهمية الموضوع : لا يخفى على ان للدعاية الانتخابية لها تأثير واضح ودور بارز على واقع الافراد والمجتمعات حيث أصبحت الدعاية الوسيلة الأساسية إن لم تكن الوحيدة بيد المرشحين للوصول الى الناخبين لحصد أصواتهم للفوز بالانتخابات

ثانياً : إشكالية الموضوع : لكي تحقق الانتخابات السياسية أهدافها وتحقيق انتخابات ديمقراطية لا بد لها من دستور ديمقراطي ونظام قانوني يرسى دعائمها ويوفر الظروف الملائمة والمناسبة لإجرائها عن طريق تكريس المبادئ لا غنى عنها لأي نظام ديمقراطي كالفصل بين السلطات وكفالة الحقوق والحرريات وفتح باب التعددية والتنافس الحر .

ثالثاً : منهجية البحث : سوف تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للنصوص القانونية والذي يسعى الى وصف وتشخيص وتحليل موضوع الدراسة من مختلف جوانبه و كافة ابعاده بهدف استجلاء الملامح والجوانب المختلفة له.

رابعاً : خطة البحث : تعكس هذه الخطة اهتمامات هذه الدراسة لذا فقد قسمت الى مبحثين ففي المبحث الأول تناولنا الدعاية الانتخابية ومدى أهميتها وخصصنا المطلب الأول لتعريف الدعاية الانتخابية والثاني لأهمية الدعاية الانتخابية وعناصرها ، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية ففي المطلب الأول تناولنا احكام وضوابط الدعاية الانتخابية وفي المطلب الثاني تطرقنا الى ضوابط الدعاية الانتخابية وفي المطلب الثالث خصصناها لمبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية.

خامساً : الكلمات المفتاحية الدعاية الانتخابية الحملات الانتخابية المرشحين-الانتخابات وفي النهاية ختمنا البحث بأهم النتائج والتوصيات .

المبحث الأول الدعاية الانتخابية ومدى أهميتها

الحملة الانتخابية هي الفترة الزمنية التي يمنح فيها للمرشحين حرية واسعة ليتعرفوا على ناخبهم ويعلموا عن برامجهم ومبادئهم وان الدعاية الانتخابية تكون في غاية الأهمية سواء كانوا أحزاباً أم مستقلين وهدف كل منهم هو الفوز في الانتخابات من خلال إقناع هيئة الناخبين بالتصويت لصالحهم ولا يخفى أهمية الدعاية الانتخابية حيث انها تعمل على تشكيل قناعة الناخب وتوجيهه صوب اختيار الشخص الصائب وبالأخص لتلك الشريحة من الناخبين الذين لا يحددون اختياراتهم بناءً على أسس حزبية وبالرغم من تفاوت أهمية الدعاية الانتخابية وأساليبها من دولة الى أخرى بسبب تفاوت الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنظم الانتخابية المتبعة في كل دولة وبلا شك الدعاية الانتخابية تتيح للناخبين من فرص التعرف المسبق على المرشحين ومؤهلاتهم وكفاءاتهم وخبراتهم وكل من شأنه توعية الرأي العام بما يمكن الناخبين من تكوين رؤية مسبقة وواضحة للمرشح وتساعد على عملية الاختيار الأمثل من بين هؤلاء المرشحين^(١). وللحديث أكثر عن الدعاية الانتخابية سنقسم هذا البحث الى مطلبين ففي المطلب الأول سنعرض تعريف الدعاية الانتخابية ونخصص المبحث الثاني لبيان أهمية الدعاية الانتخابية وعناصرها .

المطلب الأول تعريف الدعاية الانتخابية

ففي العراق بعد عام ٢٠٠٣، لوحظ تطور واهتمام ملموس بالعملية الانتخابية، إذ منحت أجهزة مختصة، صلاحيات واسعة في مجال الإدارة والإشراف على الانتخابات في العراق، عن طريق الكثير من الأنظمة والتعليمات الخاصة بالعملية الانتخابية في مختلف جوانبها ومراحلها المختلفة، لذا عرفت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في نظام(الحملات الانتخابية) رقم(٤) لسنة ٢٠٠٨، بالقول: "حملة الإقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف لإقناع الناخبين للإدلاء بأصواتهم لصالحه"، من خلال التدقيق بالتعريف يتضح الأتي اختلاف التسميات في التشريعات الانتخابية العراقية التي تُعنى بتنظيم العملية الانتخابية، لاسيما الدعاية الانتخابية، ففي قانون انتخابات مجالس المحافظات أطلق عليها تسمية(الدعاية الانتخابية)، في حين أطلق عليها قانون الانتخابات العراقي رقم(١٦) لسنة ٢٠٠٥(الملغي)، تسمية(الحملة الانتخابية) ، أما قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٤٥) لسنة٢٠١٣، أطلق على هذه المرحلة مصطلح (الدعاية الانتخابية) في الفصل السادس منه، وهذا يثير تعدد التسميات على المرحلة ذاتها، مما يؤثر ضرورة لمعالجة هذا الازدواج وتوحيد المصطلحات على أن تكون تحت مصطلح (الدعاية الانتخابية) ، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد جاء التعريف يحمل عبارة (الإقناع)، بصورة متكررة إضافة إلى عبارة (المشروعة)، لذلك نعتقد أن إيراد عبارة الإقناع في التعريف تقطع الطريق على الأساليب غير المشروعة، الأمر الذي يستبعد بطبيعة الحال أي محاولات للتأثير عن طريق القوة أو الجبر، لأن فن الإقناع يزيل الغموض ويميط اللثام عن الطريقة السحرية التي تؤدي بها الدعاية الانتخابية، لكل من يعمل في هذا المجال، فالإقناع لا بد أن يكون مشروعاً، وإلا عدَّ إرغاماً مخالفاً للقانون، إذ لا نتصور وجود إقناع غير مشروع في الدعاية الانتخابية، أيضاً نضم صوتنا لمن يطالب برفع عبارات التكرار الواردة في التعريف كعبارة (كيان سياسي أو ائتلاف)، إذ يكفي أن يطلق عليها مصطلح (المرشح)^(٢) من خلال ما تقدم يمكن أن نضع تعريف يشمل كافة عناصر الدعاية الانتخابية؛ لذلك يمكن القول أن الدعاية الانتخابية هي: " أنشطة انتخابية مختلفة يقوم بها المرشحون لإقناع الناخبين ببرامجهم الانتخابية، خلال مدة محددة، وبوسائل وأساليب مختلفة من أجل الفوز بالانتخابات".

الفرع الأول تعريف الفقه الأجنبي للدعاية الانتخابية

لقد تعددت تعريفات الفقه الغربي لمصطلح الدعاية الانتخابية حيث عرفها البعض (بأنها المحاولة المقصودة التي يقوم بها الفرد أو الجماعة من تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو التحكم فيها وتغييرها وذلك عن طريق وسائل التواصل) وقد عرفها الفقيه الفرنسي ELLUL (بأنها مجموعة من الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة منظمة تبغي أن تحقق مشاركة إيجابية نشطة أو سلبية في أعمالها على مجموعة كبيرة من الافراد متشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي)^(٣) . ويعرف Qualter,T الدعاية بأنها المحاولة المقصودة التي يقوم بها فرد أو الجماعة من أجل تشكيل اتجاهات أخرى أو التحكم فيها وتغييرها وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال بهدف أن يكون رد فعل أولئك الذين تعرضوا لتأثير هذه الدعاية في أي موقف من المواقف هو نفسه الفعل الذي يرغبه الداعية ، ويعرف ميرتون الدعاية بأنها مجموعة من الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع . وأخيراً يعرف معهد تحليل الدعاية بالولايات المتحدة الامريكية الدعاية بأنها : التعبير عن الرأي أو عن العمل الذي يقوم به عن عمد أفراد أو جماعات اخزين للوصول إلى غايات محددة بواسطة مناورات سيكولوجية^(٤) .

الفرع الثاني تعريف الفقه العربي للدعاية الانتخابية

على صعيد الساحة الفقهية العربية فقد تراوحت وجهات نظر الكتاب والباحثين عند تحديد كلمة الدعاية وذلك وفقاً لوجهات نظرهم واتجاهاتهم ، حيث يعرفها البعض بأنها مجموعة النشاطات المنظمة التي يقوم بها المرشحون بقصد التأثير على إرادة الناخبين لتوجيههم الى التصويت لصالحهم بإتباع إليات وتقنيات متعددة. وقد عرفها البعض الآخر بأنها الجهود المنظمة والمستمرة المبذولة من قبل فرد أو جماعة للتأثير في الاتجاهات والآراء والمواقف السياسية والفكرية لكل من الجماهير والصفوة البارزة في مجتمع وزمان معينين وذلك من خلال الإيحاء وما يتصل به من تكتيكات نفسية^(٥) ويعرفها البعض الآخر^(٦) بأنها الأنسقة الاتصالية المباشرة وغير المباشرة التي يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة بهدف تحقيق الفوز بالانتخاب عن طريق الحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الهيئة الانتخابية وقريب من ذلك يقول البعض أن الدعاية الانتخابية تعني إعطاء المرشحين الحق في استعمال كافة الوسائل الدعائية المتاحة والمشروعة لإيصال مقاصدهم المستفادة من عرض برامجهم إلى هيئة الناخبين ونحن من الممكن وضع تعريفاً خاصاً للدعاية الانتخابية بأنها أنشطة أو الجهود الاتصالية المخططة والهادفة من أصحاب المصلحة في نقل المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات التي تم أعدادها مسبقاً واخراجها بأسلوب يؤدي الى تحقيق النتائج المطلوبة والمرغوبة من خلال التأثير على الفئات المستهدفة او المحددة من جمهور الناخبين .

المطلب الثاني أهمية الدعاية الانتخابية وعناصرها

الدعاية الانتخابية لها أهمية كبيرة وأساليبها تتفاوت من دولة الى أخرى بسبب تفاوت الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنظم الانتخابية المتبعة ، وان الدعاية الانتخابية تسهم بشكل واضح في عملية تعبئة الناخبين من أجل المساهمة الواعية في العملية الانتخابية لذلك أهمية الدعاية الانتخابية تتأتى من أنها تعمل على تشكيل قناعة الناخب وتوجيهه صوب اختيار معين خصوصاً تلك الشريحة من الناخبين الذين لا يحددون اختياراتهم بناءً على أسس حزبية وهي ما تدعى أحياناً بالأغلبية الصامتة^(٧) وللحديث أكثر سنقسم هذا المطلب الى فرعين في الأولى سنتطرق الى أهمية الدعاية الانتخابية والفرع الثاني سنخصصها لعرض أهم عناصر الدعاية الانتخابية.

الفرع الأول أهمية الدعاية الانتخابية

الدعاية الانتخابية تعد حقاً لكل من الناخب والمرشح على حدٍ سواء فبالنسبة للناخب من حقه الدستوري أن يعرف المرشح في الانتخابات وعلى وجه أدق معرفة خبراته ومؤهلاته العلمية والاطلاع على برنامجه الانتخابي حتى يستطيع الخيار بينه وبين غيره من المرشحين وسيله الأساسي في ذلك يكون من خلال الدعاية الانتخابية التي يقوم بها كل مرشح^(٨). ولا شك ان الدعاية الانتخابية تلعب في الحياة السياسية دوراً هاماً و أساسياً في تحديد مسار نتائج الانتخابات على كل الأصعدة وقد ساعد على ذلك التطور السريع في تكنولوجيا الاعلام والانتشار واسع النطاق في وسائله المرئية والمسموعة، ولذلك نستطيع ان نقول بأن الدعاية الانتخابية هي تعتبر من أهم الأسلحة لخوض المرشح معركته الانتخابية^(٩). والباحث يرى لا ريب أن الدعاية الانتخابية تسهم بشكل فعال في عملية تعبئة الناخبين من اجل المشاركة في العملية الانتخابية نظراً لما تنتجه للناخب من التعرف على المرشحين فالناخب لا يدلي بصوته إلا للمرشح الذي يعرفه و لا شك ان الهدف الأساسي من الدعاية الانتخابية هو الفوز في العملية الانتخابية ويكون ذلك من خلال السعي للسيطرة على الراي العام للفئة المستهدفة من هيئة الناخبين للحصول على نسبة الفوز المطلوبة وفقاً لما يحدده المشرع.

الفرع الثاني عناصر الدعاية الانتخابية

للدعاية الانتخابية عناصر عديدة منها فئة المرشحين وهيئة الناخبين وأساليب الدعاية الانتخابية واهداف الدعاية لذلك نستعرضه تباعاً وعلى النحو الآتي **أولاً: فئة المرشحين:** ان الاتجاه الغالب في الفكر الديمقراطي المعاصر قد سعى الى توسيع قاعدة المشاركة الشعبية في الانتخاب تطبيقاً لمبدأ الاقتراع العام فإن ذلك يقتضي ايضاً تبني مبدأ الترشيح العام من أجل كفالة ممارسة فعالة لحق الترشيح لكن ذلك لا يعني بحال من الأحوال أن يخلو حق الترشيح من شروط قانونية تنظمه ولما كانت مهمة النائب أكبر وأدق من مهمة الناخب كان طبيعياً أن تكون الشروط التي يستلزم القانون توافرها في المرشح أشد من تلك التي يشترطها في الناخب^(١٠) ولذلك السبب قد وضع المشرع البعض من الشروط والضوابط العديدة فيمن يرشح نفسه للانتخابات وتختلف هذه الشروط فيمن يرشح نفسه للانتخابات وتختلف هذه الشروط وتلك الضوابط من حالة لأخرى بحسب أهمية الموقع الذي يرشح له المرشح حيث نصت المادة (٤٩/ثانياً) من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ على (يشترط في المرشح لعضوية مجلس النواب أن يكون عراقياً كامل الاهلية^(١١)) .

ثانياً: هيئة الناخبين وتضم كل من توافرت فيه الشروط التي حددها القانون لممارسة حق الانتخاب كبلوغه سن الرشد وان يكون عراقياً ومسجلاً في سجل الناخبين وفقاً لأحكام لقانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ وان يكون لديه بطاقة الناخب الالكترونية وذلك حسب ما نصت عليها المادة (٥) من قانون انتخابات مجلس النواب.

المبحث الثاني التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية

تكفل نصوص الدستور الحقوق وتضمن الحريات العامة مبدأ تداول السلطة التشريعية عبر انتخابات دورية وفي الوقت نفسه قد احيل الى القوانين لتنظيم هذه الحقوق ، و لا شك أن الحملات الانتخابية تعتبر دعامة أساسية لتعريف الناخبين بمرشحيهم وبرامجهم السياسية فكل مرشح يصبو للفوز في الانتخابات ومن اجل تنظيم ذلك لابد أن يكون هنالك مجموعة من الوسائل والأساليب المستخدمة في هذا الإطار خصوصاً بعد الانتشار الواسع لوسائل الاتصال والاعلام حيث أصبحت هذه الوسائل مرتكزاً أساسياً لنجاح المرشح للانتخابات ونظراً لما يتطلبه الحملات الانتخابية من رصد أموال واستعمال لوسائل الدعاية الانتخابية من صحف ووسائل الاتصال مرئية ومسموعة ووسائل النشر^(١٢)، وبالنظر لمحدودية فترة الحملات الانتخابية يتدخل التشريعات لتنظيم هذه المرحلة بما يحقق التكافؤ والمساواة فيما بين المرشحين وحرصاً من باب الالتزام بمبدأ الحياد بما يضمن نزاهة العملية الانتخابية وصحتها ولذلك الامر اهتمت دول العالم بإصدار التشريعات الخاصة بالحملات الانتخابية والدعاية الانتخابية^(١٣)، ولمناقشة كل ما يتعلق بالتنظيم القانوني للدعاية الانتخابية سيقسم هذا المبحث الى ثلاثة مطالب سنتناول في الأول احكام وضوابط الدعاية الانتخابية وفي الثانية سنتطرق الى وسائل الدعاية الانتخابية وفي الثالثة فقد خصصناها للمبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية.

المطلب الأول احكام وضوابط الدعاية الانتخابية

لقد كفل المشرع العراقي حق الدعاية الانتخابية لجميع المرشحين لعضوية مجلس النواب العراقي حيث يمارس المرشحين حقوقهم المنصوص عليها في قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ الخاصة بالترشيح وممارسة حقوقهم وفقاً لأحكام القانون حيث عمد المشرع إلى تحديد الوسائل القانونية التي يسمح للمرشحين استعمالها في حملاتهم الانتخابية ووضع الضوابط التي تنظم سير العملية الانتخابية. لذلك سنقسم هذا المطلب الى فرعين نناقش في الأول إجراءات الدعاية الانتخابية أما الفرع الثاني فستتم من خلاله مناقشة ضوابط نفقات الدعاية الانتخابية.

الفرع الاول: إجراءات الدعاية الانتخابية

أ- تحديد مدة الدعاية الانتخابية

الدعاية الانتخابية تتميز عن غيرها من أنواع الدعايات كالدعايات التجارية والسياسية بأنها محددة بمدد زمنية قصيرة وتنتهي في اطار زمني معين أي ان بدؤها وانتهائها لا يقف على إرادة الأحزاب السياسية ولا على إرادة الناخب او المرشح بل تتقيد بمدد زمنية يحددها المشرع في كل الأنظمة السياسية^(١٤) وحيث حدد المفوضية العليا المستقلة للانتخابات مدة بدء وانتهاء الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس النواب العراقي لسنة ٢٠٢١ حيث بدء من اليوم ٨ يوليو وتستمر حتى نهاية اليوم السابق ليوم الاقتراع ولا يجوز ممارسة أي نوع من أنواع الدعاية الانتخابية يوم الاقتراع وحيث نصت المادة (٣٠) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة ٢٠٢٠ على (أولاً- لا يجوز لأي مرشح أن يقوم يوم التصويت بتوزيع برامج عمل أو منشورات أو بطاقات أو غيرها من الوثائق بنفسه أو بواسطة غير) وان الدافع وراء تقييد الدعاية بمدد زمنية محددة هو رغبة المشرع في إيجاد نوع من المساواة وتكافؤ الفرص ما بين المرشحين كافة فلو كانت مدة الدعاية الانتخابية طويلة فإنه سيكون بمقدور الأحزاب الكبيرة والتي لها إمكانات مالية عالية الاستمرار بالحملة لتلك الفترة وفي المقابل لا تستطيع الأحزاب الصغيرة مجاراتها في ذلك.

ب- الأماكن المحددة لوضع الملصقات والاعلانات الانتخابية

لقد نصت المادة (٢٤- أولاً) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ على ان (تحدد أمانة بغداد والبلديات المختصة في المحافظات بالتنسيق مع المفوضية الأماكن التي يمنع فيها ممارسة الدعاية الانتخابية ويمنع نشر أي إعلان أو برامج أو صور للمرشحين في مراكز ومحطات الاقتراع)^(١٥) ان قانون انتخابات مجلس النواب قد نصت على تحديد الأماكن التي يمنع نشر او اعلان ولصق صور المرشحين إلا ان ذلك لم يطبق في ارض الواقع حيث نرى ذلك في كل الانتخابات بوضع ولصق صور المرشحين بالقرب من مراكز ومحطات الاقتراع ولذلك نرى مكاتب المفوضية العليا المستقلة للانتخابات تقوم بتغريم المرشحين الغير الملتزمين وذلك استناداً الى المادة

(٣٤) من القانون أعلاه حيث نصت (يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر او بغرامة لا تزيد على مليون دينار عراقي كل من علق البيانات او الصور او النشرات الانتخابية الخاصة خارج الأماكن المخصصة له) (١٦) .

ج- الأماكن الخاصة بأقامة الاجتماعات والمهرجانات الانتخابية لا يجوز استخدام المساجد والجوامع والمدارس والجامعات والمؤسسات الحكومية والمرافق العامة سواء بصورة مباشرة او غير مباشرة لصالح او ضد احد المرشحين ، وتأكيداً على ذلك قد نصت المادة (٢٥) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٩) لسنة ٢٠٢٠ على ان (يمنع استغلال أبنية الوزارات ومؤسسات الدولة المختلفة وأماكن العبادة لأي دعاية او أنشطة انتخابية للكيانات السياسية والمرشحين) (١٧) ويتضح من المادة أعلاه بأنه لا يجوز استخدام موارد الدولة العامة في أثناء الحملات الانتخابية لما يشكله ذلك من اعتداء على حرمة المال العام.

الفرع الثاني: ضوابط نفقات الدعاية الانتخابية ان التنوع والتوسع في الوسائل المستعملة في الحملات الانتخابية أدت الى توسع مماثل في النفقات المالية التي تصرف خلالها مما تسبب بخلل في مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص ما بين المرشحين وكما أصبحت الحملات الانتخابية تكلف نفقات باهظة والسبب في ذلك أن الحملة الانتخابية عادة تبدأ بها الأحزاب السياسية من وقت مبكر وهذا يتطلب نفقات مالية كثيرة وبلا شك العملية الانتخابية ستعرض للخطر فيما لو بقيت دون تنظيم قانوني ولذلك السبب نرى إن البعض من الدول في قوانينها قد درجت على تجريم بعض الممارسات غير القانونية لعملية التمويل والانفاق الانتخابي مراعية في ذلك أهمية هذه المرحلة ومدى تأثيرها على تغيير مجرى الانتخابات كالتشريع الفرنسي والامريكي وبعض التشريعات العربية كالكويتي والمصري (١٨) والباحث يرى أن الغاية من تشريع القوانين في هذا السياق هي من اجل مكافحة الممارسات التي يرتكبها المرشحين في تمويل دعائهم الانتخابية كاستغلال المال العام أو تمويل الدعاية الانتخابية ونحن من هنا ندعو وسائل الاعلام المملوكة للدولة بإتاحة الفرصة لكافة المرشحين وعدم التمييز بينهم من خلال دعم دعائهم الانتخابية في شبكات الإذاعة والقنوات التلفزيونية الرسمية على ان يتم توزيع الوقت المتاح وبالتساوي فيما بين المترشحين سواء كانوا ضمن قوائم سياسية او مستقلة وبدون أي تمييز وذلك سواء بالنسبة لمدة الدعاية المتاحة لهم او حتى بالنسبة الى وقت البث المرئي والغير المرئي.

المطلب الثاني وسائل الدعاية الانتخابية

لقد اسلفنا القول بأن الدعاية الانتخابية تهدف في المقام الأول تقديم المرشحين للانتخابات البرلمانية او الرئاسية وذلك من خلال نقل أفكارهم وبرامجهم الانتخابية للناخبين من أجل كسب أصواتهم للفوز بالعملية الانتخابية ولا شك أن حق المرشح في الدعاية الانتخابية يخوله الحق في استخدام الوسائل والأساليب المختلفة من أجل تحقيق ذلك باعتبار ان هذه الوسائل تمثل أحد أهم الأركان لنجاح العملية الانتخابية وبدونها لا يمكن للمرشح استخدام حقه في الدعاية ولا شك ان أساليب الدعاية الانتخابية قد تطورت في العصر الحديث بشكل كبير حيث لم تعد تقتصر على الوسائل التقليدية كوضع الصور والملصقات وعقد الندوات والمؤتمرات ولقاءات الراديو والتلفاز بل نشاهد الدعاية الانتخابية من خلال أساليب حديثة ساعد على ظهورها التقدم الهائل والسريع في أجهزة الاعلام والفضائيات والشبكة العنكبوتية الانترنت بما تحتويها من برنامج ووسائل التواصل الاجتماعي ، وسنبحث وسائل الدعاية الانتخابية في هذا المطلب عبر فرعين ، خصص الأول منها للبحث في إقامة مهرجانات والاجتماعات واللقاءات الانتخابية ، اما الفرع الثاني فقد خصص للبحث في تعليق ملصقات الدعاية الانتخابية ، وسنقوم باستعراض ابرز الأساليب المستخدمة في الدعاية الانتخابية وهي :-

الفرع الاول: إقامة مهرجانات والاجتماعات واللقاءات الانتخابية

تعتبر إقامة المهرجانات والتجمعات الانتخابية من أكثر وسائل الدعاية الانتخابية للقاء المرشح بناخبيه مباشرة وعرض أفكاره واستعراض قدراته في المحاوره والخطابة أمامهم من خلال إقامة التجمعات الجماهيرية وعقد الاجتماعات مع ناخبي الدائرة التي يسعى للوصول إلى المجلس النيابي من خلالها وحيث تتميز هذه التجمعات عن غيرها بأنها مرتبطة بالنشاط الانتخابي وتتعدد خلال مدة زمنية محددة (١٩) وفي نفس الوقت الأحزاب السياسية أيضا تلجأ لممارسة أنشطتها وفي إثارة الرأي العام وقت الانتخابات وعقد اجتماعات والندوات واللقاءات الجماهيرية والتي عن طريقها يخاطب المرشحون مع المواطنين مباشرة وجهاً لوجه. وحيث تعتبر حرية الاجتماع من الحريات الأساسية التي نصت عليها المادة (٣٨-ثالثاً) في الفصل الثاني من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ حيث نصت على (تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب و حرية الاجتماع ..) (٢٠) وبالإضافة الى ذلك قد كفل المشرع العراقي للمرشحين أثناء فترة الدعاية الانتخابية بعقد لقاءات انتخابية يتم من خلالها تقديم برامجهم الانتخابية وحيث تعتبر إقامة المهرجانات والاجتماعات من أهم الوسائل الاشهارية التي قد نصت عليها قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.

الفرع ثاني : تعليق ملصقات الدعاية الانتخابية في كثير من دول العالم قد عالجت قوانين الانتخابات مسألة الإعلانات واللافتات الخاصة بالدعاية الانتخابية وذلك لمنع وضعها او تعليقها بصورة تؤدي الى تشويه الطرق العامة أو تكديسها بطريقة قد تقوت الغرض منها ولربما تصل الامر الى حرمان بعض المرشحين من حقهم في استخدامها كوسيلة دعائية ولو أمعنا النظر الى قانون الانتخابات الفرنسي المرقم ١٢٩٢ والتي تمت تعديلها بالرقم ٧٦-٥٢٨ في ١٨ يونيو ١٩٧٦ حيث منح الصلاحية لرئيس البلدية بتحديد مساحات متعادلة لكل مرشح لتعليق لافتاتهم وفي الأماكن المخصصة لهذا الغرض دون غيرها مع تحديد عدد الإعلانات لكل مرشح وبيان الحد الأقصى لحجم الإعلان كل هذه الأمور قد حددها اللائحة التنفيذية لقانون الانتخابات الفرنسي^(٢١) أما في قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ لم يدرج نصا حول تخصيص أماكن مخصصة بالذات للصلق الدعايات الانتخابية وكان من باب أولى على المشرع أن يخصص أماكن خاصة مع تحديد حجم الدعاية الانتخابية وعدم تركها على أهواء المرشحين .

المطلب الثالث المبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية

الأحزاب السياسية المتنافسة والمرشحون فيما بينهم تلجأ الى أنواع ووسائل مختلفة من اجل الدعاية خلال فترة الحملات الانتخابية بقصد التأثير في جمهور الناخبين باستخدام مختلف وسائل الاتصال المسموعة والمرئية مع الانتباه إلى أن هذه الوسائل منها ما هو مشروع ومنها ما هو غير مشروع فكل ما يهم المرشح هو ان تكون دعايته الانتخابية فعالة ومؤثرة بغض النظر عن صحة الوسائل والأساليب المستخدمة من عدمها^(٢٢) لذلك أهتمت التشريعات بتقرير ضمانات ومبادئ تحكم الحملات الانتخابية وتحدد وسائل الاتصال المشروعة التي ينبغي على المتنافسين الالتزام بها ومن هذه المبادئ التي تحكم الحملات الانتخابية هي مبدأ المساواة وحياد السلطة الإدارية ، ولدراسة المبادئ التي تحكم سياق الدعاية الانتخابية سيقسم هذا المطلب الى فرعين ، خصص الفرع الأول منها لمناقشة مبدأ المساواة، أما الفرع الثاني فقد خصص للبحث في مبدأ حياد السلطة الإدارية .

الفرع الاول : مبدأ المساواة

لضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن الرأي العام يجب العمل على كفالة المساواة في استخدام وسائل الاعلام من جانب المرشحين والأحزاب وهذا يتوجب عدم التمييز فيما بين المرشحين بسبب ثقل المركز المالي أو التأييد الحكومي في منحهم الفرص المتكافئة للتعبير عن أفكارهم وشرح برامجهم الانتخابية^(٢٣) ويعد النظام الانتخابي غير معبر عن إرادة الناخبين ومفتقر لضمانات نزاهته متى خلا من الضمانات القانونية اللازمة لتحقيق المساواة بين المرشحين أو احتكار وسائل الاعلام والتسهيلات الدعائية لمرشحي الحكومات وحرمان المرشحين الاخرين من ممارسة حقهم لذلك منح الفرص المتكافئة للمرشحين للتعبير عن أفكارهم وبرامجهم الانتخابية وكفالة استخدامهم لجميع وسائل الاتصال بالتساوي يقضي على التمييز بينهم^(٢٤) لذلك الباحث يرى بأن على المؤسسات الاعلامية الرسمية للدولة ان يكونوا بنفس القرب من جميع المرشحين السياسية والمستقلة اثناء فترة حملاتهم الانتخابية وعدم إعطاء الأفضلية لمكون او حزب دون الاخر أو التحيز تجاه أي منهم

الفرع الثاني: مبدأ حياد السلطة الإدارية ان السلطة الحاكمة تتحصل على العديد من الإمكانيات التنفيذية في مجال الدعاية الانتخابية وعندما تقوم الأحزاب الحاكمة باستغلال هذه الإمكانيات لصالح مرشحيهم يعد إخلالاً واضحاً بمبدأ المساواة الذي سبق وان تطرقنا إليه ، لذلك تحرص التشريعات المتعلقة بالحملات الانتخابية على ضمان حيادية السلطة الإدارية حرصاً على توفير فرص متساوية لجميع الأحزاب والأشخاص المستقلين المتنافسة^(٢٥) ولذلك الامر قد نصت المادة (٢٥) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠ على (يمنع استغلال أبنية الوزارات ومؤسسات الدولة المختلفة وأماكن العبادة لأي دعاية او أنشطة انتخابية للكيانات السياسية والمرشحين)(٢٦) كما نصت المادة (٢٧) من نفس القانون على (لا يجوز لموظفي دوائر الدولة والسلطات المحلية استعمال نفوذهم الوظيفي أو موارد الدولة او وسائلها او أجهزتها لصالح أنفسهم أو أي مرشح بما في ذلك أجهزتها الأمنية والعسكرية بالدعاية الانتخابية أو التأثير على الناخبين)^(٢٧) ومن خلال ما تقدم من المواد أعلاه يتبين لنا بأنه يمنع تنظيم الاجتماعات الانتخابية في الأبنية التي تشغلها الوزارات ودوائر الدولة المختلفة وكما يمنع موظفي دوائر الدولة من القيام بالحملات الانتخابية لصالح أي مرشح من مرشحي الأحزاب السياسية

الخاتمة

من كل ما تقدم تبين لنا وبوضوح الأهمية المتزايدة للدعاية الانتخابية مما تؤثر على نتيجة الانتخابات باعتبارها الوسيلة الأساسية التي تسهم بشكل مؤثر في عملية تعبئة الناخبين من اجل المساهمة الواعية في العملية الانتخابية ، مما اقتضى الأمر في اية دراسة علمية ان تحدد في هذه الخاتمة الموجزة بأهم الاستنتاجات والتوصيات .

- ١- تعتبر الدعاية الانتخابية مرحلة حاسمة في العملية الانتخابية لما لها دور فعال في إيصال فكر وبرنامج الانتخابي للمرشح.
- ٢- مسألة تمويل الحملات الانتخابية تبقى من أهم المواضيع التي من الواجب على المشرع التدخل بها من خلال تنظيمها لما لها من أهمية بالغة نظراً لما يلعبه المال من دور كبير في مجمل العملية الانتخابية .

ثانياً : التوصيات :

- ١- ان اللغة المستخدمة في الدعاية يجب أن تتلاءم مع ثقافة المستمعين والمشاهدين فالناخبون يمنحون
- ٢- ان الدعاية الناجحة تقتضي من القائمين على تنفيذها أن يتمتعوا بالمهارة وحرية الحركة والتنفيذ وأن يمارسوا عملهم بفن وأبداع وإلا
- ٣- إن الدعاية الناجحة يجب إخفاؤها وتمويلها حتى لا تبدو واضحة على أنها دعاية وإلا تتعرض للفشل.

الهوامش

- ١- عفيفي كامل عفيفي ، الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية والقانونية ، أطروحة دكتوراه ، جامعة المنصورة، ٢٠٠١، ص٨٩.
- ٢- د. طالب عوض ، الأنظمة الانتخابية المعاصرة ،الموقع الالكتروني ، ٢٠٠٥ ، الرابط الالكتروني www.hoodonline.org .
- ٣- عادل محمد السيد أحمد ، الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية بين النص والتطبيق ، ٢٠١٤، ص٨٣.
- ٤- د. عاطف عدلي العبد ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربي القاهرة ، ٢٠٠٧، ص٢١.
- ٥- د. حامد ربيع ، محاضرات في الدعاية الانتخابية ، جامعة القاهرة -كلية العلوم السياسية ، ١٩٩٨، ص٧٨.
- ٦- د. محمد منير حجاب ، الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨، ص٢٠.
- ٧- بأنها حملة الاعلام والاقناع المشروعة التي يديرها كيان سياسي أو ائتلاف لإقناع الناخبين المؤهلين بالإدلاء بأصواتهم لصالحه.
- ٨- عادل محمد السيد ، المصدر السابق ، ص٨٨.
- ٩- د. داود الباز ، حق المشاركة السياسية في الحياة السياسية ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، ط٣ ، ١٩٩٩ ، ص٤٧٥.
- ١٠- د. سعد مظلوم عبدالله العبدلي ، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها ، دار دجلة ، عمان ، ط٢٠٠٩، ص٢٥٩.
- ١١- المادة (٤٩) من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥.
- ١٢- عبد العزيز محسن قنفيذ ،الترشح والدعاية الانتخابية الحدود والضوابط ، ٢٠١٩، ص١٧٣.
- ١٣- أسامة الصفا، الاعلام الجديد وعملية التغيير الاجتماعي والسياسي في العالم العربي ٢٠٠٦، ص١١.
- ١٤- د. سعد مظلوم العبدلي ، مصدر سابق ، ص٢١٣.
- ١٥- المادة (٢٤- اولاً) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.
- ١٦- المادة (٣٤) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.
- ١٧- المادة (٢٥) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.
- ١٨- د. يحيى محمد الطياري ، الضمانات الدستورية ، ط١ ، ٢٠١٩، ص٤٠٤.
- ١٩- د. عمر احمد حسبو ، حرية الاجتماع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٩، ص١١٣.
- ٢٠- المادة (٣٨/ثالثاً) من دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥.
- ٢١- د. عبد العزيز محسن قنفيذ ، مصدر سابق ، ص١٧٨.
- ٢٢- د. إيليا إيليا ، الانتخابات النيابية في لبنان ٢٠٠٥ في خضم التحولات المحلية والرقمية
- ٢٣- د. صلاح الدين فوزي ، النظم والإجراءات الانتخابية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ط١٩٩٥، ص٣٨٥.
- ٢٤- موريس دفرجييه ، القانون الدستوري (الأنظمة السياسية الكبرى) ، ترجمة د. جورج سعد ، ط٢ ، ٢٠١٩، ص٢٠١.
- ٢٥- د. سعد مظلوم عبدالله ، مصدر سبق ، ص٢٢٣.
- ٢٦- المادة (٢٥) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.
- ٢٧- المادة (٢٧) من قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.

المصادر

أسامة الصفا، الاعلام الجديد وعملية التغيير الاجتماعي والسياسي في العالم العربي ، المركز اللبناني للدراسات ،بيروت ، ٢٠٠٦. د. إيليا إيليا ، الانتخابات النيابية في لبنان ٢٠٠٥ في خضم التحولات المحلية والرقمية ، المركز اللبناني للدراسات ، بيروت ، ٢٠٠٧. د. داود الباز ، حق المشاركة السياسية في الحياة السياسية ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، ط٣ ، ١٩٩٩. د. عاطف عدلي العبد ، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربي القاهرة ، ٢٠٠٧. د. عمر احمد حسبو ، حرية الاجتماع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٩. د. محمد منير حجاب ، الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨. د. سعد مظلوم العبدلي ، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها ، دار دجلة ، عمان ، ط١، ٢٠٠٩. د. صلاح الدين فوزي ، النظم والإجراءات الانتخابية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٥. د. يحيى محمد الطياري ، الضمانات الدستورية والقانونية للانتخابات العامة ، المركز القومي ، ط١ ، ٢٠١٩.

ثانياً : الرسائل الجامعية

عادل محمد السيد أحمد ، الضوابط القانونية للدعاية الانتخابية بين النص والتطبيق ، أطروحة دكتوراه -جامعة أسيوط ، ٢٠١٤. عبد العزيز محسن قنفيذ ، الترشح والدعاية الانتخابية الحدود والضوابط ، أطروحة دكتوراه ، جامعة عين الشمس ، القاهرة ، ٢٠١٩. عفيفي كامل عفيفي ، الانتخابات النيابية وضماناتها الدستورية والقانونية ، أطروحة دكتوراه ، جامعة المنصورة، ٢٠٠١.

ثالثاً : الرسائل والقوانين والأنظمة

دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥. قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم (٤٥) لسنة ٢٠١٣ قانون انتخابات مجلس النواب العراقي رقم ٩ لسنة ٢٠٢٠.

رابعاً: المصادر الأجنبية

موريس دفرجييه ، القانون الدستوري (الأنظمة السياسية الكبرى) ، ترجمة د. جورج سعد ، ط٢ ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ٢٠١٩.

خامساً: مصادر الانترنت

د. طالب عوض ، الأنظمة الانتخابية المعاصرة ،الموقع الالكتروني ،اثر الأنظمة الانتخابية ، معهد الاعلام - جامعة بيرزيت، ٢٠٠٥ ، الرابط الالكتروني www.hoodonline.org

د. حامد ربيع ، محاضرات في الدعاية الانتخابية ، جامعة القاهرة -كلية العلوم السياسية ، المنشورة على صفحة جامعة القاهرة .